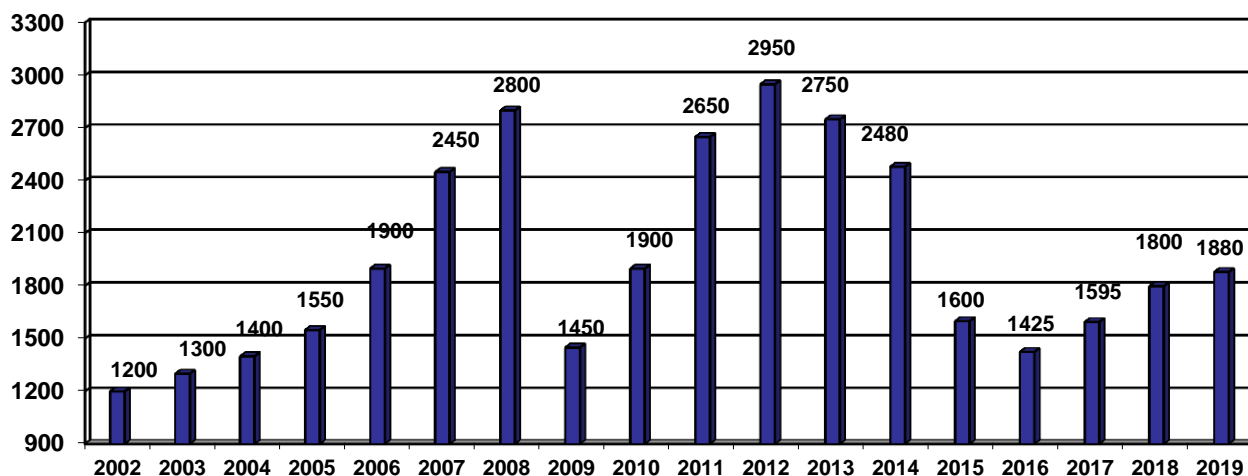


Динамика рынка легковых автомобилей в России

Березин Игорь – президент Гильдии Маркетологов

По данным Ассоциации Европейского Бизнеса (АЕБ) в 2018 году в России было продано ровно 1,8 млн. новых легковых (и легких коммерческих) автомобилей. По сравнению с 2017 годом продажи выросли на 205 тыс. шт., или на 12,8%. По сравнению с 2016 годом, когда были зафиксированы самые низкие продажи за последние 14 лет, рост продаж составил 26,3%. Несмотря на то, что продажи автомобилей растут хорошими темпами два года подряд, их абсолютный уровень еще на 30 – 40% ниже пиковых значений 2007-2008 и 2011-2014 гг. **См. Диаграмму 1.** По оценке агентства «Автостат» в 2018 году в России было продано 1,68 млн. новых легковых (без учета легких коммерческих) автомобилей. Их средняя цена составила 1 млн. 420 тыс. рублей. А общий объем продаж (без учета легких коммерческих автомобилей) «Автостат» оценивает в 2,38 трлн. руб. за год. Что является максимальным значением (в рублях) за весь почти 20-летний период измерений. С учетом легких коммерческих автомобилей объем продаж 2018 года можно оценить в 2,55 трлн. руб., что также является максимальным значением за весь период наблюдений. **См. Диаграмму 2.** Объем рынка 2018 года, пересчитанный в доллары США (около 40 млрд.), значительно скромнее (почти в два раза ниже) рекордных показателей 2008 и 2012 – 2013 гг. Но и значительно (на треть) выше наиболее провальных значений 2009 и 2015-2016 гг.

Диаграмма 1. Продажи легковых автомобилей в России 2002-2019 гг. Тыс. шт.



Источник – АЕБ, прогноз – И. Березин

Восстановление объемов продаж в 2017 – 2018 гг. происходило благодаря совпадению нескольких благоприятных факторов.

Во-первых, прекратилось наблюдавшееся со второй половины 2014 года сокращение реальных доходов населения. Роста реальных доходов в 2018 году, правда, не наблюдалось, но все же и снижения не было.

Во-вторых, цены на новые автомобили в этот период росли весьма умеренными темпами: около 3% роста в 2017 году, и около 5% в 2018. Что примерно соответствовало общему уровню инфляции потребительского рынка. Против 25% роста в 2015 году и 15% в 2016-м.

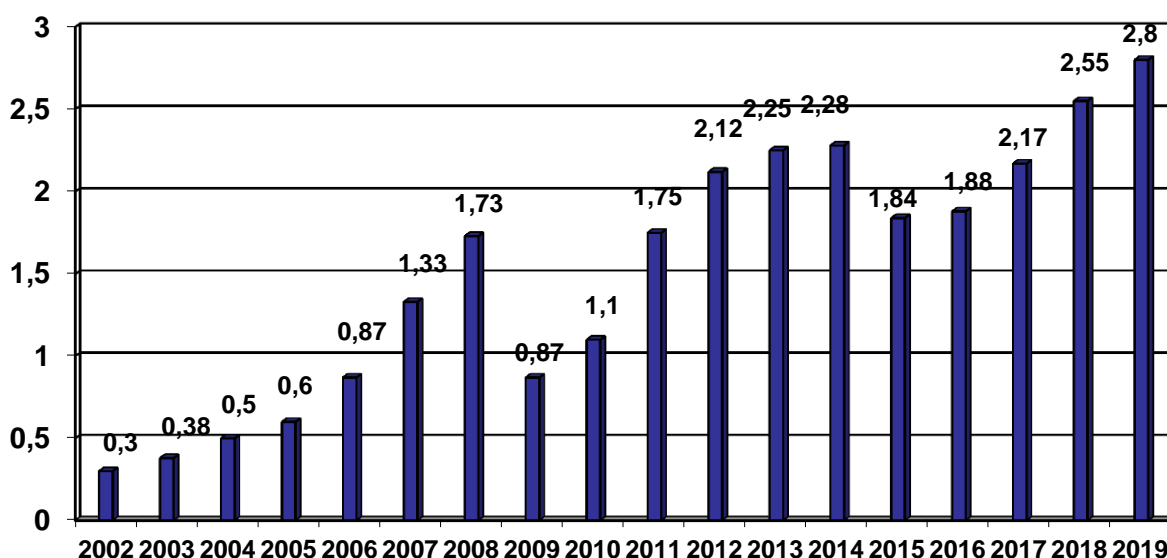
См. Диаграмму 3. Что значительно превышало показатели инфляции по потребительскому рынку в целом.

В-третьих, возросла финансовая (снижение ставок) и операционная (набор требований) доступность автокредитования. Благодаря чему уже с середины 2017 года более 50% новых автомобилей стали продаваться в кредит.

В-четвертых, нельзя не отметить грамотную маркетинговую политику большинства ведущих авто-производителей. Это касается и вопросов ценовой политики, и обновления модельного ряда, и общего продвижения собственных марок, включая качественную рекламу.

Все это позволило, хотя бы отчасти, реализовать «отложенный спрос», который накопился в 2015 – 2016 гг., когда замена автомобилей, купленных в 2011 – 2013 гг., происходила в сокращенном (почти в два раза) объеме.

Диаграмма 2. Продажи легковых автомобилей в России 2002-2019 гг. Трлн. руб.



Источник – АЕБ, «Автостат»; расчеты и прогноз – И. Березин

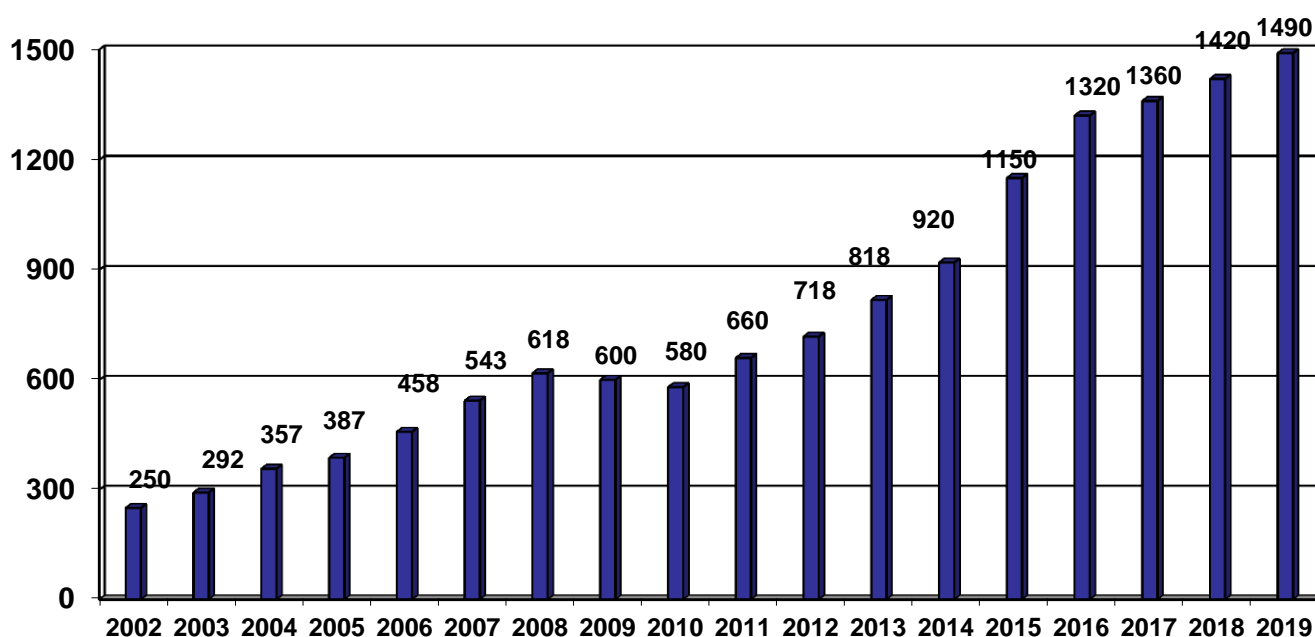
С надеждами на дальнейшую реализацию «отложенного спроса», при условии, конечно же продолжения грамотной маркетинговой стратегии производителей, включающей умеренное повышение цен, связаны более оптимистические прогнозы развития рынка в 2019 году. Ведь с учетом того, что в 2011 – 2014 гг. было продано 10,8 млн. шт. новых легковых (и легких коммерческих) автомобилей, а в 2015 – 2018 гг. только 6,4 млн. шт., можно утверждать, что «отложенный спрос» далеко не исчерпан. И восстановление продаж до уровня 1,9 млн шт. в 2019 и 2 млн. шт. в 2020 году можно рассматривать скорее как медленное «возвращение к норме», чем как «бум продаж».

Однако, для реализации этого оптимистического прогноза (рост продаж на 5% в штуках и на 10% в рублях) необходимо сохранение благоприятных факторов развития авторыннка:

- Положительная, или хотя бы не отрицательная динамика реальных доходов населения. И здесь, конечно, ни производители, ни авто-дилеры не властны как-то на это повлиять.
- Умеренная ценовая политика производителей и дилеров; рост цен не превышающий 5% за год.
- Сохраняющаяся, или лучше – растущая доступность авто-кредита.
- Сохраняющая умеренная поддержка отрасли со стороны государства.
- Адекватный маркетинг производителей и дилеров.

Отсутствие 1-2 из этих условий способно прекратить рост на автомобильном рынке. А сочетание снижения реальных доходов населения на 2 – 3% или более, при одновременном росте цен на новые автомобили на 8 – 10% или более способно привести к снижению объемов продаж новых автомобилей в 2019 году на 5 – 10% по сравнению с 2018 годом. Сочетание резкого роста цен на автомобили с другими неблагоприятными факторами уже приводило к резкому сокращению объемов продаж новых автомобилей на российском рынке в 2014 – 2016 гг. **См. Диаграммы 1 и 3.**

Диаграмма 3. Средняя цена легкового автомобиля в России 2002-2019 гг. Тys. руб.



Источник – АЕБ, «Автостат»; расчеты и прогноз – И. Березин

2018 год стал весьма успешным для всех лидирующих (по объемам продаж) марок, представленных на российском рынке. Кроме «Мерседеса», чьи продажи выросли менее чем на 3%. И «Шевроле», чьи продажи сократились более чем на 5%. Но он выбыл из топовой десятки (по продажам в штуках) еще в 2016 году. **См. Таблицу 1.**

Таблица 1. Продажи легковых автомобилей в России 2014 – 2018 гг. Тыс. шт.

Марка	2014	2015	2016	2017	2018
Лада	387	269	266	312	360
Киа	195	164	149	182	227
Рено	194	120	117	136	137
Хюндай	180	161	145	158	178
Ниссан	162	91	70	76	81
Тойота	162	98	95	94	108
Фольксваген	128	78	74	90	106
Шевроле	123	50	30	32	30
Шкода	84	55	55	62	81,5
Митсубиси	80	36	17	24	45
Форд	66	39	43	50	53
Мерседес	49	42	37	37	38
Итого по 12 маркам	1810	1203	1098	1253	1444
Рыночная доля 12 марок, %	73	75	77	78,5	80

Источник – АЕБ, расчеты – И. Березин

Наиболее впечатляющий рост в 2018 году (почти в два раза) продемонстрировала «Митсубиси». Но и снижение продаж у нее между 2014 и 2016 гг. было самое значительное среди марок первой десятки. Почти в пять раз! Так что до восстановления уровня продаж 2014 года «Митсубиси» еще очень далеко.

А вот «Киа», чьи продажи в 2018 году выросли почти на 25%, сумела не только восстановить уровень продаж 2014 года, но даже превзойти его на 16%. «Киа» оказалась единственной из ведущих (по продажам) маркой, которой в 2018 году удалось превзойти показатели 2014 года. И она уверенно занимает вторую строчку в «общей таблице о продажах», с приличным отрывом от идущего на третьей позиции «Хюндая». Последнему в 2018 году не хватило всего 1% до достижения уровня продаж 2014 года. А «Шкоде», прибавившей в продажах в 2018 году 31%, до уровня 2014 года не хватило 3%.

«Лада» в 2018 году продемонстрировала рост продаж на 15%, и с долей рынка в 20% уверенно занимает первую строчку по объемам продаж легковых автомобилей в России. До уровня продаж 2014 года ей остается прибавить еще 7,5%. Это вполне может произойти уже в 2019 году.

Собственно от того насколько успешны в своих маркетинговых стратегиях в 2019 году будут обозначенные в **Таблице 1** 12 марок, в значительной мере будет зависеть как сложится этот год на российском автомобильном рынке. Ведь на их долю в 2018 году пришлось ровно 80% общих продаж (против 73% в 2014 году).