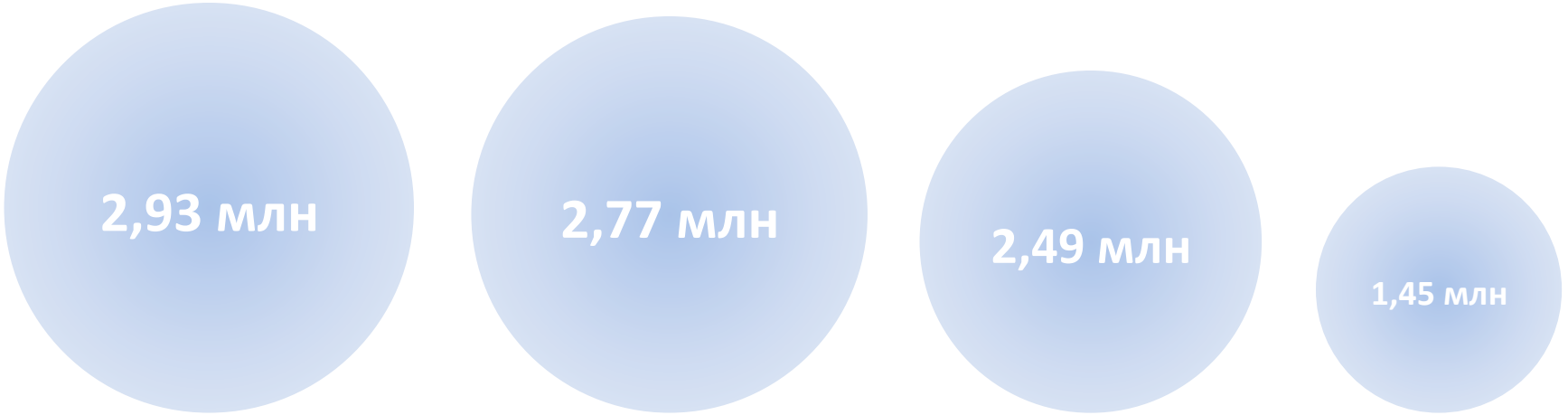
Обзор ситуации в авторитейле и корпоративном сегменте

Презентация журнала «АвтоБизнесРевю»

Достигнув пика в 2012 году, рынок три года подряд показывает отрицательную динамику

Изменение объема продаж за последние три года (PC + LCV)

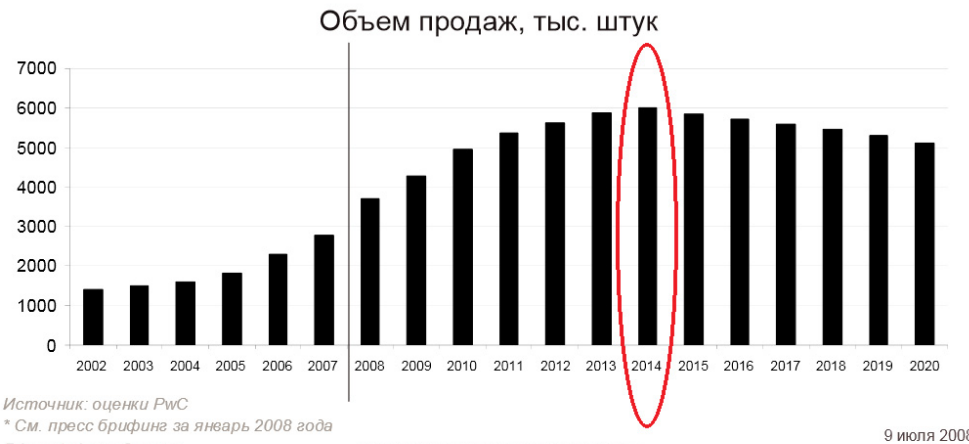


Прогнозы, которые высказывались до 2009 года, далеки от реальности

Один из возможных сценариев развития рынка

PricewaterhouseCoopers разработала сценарий* развития рынка на основе трех простых предпосылок:

- Инновационный сценарий развития экономики до 2020 года (МЭРТ)
- Рост числа автомобилей на 1000 человек до 400 штук
- 6% автопарка – ежегодное выбытие



Источник: оценки PwC
** См. пресс брифинг за январь 2008 года*

Стремительный рост продаж иномарок в 2000-е годы стал причиной излишнего оптимизма и завышенных прогнозов, которым пока не суждено сбыться.

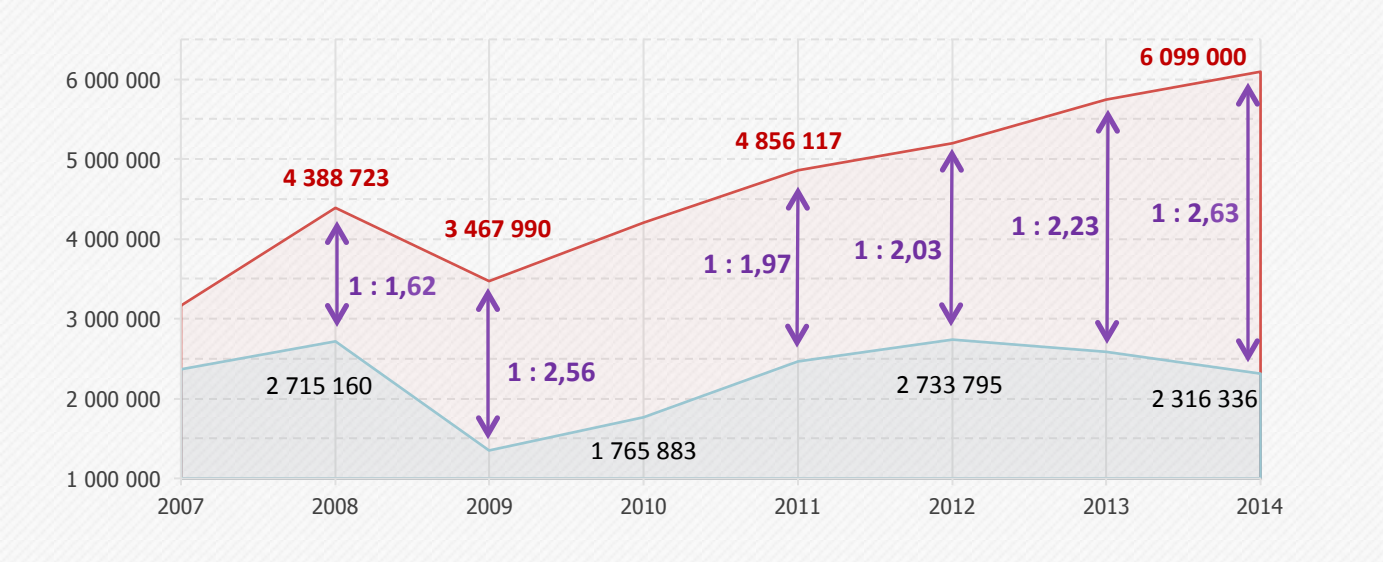
Возможно, эти показатели и не будут достижимы для автомобильной отрасли без кардинальных перемен в экономике страны.

Авторынок – это не только новые машины!

Соотношение продаж новых и подержанных автомобилей сокращалось до кризиса 2008 года, однако с 2011 года оно стабильно растет и приближается к мировым значениям. Например, в США пропорция равна 1 : 2,6; в Великобритании – 1 : 3,0; в Германии – 1 : 2,0.

Таким образом, суммарное количество сделок по приобретению автомобилей (новых + б/у) выросло с **7,1 миллиона** в 2008 году до **8,41 миллиона** по итогам 2014 года.

Соотношение продаж новых и подержанных пассажирских автомобилей в РФ



Источники: АвтоБизнесРевю, Автостат

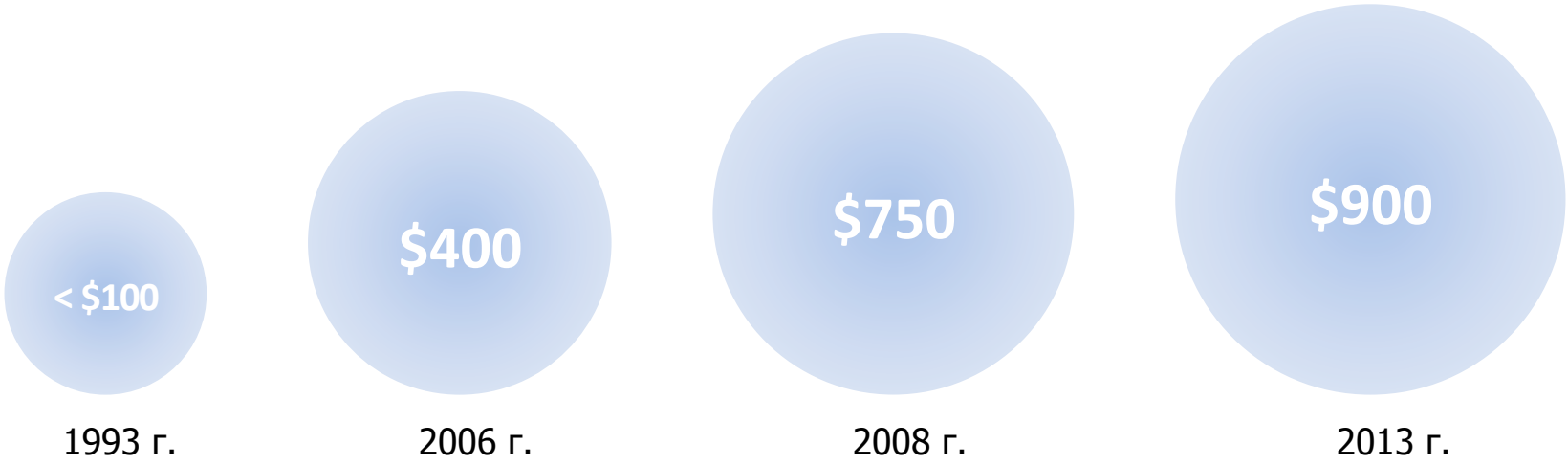
Изменение потребительской модели

Ключевой фактор развития продаж – **уровень доступности автомобиля**.

В 90-е годы покупали «Жигули» и подержанные иномарки не потому, что никто не хотел владеть новым автомобилем, а потому, что практически никто не мог себе это позволить.

В 2000-е спрос на отечественные модели упал не потому, что они стали хуже, а потому, что новые иномарки становились доступнее.

Средний уровень дохода в РФ



Источник: Росстат

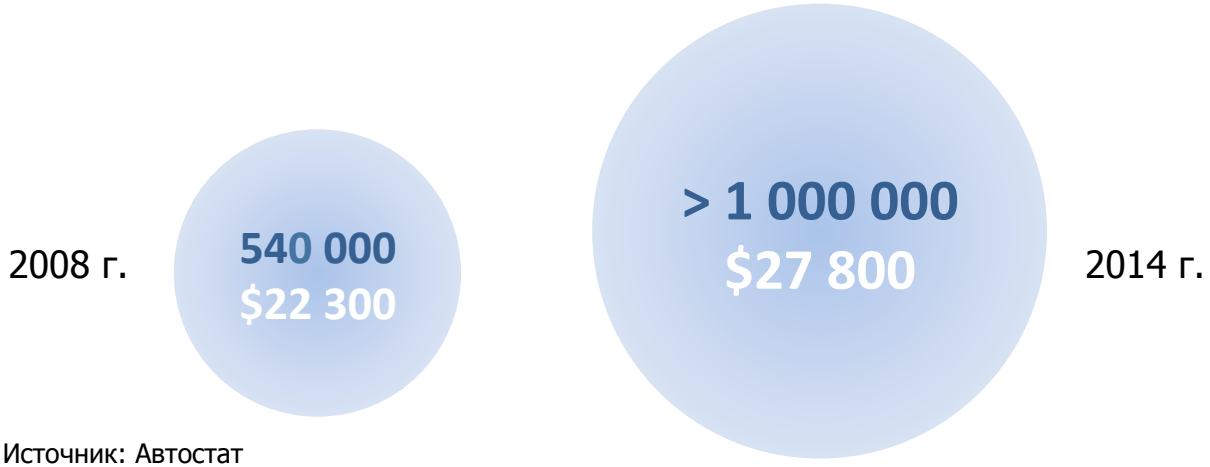
Изменение потребительской модели

Рост цен на новые автомобили идет безостановочными темпами. Несмотря на снижение импорта и рост локального производства ценообразование все равно сильно зависит от валютных курсов, стоимости комплектующих (в т.ч. импортных) и стоимости трудовых ресурсов.

Как итог, рост цен по идентичным моделям за последние шесть лет уже превысил **50%**.

Средняя цена продажи в рублях за пять лет увеличилась более чем на **80**% (в т.ч. в связи с изменением структуры рынка и роста более дорогих сегментов).

Средняя цена продажи нового автомобиля



Источник: Автостат

Смещение покупательского спроса

За последние 10 лет в России было продано **более 20 миллионов новых автомобилей**. Как минимум 15 миллионов из них – это потенциал вторичного рынка. Количество предложений на нем огромно, а цены более привлекательны, чем на новые автомобили.

На фоне отсутствия реального роста доходов населения и нестабильной экономической ситуации спрос смещается в сторону вторичного сегмента. Средняя цена покупки подержанной машины сейчас примерно равна средней цене нового автомобиля в 2008 году.

Средняя цена покупки автомобиля

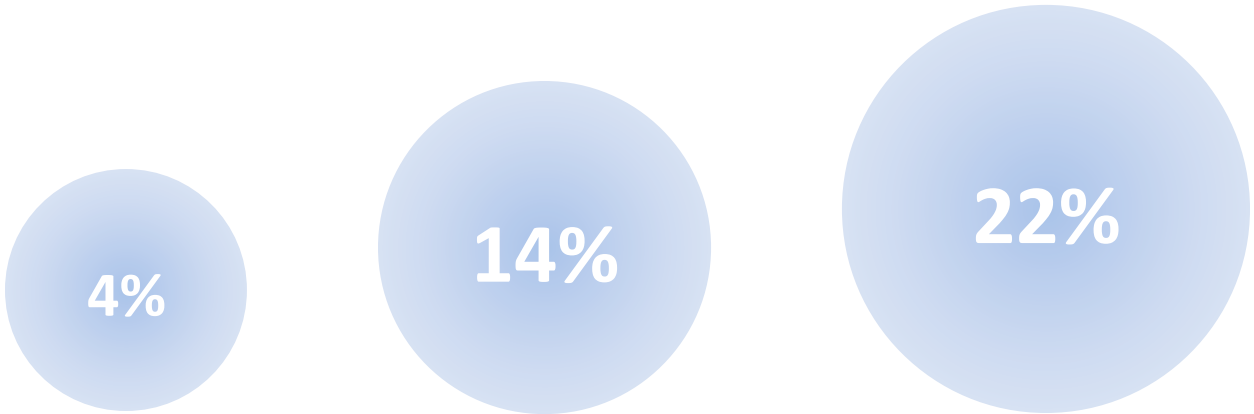
2014 г.

Источники: Автостат, АвтоБизнесРевю

Почему авторитейл потерял клиентов?

Условия автокредитования в России по-прежнему сильно отличаются от западных. Это служит серьезным ограничивающим фактором для роста продаж.

Средняя ставка по кредиту на приобретение нового автомобиля



Источник: FRB of New York, оценка АвтоБизнесРевю

Почему авторитейл потерял клиентов?

При существенной разнице в уровне доходов стоимость владения автомобилем в России практически не отличается от показателей развитых стран. При этом по всем параметрам в последние годы наблюдается серьезный рост.

– страхование автомобиля и ответственности;
– топливо;
– транспортный налог;
– техническое обслуживание и ремонт;
– хранения автомобиля и парковка в пределах города.

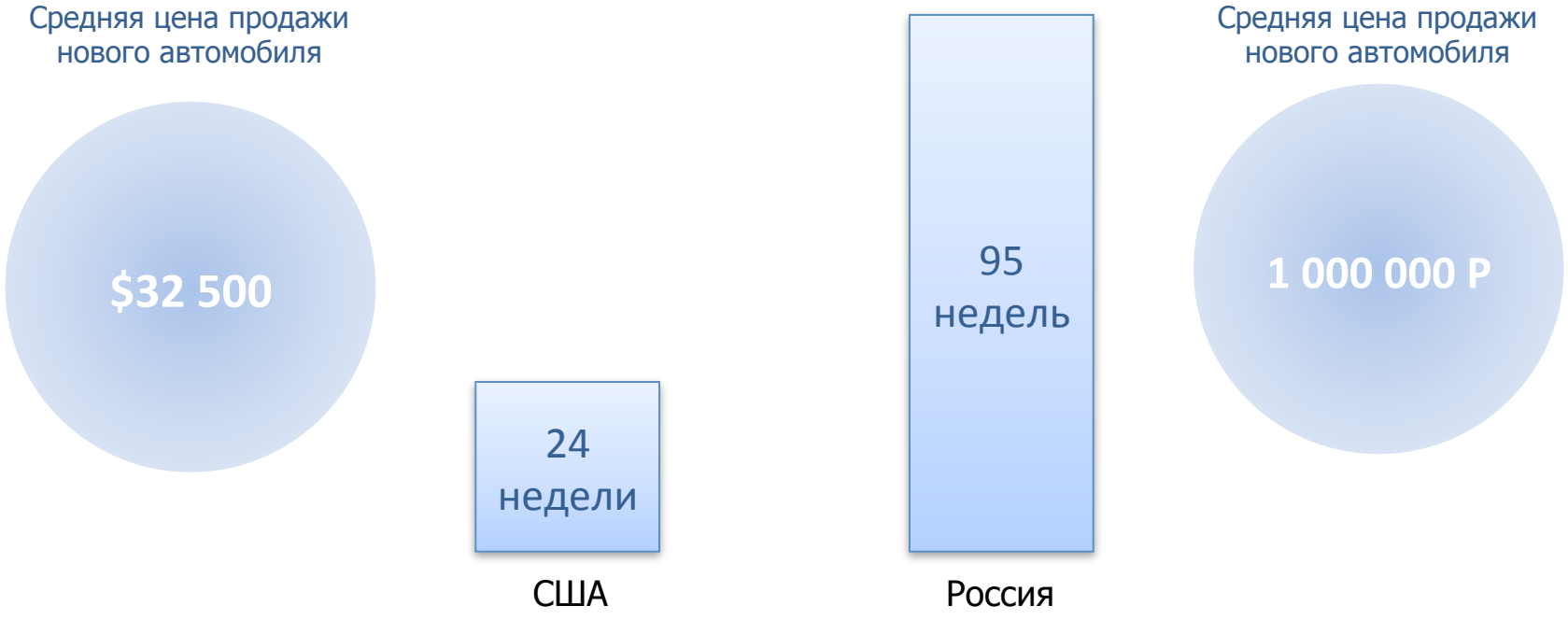
Средние годовые расходы на владение автомобилем в России

Источник: оценка АвтоБизнесРевю

Уровень доступности автомобиля

Сейчас спрос на новые автомобили не растет, потому что выгоднее купить машину с пробегом. Ключевой фактор развития продаж – **уровень доступности автомобиля**.

Показатель доступности нового автомобиля
исходя из среднего дохода семьи

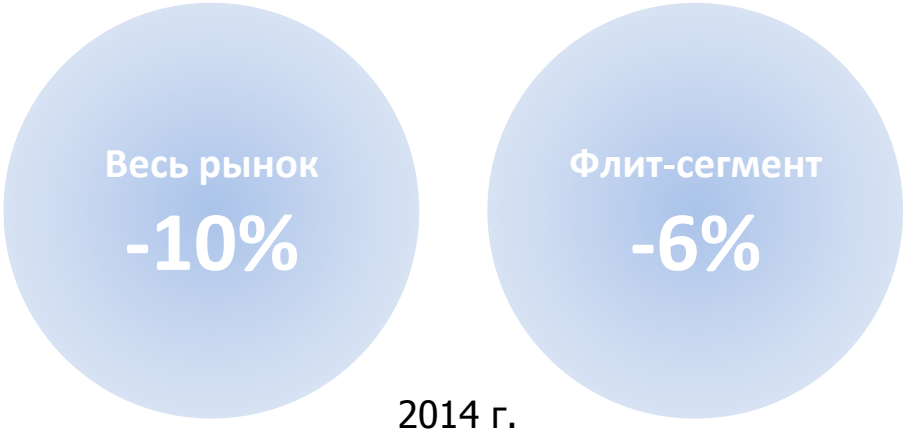


Источники: Comerica Bank, Росстат, АвтоБизнесРевю

Ситуация в корпоративном сегменте чуть лучше, чем на рынке в целом

Хотя сегмент корпоративных продаж также испытал снижение в 2014 году, динамика была немного лучше. Точно такую же картину можно было видеть в 2013 и 2009 годах, когда розничный сегмент сокращался сильнее, чем корпоративный.

Динамика продаж новых автомобилей в РФ



2014 г.

Источники: Автостат, АвтоБизнесРевю

Лидерам удалось нарастить продажи в корпоративном сегменте

В первой пятерке снизили продажи только два бренда. У остальных трех марок рост, в т.ч. у тех, чьи розничные продажи существенно снизились. В топ-25 положительная динамика у 15 брендов, а снижение доли на 2-8 п.п. наблюдается только у шести производителей.

Статистика продаж в корпоративном сегменте

Бренд	2014	2013	Динамика	Доля флита
Лада	42 853	41 233	4%	11,1%
Renault	41 164	45 221	-9%	21,2%
Hyundai	39 292	25 828	52%	21,9%
Toyota	31 397	27 686	13%	19,4%
Volkswagen	27 032	33 290	-19%	21,1%
Весь флит-сегмент	415 000	440 000	-6%	16,7%

Источник: АвтоБизнесРевю, АЕБ

Топ-5 по динамике продаж

Увеличить продажи наполовину смогли Hyundai и Audi. В первом случае сыграл роль рестайлинг модели Solaris. Во втором – Олимпиада в Сочи.

Лидеры по росту в корпоративном сегменте

Бренд	Динамика	2014	2013	Доля флита
Hyundai	52%	39 292	25 828	21,9%
Audi	50%	12 507	8 332	36,8%
Kia	18%	17 222	14 559	8,8%
Mercedes-Benz PC	17%	10 952	9 387	22,3%
Toyota	13%	31 397	27 686	19,4%

Источник: АвтоБизнесРевю, АЕБ

Ключевые показатели на основе статистики участников рейтинга дилерских холдингов

Все главные показатели в 2014 году продемонстрировали положительную динамику. Это подтверждает, что корпоративный сегмент оказался более стабильным.

Средний рост во флит-сегменте	Средняя доля корпоративных продаж	Средняя доля продаж в лизинг
+13%	16%	26%

Источник: АвтоБизнесРевю

Топ-5 дилеров по объему продаж в корпоративном сегменте

В первой пятерке все дилерские холдинги показали рост, две компании – более чем на 70%. Доля корпоративных продаж у всех лидеров находится в интервале 19,5% – 24%, то есть заметно выше среднего уровня (16%).

Рейтинг дилеров по объему продаж в корпоративном сегменте

Компания	2014	2013	Динамика	Доля флита
Рольф	20 650	16 639	24%	22,5%
Дженсер	15 520	8 510	82%	24,1%
Автомир	14 818	11 818	25%	20,3%
АвтоСпецЦентр	6 977	4 025	73%	19,5%
Фаворит Моторс	6 527	6 325	3%	19,9%
Все участники	124 236	109 639	13%	16%

Источник: АвтоБизнесРевю

Топ-5 по доле флит-продаж

Лидером рейтинга стабильно остается петербургская ГК «Аларм-Моторс», реализующая более трети автомобилей корпоративным клиентам. Планку в 30% также превышает московский холдинг «Пеликан». Из лидеров по объему лучшая доля у холдинга «Дженсер».

Лидеры по доле корпоративных продаж в общем объеме

Компания	Доля флита	2014	2013	Динамика
Аларм-Моторс	34,7%	2 585	3 750	-31%
Пеликан	30,0%	2 700	3 162	-15%
Атлант-М	24,9%	2 277	3 328	-32%
Дженсер	24,1%	15 520	8 510	82%
У Сервис+	23,6%	5 513	6 092	-10%

Источник: АвтоБизнесРевю

Опасности для авторитейла и корпоративного сегмента

– изменение потребительской модели и смещение спроса в сторону вторичного рынка;

– резкое падение покупательской активности после декабрьского всплеска;

– уход автоконцерна с российского рынка и сокращение локального производства;

– замедление экономики и влияние на все сектора бизнеса, а значит, на потенциал корпоративных продаж;

– режим экономии госбюджета, как следствие, сокращение госзакупок.

Как действовать в новых условиях?

В тесном сотрудничестве с клиентом и автопроизводителем!

– налаживайте более тесный контакт с клиентами и изучайте потребности, чтобы отвечать им;

– разрабатывайте специальные программы в сотрудничестве с дистрибьюторами;

– ищите потенциалы развития дополнительных услуг для клиентов: сервисное обслуживание, выкуп автопарков, выгодный и удобный обмен прежнего на новые модели;

– предлагайте варианты исходя из стоимости владения и обслуживания, а не цены самого автомобиля;

– оптимизируйте работу и изучайте лучшие практики!

СПАСИБО!
И успеха в бизнесе!

Сергей Баранов
главный редактор «АвтоБизнесРевю»
+7-495-772-7972
chiefeditor@abreview.ru