ВЕДОМОСТИ
издаются совместно с
THE WALL STREET JOURNAL & FINANCIAL TIMES

Ford растет быстрее

А в целом рост продаж иномарок снижается

Глеб Столяров
Елена Виноградова
Ведомости
07.04.2006, №61 (1588)
Фото: www.ford.ru

Продавцы сдерживают продажи, боясь не справиться с техобслуживанием, снова популярен секонд-хэнд, больше всех продают те, у кого есть заводы в России. Таковы автомобильные итоги I квартала текущего года. А темпы роста продаж новых иномарок составили 54% — почти на треть меньше, чем год назад.

За I квартал 2006 г., по предварительной оценке группы компаний “Рольф”, крупнейшего продавца иномарок, в России было продано около 160 000 автомобилей иностранных брэндов, включая легкие коммерческие автомобили (без учета Chevrolet Niva). 50 000–60 000 иномарок из этого объема было собрано, по оценкам нескольких экспертов, на российских заводах.

ИТОГИ ПРОДАЖ ИНОМАРОК ЗА ЯНВАРЬ-МАРТ 2006 Г.

	I кв. 2006 г.	I кв. 2005 г.	Рост 2005/2006, %
Hyundai	21 930	14 560	50
Ford	15 950	8 619	85
Daewoo	15 273	15 199	0,004
Toyota	15 033	11 220	34
Mitsubishi	13 936	11 924	17

Источник: данные компаний и официальных дилеров

увеличить

Итоги I квартала объявили еще не все автопроизводители — официальные цифры пока не предоставили Renault, Mazda, Chevrolet, Volkswagen, но, по предварительным данным, можно судить, что за первые три месяца 2006 г. продажи новых иномарок в России выросли, по оценкам аналитиков группы “Рольф”, на 54%. Год назад этот показатель составлял 70%.

Первое место в рейтинге самых продаваемых иномарок сохранила корейская Hyundai. С учетом моделей Accent и Sonata, собранных на заводе ТагАЗ, в стране реализовано 21 930 ее автомобилей. На втором месте — Ford, продавший, по собственным данным, 15 950 автомобилей. Узбекская Daewoo, как и год назад, преподнесла участникам автомобильного рынка сюрприз. Весной 2005 г. она стала лидером продаж, а в этом перепрыгнула с пятой позиции, занятой по итогам года, на третью с результатом в 15 273 автомобиля, 10 667 из которых — Daewoo Nexia. Прорыв этой модели можно объяснить тем, что Daewoo, как и другие бюджетные автомобили, лучше всего продается весной, уверен эксперт Российской ассоциации маркетинга Владислав Цветков. Успеху марки также способствовало возобновление регулярных поставок комплектующих для сборки на завод UzDaewoo. В конце прошлого года они шли с перебоями, напоминает генеральный менеджер по маркетингу группы компаний “Рольф” Валерий Тараканов. На четвертой позиции с отрывом от Daewoo всего в 240 штук оказалась Toyota, продавшая 15 033 автомобиля. Пятое место у японской Mitsubishi.

Аналитики A. T. Kearney обращают внимание на значительное снижение темпов роста продаж у большинства марок: из пятерки лидеров существенно улучшил этот показатель лишь Ford — 85% против 37% год назад. Динамика Hyundai — 50% против 119% весной 2005 г.; Mitsubishi — 17% против 115%. Самые высокие темпы у тех, кто располагает сборочным производством в России, отмечает руководитель направления машиностроения и транспорта по России и СНГ компании A. T. Kearney Евгений Богданов. По его данным, открытие российских заводов позволило в I квартале удвоить продажи французской Renault и корейской Kia.

Правда, некоторые торговцы, ввозящие иномарки из-за границы, утверждают, что сознательно сдерживают продажи. “Мы столкнулись с необходимостью не форсировать продажи, поскольку они не успевают за ростом сервисной сети”, — говорит Тараканов. По этой же причине занижает квоту для России и японская Mazda, рассказала “Ведомостям” Мария Магуайр, PR-менеджер Mazda в России. Большие продажи при маленькой сети сервисов чреваты месячными очередями на техобслуживание и ремонт и, как следствие, ударом по имиджу марки.

Но есть и другое объяснение: самый емкий автомобильные рынок — московский — насыщается. Влияет на покупательскую активность и высокая инфляция, составившая в прошлом году 12%, считает Тараканов. По его мнению, она отчасти содействует увеличению импорта подержанных иномарок: за прошлый год он увеличился на треть и составил, по оценке “Рольфа”, 413 000 автомобилей. “Многие представители среднего класса, по которому инфляция бьет больнее всего, сейчас задумываются о приобретении подержанной иномарки, вместо того чтобы купить новую”, — отмечает Тараканов.

Все крупные дилеры признаются, что поддерживать положительную динамику продаж им помогают кредитные программы. Например, менеджер компании “Инком-Авто”, продающей как иномарки, так и отечественные автомобили, рассказывал “Ведомостям”, что его компания продает в кредит уже около 50% автомобилей. А управляющий директор компании AG Capital Александр Агибалов ожидает, что в этом году объем автомобилей, продаваемых в кредит, может вырасти в денежном выражении на 75%.

Постоянный адрес материала: http://www.vedomosti.ru/newspaper/article.shtml?2006/04/07/105025