

СИТУАЦІЯ НА АВТОМОБІЛЬНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

РУДОЛЬФ АРЗУМАНЯН,
віце-президент зі стратегічного маркетингу корпорації «Богдан»

Проблеми автомобільного ринку України викликані макроекономічними змінами і вимагають системного маркетингового аналізу.

Автомобільний ринок 2009 року має чотири головні відмінності від ринку 2008 року — це обсяг кредитування продажів автомобілів, ціни на автомобілі, доходи і настрої споживачів. Щомісячний продаж автомобілів у 2009 р. зменшився на 75-79% порівняно з минулим 2008 р. і стабілізувалися в обсязі 11,0-14,0 тис. автомобілів на місяць. Зробимо уточнення, з чого складається це зменшення продажів.

Розглянемо ситуацію на автомобільному ринку України на прикладі липня місяця 2009 року. За результатами реєстрацій автомобілів, за липень 2009 р. було продано на 77,6% менше, ніж за аналогічний місяць 2008 р. Це фактор ринку.

З чого ж складається цифра 77,6%? Розглянемо основні причини зменшення ринку: три об'єктивні і одну суб'єктивну.

Спрощено відсоток зменшення автомобільного ринку України можна описати такою формулою:

$$A = B + C + D - Z,$$

де A — відсоток зменшення продажів автомобілів у поточному місяці порівняно з аналогічним місяцем минулого року;

B — цифра, що визначає різницю між обсягами продажів у кредит автомобілів у відсотках поточного місяця (липень 2009 р.) і аналогічним місяцем минулого року (липень 2008 р.). У 2008 р. (8 міс.) кредитні машини займали 40,3% у реалізації, у 2009 р. (8 міс.) — 4,3%;

$$B = (40,3\%) - (4,3\%) = 36\%;$$

C — відсоток збільшення цін на автомобілі у гривнях (з урахуванням витрат на сплату податків та витрат щодо постановки на облік автомобіля). У липні 2008 р. середня ціна автомобіля на ринку України становила 14 566 євро (111 295 грн), у липні 2009 р. зафіксована середня

ціна 14 400 євро (155 187 грн);

$$C = 39,5\%;$$

D — відсоток зміни споживчих настроїв покупців автомобілів. Згідно з опитуваннями нашого департаменту стратегічного маркетингу, споживчі настрої покупців автомобілів у липні 2009 р. були гірші, ніж у липні 2008 р. на 6,2%;

$$D = 6,2\%;$$

Z — відсоток збільшення середньої зарплати в Україні. Середня зарплата в гривнях збільшилася на 4,1%, з 1930 грн у липні 2008 р. до 2008 грн у липні 2009 р.;

$$Z = 4,1\%.$$

У результаті розрахунку дістали реальний відсоток зменшення автомобільного ринку в липні 2009 р. порівняно з липнем 2008 р.:

$$A = B + C + D - Z = 36 + 39,5 + 6,2 - 4,1 = 77,6\%.$$

Як збільшити обсяги ринку?

Знаючи причини, які впливають на обсяги ринку, можна пропонувати заходи щодо поліпшення становища.

Уряди країн світу активно формують такі показники, що впливають на ринки, як збільшення розмірів кредитування покупок автомобілів (або принаймні зменшення рівня його падіння) та пільги до цін покупки автомобілів, надаючи дозволені у рамках СОТ пільги покупцям у вигляді грошової винагороди за здачу старого автомобіля в утилізацію.

Одні країни (Європа, США тощо) почали повертати гроші покупцям нових автомобілів у разі здавання старого автомобіля в утилізацію, другі (Китай, Росія тощо) — почали надавати пільги з кредитування покупцям нових автомобілів, треті (Індія та ін.) — надали покупцям нових автомобілів пільги з оподаткування.

Так, у Франції серпневі продажі легкових автомобілів зросли на 7% порівняно з серпнем 2008 р. — до 110 607 одиниць.

В Іспанії серпень 2009 р. став першим періодом відсутності спаду продажів за останні 16 місяців. У серпні іспанці придбали 58 510 легкових автомобілів — усього на 20 штук менше, ніж роком раніше. Цьому сприяли виплати у розмірі 2000 євро кожному покупцеві нової машини.

Американський автогігант «Ford» уперше за два роки відзвітував про зростання рівня продажів автомобілів. У серпні 2009 р. компанія продала на 17,2% більше автомобілів, ніж за аналогічний період минулого року. На думку експертів, багато в чому зростання рівня продажів «Ford» сприяла реалізація державної програми «готівку в обмін на старі авто». У рамках акції, на яку державою було виділено 3 млрд дол., американці могли здавати старі машини, що споживають багато бензину, і за умови, що вони придбають новий і більш економічний автомобіль, отримати чек на суму від 3,5 до 4,5 тис. дол.

У чому відмінність заходів, прийнятих в Україні, і заходів, вжитих в інших країнах світу?

Перша відмінність — ефективність.

У країнах світу обсяги продажів нових автомобілів повернулися на докризовий рівень і навіть перевищили його (Німеччина, Китай).

Друга відмінність — ставлення громадської думки до вжитих заходів.

Третя відмінність — вплив запроваджених заходів на макроекономічні показники.

Автомобілебудування — локомотив світової економіки. Світ заговорив про можливий вихід з кризи.

Послідовність подій: змінився попит на автомобілі — змінилися обсяги виробництва.

В Україні пішли своїм шляхом. Запровадження додаткового мита у розмірі 13% повинно було підвищити середню ціну автомобіля на ринку і тим самим сприяти зменшенню обсягів продажів.

Надія була на те, що цей крок зробить більш конкурентними автомобілі

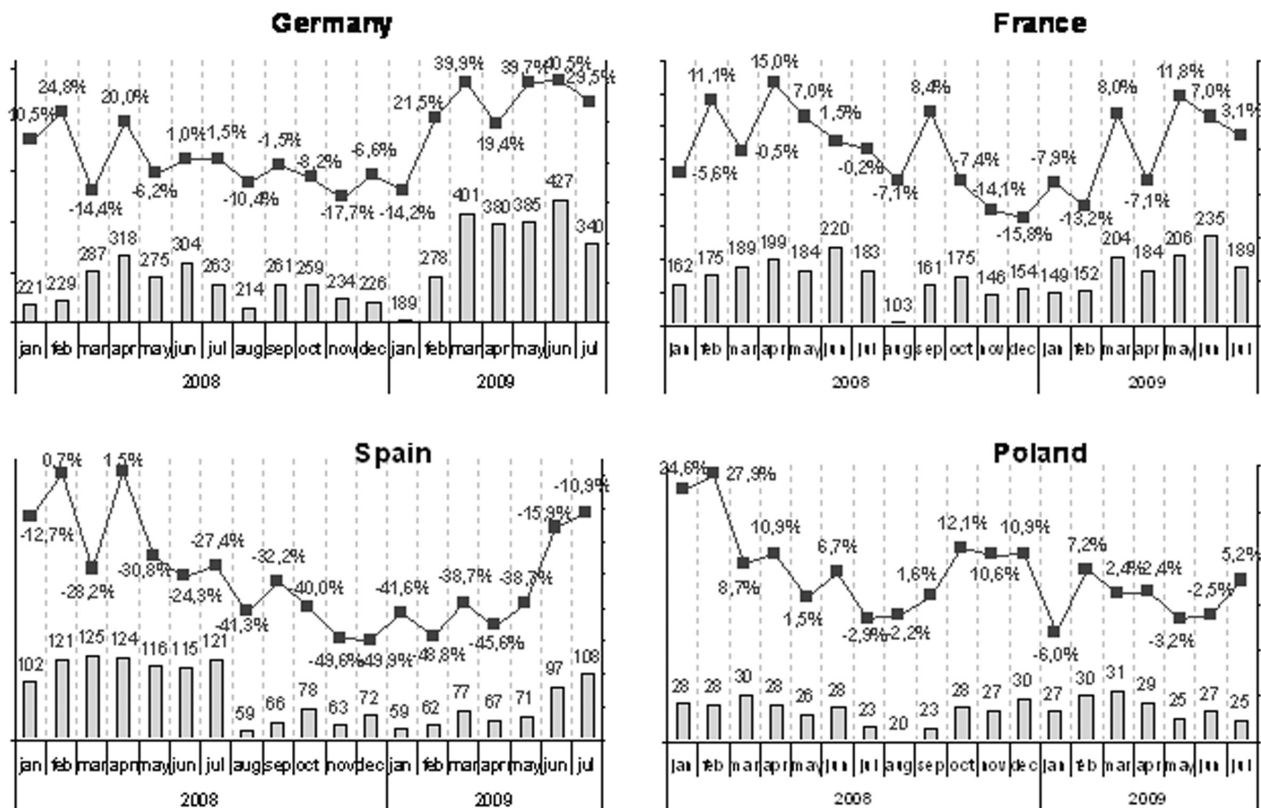


Рис. 1. Збільшення продажів на ринках нових легкових автомобілів Німеччини, Франції, Іспанії, Польщі у 2009 р. (завдяки вжитим заходам урядів щодо стимулювання рівня попиту)

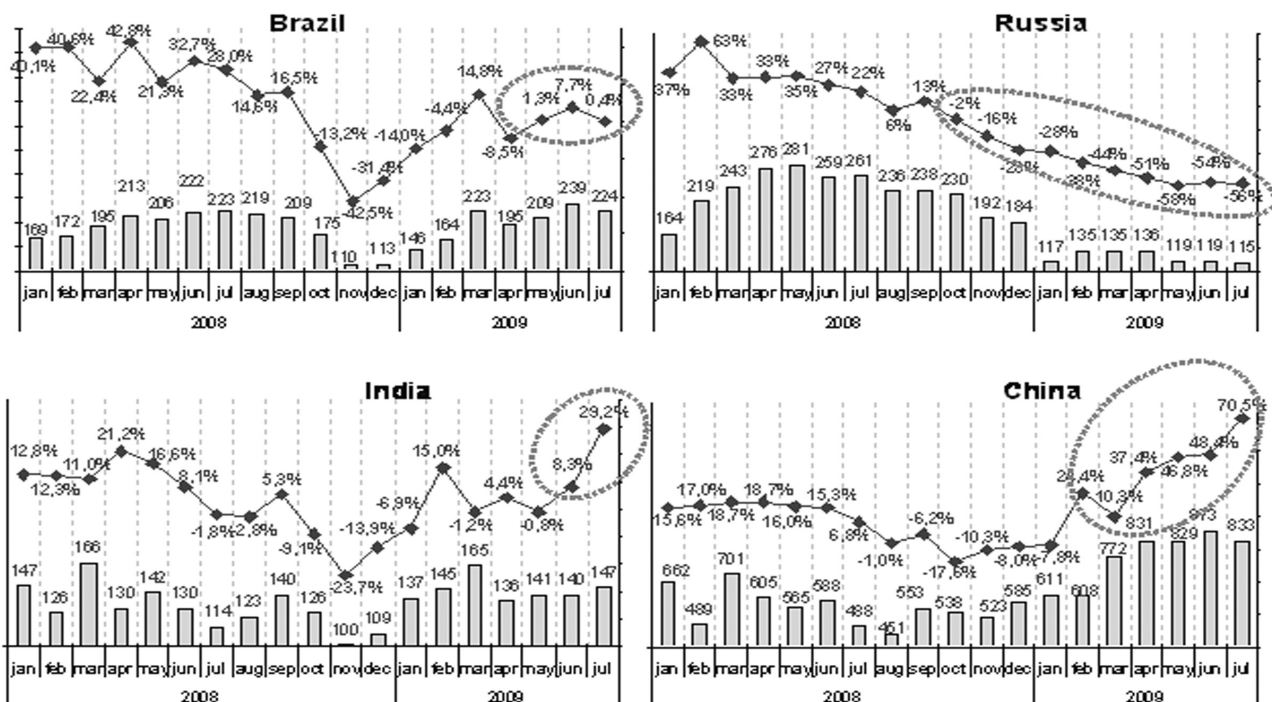


Рис. 2. Ефективність заходів стимулювання попиту на ринках легкових автомобілів країн БРІК у 2009 р.

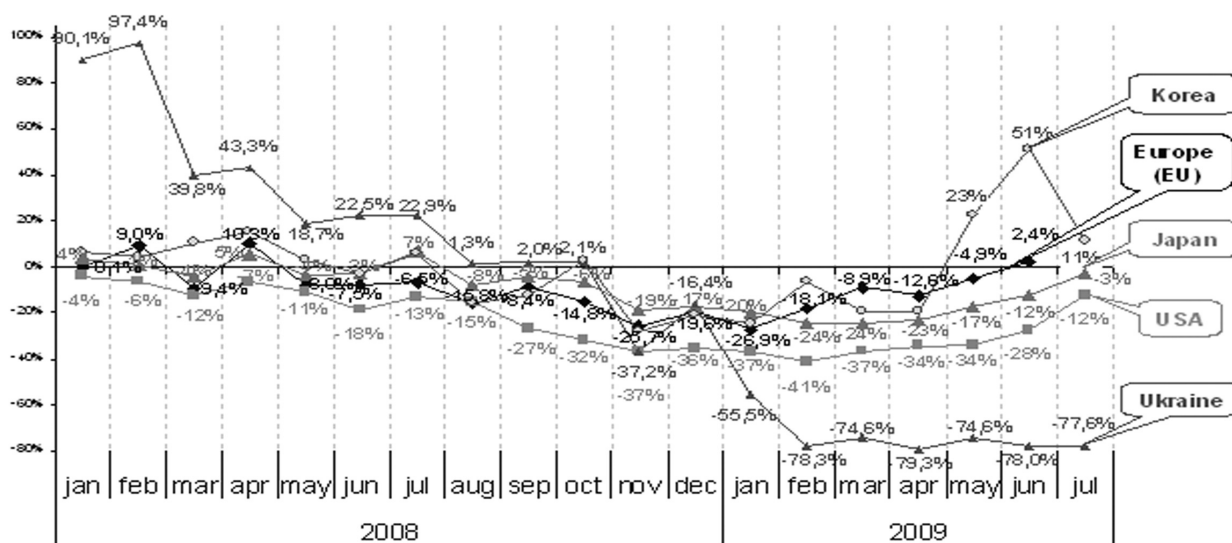


Рис. 3. Темпи зміни автомобільних ринків у країнах світу (звітний місяць у відсотках до аналогічного місяця минулого року)

українського виробництва. На жаль, запізнилися принаймні на один рік!

Статистика — річ уперта. На 1 січня 2009 р. понад 120 тис. нерозпроданих автомобілів перебували на складах дистриб'юторів, дилерів і в незавершеному виробництві — на заводах.

Це рішення могло викликати обурення з боку автолюбителів, які очікували, що вони будуть купувати авто з 13%-ю надбавкою в ціні...

Насправді зростання роздрібних цін відбулося не через введення 13% мита, а тільки через курсову різницю валют, тому що більшість дистриб'юторів не розмитнюють автомобілі у період дії мита (та й навіщо, якщо склади заповнені автомобілями випуску 2008 р.), але потенційні покупці завдяки публікаціям у пресі подумали саме так.

Додатково й імпортери додали масти в вогонь народного невдоволення постійними заявами в пресі — скільки грошей втратив бюджет через нерозмитнення автомобілів. (Будь-яка розсудлива людина розуміє, що і в разі відсутності цього додаткового мита — імпортери б теж не ввозили автомобілі. Розпродати б авто 2008 року зі складів!)

Ринок автомобілів 2009 року, не звертаючи уваги на дії операторів ринку, поводить стабільно, з урахуванням сезонних коливань рівня попиту. Так, порівняно з 2008 р. зменшився рівень попиту на автомобілі.

За прогнозами фахівців-аналітиків, ринок 2009 року очікується в обсязі 150-160 тис. автомобілів. Але це наслідок, а не причина поганих продажів.

Зменшення попиту на традиційні експортні товари України на зовнішніх ринках не було компенсовано збільшенням внутрішнього ринку. Тому не вдалося утримати стабільним курс гривні, що відразу ж позначилося на роздрібних цінах на автомобілі. На автомобілі українського виробництва це вплинуло менше, а на автомобілі імпортні — більше.

Сьогодні в Україні найдоступнішими за цінами для покупця автомобілями є авто українського виробництва (збору). Треба було оперативно збільшити внутрішній ринок, щоб компенсувати падіння експорту. Українська гривня впала. І вжиті заходи не допомогли — внутрішній ринок автомобілів в Україні не зберіг обсягів 2008 року, він теж звузився в чотири рази. Але ж можна було цього уникнути? Чи є вихід?

Чому не можна було зберегти обсяги ринку?

Адже насиченість автомобілями в Україні на душу населення як і раніше — одна з найнижчих у Європі. Майже кожен п'ятий громадянин України має легковий автомобіль (163 машини на 1000 жителів станом на 01.01.09), в європейських країнах цей показник набагато вищий — там влас-

ником автомобіля є майже кожен другий громадянин.

А що роблять наші сусіди?

Росія за прикладом зарубіжних країн усвідомлює програму пільгового кредитування покупців російських автомобілів має намір почати компенсувати громадянам Росії здавання старого автомобіля в утилізацію за умови придбання нового. За повідомленнями преси, програма розрахована на 200 тис. автомобілів. Це гарний подарунок російським автовиробникам.

Що очікуємо восени-взимку?

Термін дії мита у 13% не буде продовжений, і в Україну будуть ввезені у вересні-жовтні нові автомобілі виробництва 2008-2009 рр. з 10% митом. Цей крок не зупинить майбутніх тенденцій підвищення цін на авто. Реальний курс національної валюти наприкінці серпня 2009 р. становив 8,5 грн за 1 дол. США. А раніше закуплені автомобілі розмитнювали в основному за курсом 5,3 грн. Реально митні платежі за новий автомобіль поважчали на 60%.

Не впевнений, що оператори ринку підуть за таких умов на цінові пільги покупцям. За прогнозами, ціни на автомобілі збільшаться на 10-20%. Час дешевих автомобілів скінчився.