



КРИЗИСНЫЕ ЯВЛЕНИЯ НА АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ И ИНСТРУМЕНТЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ

Часть 1. Анализ и прогноз развития автомобильного рынка

Часть 2. Антикризисные решения

Цветков Владислав
Доклад на конференции
9 июля 2009 года



СОДЕРЖАНИЕ



Часть 1. Анализ и прогноз развития автомобильного рынка

1. Текущее состояние автомобильного рынка РФ
2. Факторы, влияющие на развитие автомобильного рынка
3. Прогноз развития рынка автомобилей
4. Анализ кризиса продаж автомобилей LADA

Часть 2. Антикризисные решения

1. Изменение государственной стратегии регулирования рынка
2. Изменение стратегии развития авто сборочных производств
3. Изменение стратегии развития дилера
4. Антикризисные инструменты дилера



ЧАСТЬ 1. АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА



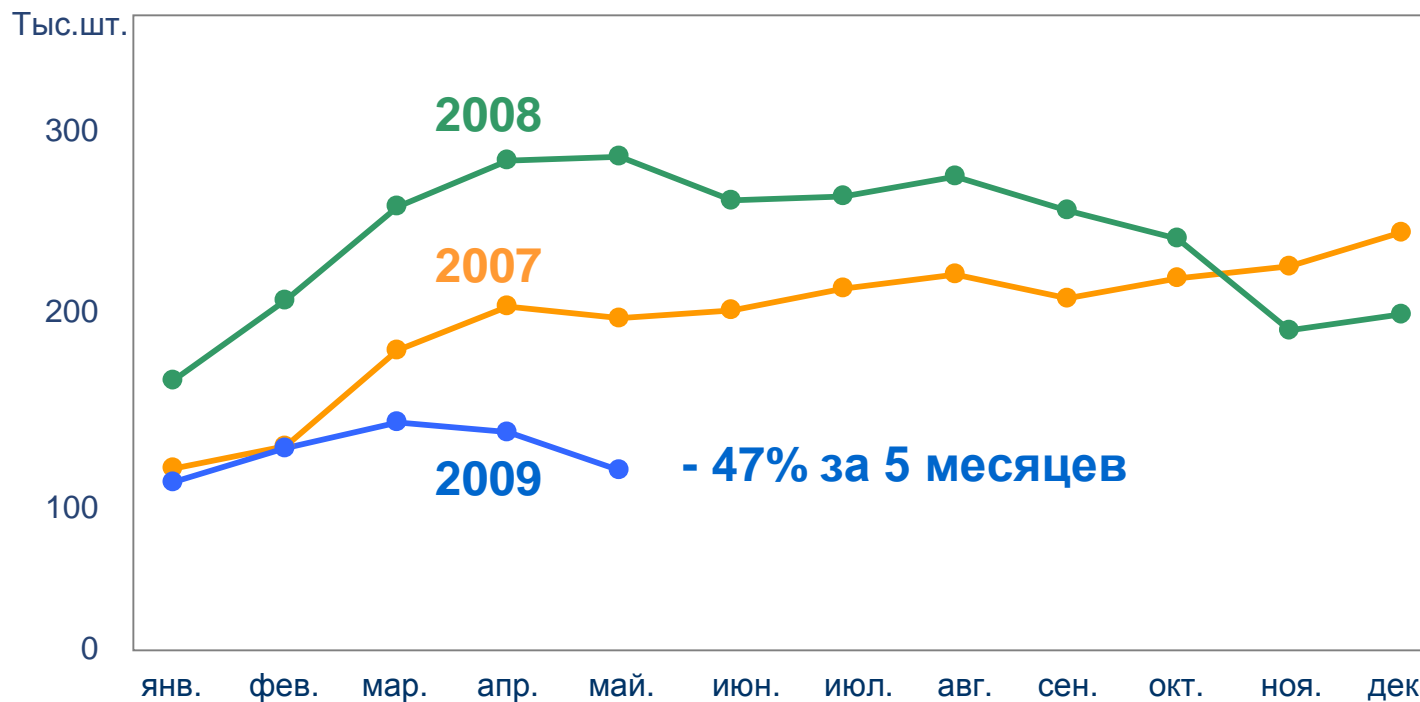
ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА

ДИНАМИКА ПРОДАЖ



- ❏ Несмотря на традиционное увеличение спроса в весенние месяцы, в первой половине 2009 года наблюдается падение продаж
- ❏ Сезонность спроса нивелирована внешними факторами: колебаниями на валютном рынке, изменениями потребительских настроений и т.д.

Динамика продаж легковых автомобилей в РФ в 2007-2009 гг., тыс.шт. в месяц





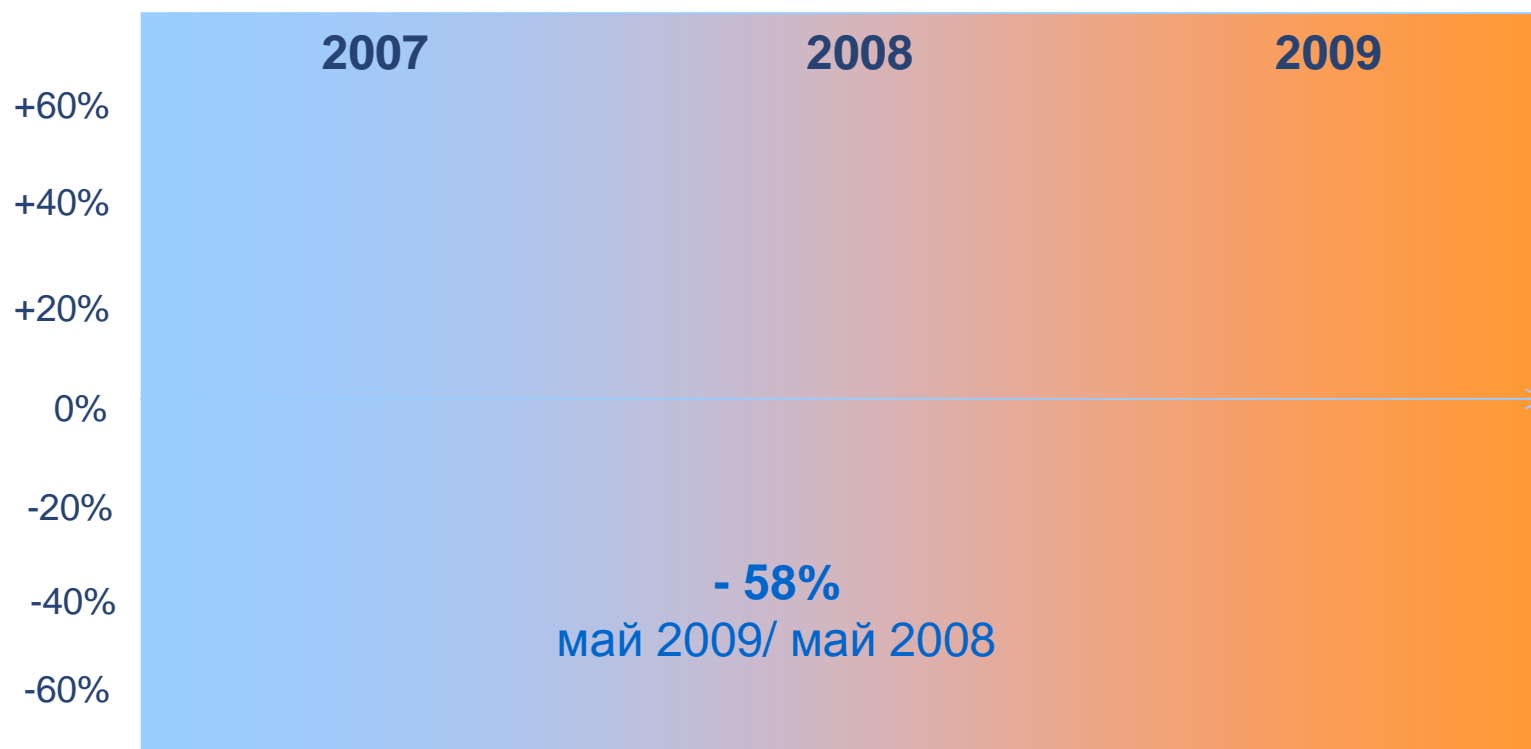
ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА

УСКОРЕНИЕ ТЕМПА ПАДЕНИЯ РЫНКА



- Ускорение темпов падения продаж новых автомобилей – основная тенденция в 2009 г. Уровень падения продаж в мае составил почти 60%.

Динамика продаж легковых автомобилей в РФ в 2007-2009 гг., % к предыдущему году





ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ VS ИНОМАРКИ



- В 2009 году продажи отечественных марок снижаются среднерыночными темпами в отличие от кризиса 1998 г., когда наблюдался ощутимый рост продаж отечественных марок.
- Схожие темпы падения продаж обусловлены временным сохранением ценового паритета отечественных и иностранных марок. В первой половине года большинство иномарок продавалось по ценам 2008 г. в связи с большим объемом накопленных запасов автомобилей.

СЕГМЕНТ	Янв-май 2008	Янв-май 2009	% 5 мес.	Май 2008	Май 2009	% май
Новые а/м российских марок	366	178	- 51%	81	36	- 56%
Новые а/м иностранных марок	854	467	- 45%	200	84	- 59%
ВСЕГО	1220	546	- 47%	281	119	- 58%



ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ДИНАМИКА ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТОВ



- Кризисные явления привели к существенным изменениям структуры рынка – выросла доля верхних ценовых сегментов (автомобили стоимостью более 500 тыс. руб.), снизилась доля среднего и нижнего ценового сегмента (стоимостью до 500 тыс. руб.)

Структура продаж по ценовым сегментам, %

СЕГМЕНТ	2007	2008	1 кв. 2009
До 200 тыс. руб.	9%	7%	5% -
200 - 300 тыс. руб.	33%	22%	18% -
300 - 400 тыс. руб.	15%	19%	17% -
400 - 500 тыс. руб.	14%	13%	11% -
500 - 1000 тыс. руб.	22%	30%	33% -
От 1 млн. руб.	8%	9%	14% -
ВСЕГО	100%	100%	100%



ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ДИНАМИКА ПО МАРКАМ



- Кризис 2008-2009 гг. сильнее всего отразился на благосостоянии среднего класса, в результате наихудшая динамика продаж наблюдается для автомобилей, ориентированных на средний класс.

Крупнейшие марки с динамикой продаж
ВЫШЕ среднерыночных темпов

Марки	% 5 мес.	% май
В среднем по рынку	- 47%	- 58%
Chevrolet	- 52%	- 52%
LADA	- 45%	- 54%
Renault	-36%	- 29%
KIA	- 38%	- 35%
Daewoo	- 45%	- 45%

Крупнейшие марки с динамикой продаж
НИЖЕ среднерыночных темпов

Марки	% 5 мес.	% май
В среднем по рынку	- 47%	- 58%
Ford	-43%	-69%
Nissan	-44%	-60%
Toyota	-54%*	-64%
Hyundai	-62%	-77%
ГАЗ	-61%	-60%

* -57% за 6 месяцев



ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ДИНАМИКА ПО КЛАССАМ



- Структура продаж в разрезе классов автомобилей не претерпела существенных изменений

Структура продаж по классам автомобилей, %

КЛАСС	2007	2008	1 кв. 2009
A	3%	2%	2%
B	37%	34%	30%
C	31%	33%	31%
D	6%	6%	6%
E/F	4%	3%	4%
SUV	16%	18%	22%
MPV	2%	2%	2%
Прочее	1%	1%	1%
ВСЕГО	100%	100%	100%



ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОДАЖ ПОДХОД К АНАЛИЗУ



Для прогнозирования были построены две математические модели, описывающие два разных этапа развития рынка (этап падения – поиск дна и этап восстановления):

КРАТКОСРОЧНАЯ МОДЕЛЬ (2009-2010 гг.).	
	Оценивает уровень падения рынка и определяет продолжительность периода стагнации продаж
ДОЛГОСРОЧНАЯ МОДЕЛЬ (2011-2020 гг.)	
	Оценивает влияние макроэкономических факторов на темпы роста рынка в период его восстановления



КРАТКОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ ПРЕДПОСЫЛКИ ПО ИЗМЕНЕНИЮ ДОХОДОВ



МАРКЕТИНГОВЫЕ
И ИНВЕСТИЦИОННЫЕ
ПРОЕКТЫ

📁 Уровень благосостояния населения – основной фактор динамики рынка.

ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ

По оценкам МЭР РФ **падение ВВП** составило 8,5% в 2009 году, при этом до 2011 года уровень роста ВВП не превысит 1,5% в год. Данные темпы роста экономики не позволят обеспечить докризисный уровень доходов и потребительской активности населения

ЦЕНЫ НА НЕФТЬ

Прогнозируемый **уровень цены на нефть** в 2010 году составляет 55-65\$ за баррель (оценки МЭР и Минфин РФ, независимые оценки Morgan Stanley) и не превысит 75\$ по наиболее оптимистичным оценкам (Bank of America)

ТЕМПЫ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ

Низкие темпы восстановления экономики, по оценке МЭР РФ, приведут к падению уровня реальных доходов на 10-15% в 2009 году и сохранению уровня в 2010 году.



КРАТКОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ ПРЕДПОСЫЛКИ ПО КРЕДИТОВАНИЮ



- 📁 Восстановление кредитования – важное условие для возобновления роста рынка новых автомобилей

ВОССТАНОВЛЕНИЕ КРЕДИТОВАНИЯ

По оценкам ЦБ РФ восстановление целевого кредитования будет происходить поэтапно и продлится, по крайней мере, до начала 2010 года.

ПЕРВЫЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ

На первом этапе, начало которого приходится на первое полугодие 2009 г., кредитные программы банков «размораживаются», кредитование осуществляется по премиальным ставкам. Банки уделяют особое внимание специальным программам кредитования, в частности кредитам на приобретение подержанных иномарок*.

ВТОРОЙ ЭТАП ВОССТАНОВЛЕНИЯ

На втором этапе (2010 год и далее) ожидается снижение ставок, упрощение процедур, усиление конкуренции на рынке целевых кредитов.

* - на основании анализа целевых кредитных программ ведущих российских банков



КРАТКОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ ПРЕДПОСЫЛКИ – ПРОЧИЕ ФАКТОРЫ



ДЕВАЛЬВАЦИЯ РУБЛЯ

Согласно оценкам экспертов МВФ стоимость барреля нефти выше \$60 кратковременно, и во втором полугодии 2009 г. возможна **вторая волна девальвации рубля**. При этом тенденция постепенного ослабления курса может распространиться на первое полугодие 2010 г.

РОСТ ОБЪЕМОВ СБЕРЕЖЕНИЙ

Повышение привлекательности валют и банковских вкладов в валютах, а также негативные потребительские ожидания привели к **увеличению доли сбережений** в денежном обороте потребителей. По данным ЦБ РФ:

- за период октябрь 2008 – март 2009 объем покупки валюты населением на 70% превышал аналогичный показатель за 2008 год.
- объем ежемесячно привлеченных средств в валюте в период октябрь 2008 – март 2009 увеличился более чем в 2 раза по сравнению с докризисным уровнем.

СНИЖЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ

Индекс потребительских настроений в период 2008-2009 г.г. показывает тенденцию к снижению, что характерно для периода высокой экономической неопределенности.



КРАТКОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ СЦЕНАРИИ



- ❏ В рассматриваемых вариантах предполагается падение реальных доходов населения, при этом сокращение на 12% соответствует сохранению уровня номинальных доходов, а сокращение на 20% и 30% подразумевает рост безработицы в 2009 году.
- ❏ Сокращение объемов целевого кредитования в 2 раза отражает ситуацию, сложившуюся во втором полугодии 2008 года, а падение в 4 раза представляет собой пессимистичную оценку банков на 2009 год.
- ❏ Во всех сценариях учитывается девальвация рубля на 19-23% (в зависимости от валюты), происходившая в конце 2008 – начале 2009 года. Возможность резкой девальвации в последующих годах в сценариях не рассматривается.

Сценарии	Изменение реальных доходов населения, % к 2008 г.	Изменение объемов целевого кредитования, % к началу 2008 г.
Оптимистичный	-12%*	-50%
Умеренный	-20%	-50%
Пессимистический	-30%	-75%

* согласно прогнозам Министерства экономического развития, уровень инфляции в 2009 году составит 12-12,5% (с учетом стрессовых явлений в экономике)



КРАТКОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ ДИНАМИКА ПРОДАЖ



Согласно краткосрочному прогнозу падение продаж продолжится вплоть до 4 квартала 2009 года. Рынок достигнет уровня стабилизации, упав на 60%. Затем наступит период стабилизации, который продлится в течение 3-х кварталов 2010 года. В конце 2010 года рынок начнет восстанавливаться, постепенно наращивая темпы роста.

*Динамика продаж легковых автомобилей по месяцам в 2011-2020 гг. в умеренном прогнозе, % к 2007 г.**



* к соответствующему месяцу 2007 года

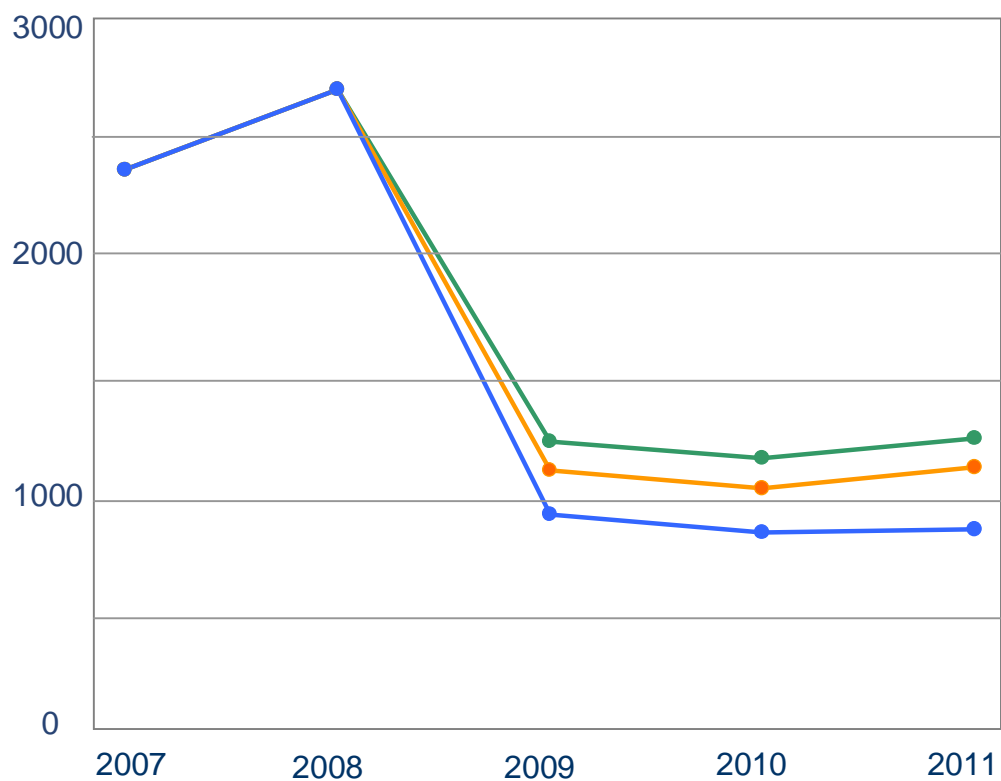


КРАТКОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ СЦЕНАРИИ



- Падение продаж в 2009 году ожидается до уровня 0,9-1,2 млн. автомобилей.

Объем продаж легковых автомобилей в РФ в 2008-2011 гг., тыс. шт.



СЦЕНАРИИ	2008	2009 ^F	2010 ^F	2011 ^F
Оптимистический	2739	1222	1148	1233
<i>Темпы падения/роста</i>	14%	-55%	-6%	7%
Базовый	2739	1098	1017	1109
<i>Темпы падения/роста</i>	14%	-60%	-7%	9%
Пессимистический	2739	907	862	877
<i>Темпы падения/роста</i>	14%	-67%	-5%	2%

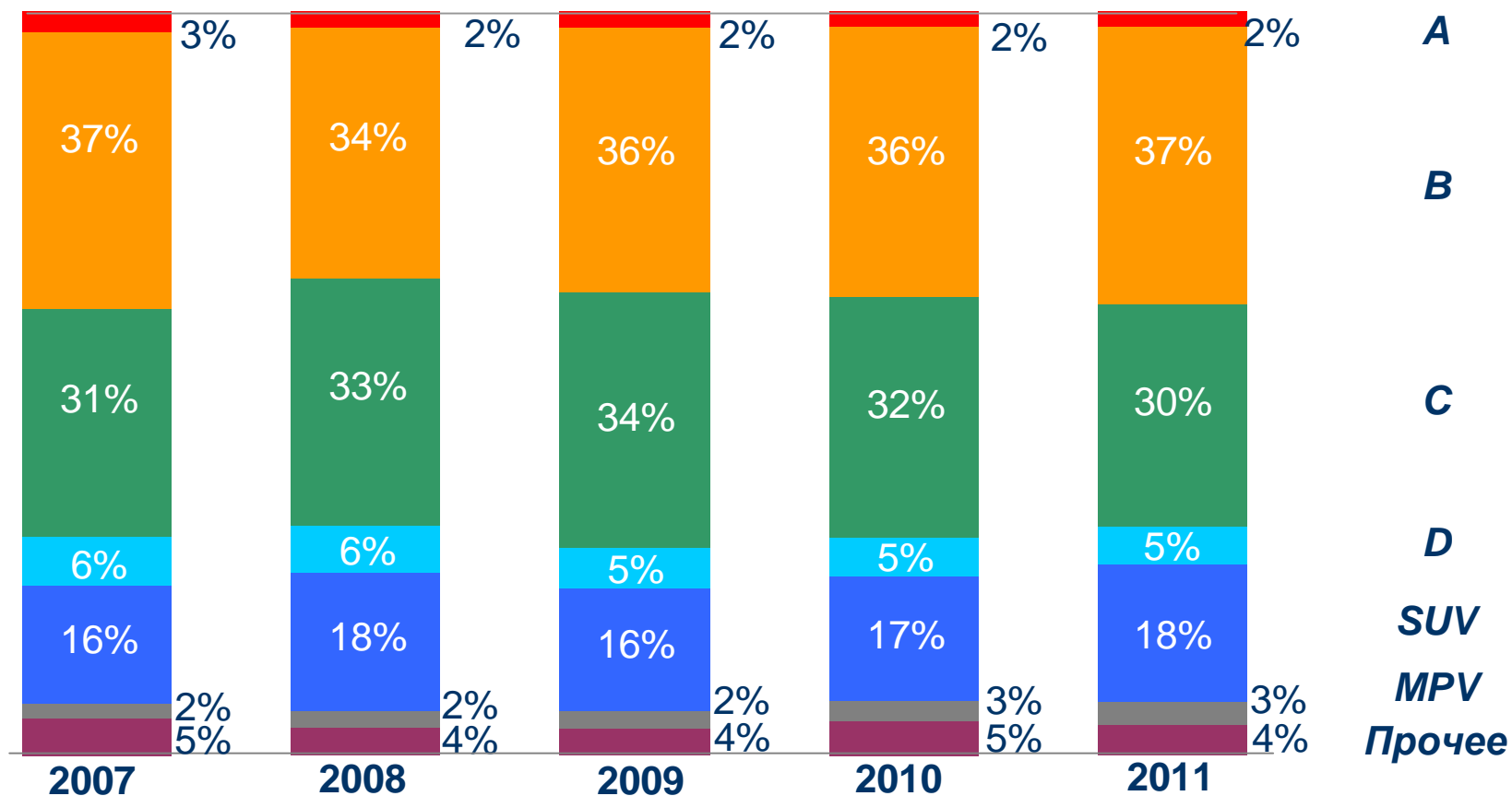


КРАТКОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ ПРОДАЖ СЕКМЕНТЫ АВТОМОБИЛЕЙ



Структура продаж в разрезе классов и ценовых сегментов не претерпит значительных изменений в краткосрочной перспективе. Снижение покупательной способности населения привело к замедлению тенденций роста D, E/F и SUV классов и стабилизации спроса на классы С и В.

Объем продаж легковых автомобилей в разрезе классов, %





ДОЛГОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ НЕГАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ



УСЛОВИЕ АКТИВНОГО РОСТА

Возобновление в 2011-2020 г.г. роста рынка высокими темпами, характерными для периода 2004-2008 г.г. возможно только в случае принципиальных долгосрочных позитивных сдвигов в экономике России.

ЦЕНЫ НА НЕФТЬ

Для реализации позитивного сценария в долгосрочной перспективе необходимо **сохранение цен на нефть** на уровне не менее 100\$ за баррель*, что представляется маловероятным на фоне экономической рецессии и падения объемов производства в Европе.

СНИЖЕНИЕ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

Базовым сценарием является **сохранение умеренно-негативных тенденций в экономике**, стабилизация или снижение реальных доходов населения, обусловленное ростом безработицы. По оценкам ЕБРР уровень безработицы в России в пик кризиса может достигнуть 13-15%.

* - по оценке аналитиков Всемирного Банка, оценка при текущем уровне покупательной способности доллара США



ДОЛГОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ ПОЗИТИВНЫЕ ФАКТОРЫ



СНИЖЕНИЕ ВАЛЮТНЫХ РИСКОВ

Снижение волатильности колебаний на валютном рынке позволяет потребителям планировать долгосрочные покупки и положительно влияет на продажи автомобилей.

ВОЗОБНОВЛЕНИЕ КРЕДИТОВАНИЯ

Восстановление рынка кредитования включает в себя реализацию новых LADA в кредит.



ДОЛГОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ СЦЕНАРИИ



ПЕССИМИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИЙ

Данный сценарий предполагает отсутствие роста реальных доходов и плавное восстановление кредитования. Однако рост спроса на иномарки затруднен, так как резкое падение покупательной способности рубля в силу девальвации 2009 года не компенсируется позитивными сдвигами в кредитах и доходах. В этом случае рост рынка в период восстановления оценивается на уровне 2-4% в год.

ИНЕРЦИОННЫЙ СЦЕНАРИЙ

Сценарий предполагает медленный выход из рецессии, сопровождаемый небольшим ростом реальных доходов населения (2-5% в год) и восстановлением программ кредитования. Рост автомобильного рынка в 2011-2015 гг. в этом случае составит 3-5% в год.

ОПТИМИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИЙ

Реализуется при позитивной экономической ситуации и благоприятном уровне цен на энергоносители. В этом случае возможно укрепление рубля против доллара и евро (до уровня начала 2008 г.) и рост реальных доходов населения (4-6%). Повышение уровня благосостояния стимулирует прежде всего спрос на иномарки. Благодаря развитию программ кредитования в условиях восстановления платежеспособности населения, рынок автомобилей вырастет на 90% к 2015 году и сможет вернуться к докризисному уровню к 2020 году.



ДОЛГОСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗ ОЦЕНКА ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ



- Для восстановления рынка в долгосрочной перспективе (к 2018-2020 г.) на докризисный уровень необходим качественный позитивный скачок в процессе восстановления российской экономики после кризиса 2008-2009 гг.

Прогноз объема продаж легковых автомобилей в РФ в 2011-2020 гг., тыс. шт.

СЦЕНАРИИ	2011F	2012 F	2013 F	2014 F	2015F	2018F	2020 F	2011-2015	2011-2020
Оптимистичный*	1109	1427	1669	1874	2110	2558	2805	+90%	+153%
Инерционный	1109	1148	1180	1237	1298	1473	1562	+17%	+40%
Кризисный	1109	1140	1183	1229	1257	1342	1374	+13%	+24%

* - оптимистичный сценарий предполагает укрепление рубля против доллара и евро до уровня начала 2008 г.



АНАЛИЗ КРИЗИСА ПРОДАЖ LADA

ЦЕНОВОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ LADA



- Кризисные явления привели к изменению ценового позиционирования LADA, однако в незначительной степени: в первом полугодии 2009 г. LADA подорожали в среднем на 5%, а конкурирующие иномарки в среднем на 10%.
- Во втором полугодии ожидается более резкое увеличение ценовой разницы из-за приобретения дилерами иномарок по «новым» ценам.

Модель	Январь 2009	Июнь 2009	Прирост
Daewoo Nexia	264 000	254 000	-4%
LADA Priora	289 400	285 703	-1%
Renault Logan	277 300	286 000	3%
LADA Samara	218 900	228 000	4%
Nissan Almera	397 900	435 400	9%
LADA Kalina	230 200	254 350	10%
Hyundai Getz	292 900	322 000	10%
Hyundai Accent	299 700	329 700	10%
Skoda Fabia	309 000	349 000	13%
Chery Amulet	252 000	286 200	14%
Chevrolet Lanos	256 000	294 400	15%
KIA Spectra	315 000	379 000	20%
Ford Focus	406 000	510 000	26%
Chevrolet Lacetti	352 320	459 720	30%



АНАЛИЗ КРИЗИСА ПРОДАЖ LADA

ВНЕШНИЕ ПРИЧИНЫ КРИЗИСА



Экономический кризис 2008-2009 г.г. имеет ряд качественных отличий от кризиса 1998 г.

ОСЛАБЛЕНИЕ КУРСА РУБЛЯ	
	Ослабление курса рубля на 30-40% (в отличие от ослабления в 4 раза в 1998 г.) привело к изменению ценового позиционирования автомобилей LADA, однако не оказало настолько существенного влияния на структуру рынка новых автомобилей
СПРОС НА БЮДЖЕТНЫЕ АВТОМОБИЛИ	
	В отличие от 1998 г., в настоящее время автомобиль не рассматривался массово потребителями как доступное средство сохранения денег в условиях кризиса. Вследствие этого в 2008-2009 г.г. не произошло всплеска спроса на бюджетные автомобили
СБЕРЕЖЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ	
	Развитие негативных событий в 2008 году происходило значительно дольше, чем в 1998 г., потребители имели возможность выбрать активы для финансовых вложений (например, приобрести валюту)*

* - как указано выше, объем покупки валюты населением вырос на 70%



АНАЛИЗ КРИЗИСА ПРОДАЖ LADA

ВНУТРЕННИЕ ПРИЧИНЫ КРИЗИСА



- Помимо негативного экономического фона, основная причина резкого сокращения объема продаж LADA – отсутствие денежных средств у дилеров для закупки автомобилей.

СОКРАЩЕНИЕ АССОРТИМЕНТА У ДИЛЕРОВ

Недостаток оборотных средств у дилеров LADA и отсутствие возможностей кредитования (как получения денежного кредита в банке, так и получение товарного кредита у Компании) привели к сокращению ассортиментного ряда дилеров

ОТСУТСТВИЕ ТОВАРНОГО КРЕДИТА

Предложение дилеров ограничено автомобилями, ПТС которых оплачен и выкуплен, во многих случаях его не достаточно для удовлетворения потребностей покупателей

ВОЗМОЖНОСТИ КОНКУРЕНТОВ

Аналогичные проблемы наблюдались у большинства марок, в т.ч. иностранных. В то же время, у дилеров иностранных марок **сформировались запасы на несколько месяцев реализации**, что позволило несколько замедлить темпы падения продаж



СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ LADA РЫНОЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ



СОКРАЩЕНИЕ ДИЛЕРСКИХ СЕТЕЙ ИНОСТРАННЫХ МАРОК

В перспективе 2009-2010 гг. ожидается волна процессов слияний и поглощений в отрасли розничной торговли автомобилями, которая приведет к укрупнению бизнесов. В этом случае широкая дилерская сеть LADA является серьезным преимуществом.

РОСТ ЦЕН НА ИНОМАРКИ

Рост рублевых цен на иномарки из-за ослабления курса рубля. Кризисные явления на валютном рынке привели к изменению ценового позиционирования автомобилей LADA относительно основных конкурентов.

ВНЕДРЕНИЕ МЕХАНИЗМА КРЕДИТОВАНИЯ ДИЛЕРОВ

Решение оперативных проблем возможно за счет реализации более гибких финансовых схем расчетов с дилерами*.

** Например, вместо выкупа ПТС на конкретный автомобиль, дилер может выкупить права на ПТС автомобиля, выбранного потребителем. Данный шаг позволит дилеру предлагать к продаже полный ассортимент имеющихся на складе автомобилей.*



СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ LADA

РЫНОЧНЫЕ УГРОЗЫ



РОСТ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ ПОДЕРЖАННЫХ И КОМИССИОННЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

В период кризисных явлений 2008-2009 г.г. наблюдается перетекание спроса на подержанные автомобили, при этом перетекание происходит активней, чем в 1998 г.

Так если объем продаж новых автомобилей LADA в первые 5 месяцев 2009 года снизился на 45%, продажи комиссионных иномарок снизились примерно на 20%.

РОСТ ОБЪЕМОВ ЦЕЛЕВОГО КРЕДИТОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Повышение объемов кредитования прежде всего ведет к росту спроса на иностранные марки (менее доступные для покупки).

До кризиса объем продаж в кредит новых автомобилей LADA колебался от 30 до 50% в зависимости от дилера, продаж новых иномарок в кредит достигала 70-80%.

СОКРАЩЕНИЕ ДИЛЕРСКИХ СЕТЕЙ LADA

Уменьшение уровня дистрибуции в период 2009-2010 г.г. негативно повлияет на продажи LADA.



ЧАСТЬ 2. АНТИКРИЗИСНЫЕ РЕШЕНИЯ



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ УРОВНИ ОТВЕТСТВЕННОСТИ



- В результате изменения рыночной ситуации все участники должны пересмотреть свои управленческие стратегии

I. Государство

Регулирование рынка (введение/ отмена барьеров на вход на рынок, регулирование скорости развития рынка, поддержка участников рынка)



II. Авто сборочные предприятия

Разработка оптимального продукта (автомобиль, его модификации и комплектации, ценовое предложение, места продаж и сервисное обслуживание, программы стимулирования)



III. Дилеры

Оптимизация торгового предложения (дополнительная комплектация, дополнительные финансовые условия и услуги, схемы приобретения, сеть автосалонов и сервисных станций, программы коммуникаций и стимулирования продаж)



	АКТИВНЫЙ РОСТ	КРИЗИС
ПРИОРИТЕТНЫЕ ЦЕЛИ		
	<ul style="list-style-type: none">- Развитие сборочных производств на территории РФ- Ужесточение экологических норм	<ul style="list-style-type: none">- Защита сборочных производств на территории РФ
СТЕПЕНЬ РЕГУЛИРОВАНИЯ		
	<ul style="list-style-type: none">- Относительно либеральный уровень регулирования	<ul style="list-style-type: none">- Высокий уровень вмешательства государства, жесткое отслеживание решений
ИНСТРУМЕНТЫ		
	<ul style="list-style-type: none">- Снижение пошлин- Утверждение сроков и порядка перехода на новые экологические нормы	<ul style="list-style-type: none">- Увеличение ввозных пошлин- Государственные заказы- Субсидии автопроизводителям- Субсидирование % ставки- Субсидирование покупки нового авто



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ ИНСТРУМЕНТЫ ГОСРЕГУЛИРОВАНИЯ



- Принятые российским правительством меры по поддержке авторынка и сборочных производств пока не достигли заметного эффекта, в отличие от программ, реализованных в Европе и США

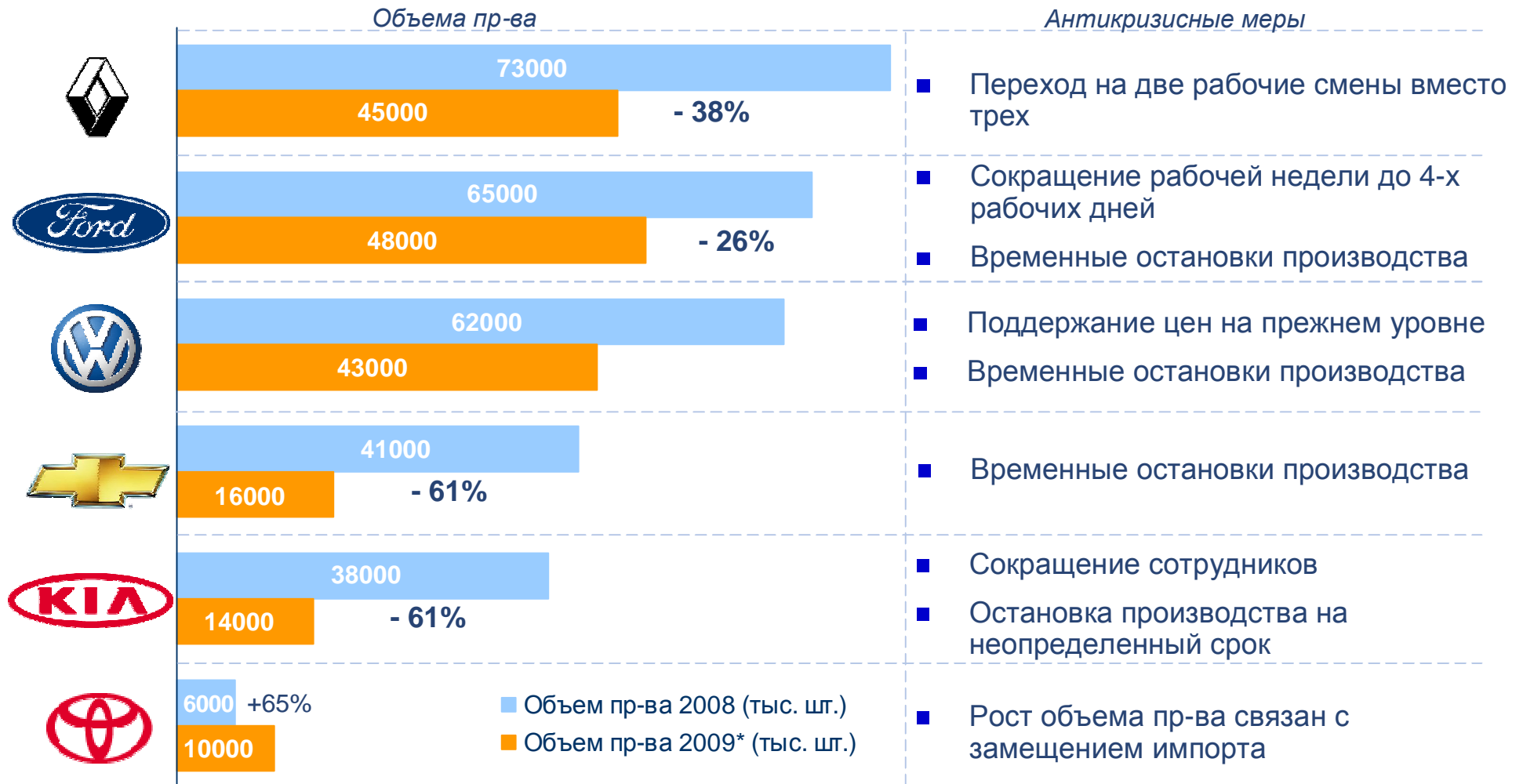
	2009  -60% ^F	 -1.7% ^F	 -19% ^F	 +5% ^F
ТАМОЖЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ				
	Увеличение ввозных пошлин на новые иномарки с 25% до 30%, «запретительные» пошлины на покупку подержанных авто	-	-	-
ГОСУДАРСТВЕННОЕ СУБСИДИРОВАНИЕ				
	Субсидия АВТОВАЗ - 25 млрд. руб.	Субсидии производителям компактных автомобилей с низким объемом вредных выбросов	Субсидии авто производителям - \$50 млрд.	Субсидии производителям на разработку новых автомобилей, субсидии производителям с/х техники.
СУБСИДИИ ПОКУПАТЕЛЯМ				
	Субсидирование процентной ставки – 2/3 ставки рефинансирования ЦБ РФ	Льготные кредиты на новые автомобили, субсидии на утилизацию автомобилей (Германия - €2500)	-	Субсидии водителям из сельской местности, субсидии покупателям автомобилей с мотором менее 1,3
ГОСЗАКАЗЫ				
	Закупка транспорта рос. марок для городских служб	-	-	Госзаказы по закупке транспортной техники
НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ				
	-	Покупателям новых автомобилей в Чехии положены налоговые льготы	-	Снижение налога на автомобили с мотором до 1,6 литра в 2 раза (с 10 до 5% от стоимости машины)



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ АВТО СБОРОЧНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ



- Приоритетная цель автомобильных сборочных производств во время кризиса - финансовая устойчивость, достигаемая, в первую очередь, за счёт сокращения издержек



* Оценка МИГ при условии сохранения текущих темпов производства



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ МАРКЕТИНГ АВТО ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ



	АКТИВНЫЙ РОСТ	КРИЗИС
ТОВАРНАЯ ПРОГРАММА		
		Производство легковых автомобилей в России в период с января по май 2009 года сократилось на 39% процентов по сравнению с прошлогодними показателями
ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА		
		В среднесрочной (1-3 года) перспективе рублевые цены на автомобили будут расти, хотя в ближайшие месяцы сохранится практика серьезных дилерских распродаж со скидками вплоть до 20 процентов
РАЗВИТИЕ СЕТИ		
		В 2009-2010 гг. с рынка уйдёт около половины региональных дилерских компаний
КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА		
		Если бюджет, выделенный на ТВ-рекламу, во время кризиса сократился в разы, то реклама в сети Интернет наращивает свои обороты.



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ ОЦЕНКА МЕР, ПРИНЯТЫХ ОАО «АВТОВАЗ»



МАРКЕТИНГОВЫЕ
И ИНВЕСТИЦИОННЫЕ
ПРОЕКТЫ

Мероприятия		Оценка реализации
РАЗВИТИЕ МОДЕЛЬНОГО РЯДА		
	Покупка лицензий на новые автомобили	Необходима критическая оценка количества и своевременности покупаемых лицензий
ТОВАРНАЯ ПРОГРАММА		
	Проводится пересмотр вариантов исполнения моделей с невысоким спросом	Необходима система обратной связи с потребителями - исследования как база для обоснования изменений
ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА		
	Акция «Скидки на автомобили 2008 года»	Акция проходит успешно. Проблема – инертность дилерской сети, за период действия акции не все автомобили были проданы. Необходимо продолжение программы.
РАЗВИТИЕ СЕТИ		
	Недостаток оборотных и кредитных средств у дилеров, непропорциональное распределение остатков (75% в сети УРП)	Необходима разработка антикризисной системы управления сетью, возможно через покупку привлекательных активов
МЕРЫ ФОССТИС		
	<ul style="list-style-type: none">Реклама LADA KalinaРеклама LADA Priora	<ul style="list-style-type: none">Реклама LADA Kalina оказывает заметное влияние на продажи модели с ограниченным спросомРеклама LADA Priora сформировала очереди на модификацию универсал, однако при этом нет достаточного количества автомобилей



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ ОЦЕНКА МЕР, ПРИНЯТЫХ ОАО «АВТОВАЗ»



ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ

НЕОБХОДИМЫЕ МЕРЫ ПО КОРРЕКТИРОВКЕ ПРОГРАММ

ПРОГРАММА КРЕДИТОВАНИЯ LADA – ФИНАНС

Текущая программа LADA – Финанс имеет ряд проблем:

- 1) Инертность дилерской сети, участвует только 50% дилеров
- 2) Новизна предлагаемых условий и схемы кредитования для потребителей LADA, что вызывает много вопросов у потребителей и зачастую не находит ответов у дилеров
- 3) Отсутствие кредитных специалистов в штате дилеров
- 4) Возврат денег с АвтоВАЗ идет не денежными средствами, а зачетом при заказе новой партии автомобилей.

- 🔓 Упрощение процесса акцептования для дилеров со стороны ОАО «АВТОВАЗ» (снятие некоторых ограничений по контролю)
- 🔓 Оптимизация системы возмещения для дилеров
- 🔓 Разъяснительная работа с дилерами о необходимости участия в акциях ОАО «АВТОВАЗ»



АНТИКРИЗИСНЫЕ РЕШЕНИЯ ДИЛЕР



🔒 Единственной целью дилера на период кризиса становится финансовая устойчивость, которая достигается через работу по трем основным направлениям борьбы дилера с негативными последствиями экономического кризиса.





СОКРАЩЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК ФИНАНСОВАЯ ПОЛИТИКА



МАРКЕТИНГОВЫЕ
И ИНВЕСТИЦИОННЫЕ
ПРОЕКТЫ

- ❏ Оптимизация издержек во всех направлениях должна проводиться постепенно, по заранее разработанной программе. Массовое сокращение издержек может привести к нарушению бизнес-процессов.

ИНВЕСТИЦИИ

- ❏ Сокращение / перепрофилирование убыточных дилерских центров
- ❏ Замораживание инвестиций
- ❏ Возможна покупка финансово неустойчивых дилеров

ПЛАНИРОВАНИЕ РАСХОДОВ

- ❏ Более точная система моделирования показателей: планирования закупок, фонда оплаты труда, маркетинговых издержек и др.

КРЕДИТОВАНИЕ

- ❏ Наиболее уязвимыми оказались компании с большой долей заемных ресурсов, что вызвало необходимость реструктуризации долгов
- ❏ Минимальное использование заемных средств



СОКРАЩЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДАМИ



- Во время нестабильной экономической ситуации высокое значение для дилеров приобретает возможность оперативной реакции на изменение рынка путем соответствующей корректировки предложения.
- Монобрендовые дилеры** в кризисной ситуации оказались в менее выигрышном положении - специализация на 1 бренде несет больше рисков, чем преимуществ.
- Мультибрендовые дилеры** существенно ослабили свою зависимость от импортеров:
 - Больше свободы в области заказов автомобилей
 - Расторжение договоров с неинтересными для дилера партнерами

Марки автомобилей в зоне риска			
Падение продаж в январе-мае более 60%			
	Chery		-83%
	Great Wall		-71%
	Mitsubishi		-67%
	BYD		-66%
	Hyundai		-62%
	Suzuki		-62%



СОКРАЩЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА



Основной мерой повышения финансовой устойчивости дилера в условиях сокращения объема продаж является сокращение персонала. За первое полугодие 2009 года по различным оценкам уже произошло сокращение персонала на 10-30%. Помимо снижения издержек, сокращение персонала оказывает следующий эффект:

- В отрасли остаются более профессиональные специалисты, в результате этого повышается качество обслуживания и общая эффективность работы персонала.
- Дилерам становится проще нанять квалифицированных сотрудников, решается проблема «дефицита кадров».

Непродуманное сокращение персонала может привести к нарушению бизнес-процессов дилера. Например, перенос функций бэк-офиса на фронт-офис будет отвлекать специалистов от основных задач. В связи с этим необходимо тщательно разработать программу по оптимизации штата сотрудников, которая может включать:

- Ликвидация лишних звеньев и «задвоения» функций
- Пересмотр нормативов по продажам автомобилей и нормо-часам
- Сокращение отдельных служб бэк-офиса
- Перераспределение обязанностей





УДЕРЖАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЦЕНОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ



- Ценовые инструменты становятся ключевыми инструментами во время кризиса. Автопроизводителям и дилерам необходимо формирование сбалансированной системы скидок. При этом необходимо принимать в расчет как величину поощрения, так и распределение скидочных предложений по предоставляемым услугам.

Покупка нового автомобиля



Chevrolet Lacetti – доступнее на 100 000 рублей в Major Auto!

Кредит



Подробности в салоне

Бонусы



Подержанные автомобили



БАК БЕНЗИНА В ПОДАРОК!

Автосервис



ДИСКОНТНАЯ КАРТА 5%

Ремонт и запчасти



с 10 октября по 30 ноября при покупке автомобиля

СКИДКА на зимнюю резину 10%

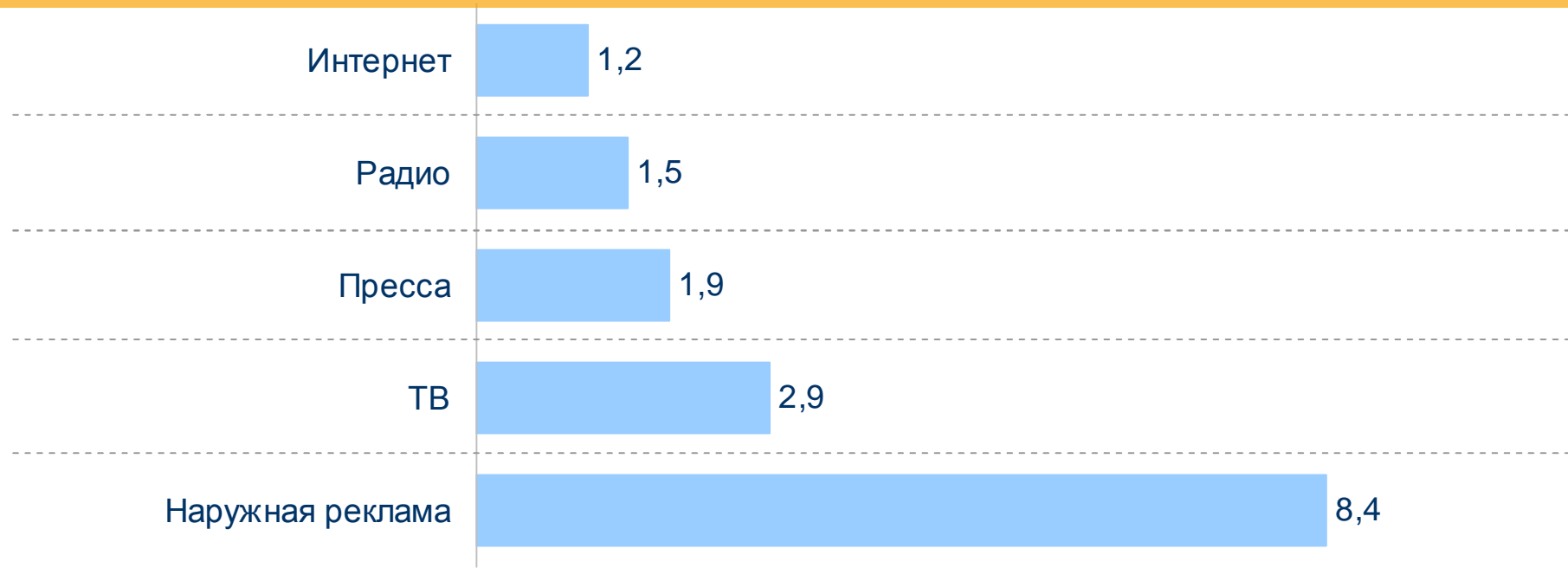


УДЕРЖАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ИНСТРУМЕНТЫ РЕКЛАМЫ



- Дилеры снижают рекламную активность пропорционально снижению продаж – рекламные расходы на 1 автомобиль остаются на прежнем уровне. Однако в кризис **необходимо усиливать коммуникационное воздействие** на привлечение 1 клиента. Это возможно за счет снижения стоимости рекламных носителей и выбора более эффективных каналов

Средняя стоимость 1 контакта с целевой аудиторией (qualified reach), евро



Источник: McKinsey&Company, *The Downturn's new rules for marketers*, 2008



УДЕРЖАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ИНСТРУМЕНТЫ РЕКЛАМЫ



Содержание рекламы становится более функциональным. Доля функциональной рекламы существенно возрастает – в первую очередь предлагаются скидки и бонусы.

О беспрецедентных скидках на автомобили 2009 года или о распродаже автомобилей 2008 года объявили почти все импортеры и дилеры.

Июнь 2008

«СЕРВИС RENAULT. ВСЕСТОРОННЯЯ ПОДДЕРЖКА»

www.renault.ru | RENAULT CREDIT | ДИЛЕРЫ RENAULT | КОРПОРАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ТЕСТ-ДРАЙВ

ДИЛЕРЫ-УЧАСТНИКИ | ПРАВИЛА АЗИДИ | РЕГИСТРАЦИЯ НА ТЕСТ-ДРАЙВ | ПРИЗЫМ

ИСПЫТАЙТЕ НАШУ КОМАНДУ!
С 12 по 26 июля дни тест-драйва Renault!

Приглашаем в кино комплексного сервиса Renault! С 12 по 26 июля приходите в салоны официальных дилеров Renault и пройдите тест-драйв. У вас есть шанс стать обладателем одного из двух Renault Megane Extreme или выиграть другие стильные призы!

Узнайте больше о комплексном сервисе Renault и бонусах вступив в клуб обслуживания Renault Music и проехавшись в личном составе Renault Credit, службе помощи на дорогах Renault Assistance и ассортименте оригинальных аксессуаров Renault Accessories.

СЕРВИС RENAULT. ВСЕСТОРОННЯЯ ПОДДЕРЖКА.

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ НА ТЕСТ-ДРАЙВ

СТАТЬ ЧЛЕНОМ КЛУБА

CLIO | SCENIC | LOGAN PRESTIGE | NEW LOGAN | SYMBOL | MEGANE EXTREME II

www.renault.ru | RENAULT CREDIT | ДИЛЕРЫ RENAULT | КОРПОРАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Июнь 2009

«RENAULT ЗАМОРОЗИЛ ЦЕНЫ 2008»

www.renault.ru | RENAULT CREDIT | ДИЛЕРЫ RENAULT | КОРПОРАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

RENAULT ЗАМОРОЗИЛ ЦЕНЫ

LOVAN | SYMBOL | MEGANE | LOGAN | LOGAN | KANGOO | CLIO | SCENIC | NEW LOGAN | TRACAT | GRAND PRIX

RENAULT ЗАМОРОЗИЛ ЦЕНЫ

ИЮЛЬ 2008

Предложение распространяется на все модели

KANGOO	CLIO	SCENIC	VELSATIS	LOGAN
9% до 97 000 руб.	9% до 75 000 руб.	9% до 105 000 руб.	9% 119 250 руб.	9% 154 100 руб.

www.renault.ru | RENAULT CREDIT | ДИЛЕРЫ RENAULT | КОРПОРАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



УДЕРЖАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС



Введение новых дополнительных услуг позволяет дилеру более эффективно удерживать клиентов, при этом не неся крупных финансовых трат.

- «Улыбка» ничего не стоит ни дилеру, ни сотруднику, однако может приносить финансовый эффект
- С помощью введения дополнительного клиентского сервиса возможно привлечь сотрудников, временно находящихся без работы, что позволяет не только улучшить обслуживание клиентов, но и сохранить квалифицированный персонал

Вводя новые услуги, необходимо заботиться о качестве предоставляемых услуг – требуется постоянный контроль качества и оценка удовлетворенности клиентов новыми услугами. Среди возможных дополнительных услуг клиентского сервиса могут быть следующие:

- Поздравления с праздниками и ДР
- Бесплатный кофе, выход в интернет
- Кафе на территории дилерского центра
- Тест-драйв
- Развитый, функциональный Интернет-сайт. Приём он-лайн заказов
- Получение одобрения по кредиту без участия клиента
- Услуга «вызов такси»
- Продажа программ «помощь на дорогах» (например, карты «РАТ»)





УДЕРЖАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СТРАХОВАНИЕ



- Расширение спектра финансовых услуг в нынешней ситуации возможно за счет продажи дополнительных страховых продуктов, что формирует дополнительный источник дохода и укрепляет позиции дилера на рынке

Традиционные виды страхования

- Гражданская ответственность (ОСАГО)
- Автокаско
- Страхование водителя и пассажиров от несчастного случая
- Страхование дополнительного оборудования



Дополнительные услуги

- Льготные ставки страхования вместе с импортерами
- Введение непрофильных страховых услуг: страхование жизни. Страховка «пакетом»
- Программа «помощь на дорогах» (продажа карт РАТ)
- Помощь в получении направления на сервис без посещения страховой компании в максимально короткий срок
- Напоминания о необходимости продления договора страхования
- Внесение очередного взноса по договору страхования (если договор страхования оформлен в рассрочку)
- Оформление страховых полисов в любом удобном для клиента месте

Смягчаем удары Судьбы

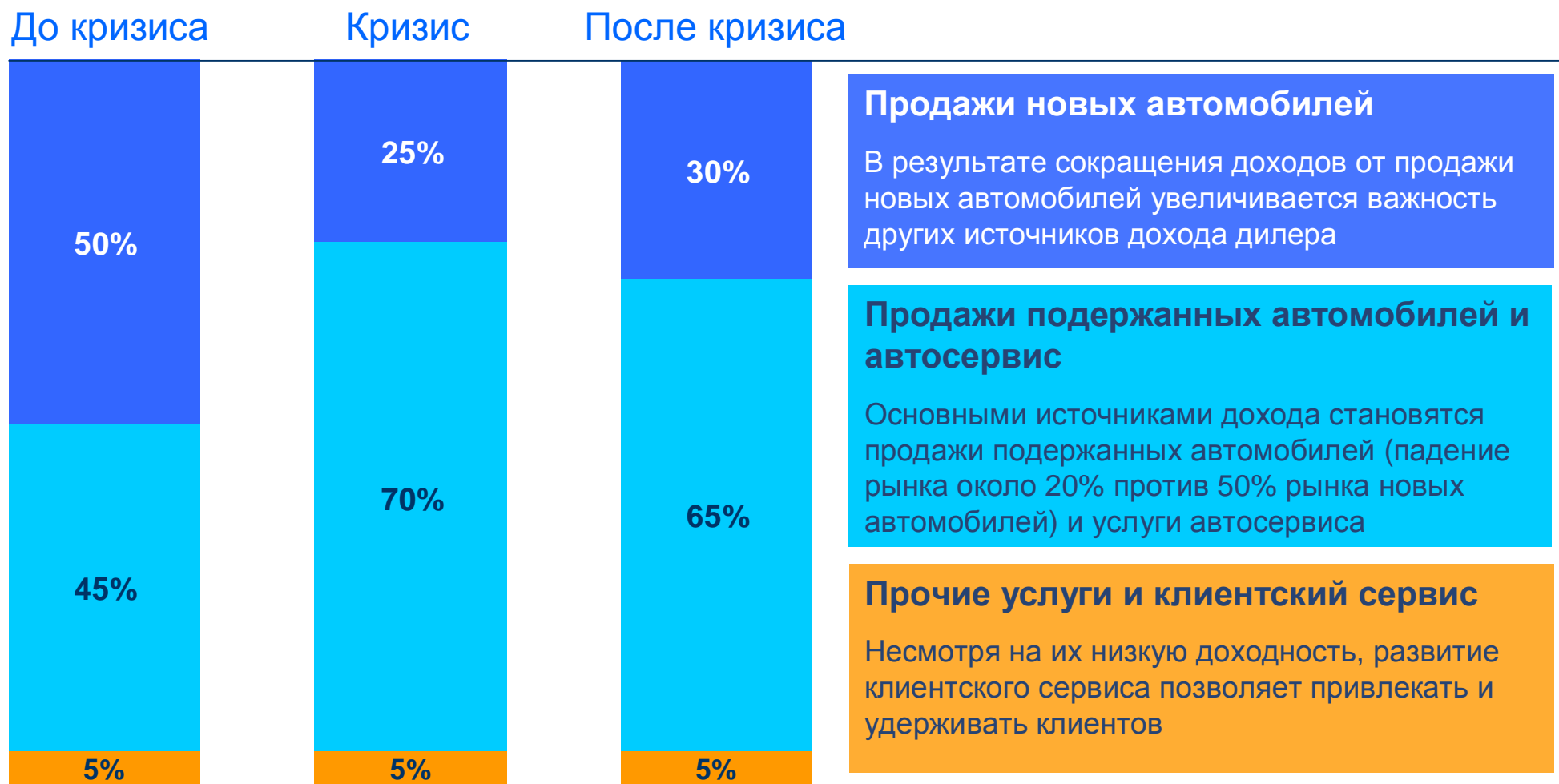




НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСА ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ ПРИБЫЛИ



📁 Изменение структуры прибыли вынуждает дилеров развивать новые направления бизнеса



Источник: Оценка «МИП», данные:

«До кризиса» – на примере дилерских центров «РОЛЬФ»; Москва, СПб.

«Кризис» – прогноз РосБизнесКонсалтинг, «Российский авторитейл в условиях экономического кризиса»

«После кризиса» – исходя из гипотезы, что российский рынок стремится к рынку ЕС, данные по ЕС – PriceWaterhouseCoopers, 2008



НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСА ПОДДЕРЖАННЫЕ АВТОМОБИЛИ



- В условиях снижения уровня реальных денежных доходов населения поддержанные автомобили становятся более привлекательными для потребителей. Создание и развитие функциональной схемы покупки-продажи поддержанных автомобилей необходимо для поддержания финансовой устойчивости дилеров.

Услуги

- Быстрый выкуп старого автомобиля
- Прием на комиссию
- Бесплатная юридическая проверка
- Снятие с учета в ГИБДД
- Бесплатная или платная диагностика
- Предпродажная подготовка
- Страхование





НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСА

ЧАСТНЫЙ ЛИЗИНГ



- Большинство "кредитных" машин в Европе и США продается по схеме «частного лизинга» (лизинг для физических лиц) – продажа нового автомобиля с последующим обратным выкупом автомобиля дилером. Так как обычно лизинговый автомобиль обслуживается только у дилера, частный лизинг является **совмещением услуг кредитования, трейд-ин и сервисного обслуживания.**

Особенности частного лизинга

- Низкие ежемесячные платежи
- Высокая вероятность получения кредита при меньшем доходе
- Возможность рефинансирования кредита по окончании его срока

Пример условий программы «Лизинг для физических лиц» компании «Genser»

Преимущества программы

- Достаточно 2-х документов
- Возможность online-заявки
- Низкие авансовые платежи – от 0%
- Срок пользования автомобилем до **5 лет**
- Досрочное погашение в любое время **без штрафов**
- Без поручителей

Дополнительные услуги

- Подбор автомобиля по заявке клиента
- Сокращенный срок поставки автомобилей
- Дополнительные скидки
- Постановка автомобиля на учет в ГИБДД и прохождение ГТО



НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСА УСЛУГИ АВТОСЕРВИСА



- Потребители в целях экономии переключаются на неофициальные сервисы, где ниже уровень цен и допускается использование неоригинальных запчастей. Экономия от использования услуг неофициального сервиса составляет 10%-70%. **Помимо сокращения ценового разрыва с помощью скидок и программ лояльности**, существуют и другие инструменты по привлечению негарантийных автомобилей:

Примеры способов привлечения клиентов

- Продление гарантии от дилера
- Вежливое напоминание о необходимости пройти следующее ТО
- Хранение шин – клиент просто вынужден будет вернуться...
- Предоставление услуги «Аренда автомобиля» на время ремонта
- Тюнинг

- Особо следует обратить внимание на работу с «неопытными водителями», которые готовы доплачивать за гарантию качества услуги официального сервиса. В группу «неопытных водителей» в первую очередь входят молодые люди и женщины.

MAJOR
АВТОМОБИЛЬНЫЙ ХОЛДИНГ

ВПЕРВЫЕ СКИДКИ НА СЕРВИС ДО 25%



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Россия, 109028, Москва,
Б. Трехсвятительский пер., 2
тел.: +7(495) 231-70-77,
факс: +7(495) 237-70-66