

# Перспективы развития автомобильного рынка России

Стенли Рут

20 января 2010 г.

# Оглавление

1. Обзор автомобильного рынка
2. Автодилеры
3. Перспективы и сценарии развития рынка в ближайшее время
4. Заключение

1

Обзор автомобильного  
рынка

## Результаты 2009 года

- В 2009 году рынок сократился на 56%\* в количественном выражении и на 61% – в денежном.
- Наименьшее снижение произошло в сегменте иномарок российского производства.
- Приблизительно четверть всех продаж 2009 года приходится на снижение запасов.
- После значительного повышения таможенных пошлин с 1 января 2009 г. упали продажи подержанных иномарок.

Категории автомобилей	Тыс. штук			Млрд долл. США		
	2009	2008	Изменение	2009	2008	Изменение
Российские автомобили	390	700	-44%	3,5	6,5	-47%
Иномарки российского производства	360	580	-38%	6,1	10,5	-43%
Импорт новых автомобилей	640	1 500	-57%	17	45	-62%
Импорт подержанных автомобилей	12	395	-97%	0,2	7	-97%
<b>ИТОГО</b>	<b>1 402</b>	<b>3 175</b>	<b>-56%</b>	<b>26,8</b>	<b>69</b>	<b>-61%</b>

Источники: АЕБ, Госкомстат, ГТК, ASM-холдинг, Автостат, данные PwC

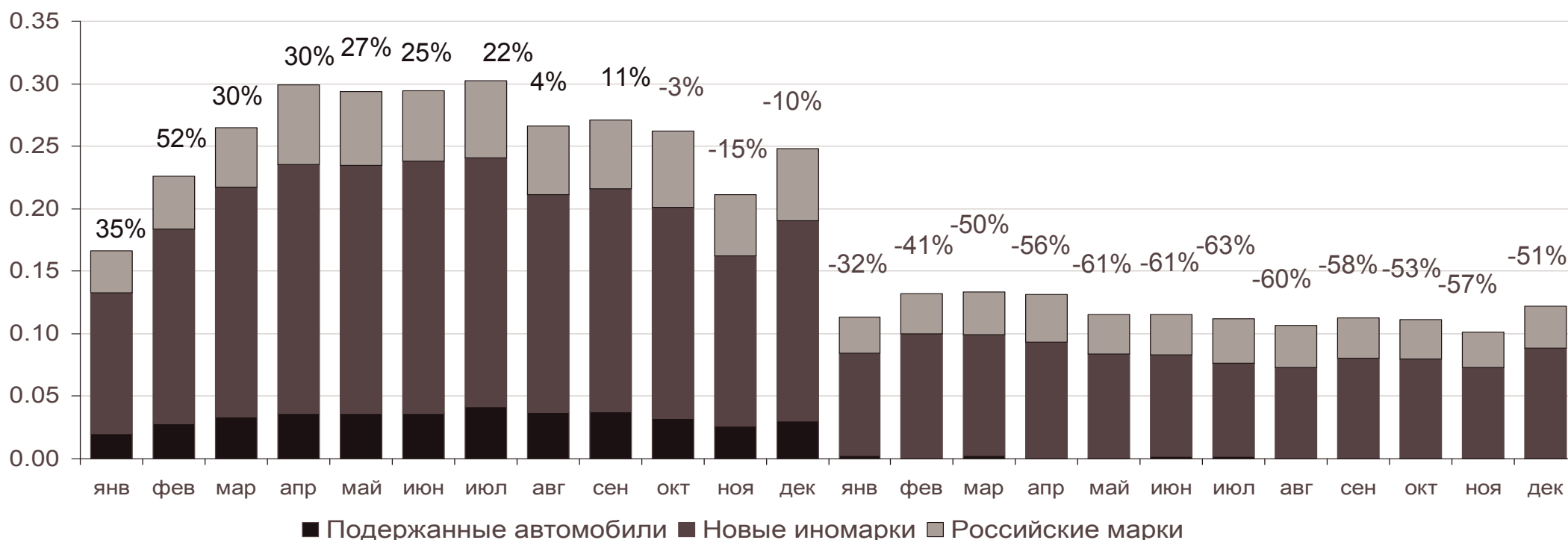
\* В анализ включены подержанные иномарки, но не включены малотоннажные грузовики.

# Ситуация стабилизируется, но медленными темпами

Хотя рынок значительно сократился в количественном и денежном выражении, объемы продаж за месяц начинают стабилизироваться. Несмотря на отмеченный в конце года рост числа выданных кредитов, продажи остаются на низком уровне.

Мы не ожидаем в ближайшем будущем быстрого восстановления рынка, в основном по следующим причинам: запасы (продававшиеся с большими скидками) значительно снизились, безработица остается высокой, а уверенность потребителей – низкой.

Продажи автомобилей в России в 2008–2009 гг.  
и помесячное сравнение с результатами предыдущего года, млн штук



■ Поддержанные автомобили ■ Новые иномарки ■ Российские марки

Источники: АЕБ, Госкомстат, ГТК, ASM-холдинг, Автостат, данные PwC

## Ведущие марки

Группы	2009	2008	%
АВТОВАЗ	349490	622182	-44%
GM Group	141695	337810	-58%
VW Group	94018	131017	-28%
Ford Group	88977	207869	-57%
TOYOTA Group	75131	204762	-63%
Hyundai	74607	192719	-61%
KIA	70088	88152	-20%
Renault	72284	108070	-33%
Nissan Group	68851	154341	-55%
Группа ГАЗ	58205	131003	-56%
DAEWOO	51414	95510	-46%
PSA	42136	60330	-30%

- Общий объем рынка новых автомобилей сократился в количественном исчислении на 49%.
- Наименьшее падение показали такие марки, как BMW (-11%), KIA (-20%), VW (-28%), PSA (-30%).
- Сегмент автомобилей класса «люкс» показал сравнительно более хорошие результаты.
- Больше всего пострадали продажи японских марок, на которых также сказался высокий курс иены, державшийся в течение года.

*Источник: АЕБ, данные о продажах включают продажи малотоннажных грузовиков*

# Внутреннее производство

Вследствие затоваривания складов и снижения спроса на автомобили как российские, так и зарубежные автопроизводители были вынуждены существенно снизить объемы выпуска – общее сокращение составило 60%.

Согласно предварительным результатам за 2009 год, производство иномарок сократилось меньше, чем производство российских марок.

Мы полагаем, что в 2010 году рост внутреннего производства будет опережать рост рынка в целом, так как автопроизводители сумели распродать излишки запасов, остававшиеся с 2008 года.



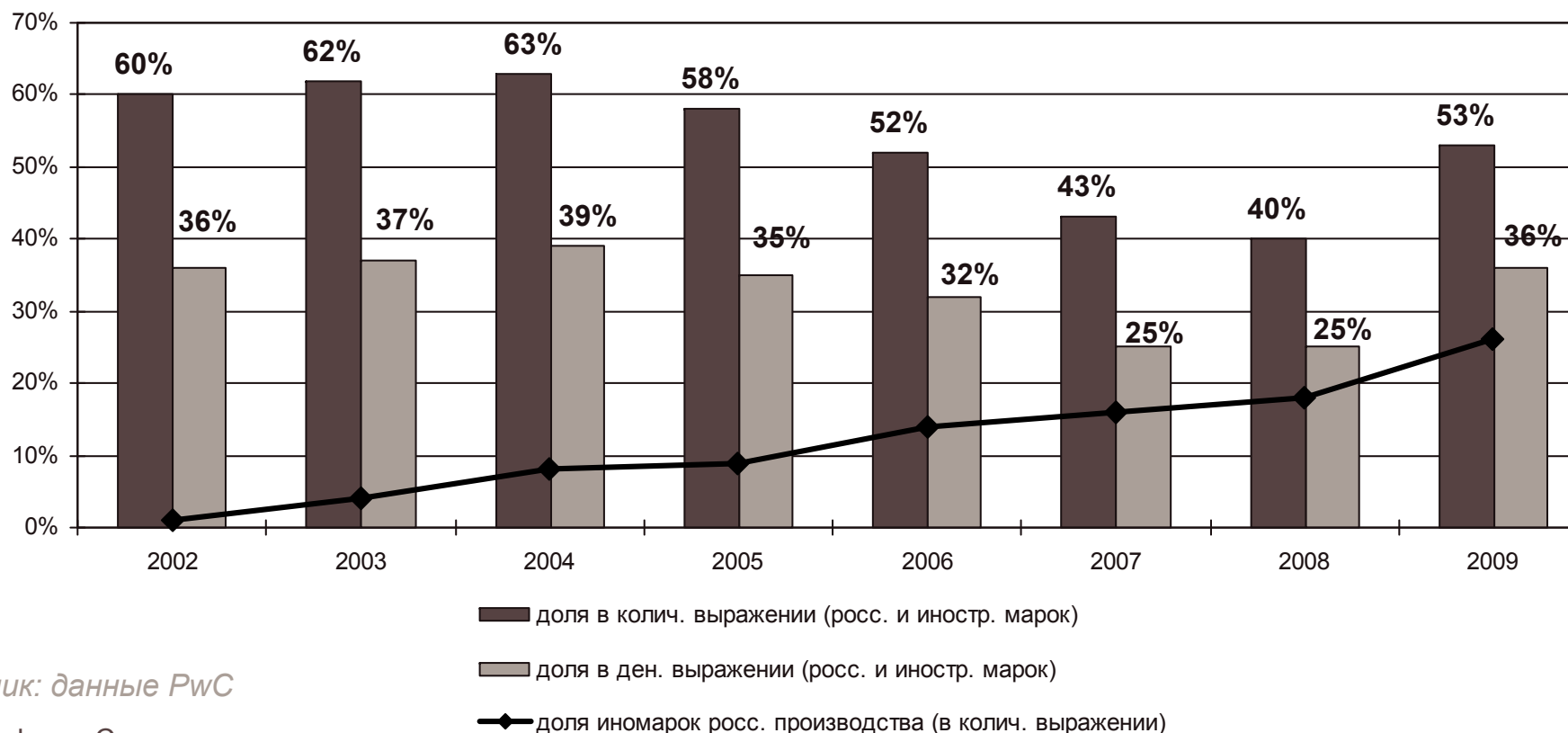
# Доля автомобилей российского производства

До 2009 года, несмотря на приход в Россию значительного количества иностранных автопроизводителей, доля автомобилей, произведенных в России, в общем объеме продаж снижалась как в денежном, так и в количественном выражениях.

Однако повышение таможенных пошлин в 2009 году, обесценение рубля и субсидируемые ставки по кредитам на покупку автомобилей российского производства значительно увеличили долю автомобилей, собранных в России, в общих продажах.

Мы полагаем, что в 2010 году эта тенденция сохранится.

Доля автомобилей российского производства в общем объеме продаж



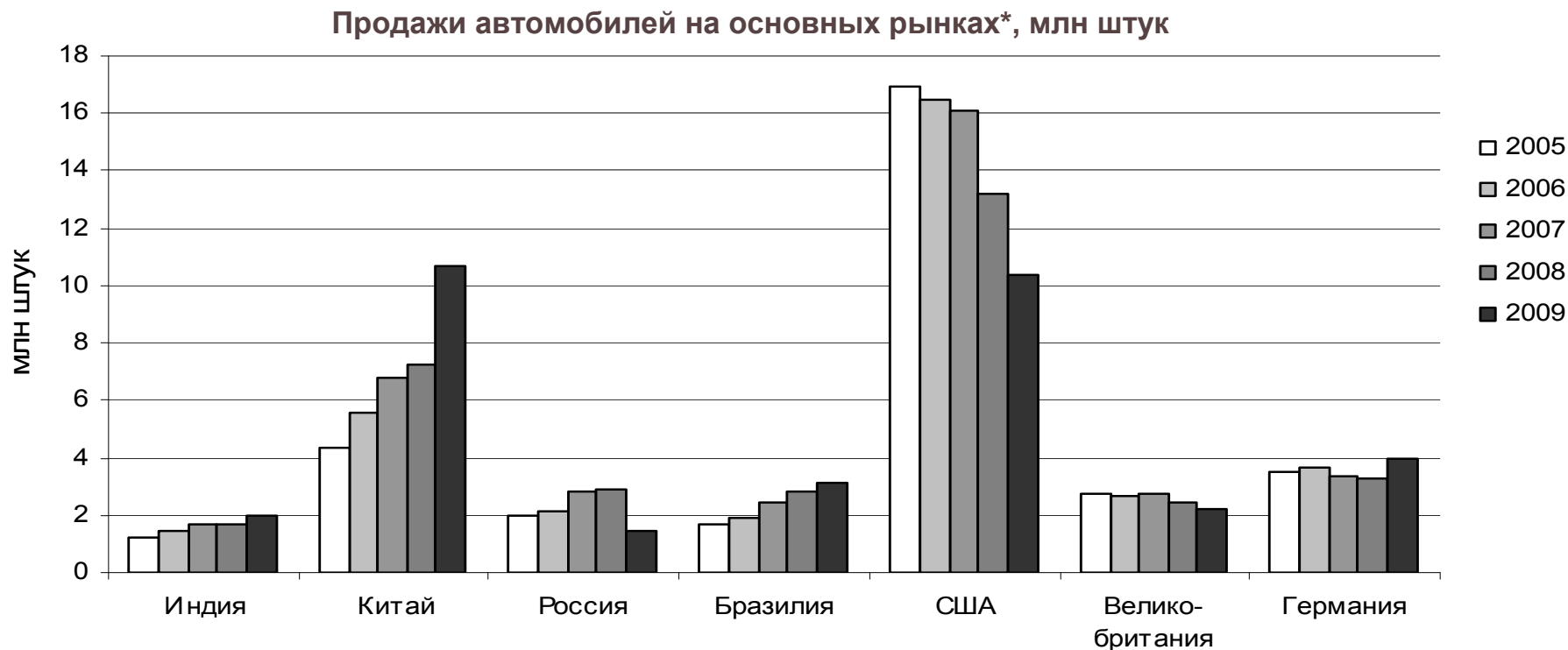


## Иномарки: продажи по Москве и в регионах

- Рыночная доля Центрального федерального округа (включая Москву) увеличилась с 45% до 50%.
- Но в ряде крупных субъектов, таких как Свердловская, Тюменская, Ростовская, Самарская, Челябинская области, Башкирия и Пермский край, продажи упали более чем на 60%.
- Доля рынка Уральского федерального округа снизилась с 11% до 8%.
- ЦФО перенес кризис лучше, чем остальные округа, что позволяет ожидать его более быстрого восстановления.

# Сравнение по странам

Несмотря на кризис, в Китае, Германии, Индии и Бразилии продажи автомобилей выросли. Важную роль в этом сыграла поддержка государства.



Рост ВВП, %	6,5	8,3	-8	-0,3	-2,5	-4,7	-4,8
Номинальное изменение относительно доллара США, %	-10,1	1,8	-21,8	-8,2	-	-15,3	-5,1
Средняя ставка кредита (процентная ставка [ср.; %])	12,2	5,3	14,5	18	3,2	0,50	8
<b>Изменение в продажах новых автомобилей в 2009 г. в сравнении с 2008 г.</b>	<b>16%</b>	<b>48%</b>	<b>-49%</b>	<b>13%</b>	<b>-21%</b>	<b>-10%</b>	<b>20%</b>

\*Легковые автомобили и малотоннажные грузовики. Источник: данные PwC, Economist intelligence Unit 20 января 2010 г.

# Правительственные меры по стимулированию отрасли в разных странах (1)

В каждой стране, где в 2009 году был отмечен значительный рост, правительство предпринимало меры по стимулированию рынка, а не только поддерживало производителей.

## Китай

- Снижен налог на покупку автомобиля с 10% до 7,5% (в определенный момент снижение достигло даже 5%) в отношении автомобилей с двигателем менее 1,6 л;
- Выделено около 1,6 млрд долл. США на программы утилизации и субсидии;
- Разрабатывается новая система автокредитов для стимулирования продаж.

## Бразилия

- Отменен налог на промышленные товары в отношении покупки новых автомобилей (до марта 2010 года);
- Налог на финансовые операции был снижен с 3% до 1,5%, что сделало более дешевым финансирование новых автомобилей. К январю 2010 года налог был восстановлен;
- Гарантированные госзаказы на сумму 1,8 млрд долл. США.

## Индия

- Высокие импортные пошлины на автомобили (пошлина на полностью собранный автомобиль составляет 100%);
- НДС снижен на 4%, акцизные пошлины – на 2% вне зависимости от происхождения продукта или содержания в нем компонентов местного производства;
- Налог на крупные малоэкономичные автомобили с двигателем более 2 л был снижен с 440 долл. США до 330 долл. США.

# Правительственные меры по стимулированию отрасли в разных странах (2)

## США

- Федеральная программа утилизации автомобилей (Car Allowance Rebate System, CARS) стоимостью 3 млрд долл. США. Потребители приобрели 678 360 новых автомобилей (около 6,5% рынка, 3 500 - 4 500 долл. США за автомобиль в зависимости от его экологичности);
- Налоговый вычет по налогу с продаж и акцизным сборам (как федеральным, так и взимаемым на уровне штата), уплаченным из расчета цены приобретения нового автомобиля, не превышающей 49 500 долл. США.

## Германия

- Принятая в Германии программа утилизации автомобилей предусматривала предоставление потребителю ваучера на 2 500 евро при покупке нового автомобиля после утилизации старого. Стоимость программы – 5 млрд евро (заявки подали более 2 млн участников).

## Великобритания

- В сентябре 2009 года было продлено действие первоначальной программы утилизации в размере 300 млн ф. ст. (дополнительно выделено 100 млн ф. ст.). По этой программе при условии утилизации старого автомобиля с цены нового делается скидка в размере 2000 ф. ст. Скидка финансируется за счет правительства и автопроизводителей (по 1000 ф. ст.).

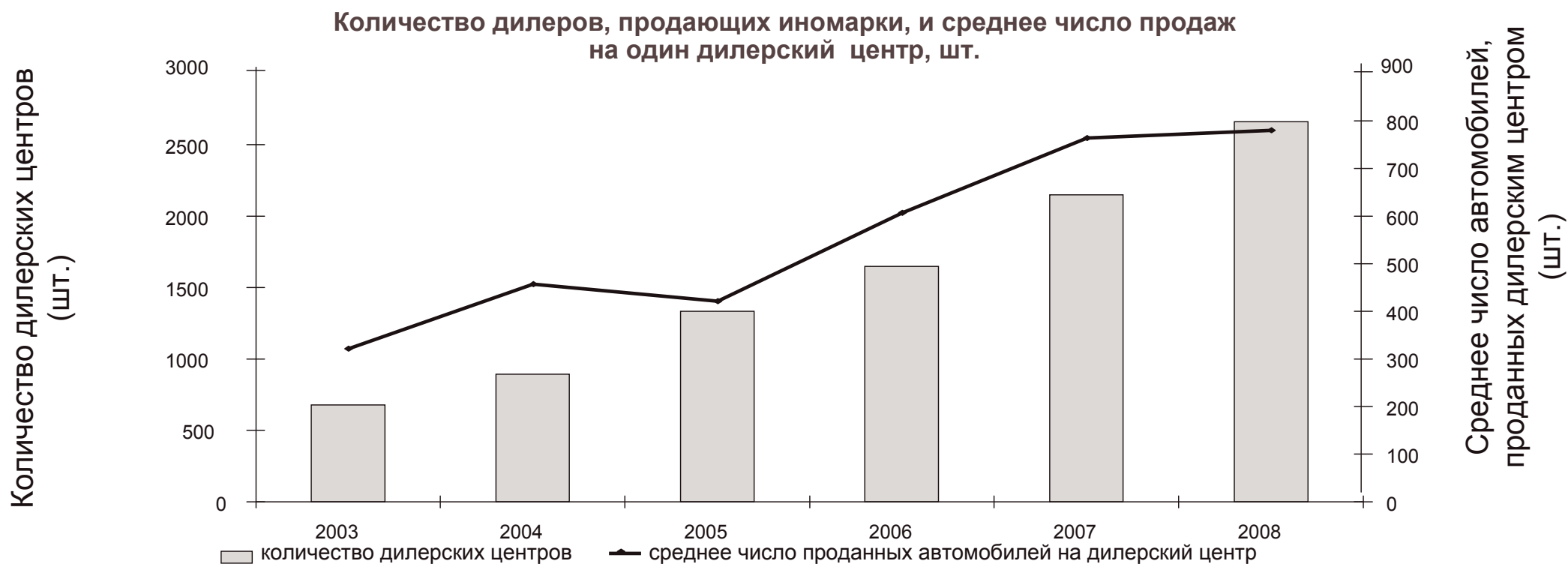
2

Автодилеры

# Развитие дилерской сети

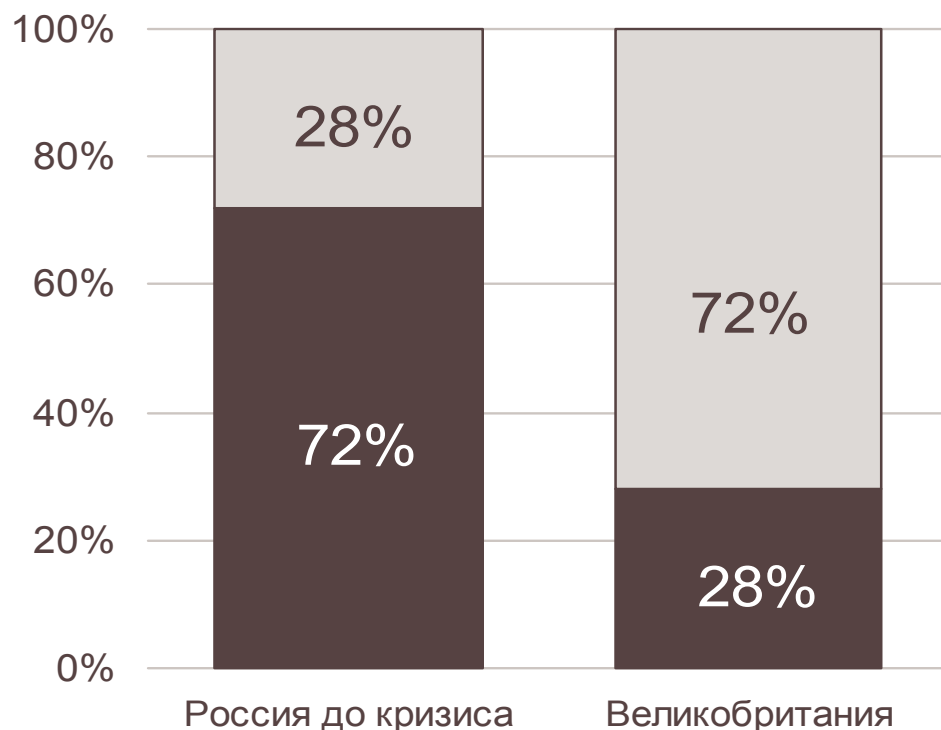
Последние годы были отмечены значительным увеличением количества дилерских центров. Среднегодовое количество проданных автомашин в расчете на один дилерский центр (около 780 машин) было также высоким по сравнению с развитыми рынками (Великобритания – 470, Германия – 250).

Однако большая часть таких инвестиций часто финансировалась за счет краткосрочных банковских займов. С началом кризиса многие дилеры испытали на себе разрушительное воздействие сочетания следующих факторов – падения прибыли, быстрого роста процентных ставок и невозможности рефинансирования кредитов.



# Уязвимость структуры прибылей российской дилерской сети, ориентированной на продажи новых автомобилей

Доля продаж новых автомобилей в сравнении с долей продаж подержанных автомобилей и услуг по ремонту и техобслуживанию в структуре общей прибыли



■ Новые автомобили    □ Услуги и подержанные автомобили

До кризиса большую часть прибыли российские дилеры получали от продаж новых автомобилей, что отличает их от развитых рынков, где основным источником дохода является продажа подержанных автомобилей и услуг по ремонту и техобслуживанию.

В свете быстрого расширения дилерской сети, зачастую финансируемого за счет привлечения значительных заемных средств, такая структура прибыли сделала российских дилеров особенно уязвимыми к воздействию кризиса.

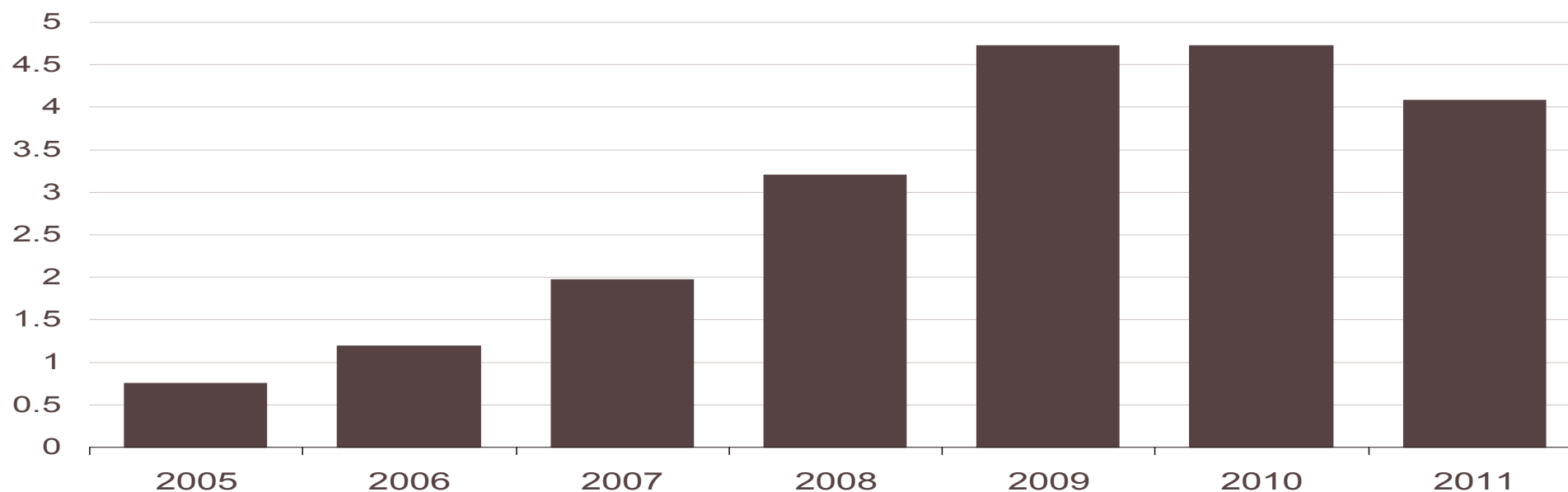
Источник: данные PwC

## Гарантийное обслуживание новых автомобилей в авторизованных центрах

Благодаря значительному росту продаж новых иномарок в последние годы существенно вырос их парк. В краткосрочной перспективе последующая продажа и гарантийное обслуживание этих машин может частично помочь дилерам компенсировать снижение прибыли от продажи новых автомобилей.

Однако в ближайшие годы парк машин, находящихся на гарантийном обслуживании, может значительно снизиться в связи с падением объема продаж новых автомобилей.

Парк иномарок в возрасте до 3 лет, млн шт.



Источник: данные PwC



## Продажи подержанных автомобилей через дилерские центры

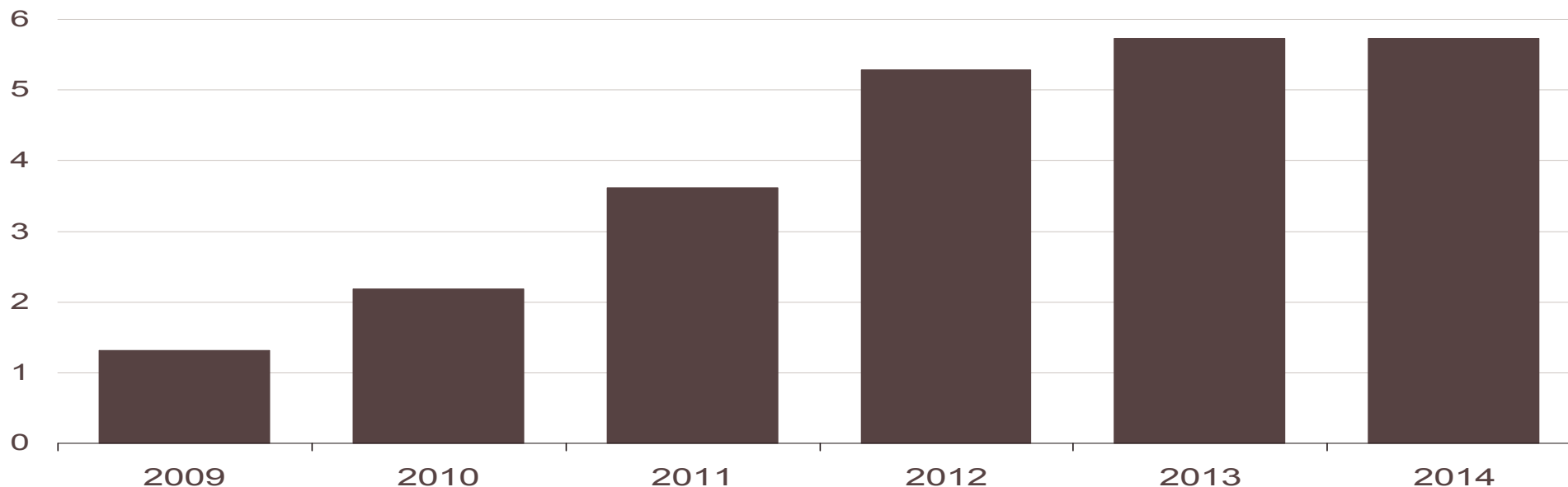
Отмена «двойного» НДС при продаже подержанных автомобилей будет способствовать росту продаж таких автомобилей через дилерские центры.

В ближайшие годы произойдет существенный рост парка иномарок в возрасте от 3 до 7 лет – сегмента автомобилей, которые традиционно активно торгуются на вторичном рынке.

На более развитых рынках сервисное обслуживание и продажа подержанных автомобилей являются обычно более прибыльными видами деятельности, чем продажа новых автомобилей.

Для тех дилерских центров, которые ориентируются на поощрение и культивирование лояльности своих прошлых клиентов, эта часть автомобильного парка может стать важным источником прибыли.

Парк иномарок в возрасте от 3 до 7 лет (которые изначально были проданы новыми в России), млн шт.



Источник: данные PwC

# 3

## Перспективы и сценарии развития рынка

# Некоторые факторы, влияющие на развитие автомобильного рынка в России

Мы попытались смоделировать некоторые факторы, влияющие на развитие российского рынка легковых автомобилей. В таблице ниже представлены фактические данные за 2004-2009 гг., и наши предположения в отношении 2010 г.

Фактор	2004 г.	2006 г.	2008 г.	2009 г.	Оптимистический сценарий	Пессимистический сценарий
Изменение номинальной величины личного располагаемого дохода (ЛРД)	24%	24%	27%	7,9%	7%	6,1%
Доля (в %) личного располагаемого дохода (ЛРД), приходящаяся на покупку автомобилей	4,2%	4,4%	5,4%	3,3%	3,3%	2,9%
Доля банковских кредитов в общем долларовом объеме рынка (%)	27%	31%	31%	15%	22%	16%
Средний обменный курс (руб. /долл. США)	28,8	27,2	24,9	31,7	28	29,5
Средняя цена автомобилей (долл. США)	11300	16 550	21 700	19 300	22 000	20 500

## Сохраняется высокий уровень неопределенности в прогнозировании продаж автомобилей в 2010 году

В рамках оптимистического сценария предполагается 15%-ный рост продаж в количественном выражении при общем объеме продаж около 1,6 млн автомобилей. Пессимистический сценарий предполагает снижение продаж примерно на 5% при общем объеме продаж около 1,3 млн автомобилей.



# Непредсказуемость российского автомобильного рынка

Некоторые факторы, затрудняющие надежное прогнозирование продаж автомобилей в 2010 году

- Обменный курс рубля
- Процентные ставки
- Объем автокредитования
- Уровень потребительской уверенности
- ВВП
- Состояние мировой экономики и цен на сырьевые товары
- Эффективность программы антикризисных мер, принятой правительством

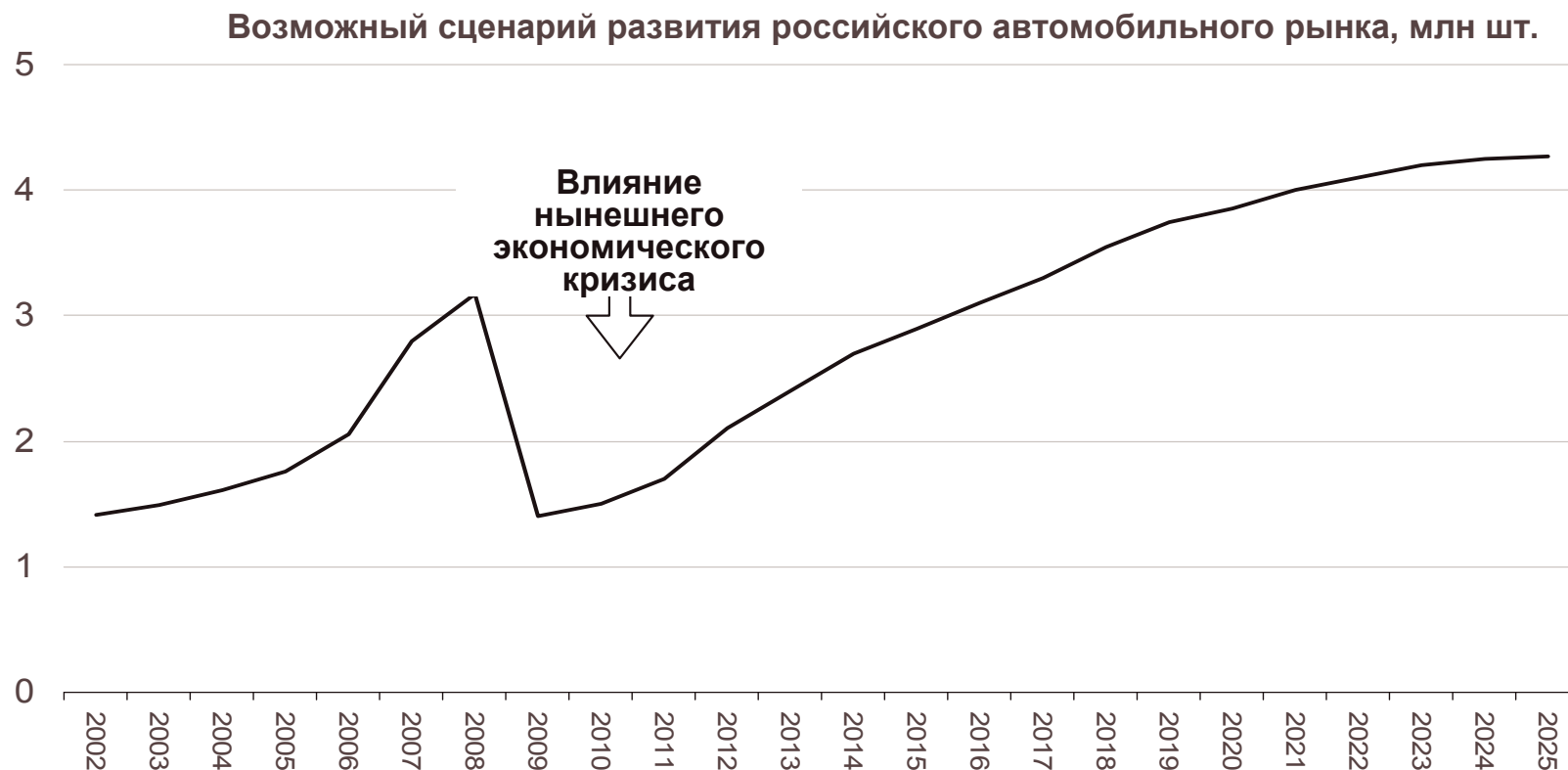
Каждый из этих факторов будет иметь значительное влияние на окончательные результаты за год.

# Возможный сценарий развития российского автомобильного рынка в период до 2025 года

Мы по-прежнему считаем, что российский автомобильный рынок имеет значительный потенциал развития в долгосрочной перспективе.

Однако дорога к этой долгосрочной цели едва ли окажется ровной и гладкой, учитывая сильную зависимость российской экономики от мировых экономических условий, поэтому не исключена возможность повторения кризиса в течение рассматриваемого периода.

Можно предположить, что расчетный показатель насыщения рынка на уровне 400 автомобилей на 1000 человек населения будет достигнут к 2025 году, при этом коэффициент утилизации старых автомобилей составит 6%.



Источник: данные PwC

4

Заключение

# Заключение

- Негативные последствия глобального кризиса для российского автомобильного рынка оказались одними из самых заметных в мире, поскольку сильная зависимость от импорта автомобилей и предшествующий существенный рост рынка сменился быстрым ослаблением рубля, увеличением процентных ставок по кредитам и падением потребительской уверенности.
- В краткосрочной перспективе на рынке все еще сохраняется значительный уровень неопределенности, в том числе в отношении обменных курсов, уровня доверия потребителей и процентных ставок. Позитивные факторы, такие как государственная поддержка и программа утилизации старых автомобилей, «компенсируются» негативными, включая снижение скидок со стороны автопроизводителей и сохранение высоких импортных пошлин. В целом результатом этого может стать дальнейшее падение рынка. В лучшем случае можно рассчитывать на умеренный рост рынка в 2010 году .
- Вместе с тем в среднесрочной перспективе российский автомобильный рынок, который обладает достаточно развитой инфраструктурой дилерских сетей и логистики, может относительно быстро «конвертировать» общий экономический рост в быстрый подъем автомобильного рынка.



# Спасибо за внимание!



Стенли Рут

Партнер, руководитель практики по оказанию услуг компаниям автомобильной отрасли

Настоящая презентация подготовлена исключительно для создания общего представления об обсуждаемом в ней предмете и не является профессиональной консультацией. Не рекомендуется действовать на основании информации, представленной в настоящей презентации, без предварительного обращения к профессиональным консультантам. Не предоставляется никаких гарантий, прямо выраженных или подразумеваемых, относительно точности и полноты информации, представленной в настоящей презентации. Если иное не предусмотрено законодательством РФ, компании сети PricewaterhouseCoopers, их сотрудники и уполномоченные представители не несут никакой ответственности за любые последствия, возникшие в связи с чьими-либо действиями (бездействием), основанными на информации, содержащейся в настоящей презентации, или за принятие решений на основании информации, представленной в настоящей презентации.

© 2010 PricewaterhouseCoopers. Все права защищены. Под «PricewaterhouseCoopers» и «PwC» понимаются фирмы, входящие в глобальную сеть фирм PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Каждая фирма сети является самостоятельным юридическим лицом и не выступает в качестве агента PwCIL или любой другой фирмы сети. PwCIL не оказывает услуги клиентам. PwCIL не несет ответственность за действия или бездействие любой фирмы сети, не может контролировать профессиональные суждения, высказываемые фирмами сети, и не может никаким образом связать их каким-либо обязательством. Ни одна из фирм сети не несет ответственность за действия или бездействие любой другой фирмы сети, не может контролировать профессиональные суждения другой фирмы и не может никаким образом связать другую фирму сети или PwCIL каким-либо обязательством