

УДК 339.3

И.Д. Барков

О.Е. Горячева

ИУБПЭ СФУ город Красноярск

Статья на тему: «Анализ рынка автомобилей в России в 2013 году, и оценка его влияния на рынок литых дисков»

В данной статье рассматривается динамика рынка легковых и коммерческих автомобилей в России за 2013 год, а также производится оценка рынка литых дисков на основе данных о продажах компании ООО «КиК», в итоге делается вывод о зависимости рынка литых автомобильных дисков от рынка автомобилей.

Осенью российский автомобильный рынок замедлил падение: если в июле и августе спрос снижался на 8–10%, то уже три месяца отставание от прошлогодних результатов находится на уровне 7%. Предпосылкой тому послужили завершение сезона отпусков и программа государственного субсидирования автокредитов – с июля по конец сентября ей

воспользовались 100 тысяч раз. Портфель автокредитов, выданных банками России, в январе-сентябре 2013 года вырос на 14% - до 933 млрд. рублей, свидетельствуют данные исследовательской компании Frank Research Group. За третий квартал портфель показал прирост на 5,4%, сообщает агентство «Финмаркет». В половине случаев в «госкредит» покупают иномарки российской сборки, на приобретение автомобилей Лада пришлось треть займов, а на легкий коммерческий транспорт – лишь 5%.

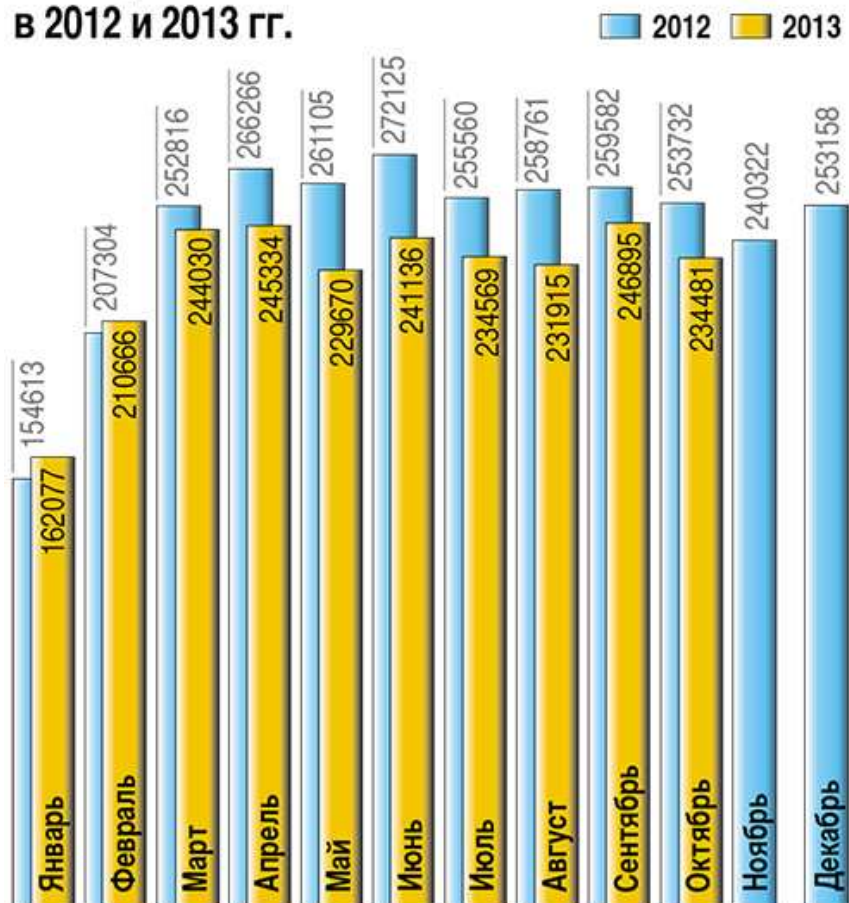
Однако же в целом с начала года российский автомобильный рынок показал падение в 7% по сравнению с тем же периодом 2012 года. По итогам сентября 2013 г. объем продаж на российском автомобильном рынке снизился на 5% (т.е. 246 895 штук), что на 13 067 штук проданных новых легковых и легких коммерческих автомобилей меньше по сравнению с тем же периодом 2012 года. По итогам октября 2013 г. объем продаж на российском автомобиль-

ном рынке снизился на 8% (т.е. 234 481 штук), что на 19 539 штук проданных новых легковых и легких коммерческих автомобилей меньше по сравнению с тем же периодом 2012 года (данные Комитета автопроизводителей АЕБ). Всего за десять месяцев в России было продано 2 281 181 легковых автомобилей. Лидирует по-прежнему Лада (380 852 автомобиля), но по итогам десяти месяцев сбыт упал на 15%, а в октябре - на четверть. Гранта (141 834) остается российским бестселлером, но осенью и ее продажи начали понемногу снижаться. Обновленная Калина набирает обороты медленно - в октябре продано лишь 4 253 машины, хотя год назад старая Калина находила по 10 тысяч покупателей в месяц. Среди крупных игроков рынка только Renault (173 494), Kia (164 595) и Hyundai (151 443) продолжают наращивать продажи: плюс 12% у французских и плюс 3-4% у корейских автопроизводителей. Но спрос на автомобили Chevrolet (142 318) и Ford (85 430) упал на 18-19%, Nissan (114 193) и Skoda (71

553) зафиксировали падение продаж на 11-13%, а Volkswagen (129 847) и Toyota (127 977) - на 1-5%. Наибольший рост за десять месяцев показали Geely (22 074 машины, плюс 60%) и Seat (3 094 машины, плюс 61%).

Самая жаркая борьба сейчас идет за покупателей недорогих иномарок. На недавно вышедшие модели, которые пользуются слабым спросом, производители предоставили скидки: Chevrolet Cobalt подешевел на 10–15 тысяч рублей, Citroen C-Elysée – на 25 тысяч рублей (все версии, кроме базовой), Peugeot 301 с наиболее востребованным двигателем 1.6 – на 30 тысяч рублей. Покупателям седана Peugeot 408 дилеры готовы уступить 20–70 тысяч рублей в зависимости от комплектации, а китайский FAW V5 продается дешевле на 40 тысяч рублей. При этом модели, пользующиеся стабильно высоким спросом, наоборот, подорожали: Kia Rio – на 10 тысяч

Ежемесячные продажи легковых и легких коммерческих автомобилей в России в 2012 и 2013 гг.



рублей, седан Volkswagen Polo – на 8800 рублей, а Renault Logan – на 4000 рублей.

Рис.1

Ниже приводятся данные о продажах литых дисков производства компании «КиК» в России в 2013 году.

Сведения предоставлены маркетинговым отделом компании «КиК».

По итогам осеннего сезона продаж можно заключить следующее. В сентябре наблюдается характерная

для «высокого сезона» тенденция значительного роста продаж продукции КиК в сравнении с предыдущими месяцами, в отношении аналогичных периодов предыдущего года также наблюдается положительная динамика. Розничные точки увеличили свои продажи в среднем на 16% по сравнению с 2012 г., продажи Интернет-магазина увеличиваются неравномерно – в сентябре рост составил 28%, в октябре 9%. Интернет-продажи дисков К7 в динамике за отчетный период показали стремительный рост в каждом месяце, в рознице они обусловлены региональным фактором (в Петербурге пик продаж пришелся на октябрь, в Красноярске – на сентябрь). В фирменной рознице основную долю продаж на себя берет ТСЦ-5, на порядок меньше продается в ТСЦ-7, на третьем месте с переменным успехом стоят ТСЦ-2 и ТСЦ-3. В ноябре произошел резкий спад, что характеризует окончание осеннего сезона. По сравнению с октябрём падение продаж составляет 35-75% в зависимости от канала сбыта,

по сравнению с предыдущим годом падение продаж составляет 8% в ИМ, в рознице небольшой рост – 3,5%.

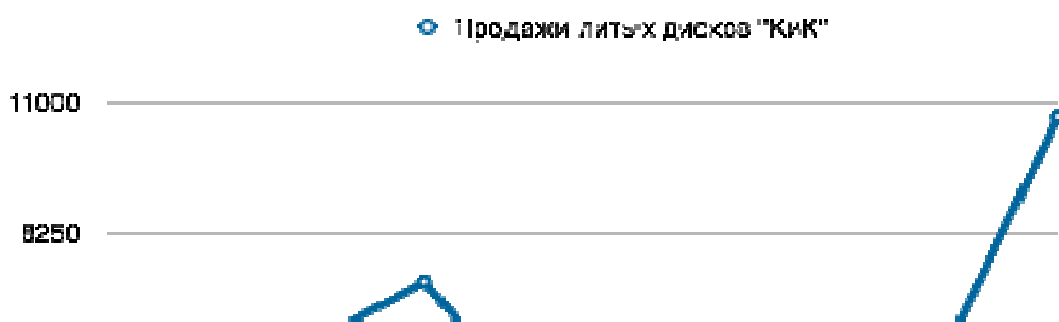
За сентябрь 2013 года через Интернет было реализовано 1 736 дисков марки КиК (+31% к аналогичному показателю 2012 года), 476 диск марки iFree (-3,6% от аналогичного показателя 2012 года) и 431 диск марки K7. Касательно фирменной розницы стоит отметить, что лидером продаж по Красноярску в сентябре остается ТСЦ-5 (621 колесо), меньше было продано в ТСЦ-7 (318 колес), третий по продажам ТСЦ-3 (263 диска). По России максимальное количество дисков КиК было продано в Абакане (271 штука), дисков K7 – в Красноярске (965 штук), в Санкт-Петербурге продажи K7 выросли по сравнению с прошлым месяцем (почти на 30%, 174 проданных диска). В сравнении с аналогичным периодом предыдущего года продажи через Интернет-магазин выросли на 28%, через сеть фирменных торговых точек – на 15%.

В октябре 2013 года через Интернет было реализовано 2 731 диск марки КиК (-2% от аналогичного показателя 2012 года), 983 диска марки iFree (+18% к аналогичному показателю 2012 года) и 821 диск марки К7. В фирменной рознице по Красноярску в октябре лидерство по продажам удержал ТСЦ-5 (1 012 колес), почти в 2 раза меньше было продано в ТСЦ-7 (524 колеса), чуть меньше дисков было продано в ТСЦ-2 (456 дисков). По России максимальное количество дисков КиК было продано в Абакане (366 штук), дисков К7 – в Красноярске (2 036 штук), в Санкт-Петербурге продажи К7 выросли на 32% по сравнению с прошлым месяцем (499 проданных дисков). В сравнении с аналогичным периодом предыдущего года продажи через Интернет-магазин выросли на 9%, через сеть фирменных торговых точек – на 17%.

В ноябре 2013 года через Интернет было реализовано 1 167 диск марки КиК (-16% от аналогичного показателя 2012 года), 412 дисков марки iFree (+0,7%

к аналогичному показателю 2012 года) и 412 дисков марки К7 (+13% к аналогичному показателю 2012 года). В фирменной рознице по Красноярску в ноябре лидером продаж по-прежнему остался ТСЦ-5 (310 колес), почти в 2 раза меньше было продано в ТСЦ-7 (161 колесо), чуть меньше дисков было продано в ТСЦ-1 (153 дисков). По России максимальное количество дисков КиК было продано в Абакане (128 штук, -43% от аналогичного показателя 2012 года), дисков К7 – в Красноярске (546 штук), в Санкт-Петербурге продажи К7 упали по сравнению с предыдущим годом на 17% (328 проданных дисков). В сравнении с аналогичным периодом предыдущего года продажи через Интернет-магазин упали на 8%, через сеть фирменных торговых точек – на 3,5%.

Рис. 2



В заключении данной статьи, можно сделать вывод о связи рынка литых дисков с рынком автомобилей. Данная зависимость безусловно очевидна, так как литые диски являются комплиментарным товаром по отношению к автомобилю. Стоит отметить тот факт, что исследованию подвергался только рынок новых автомобилей, проданных в автосалонах. Продажи на рынке поддержанных автомобилей в настоящий момент не подлежат оценке. Существует несколько причин, по которым люди могут приобретать литые диски для своего нового автомобиля:

- новый автомобиль был продан в салоне на штампованных дисках (уступающих по качеству литым);
- необходим комплект дисков для шин другого сезона;
- предустановленный комплект дисков не устраивает потребителя по качеству или дизайну;

Согласно опросу, который был проведен среди менеджеров Интернет-магазина и продавцов розничной сети в г. Красноярск был сделан вывод, что 40% продаж приходится на диски для новых автомобилей из дилерских салонов.

Список использованных источников

1. <http://www.autostat.ru/>

2. Внутренняя отчетность ООО «КиК»

3. Пашков В.И. «Автомобильная промышленность России в 2002 г.», «Автомобильная промышленность», 2003, № 3.