



Новинки лета
разделились
главным
образом на две
категории:
новые
поколения
популярных
дешевых
моделей и
дорогие
внедорожники,
предна-
значенные,
правда, больше
для городских
перемещений.
Традиционных
для лета
кабриолетов и
спорткаров
среди новинок
нет.

Бюджетники и бездорожники

До 600 тыс. руб.

В России представлена новая версия ветерана авторынка - узбекско-корейского автомобиля Daewoo Nexia. Внешне модель модернизирована незначительно, но, как уверяет производитель, изменено более 90 деталей. В экстерьере обновилась передний бампер, решетка радиатора, головные фары, поворотники, противотуманные фары. Появилась новая крышка багажника, модернизированные задние блок-фары. Стал современнее и тише салон автомобиля. Главное, конечно, двигатель - теперь на Daewoo Nexia ставится позаимствованный у Chevrolet Lacetti 1,6-литровый 108-сильный агрегат. Узбекский производитель дополнил модель возможностью установки подушки безопасности - правда, только с новым мощным мотором. Цены на версии со старым двигателем остались прежними: автомобиль в базовой комплектации GL с восьмиклапанным мотором 1,5 л (75 л. с.) и CD-ресивером стоит 244 тыс. руб. Daewoo Nexia GLE с гидроусилителем, электростеклоподъемниками, центральным замком и противотуманными фарами предлагается за 273 тыс. руб. Доплатив 19 тыс. руб., можно дополнить комплектацию такой необходимой вещью,

как кондиционер. Nexia с новым 16-клапанным мотором в максимальной комплектации будет стоить 299 тыс. руб.

В продаже появился BYD F3-R, хэтчбек на базе китайского седана F3, получившего в России некоторую популярность. От седана хэтчбек отличается не только формой кузова, но и двигателем - на F3-R устанавливается мотор Mitsubishi объемом 1,5 л и мощностью 99 л. с., который сочетается с пятиступенчатой МКПП. В остальных деталях, вплоть до отделки салона, F3-R повторяет седан. В Россию BYD F3-R поставляется в комплектациях Base, Vitality и Fashion. При этом главная ставка делается на самый дорогой вариант. Базовая версия (349,5 тыс. руб.) включает гидроусилитель рулевого управления и кондиционер, более продвинутая Vitality (367,5 тыс. руб.) - системы ABS и EBD с электропакетом, а в топовую версию (387,5 тыс. руб.) уже входят и нетипичные для китайских машин опции: противотуманная система, парковочный радар, подушки безопасности, современная "музыка" с управлением на руле, люк с электроприводом и т. д.

Российские дилеры начали предлагать новое поколение Chevrolet Aveo. Модель довольно сильно изменилась, стала более современной внешне, а также более просторной и безопасной. Правда, двигатели и трансмиссии прежние, а вот цены выросли. За седан Aveo просят от 311 тыс. руб. (за автомобиль с двигателем 1,2 л (84 л.с.)). Из заметных опций в стартовый вариант входят CD-ресивер с MP3 и подушка безопасности водителя. Автомобиль за 345 тыс. руб. будет оснащен еще усилителем руля и кондиционером, за 357 тыс. руб. - центральным замком, регулировкой водительского сиденья по высоте и некоторыми другими опциями, за 363,5 тыс. руб. - тормозной системой с ABS и подушкой безопасности

для переднего пассажира. В топовой версии для этого двигателя снова появляются центральный замок и регулировка сиденья по высоте, но уже в сочетании с подушками безопасности, цена - 375 тыс. руб. Модификация с двигателем 1,4 л (94 л. с.) стоит от 367 тыс. руб., комплектации идентичны. Топовый седан с "автоматом" стоит от 434 тыс. руб., он оснащается кондиционером, подушками безопасности, усилителем руля и т. д., а его самая дорогая версия, за 471 тыс. руб., поставляется с климат-контролем, боковыми подушками безопасности, противотуманными фарами, частичной отделкой кожей. Новый хэтчбек Aveo чуть дешевле, в целом же комплектации идентичны.

Peugeot представила пассажирскую версию модели Partner - Peugeot Partner Tepee. Этот небольшой, но очень вместительный фургончик должен, по замыслу создателей, служить и для работы, и для перевозки большой семьи, и для того, чтобы сбежать из города на дачу с инвентарем. Двигатель единственный, и его параметры едва ли достаточны для решения этих задач - 1,6 л, 90 сил; коробка - "механика". Главная характеристика этого типа автомобилей - грузоподъемность, она составляет 625 кг, а три полноразмерных задних сиденья, на которых будет удобно любым пассажирам, могут складываться ради перевозки груза. Доступ в салон облегчен за счет сдвижной двери. В "базе" доступны "музыка" CD с MP3, ABS, EBA и другие системы активной безопасности, подушки безопасности водителя и переднего пассажира. Даже кондиционер (или климат-контроль, по желанию) придется заказывать в качестве опции, а цена базовой версии при этом немаленькая для подобного рода автомобилей - 515 тыс. руб. Невольно вспоминается минивэн Peugeot 1007, тоже со сдвижными дверями, который потерпел неудачу на российском рынке - его продажи ока-





зались слишком малы из-за довольно высокой цены.

До 1 млн. руб.

Автопроизводители наконец-то начинают признавать, что качество дизтоплива на российских заправках улучшилось. С июля компания Renault предлагает первую в России модель с дизельным турбомотором объемом 2 л (150 л. с.) - Renault Laguna. Постепенно дизельные версии появятся у всех моделей Renault, поставляемых в нашу страну. Для стимуляции спроса до конца года варианты с дизелем будут предлагаться дешевле аналогичных бензиновых. Так, Laguna пока стоит от 841 тыс. руб. в версии Expression с 6-ступенчатым "автоматом". В 2009 году цены увеличатся на 40 тыс. руб. в каждой комплектации.

Начинается российское производство внедорожника Volkswagen Tiguan. Калужский Tiguan предлагается в двух основных модификациях - Track & Field и Sport & Style, отличающихся друг от друга, в частности, геометрической проходимостью. Sport & Style - версия преимущественно для города (в нее входят дополнительная тонировка, частично кожаная отделка, спортивные сиденья, климат-контроль, подушки и шторки безопасности, датчики парковки и т. д.), а Track & Field - для бездорожья (пакет off-road, индикатор контроля давления в шинах плюс некоторые другие опции). Эти комплектации предлагаются с двумя базовыми сочетаниями двигателя и трансмиссии: 1,4-литровый турбированный мотор мощностью 150 сил идет с 6-ступенчатой МКПП, 2-литровый 170-сильный - с 6-ступенчатым "автоматом". Рекомендованная розничная цена на базовые модели Track & Field и Sport & Style с двигателем 1,4 TSI составляет 904 тыс. руб., с 2,0 TSI - 1 053 550 руб. Позже, как обещают, в России будет собираться еще и автомобиль с 2-литровым дизелем мощностью 140 л. с., а также появится третья модификация - переднеприводная Trend & Fun.

До 2 млн. руб.

Компания Honda объявила цены на второе поколение среднеразмерного внедорожника Pilot, которое, как водится, боль-

ше предыдущего. Для восьмиместного автомобиля Pilot обладает достаточно привлекательным сочетанием цены и набора опций. Новинка комплектуется бензиновым двигателем V6 (3,5 л, 257 л. с.) в сочетании с АКПП. Honda Pilot будет стоить 1,4 млн. руб. в комплектации Elegance и 1,5 млн. руб. в комплектации Executive. Автомобиль оборудован трехзонным климат-контролем (отдельные настройки для водителя, переднего и задних пассажиров), десятью подушками безопасности, активными подголовниками, системой обеспечения стабильности VSA, системой активного шумоподавления, памятью настроек водительского и пассажирского сидений, парковочными датчиками, мощной аудиосистемой (семь динамиков). В версии Executive добавляются два динамика, камера заднего вида, система помощи при трогании в гору, кожаный салон, многофункциональный дисплей, люк с электроприводом и 17-дюймовые колесные диски.

В популярном сегменте компактных SUV решила покориться и компания Volvo - она представила в России новую модель XC60. Предполагается, что этот автомобиль "эмоционально дополнит линейку XC": XC60 меньше XC90, но тоже полноприводный. Новинка предлагается с дизелем объемом 2,4 л и мощностью 185 л. с. (с МКПП) и с бензиновым 6-литровым 285-сильным турбомотором (дополняется 6-ступенчатым "автоматом"). Стоимость базовых версий составляет 1,4 млн. руб. (дизель) и 1,696 млн. руб. (бензин). Новинка позиционируется как "самый безопасный из всех автомобилей Volvo". Так, уже в "базе" модель оснащена новой системой безопасности City Safety, которая позволяет облегчить последствия столкновений на малой скорости в городском транспортном потоке. Кроме того, безопасность обеспечивают система предотвращения опрокидывания, система защиты от плечевых травм, функция подготовки к экстренному торможению, подушки и надувные шторки безопасности для водителей и пассажиров, система динамической стабилизации и контроля тяги и др. Комфорт обеспечивают, в частности, электронный климат-контроль, электропакет,

аудиосистема, круиз-контроль. Volvo XC60 выходит на рынок раньше конкурентов - Mercedes-Benz GLK и Audi Q5, цены на которые пока неизвестны, и имеет возможность снять там сливки.

Начались продажи нового поколения семиместных минивэнов Chrysler Grand Voyager. В машине много интересных новшеств, полезных для дальних путешествий. Например, система трансформации сидений Swivel'n Go позволяет разворачивать кресла второго ряда на 180°, чтобы пассажиры двух задних рядов сидели лицом друг к другу; между рядами можно установить раскладной стол. На выбор предлагаются два мотора - бензиновый объемом 3,8 л (193 л. с.) и четырехцилиндровый 2,8-литровый турбодизель (163 л. с.). Оба двигателя сочетаются только с 6-ступенча-

тым "автоматом". Комплектация всего одна, но богатая: шесть подушек безопасности, системы стабилизации, трехзонный климат-контроль с отдельным кондиционером для задней части салона, кожаные сиденья, круиз-контроль, DVD-проигрыватель с жестким диском на 20 Гб, ксенон-фары, камера заднего вида, задний парктроник, электропривод задней и боковых сдвижных дверей, охранная сигнализация. Правда, и стоит все это недешево - от 1,497 млн. руб. с любым из двух двигателей. Дополнительно можно получить немного: электропривод складывания третьего ряда сидений, люк с электроприводом, DVD-систему для задних пассажиров и упомянутую систему трансформации сидений Swivel'n Go.

*Татьяна Комарова,
Коммерсантъ-Деньги*

HONDA PILOT

Двигатели 3,5 л (257 л.с.)
Трансмиссии АКПП
Цена в минимальной комплектации 1400000 руб.
Цена в максимальной комплектации 1500000 руб.
Конкуренты Nissan Pathfinder, Toyota Land Cruiser Prado

DAEWOO NEXIA

Двигатели 1,5л (75л.с.); 1,6л (108л.с.)
Трансмиссии МКПП
Цена в минимальной комплектации 244000руб.
Цена в максимальной комплектации 299000руб.
Конкуренты Renault Logan, Lada Priora

BYD F3-R

Двигатели 1,5л (99л.с.)
Трансмиссии МКПП
Цена в минимальной комплектации 349500 руб.
Цена в максимальной комплектации 387500 руб.
Конкуренты Ford Fiesta, Opel Corsa

CHEVROLET AVEO

Двигатели 1,2л (84 л.с.); 1,4л (94 л.с.)
Трансмиссии МКПП, АКПП
Цена в минимальной комплектации 311200руб.
Цена в максимальной комплектации 471000руб.
Конкуренты Renault Symbol, Opel Corsa

PEUGEOT PARTNER TEPEE

Двигатели 1,6л (90л.с.)
Трансмиссии МКПП
Цена в минимальной комплектации 515000руб.
Цена в максимальной комплектации -
Конкуренты Renault Scenic

VOLVO XC60

Двигатели 2,4л (185л.с.); 6,0л (285л.с.)
Трансмиссии 6-ступенчатая МКПП, 6-ступенчатая АКПП
Цена в минимальной комплектации 1400000руб.
Цена в максимальной комплектации 1696000руб.
Конкуренты Mercedes-Benz GLK, Audi Q5

CHRYSLER GRAND VOYAGER

Двигатели 2,8л (163л.с.); 3,8л (193л.с.)
Трансмиссии АКПП
Цена в минимальной комплектации 1497000 руб.
Цена в максимальной комплектации -
Конкуренты Mercedes-Benz Viano



Российский автомобильный рынок стал самым крупным в Европе. Однако на фоне бурного роста уже наблюдаются и признаки охлаждения, которые заставят игроков рынка корректировать маркетинговые стратегии

Чемпионат Европы

"Если динамика роста российского автомобильного рынка сохранится, то по итогам года в стране будет продано 3,8 миллиона автомобилей и, таким образом, по результатам 2008 года Россия уверенно станет самым крупным рынком Европы, обогнав Германию, где в текущем году предположительно будет продано порядка 3,2 миллиона автомобилей", - заявил на специальной пресс-конференции известный аналитик автомобильного рынка Стенли Рут, партнер PricewaterhouseCoopers.

Лидеры и аутсайдеры

Российский автомобильный рынок продолжает активно расти. Согласно данным PricewaterhouseCoopers, по итогам полугодия он увеличился на 41% в штучном измерении и на 64% - в денежном. По-прежнему особенно внушительно выглядит импорт новых автомобилей: за шесть месяцев он вырос на 54% в количественном выражении и почти на 70% - в денежном.

Маркетологи отмечают два основных фактора, влияющих на повышение продаж автомобилей: ненасыщенность рынка (в России на 1000 жителей приходится всего 200 машин, в то время как в Европе - 400-500, а в США - 700) и наличие у людей средств на покупку. "Рынок отдельно взятой страны может быть не насыщен автомобилями, но при этом у людей нет на них денег. Или, наоборот, у людей есть деньги, но автомобильный рынок уже насы-

щен. Россия - это как раз средний вариант, наиболее благоприятный для рыночного роста: у людей есть деньги, но пока недостаточно автомобилей", - говорит Стенли Рут.

Ни для кого не сюрприз, что, как и раньше, рост автомобильного рынка в последнее время происходит за счет реализации иномарок (продажи импортных иномарок в штуках увеличились на 54%). Сегодня иностранные модели составляют уже более 70% рынка новых легковых автомобилей, хотя и традиционные марки российских машин продавались с хорошим ростом - 27% за текущие полгода.

Среди наиболее успешных иностранных брендов - Hyundai, чьи продажи за шесть месяцев, по данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), выросли чуть ли не на 100%. Сегодня корейская марка - вторая по популярности в России. А первое место у бренда Chevrolet, продажи которого также ощутило выросли (почти на 50%). Кроме того, более чем на 100% подскочили продажи Honda и Land Rover, почти 100-процентный рост наблюдается у Opel и Peugeot, на 80 с лишним процентов поднялись продажи Mazda и Skoda, в районе 50% - Nissan, Kia, Suzuki, Volkswagen.

Многие иномарки хорошо продаются в России благодаря удачно обновленному модельному ряду. "Прирост наших продаж идет за счет таких моделей, как Nissan Tiida, Qashqai, новый X-Trail, - комментирует Татьяна Натарова, PR-менеджер "Ниссан Мотор Рус". - Все эти автомобили были выведены на рынок в прошлом году, их продажи уверенно растут. В июне этого года мы вывели на рынок новую Nissan Teana, и уже за первый месяц было продано 900 машин, в то время как продажи предыдущего поколения в среднем составляли около 600 машин в месяц".

Впрочем, в некоторых случаях хорошей динамике способствует реализация не столько новых, сколько действительно удачных моделей. "Если затрагивать успех отдельных марок, то особенно хочется отметить Opel, - говорит Алексей Бизин,

ведущий аналитик отдела корпоративного анализа банка "Петрокоммерц". - Львиную долю продаж марки обеспечивает очень успешная модель Corsa. Помимо цены - модель попадает в самый массовый ценовой сегмент в 15-20 тысяч долларов - спрос стимулируется интересным дизайном, до этой модели не присущим Opel".

А вот имеющие в России собственные производственные мощности компании демонстрируют не столь впечатляющие показатели роста. По данным АЕБ, за первое полугодие текущего года продажи Ford увеличились только на 19%, Renault - на 25%, Toyota - на 23%. "Российский рынок просто очень быстро растет для уже работающего здесь производства, - поясняет Стенли Рут. - Имеющиеся производственные мощности не справляются с повышающимся спросом. В этой связи, кстати, выглядит очень сомнительным с точки зрения реализации недавнее заявление премьер-министра Путина о том, что как минимум 80 процентов продающихся в России автомобилей должны производиться внутри страны. На мой взгляд, в ближайшее время будет достаточно сложно этого достигнуть".

"Стратегия Renault в России состоит в том, чтобы делать ставку на автомобили, производимые локально, - говорит Ольга Сергеева, пресс-секретарь Renault в России. - На заводе "Автофрамос" производится Renault Logan - основная движущая сила продаж марки Renault в России. На эту модель приходится около 70 процентов продаж. Остальные модели российской гаммы Renault импортирует. Сложившаяся ситуация с курсом рубль/евро неблагоприятно сказывается на продажах импортированных моделей Renault. Что же касается производимых в России Renault Logan, то все выпускаемые на заводе "Автофрамос" модели сразу продаются, в некоторых случаях существуют очереди на покупку этой машины. Таким образом, продажи Logan сегодня ограничиваются производственными мощностями, которые составляют 80 тысяч автомобилей в год. Кстати,





именно поэтому компания Renault приняла решение удвоить производственные мощности московского завода и организовать выпуск еще одной модели. Производство на расширенных мощностях, которые в перспективе будут доведены до 160 тысяч автомобилей в год, стартует в 2009 году. В дополнение к седану Logan Renault будет выпускать на московском заводе еще одну модель - хэтчбек Sandero, который, мы прогнозируем, также будет пользоваться повышенным спросом".

Впрочем, некоторые зарубежные автопроизводители осознанно не гонятся за быстрым ростом продаж. "Увеличение числа проданных машин для нас не самоцель, - говорит Екатерина Кулиненко, пресс-секретарь Ford в России. - Мы прежде всего стремимся сформировать цивилизованный рынок наших машин в России и создать качественную и эффективную сеть продаж и обслуживания автомобилей Ford. Ведь за лавинообразным ростом продаж не всегда поспевает инфраструктура продаж и обслуживания".

Если говорить о неудачниках нынешнего года, то для многих сюрпризом стал провал китайских автомобилей. В первую очередь это относится к самой продаваемой в России китайской марке Chery. Ее реализация упала аж на 47%. Представители компании объясняют снижение тем, что производство этих китайских машин на российском заводе "Автотор" недавно было прекращено. Многие усматривают в этом воплощение негласной стратегии российских властей препятствовать развитию китайских автозаводов на территории РФ. Вспомним, что не так давно в организации производства в режиме промышленной сборки в Татарстане было отказано крупному китайскому производителю Great Wall.

Среди европейских моделей продолжают падать продажи Citroen (за полгода они снизились на 6%). Представители французской компании списывают все на организационные трудности: только весной этого года фактически заработала новая система ввоза машин Citroen через генерального импортера (другие автопроизводители ввели эту систему еще несколько лет назад). Однако некоторые наблюдатели связы-

вают плохое положение марки с тем, какие модели предлагаются. "Citroen и в прошлом году снизил продажи автомобилей на шесть процентов, и главная причина этого, на мой взгляд, - неудачный модельный ряд, - говорит Алексей Бизин. - В России самым популярным типом кузова является седан, а наибольшим потенциалом для увеличения доли обладает класс полноприводных автомобилей. У Citroen в этих сегментах предложение возникло только в 2008 году с появлением моделей C-Crosser и C5 с кузовом седан. Также у марки до сих пор не наблюдалось агрессивной рекламной кампании, сопоставимой по масштабу с конкурентами".

Холодный душ

Констатируя рост автомобильного рынка, участники вместе с тем впервые в этом году начали говорить о его охлаждении. Аналитики призывают не впадать в эйфорию от успеха, а трезво посмотреть на тенденции: в общей сложности увеличение продаж иномарок по итогам текущего года прогнозируется на уровне 40%, в то время как по итогам прошлого года прирост составлял более 60%. "Я думаю, мы действительно стоим на пороге охлаждения рынка новых автомобилей. Скорее всего, темпы роста в этом году будут ниже прошлогодних", - полагает Алексей Бизин из банка "Петрокоммерц". Более долгосрочные прогнозы говорят о том, что уже через два года российский автомобильный рынок будет расти на 20%, а через несколько лет - максимум на 10% в год. Пик продаж автомобилей прогнозируется на 2014 год, а затем начнется снижение.

Охлаждение рынка и, как следствие, ужесточение конкуренции уже в ближайшее время заставят мировых автопроизводителей корректировать свои маркетинговые стратегии, прежде всего в части качества обслуживания, а также в сфере торговли поддержанными машинами. "В условиях замедления темпов роста рынка, которое мы наблюдаем сегодня, и, соответственно, ужесточения конкуренции на первый план выходит способность компании предложить правильный продукт, востребованный рынком и по правильной цене. Также важно высокое каче-



ство не только продукции, но и обслуживания: быстрая поставка запасных частей, кредитные программы и так далее. Всем этим направлениям, например, наша компания уделяет все больше внимания, - говорит Татьяна Натарева из Nissan. - Кроме того, для продвижения своей продукции мы все активнее применяем нестандартные инструменты - в частности, активно используем прямые коммуникации. В прошлом году мы начали реализовывать международную коммуникационную стратегию, получившую название Nissan Sports Adventure. Стратегия ориентирована на людей, в том числе в России, любящих приключения и поддерживающих активный образ жизни. В рамках стратегии компания Nissan выступила генеральным спонсором одного из этапов мирового фрирайд-тура, прошедшего этой зимой в Сочи".

Наблюдатели отмечают, что в связи с замедлением роста в ближайшее время игрокам рынка, особенно дилерам, следует делать ставку не только на стабилизирующиеся продажи новых автомобилей, но и на реализацию машин подержанных. Именно в этом секторе в ближайшее время прогнозируется настоящий бум. "В Западной Европе на каждый проданный новый автомобиль приходится продажа двух старых. Для дилеров в развитых странах реализация подержанных автомобилей - более прибыльный бизнес, так что в России у продаж подержанных машин через дилерские центры большой потенциал, - говорит Стенли Рут. - Как

известно, двойной НДС, когда дилер платит налог при продаже как новой, так и подержанной машины, до сих пор не дает возможности российскому рынку подержанных автомобилей стать прозрачным и цивилизованным. Подавляющее большинство подержанных машин продается не через дилерские центры, а на "серых" автомобильных рынках. Недавно премьер-министр заявил о планах внести изменения в закон, касающийся применения НДС при продаже подержанных автомобилей. После вступления в силу озвученных поправок мы ожидаем быстрый рост прозрачных и цивилизованных продаж подержанных машин через дилерские центры".

Примечательно, что уже через десять лет реализация подержанных автомобилей в дилерских центрах может превзойти продажи новых машин. Стимулировать рост продаж не только новых, но и подержанных автомобилей могли бы сами производители. "Очевидно, что максимум в двухлетней перспективе нас ждет бум на автомобильном рынке, только уже в сегменте подержанных автомобилей. В соответствии с этим прогнозом автопроизводители могут через дилеров инициировать программы лояльности клиентов, - говорит Алексей Бизин. - Например, это могли бы быть различные виды программ предоставления значительной скидки для клиентов, воспользовавшихся схемой trade in: покупкой новой машины в обмен на подержанную".

Алексей Грамматчиков,
Эксперт



Более 1,6 млн. легковых автомобилей, проданных в России за первое полугодие, сделали отечественный рынок самым емким в Европе, отняв пальму первенства у Германии. Все, за редким исключением, производители легковушек с удовольствием смотрят на итоги своих продаж в России.

Не сдаются

Так, ОАО "Соллерс" увеличило реализацию на 20% (более чем на 10 тыс. машин) по сравнению с первым полугодием 2007 года - прежде всего за счет легковых автомобилей Fiat, SsangYong и грузовиков Isuzu. Как отмечает глава "Соллерса" Вадим Швецов, прирост продаж по иностранным брендам обусловлен прежде всего реализацией проектов в Республике Татарстан. Линейка продукции расширилась в этом году за счет Fiat Ducato, производство которого начато в мае 2008-го, и строительной и сельскохозяйственной техники компании Case New Holland (CNH), российским дистрибьютором которой является "Соллерс СТ". Реализация модельного ряда УАЗа хотя и продолжает расти, но не столь стремительно, в результате чего его доля в структуре продаж "Соллерса" снизилась за год с 68,3 до 61,6%.

В пресс-службе ОАО "АвтоВАЗ" сообщили, что с января по июнь реализовано 322,6 тыс. автомобилей - это на 37,5 тыс. (13%) больше аналогичного показателя прошлого года. Основной прирост дали Lada

Priora и Lada Kalina, в результате чего структура продаж АвтоВАЗа приблизилась к желаемому состоянию, когда новые модели смогут заменить устаревшие. В настоящее время совокупная доля Priora и Kalina в продажах тольяттинского автогиганта составляет 31,9% (рост за полгода на 5,5%). Это, а также высвобождение мощностей, изготовлявших Lada 112, для производства Lada Priora позволяет предположить, что через два года Priora и Kalina составят основу модельного ряда АвтоВАЗа.

Наилучшую динамику продаж на российском автомобильном рынке традиционно демонстрируют иностранные концерны. Причем в топ-10 вошли два китайских бренда.

Как дела у партнеров?

По данным Ассоциации европейского бизнеса в России (АЕБ), за январь-июнь 2008 года на территории России продано 1,06 млн. иномарок - на 47% больше, чем за тот же период прошлого года. Лидерами прироста стали китайский BYD, Honda и Dodge. Интересно, что Fiat (+39%) и SsangYong (+31%), модели которых производит и импортирует "Соллерс", не попали даже в двадцатку компаний, наиболее быстро наращивающих продажи в России. Не блещет результатами, по сравнению с лидерами рынка, Chrysler (+18%), с помощью которого ГАЗ освоил выпуск "Волги Сайбер". То же относится к Renault (+25%), стратегическому партнеру АвтоВАЗа, и Chevrolet (+49%), связанному с тольяттинским автозаводом совместным предприятием "Джи-Эм АвтоВАЗ". Из перечисленных компаний только Chevrolet превысил общероссийский показатель роста продаж иномарок, а еще два концерна преодолели порог в 30%, причем во многом благодаря именно СП.

Итак, партнерами (в той или иной форме) наших автозаводов становятся только те иностранные компании, которые не могут самостоятельно удержать свою долю на российском

рынке. Кто же им мешает? Поскольку отечественные производители при всем желании не могут перекрыть более трети имеющегося спроса, то основными конкурентами иностранцев являются... иностранцы. Получается, только борьба между зарубежными компаниями открыла российскому автопрому дорогу к партнерству и новым технологиям и тем самым спасла его. С другой стороны, это партнерство не есть подкачка сильного слабому, оно жизненно необходимо для иностранных автоконцернов, особенно в связи с застоем на рынках Западной Европы и США. А значит, у отечественной автопромышленности есть все возможности не превратиться в бесправного сателлита западных производителей.

Мы выбираем

Пятерка лидеров продаж среди иномарок осталась той же, что и в прошлом году. Впервые совокупный объем продаж первой тройки иностранных автоконцернов превысил соответствующий показатель АвтоВАЗа - Россия пересаживается на иномарки. Hyundai за год поднялась с четвертого на второе место, обойдя концерны Ford и Toyota, во многом за счет модели Hyundai Accent. Причем в России через официальных дилеров реализуется Accent только отечественного производства (ТагАЗ).

По данным тольяттинского агентства "Автостат", в пятерку самых продаваемых в России иномарок, кроме упомянутой Hyundai Accent, вошли также Ford Focus, Chevrolet Lacetti, Renault Logan и Mitsubishi Lancer X. Эти автомобили легко разделяются на две группы - ценой около 300 тыс. рублей (Hyundai Accent и Renault Logan) и свыше 400 тыс. рублей (остальные).

Модели первой группы - бюджетные. По цене они непосредственно конкурируют с Lada Priora и Lada Kalina. При этом наиболее дешевые (270-280 тыс. руб.) и популярные комплектации Logan (Authentique и Expression) проигрывают по набору опций базовым комплек-





тациям вазовских новинок. Accent M/T0 (290 тыс. руб.) имеет некоторое преимущество в виде кондиционера и аудиосистемы, чем, по-видимому, и объясняется сегодняшнее удвоение прошлогоднего показателя продаж этого автомобиля. А вот 30-процентный рост реализации Logan можно объяснить лишь психологией потребителя (престижность иномарки и невысокое доверие к продукции АвтоВАЗа, особенно - недавно поставленной на конвейер). И все же по абсолютному показателю Priga и Kalina выигрывают битву за потребителя.

Объемы продаж Lacetti, Focus и Lancer X определяются уже не дешевой, как у бюджетных "француза" и "корейца", а качеством. С наиболее популярными наборами опций они стоят от 406 тыс. (Focus Comfort) до 540-620 тыс. (Lancer X 1.8 Invite и 1.8 Intense) рублей. Те же модели в минимальной комплектации продаются на 40-100 тыс. рублей дешевле.

Можно сказать, что эта тройка - выбор российского среднего класса. Но выбора-то как раз и не было: отечественных автомобилей с подобным соотношением "цена-качество" просто нет. Ведь только качество (или заработанное ранее имя) позволяет компании Ford продавать в России Focus Comfort на 100 тыс. рублей дороже, чем реализуется Priga "Норма", при полном совпадении набора опций (за исключением опять-таки кондиционера). Возможно, некоторую конкуренцию иностранцам в этом секторе авторынка составит нижегородская "Волга Сайбер". Но ее продажи начнутся только в сентябре, поэтому сейчас говорить об этом рано.

Цена или качество?

Рост продаж вазовских Lada Priga и Lada Kalina сопоставим с показателями Volkswagen (+55%), Nissan (+49%) и KIA (+53%), да и продажи УАЗа, в принципе, тоже растут, хоть и медленно. Это говорит о том, что российский автопром может выпускать приемлемую продукцию. Однако если УАЗ имеет четко очерченную нишу потребителей - в основном жителей территорий с плохими дорогами, - то АвтоВАЗу стоило бы определиться точнее. Наиболее легкий путь - добавить в базовые комплектации кондиционер и аудиосистему, убрав ряд опций, нехарактерных для бюджетных моделей (например, электропривод и обогрев зеркал), чтобы удержать цену в пределах 300 тыс. рублей (сейчас климат-система предлагается только в комплектации Priga стоимостью 325 тыс. рублей, а аудиосистема не предлагается вовсе). В этом случае АвтоВАЗ успешно победит таганрогских "корейцев". Второй, гораздо более сложный путь - значительно повысить качество своей продукции, изменить сложившийся у потребителей стереотип. Тогда через некоторое время волжский автозавод сможет пробиться в рыночную нишу, рассчитанную на более состоятельного покупателя, а таких в России будет все больше и больше. Сейчас же волжане пытаются усидеть на двух стульях, проигрывая при этом по цене бюджетным моделям и по качеству - автомобилям для среднего класса.

*Андрей Морозов,
Эксперт-Волга*

Дешево и сердито

Журнал Forbes провел исследование рынка новых автомобилей дешевле \$10 тыс. По данным исследования, индийские и китайские автозаводы оккупировали первые места в мировом рейтинге самых доступных автомобилей.

Машины, сделанные в Китае и Индии, оказались вне конкуренции. Промышленность этих стран, похоже, сделала ставку на выпуск максимально дешевых и примитивных по конструкции мото-"жестянок", дорога которым в Европу заказана. А вот Россия может легко стать жертвой жадности покупателей. Десятое и девятое места в мировом списке машин "экономкласса" заняли хорошо знакомые Renault Logan и FIAT Palio стоимостью около \$10 тыс. Palio у нас известен как Albea и вместе с Logan продается в России с гордым клеймом Made in Russia. И французы, и итальянцы не пожалели времени и денег на создание системы контроля качества продукции, поэтому обе модели зарекомендовали себя в России как надежные и весьма безопасные "рабочие лошади".

На восьмом месте рейтинга расположился новейший Hyundai i10. По мнению экспертов, микролитражка без претензий, но с минимальным набором средств пассивной безопасности вроде эйрбэгов и ремней с преднатяжителями, да и конструкторский потенциал корейцев вне подозрений. Чего нельзя сказать о других фигурантах рейтинга, занявших более высокие места.

На седьмом месте - Tata Indica, одна из первых попыток индийских автогигантов произвести на свет некое подобие современного авто. На шестом месте расположился вырвавшийся на свободу в апреле прошлого года китайский "жере-

бенек" Chery A1, более известный как Kimo. Следующие две позиции также занимают китайские "лошадки", но от другого производителя. Компания Geely уже предложила модели HQ SRV и MR, по цене \$5780 и \$5500 соответственно.

Третье место - вновь у Индии: за \$4994 там продается Suzuki Maruti 800 мощностью в 37 лошадиных сил. Хетчбэк является копией давно снятой с производства модели Suzuki Alto. На втором месте - Chery QQ (Sweet), продающийся в Китае за \$4781. Это чудо копировальной индустрии продают и в России, правда, у нас он зачастую даже дороже оригинала, Daewoo Matiz: Sweet продает у нас за 220 тыс. рублей, а Matiz можно купить и на 30 тыс. дешевле.

Безоговорочный лидер рейтинга - индийский Tata Nano, потребляющий 4,4 л на 100 км. На полном серьезе этот скромник под краской "металлик" и с кондиционером продается в Москве за 190 тыс. рублей. Добавим, что в рейтинг почему-то не попали вазовская "классика", серпуховская "Ока" и провалившийся с треском в крэш-тестах Chery Amulet. За бюджетных покупателей из Бразилии, России, Индии и Китая намерены побороться и мировые гиганты Toyota, VW, Nissan, пообещавшие в самом скором времени выбросить на рынок машины по цене в пределах от \$5-7 тыс. О работе над созданием "народного авто" ценой не дороже 180 тыс. рублей заявил и глава "АвтоВАЗа" Борис Алешин. Так что борьба за экономных потребителей ожидается нешуточная.

Игорь Волков, Московский комсомолец

