

ет на рынке Нижнего Новгорода четыре бренда: Peugeot, Honda, Audi и Porsche. Эти марки представлены в разных сегментах, поэтому на их примере будет просто представить, как чувствовали себя дилеры разных сегментов в кризис. Марка Peugeot была наиболее бюджетным автомобилем и попала под действие программ утилизации и льготного кредитования. Поэтому 2010 год был для них максимально комфортным. Сейчас Peugeot пытаются оценить рынок и угадать план продаж на 2011 год. С Honda ситуация следующая: до кризиса за 2008 год они продали около 2 тыс. машин и планировали в середине того года, что в следующем увеличат план до 3 тыс. Но вместо этого в первый кризисный год продали чуть более 300 машин. И нам очень повезло, что мы успели достроить салон и к началу кризиса он уже функционировал в рабочем режиме. У марки Audi ситуация более специфичная. Мы не пострадали в кризис, как другие марки, и даже показали символический рост по итогам продаж в 2009 году. Объяснить я это могу лишь тем, что и до кризиса лишь небольшой процент машин продавался в кредит — на уровне 25–30%, а также выходом новой модели — бестселлера Audi Q5. С Porsche совсем другая история. Для клиентов этой марки кредит никогда не был актуален. Однако в 2009 году их ситуация была крайне плачевна из-за низких продаж морально устаревшего Porsche Cayenne. В прошлом же году все кардинально изменилось. На свет появилась абсолютно новая модель внедорожника, и сейчас на по-

ДМИТРИЙ СЕДОВ. Мы в меньшей степени зависим от банков. У нас есть собственный банк, который кредитует наших клиентов. Для нас 40–50% покупок в кредит — это реальность.

НАТАЛЬЯ МЕЛЬЧЕНКО. В этом смысле интересна реакция банкиров. Будете ли вы повышать лояльность, снижать проценты или какими-то другими способами конкурировать с подобными банками?

ЕЛЕНА ЗАХАРОВА. Мы конкурируем не с кэптивными банками, а с себе подобными, и здесь есть много инструментов по привлечению клиентов. Это не только снижение ставок и отмена комиссий, а и скорость решения, и размер первого взноса, и требования к заемщику и пакету документов, и удобство обслуживания и пр.

ДЕНИС РЕЧИЦКИЙ. На наш взгляд, ставки сейчас достигли докризисного уровня — это 13–14% годовых. И снижаться они не будут. Тем более что ЦБ РФ начал повышать ставку рефинансирования, а это индикативный показатель для рынка, означающий, что, возможно, будут увеличены ставки по вкладам. Что неизбежно приведет к удорожанию фондирования.

АНДРЕЙ МАЛЫШЕВ. Ниже 12% ставки снижаться однозначно не будут. Хочу напомнить, что до кризиса размер ставок был точно таким же. Но у клиентов всегда есть выбор — подождать несколько дней решения кэптивного банка или уже на следующий день оформить кредит на приобретение автомобиля, к примеру, в BSGV. Многие клиенты выбирают

финансовые структуры на российский рынок. Сейчас актуально возвращение к этим планам?

АНДЖЕЙ ТАУБЕРГЕР. Во-первых, существуют законодательные ограничения, которые позволяют банку кредитовать физические лица только после двух лет работы. А во-вторых, кэптивный банк — это прежде всего решение импортера, который сначала, как правило, запускает программу кредитования дилеров, а уже потом начинает думать о кредитах для клиентов. Пока коллеги из развитых европейских стран не очень спешат запускать здесь свои финансовые институты.

НАТАЛЬЯ ОРЛОВА. У нас, к сожалению, нет такого банка, и на ближайшее время импортер не планирует его в России открывать. Но мы активно сотрудничаем с местными банками, правда, предложения мало чем отличаются от среднерыночных.

АНДРЕЙ КИЯШКО. В январе и феврале продажи автомобилей показали небывалый рост. Означает ли это, что рынок уверенными темпами возвращается на докризисный уровень и весь 2011 год продажи автомобилей будут увеличиваться?

МАКСИМ ГУТКИН. Да, продажи выросли. Но с наступлением кризиса маржа дилеров упала. И теперь мы можем выжить только благодаря высоким оборотам. Но после сворачивания программ господдержки обороты упадут.

АНДЖЕЙ ТАУБЕРГЕР. На самом деле абсолютно непонятно, к чему мы придем во второй половине года. Сейчас продажи выросли, здесь есть и влияние отложенного



АНДЖЕЙ ТАУБЕРГЕР
КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ
«АУДИ ЦЕНТР
НИЖНИЙ НОВГОРОД»



НАТАЛЬЯ ОРЛОВА
ДИРЕКТОР
КОМПАНИИ
«ДЖЕЙКАР»



ДМИТРИЙ СЕДОВ
ДИРЕКТОР
КОМПАНИИ
«АВТОМОБИЛИ БАВАРИИ»

пулярные Porsche Cayenne образовалась очередь. Проанализировав ситуацию, наша компания пришла к выводу, что стоит построить в Нижнем Новгороде еще несколько салонов с премиум-брендами. И именно в этом направлении компания «Автолига» и собирается двигаться: в ближайшие два года мы планируем открыть два новых салона.

НАТАЛЬЯ МЕЛЬЧЕНКО. Означает ли это, что автокредиты в будущем не будут востребованы?

АНДЖЕЙ ТАУБЕРГЕР. В моем понимании как клиента пользоваться услугами банка комфортно. И банкиры говорят — мы готовы драться за клиента и давать все лучшие и лучшие условия. Но, к сожалению, наш потребитель из премиум-сегмента не спешит брать кредиты, и доля кредитов на сегодня снизилась до 15–20%, а объемы продаж при этом растут.

наш банк, поскольку их устраивают скорость принятия решения, предоставляемые условия и индивидуальное обслуживание.

ТИМОФЕЙ ПИСЬМЕРОВ. По нашей оценке, лишь 10% от общего объема автокредитов выдаются кэптивными банками — банками, связанными с производителями. И мы не считаем, что они способны диктовать условия рынку. Скорее всего, это просто способ более тонкого подхода к потребителю. Если производитель, дабы завоевать лояльность покупателя, дарят ему коврики, то в компании BMW просто снижают стоимость кредита на несколько процентов. Реально — это просто две стороны одной медали. Кто-то делает бонусы через скидки и подарки, кто-то — через дешевые кредиты.

НАТАЛЬЯ МЕЛЬЧЕНКО. До кризиса многие производители заявляли о том, что в ближайшее время будут выводить собственные

спроса, и программы утилизации, которая идет к своему завершению, есть и логистические проблемы дилеров, которые создали некий ажиотаж. Но, по моим прогнозам, во второй половине года ситуация с продажами не будет такой радужной.

ТИМОФЕЙ ПИСЬМЕРОВ. Я подолью масла в огонь. Вполне объяснимо, почему рынок резко вырос в первые месяцы текущего года. Потому что были большие бюджетные вбросы в конце 2010 года. Программы господдержки, как и бюджетные вбросы, сворачиваются, и я уверен, что и половины накопленного в 2010 году позитива не будет в 2011-м. Поэтому на вторую половину 2011 года прогнозы делать сложно. Реально, что кто-то из дилеров может не выжить во второй половине этого года. Поэтому уже сейчас мы начинаем работать, чтобы рынок продолжал развиваться. Мы вместе с производителем и дилером сейчас рассчиты-