

**Ассоциация «Челябинские автомобильные дилеры»**

**А.Д. Рулевский**

**АВТОМОБИЛЬНЫЙ РЫНОК  
Южного Урала  
в III квартале 2011 года**

**Анализ и тенденции**

**Челябинск  
2011**

## ***I. Автомобильный рынок Европы по итогам января-сентября 2011 года***

Согласно официальным данным Европейской ассоциации автопроизводителей (ACEA), за январь-сентябрь 2011 года в странах Европейского Союза было продано 10121423 новых легковых и легких коммерческих автомобилей, что на 1,1% меньше, чем за аналогичный период прошлого года (10233104 машины).

Лидером по реализации новых автомобилей в Европе остается Германия. В этой стране было продано 2401736 автомобилей, что на 10,8% больше, чем годом ранее. Россия занимает по объемам продаж второе место. Продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей составили за январь-сентябрь 2011 года 1921282 машин (из них легковых - 1797000 единиц), что на 45,1% больше, чем за аналогичный период 2010 года.

Третья строчка рейтинга досталась Франции, авторынок которой остался на прошлогоднем уровне - 1661271 машин (+0,2%). Далее по убыванию идут Великобритания - 1553094 проданных автомобиля (-5%) и Италия - 1369545 машин (-11,3%).

Лидерами по снижению реализации автомобилей за отчетные месяцы стали: Греция, рынок которой упал до 79231 машин (-35,7%), Португалия, где было продано 123540 автомобилей (-23,5%) и Испания. Рынок этой страны упал на 20,7% до 623926 единиц, что сопоставимо с уровнем продаж автомобилей в 1993 году (!).

Что касается стран, сумевших в 2011 году максимально нарастить продажи, то это, прежде всего республики Прибалтики – Литва (+86,9%), Эстония (+81,9%) и Латвия (+76,4%). Но, в количественном отношении объемы реализации новых автомобилей в этих странах остаются незначительными – 9956, 11405 и 6191 штук соответственно.

Несколько лет назад - в 2008 году - российский авторынок претендовал на лидерство в Европе, но после начала кризиса - в 2009 и 2010 годах – он откатился вниз и занимал лишь пятое место. И вот, к середине осени 2011 года автомобильный рынок Российской Федерации, выйдя на второе место, вернул себе прежние позиции. При этом, продажи легковых автомобилей в нашей стране показали наибольший рост среди ведущих стран Европы - на 45,1%. Это обстоятельство дает основание рыночным аналитикам уверенно утверждать, что Россия сохранит «серебро» и по итогам 2011года в целом.

## ***II. Российский автомобильный рынок в январе-октябре 2011 года***

За десять месяцев 2011 года в России было продано 2162504 новых легковых и легких коммерческих автомобилей отечественных и иностранных марок. Таким образом, российский автомобильный рынок вырос за этот период на 43% или на 645051 машин (табл.1).

Из данных таблицы 1 видно, что «АвтоВАЗ» по-прежнему остается лидером продаж. В сентябре российский автогигант продал 50,9 тыс. автомобилей, что соответствует результатам аналогичного периода прошлого года. А вот в октябре реализация «вазовских» машин впервые за последние годы оказалась ниже показателя годичной давности – 49270 и 50882 машины соответственно. Все это дает основания предполагать, что продажи автомобилей марки Lada достигли своего максимума и дальше объемы ежемесячной реализации будут колебаться вокруг этого показателя.

Таблица 1

*Продажи в России в январе-октябре 2011 года легковых автомобилей  
различных марок*

№ п/п	Марка	Продажи, шт.		Дина- мика изме- не- ний, %	Продажи, шт.		Дина- мика измене- ний, %
		янв-окт 2011	янв-окт 2010		октябрь 2011	октябрь 2010	
1	Lada	493187	421284	17	49270	50882	-3
2	Chevrolet	142033	91383	55	15134	10710	41
3	Hyundai	129698	69152	88	15537	7682	102
4	Kia	127081	87345	45	14771	9600	54
5	Renault	125327	75158	67	13607	10112	35
6	Nissan	107723	60142	79	13671	9101	50
7	Toyota	94849	62707	51	9149	7352	24
8	Ford	93676	69885	34	11390	8841	29
9	Volkswagen	91010	45516	100	12100	6503	86
10	Daewoo	79479	61237	30	7856	6673	18
11	GAZ	73183	59276	23	8597	8758	-2
12	Mitsubishi	58841	34913	69	7310	5633	30
13	Skoda	57173	38022	50	7052	3749	88
14	Opel	54748	29899	83	6205	5046	23
15	UAZ	44449	37034	20	5591	5102	10
16	Peugeot	36603	28551	28	3782	3332	14
17	Mazda	31930	18559	72	3786	2651	43
18	Suzuki	29650	22733	30	3264	2928	11
19	Fiat	23940	16932	41	1937	1827	6
20	Mercedes-Benz	23930	15311	56	2705	2010	35
21	BMW	22423	16668	35	2750	1800	53
22	Citroen	22267	13567	64	2389	1883	27
23	Audi	19678	15596	26	1875	1410	33
24	SsangYong	17243	9964	73	2274	1337	70
25	Chance	16737	14567	15	1585	1646	-4
26	Honda	15735	15199	4	1460	1318	11
27	Lifan	14480	5901	145	1587	921	72
28	Volvo	14242	7861	81	1935	987	96
29	Vortex	11385	7185	58	1164	2073	-44
30	Lexus	11381	8646	32	1042	1083	-4
31	Subaru	10163	7233	41	967	710	36
32	Land Rover	10159	7711	32	1087	856	27
33	Bogdan	7069	6766	4	1080	722	50
34	Chery	5359	8055	-33	1004	838	20
35	Infiniti	5296	3515	51	781	537	45
36	Great Wall	5172	2747	88	801	461	74
37	IZH	4350	86	4958	528	68	676
38	Geely	3992	1459	174	703	216	225
39	Haima	2664	0	—	193	0	—
40	Cadillac	2182	1078	102	227	209	9
41	Mercedes-Benz Vans	1979	1578	25	249	221	13

№ п/п	Марка	Продажи, шт.		Дина- мика изме- нений, %	Продажи, шт.		Дина- мика измене- ний, %
		янв-окт 2011	янв-окт 2010		октябрь 2011	октябрь 2010	
42	Porsche	1894	1283	48	320	140	129
43	Mini	1635	786	108	175	81	116
44	Jeep	1488	477	212	266	131	103
45	BYD	1485	77	1829	306	0	—
46	TAGAZ	1323	7160	-82	114	226	-50
47	Seat	1037	816	27	0	153	—
48	Jaguar	887	696	27	126	45	180
49	Isuzu	368	271	36	15	24	-38
50	Dodge	145	203	-29	3	40	-90
51	Chrysler	72	155	-54	5	13	-62
<b>ИТОГО</b>		<b>2162504</b>	<b>1517453</b>	<b>43</b>	<b>240865</b>	<b>189516</b>	<b>27</b>

В целом же, за три квартала 2011 года ОАО «АвтоВАЗ» увеличило свои продажи на 20%, до 443,9 тыс. машин. За десять месяцев прирост продаж снизился до 17% - 493187 и 421284 автомобилей соответственно.

Впечатляющие результаты продолжает демонстрировать корейский Hyundai, который в сентябре продал 15,3 тысяч автомобилей, что на 87% больше, чем за аналогичный период прошлого года, а в октябре довел свой месячный показатель реализации до рекордных 15537 машин.

Партнер Hyundai по альянсу — Kia в сентябре реализовала 11765 автомобилей, что на 2% меньше, чем в августе. Это объяснялось сокращением продаж старого Rio, так как в сентябре все ждали появления его обновленной версии. И действительно, уже в октябре реализация возросла до 14771 машины.

Однако, несмотря на такие успехи корейских производителей, первенство среди зарубежных марок по-прежнему продолжает удерживать Chevrolet. При этом, учитывая, что объемы ежемесячных продаж Chevrolet и Hyundai разнятся не столь существенно — в октябре 15134 и 15537 автомобилей соответственно, можно уверенно утверждать, что Chevrolet останется по итогам 2011 года в России зарубежным брендом №1.

Значительно увеличить продажи Hyundai помог ажиотажный спрос на модель Solaris, которая с апреля прочно удерживает статус самой продаваемой иномарки на российском рынке (табл.2). За три квартала в России было продано 66,3 тыс. Solaris, по итогам октября этот показатель достиг 76649 машин, а до конца года эта цифра может вырасти до 90 тыс.

В сентябре Solaris обогнал по объемам ежемесячной реализации «вазовскую классику», некогда самую популярную модель «АвтоВАЗа», в октябре это смог сделать еще целый ряд моделей зарубежных марок. Никому из иностранных компаний прежде не удавалось обогнать в продажах «классику», но сейчас это можно сделать достаточно легко, так как объемы ее выпуска реально сокращаются. Можно с большой долей уверенности предполагать, что по итогам года Solaris по объемам ежемесячных продаж сможет обойти и другую модель «АвтоВАЗа» — Lada Samara.

При этом нужно учитывать, что в статистику реализации Hyundai Solaris включают все виды кузовов. Поэтому, если объединить продажи Renault Logan (за январь-

Таблица 2

*Самые продаваемые в России модели легковых автомобилей (по итогам января-октября 2011 года)*

№ п/п	Модель	Марка	Продажи, шт.		Дина- мика измене- ний, %	Продажи, шт.		Дина- мика измене- ний, %
			янв - окт 2011	янв - окт 2010		октябрь 2011	октябрь 2010	
1	Kalina	LADA	121400	85258	42	11615	11698	-1
2	Priora	LADA	119522	101579	18	11563	11963	-3
3	2104/2105/2107	LADA	101548	113049	-10	5739	13642	-58
4	Samara	LADA	99604	86475	15	13948	9381	49
5	Solaris	Hyundai	76649	0	—	10271	0	—
6	Logan	Renault	68359	50226	36	6525	6032	8
7	Focus	Ford	65246	52334	25	8541	6832	25
8	4x4	LADA	51110	34603	48	6405	4198	53
9	Nexia	Daewoo	46570	35908	30	4666	4029	16
10	Niva	Chevrolet	42072	27172	55	5642	3231	75
11	Polo	Volkswagen	40191	4580	778	5180	2056	152
12	Astra	Opel	38928	21847	78	4343	4158	4
13	Rio	Kia	38353	24832	54	5735	2686	114
14	Sandero	Renault	35159	13638	158	4493	2912	54
15	Lacetti	Chevrolet	34635	25408	36	3332	2785	20
16	Matiz	Daewoo	32909	25329	30	3190	2644	21
17	Actavia A5	Skoda	32000	13936	130	4202	1464	187
18	Cruze	Chevrolet	30683	14546	111	3431	1984	73
19	Qashqai	Nissan	27085	15999	69	3795	3016	26
20	Aveo	Chevrolet	24519	18355	34	1122	2099	-47
21	Cee'd	Kia	24378	22032	11	2683	2499	7
22	Corolla	Toyota	21891	12551	74	2078	1508	38
23	RAV 4	Toyota	20916	13143	59	2397	1253	91
24	Sportage	Kia	19955	16847	18	2660	1810	47
25	New Cerato	Kia	18143	9393	93	565	1054	-46

октябрь 2011 года – 68239 машин) и Renault Sandero (35159 машин), которые представляют собой разные кузовные версии одного и того же автомобиля, то первое место останется за французами. Очевидно, что до конца текущего года сложившееся положение уже не изменится.

### **III. Региональный рынок новых автомобилей в III квартале 2011 года**

Согласно данным, собранным Ассоциацией «Челябинские автомобильные дилеры», за январь-сентябрь 2011 года на региональном рынке было продано 52764 новых легковых и легких коммерческих автомобилей отечественных и зарубежных марок. По сравнению с аналогичным показателем прошлого года (31610 машин) продажи новых автомобилей в Челябинской области выросли более чем в полтора раза (на

67,0%), что выше на 21,7% результата, достигнутого за тот же период в целом по Российской Федерации.

В предыдущих отчетах Ассоциации мы уже отмечали, что резкое падение продаж новых автомобилей в Южноуральском регионе, наблюдаемое в 2009-1010 гг., привело к накоплению отложенного спроса, что и обусловило резкий рост реализации машин в текущем году.

В настоящее время можно говорить о том, что региональный автомобильный рынок вернул свои докризисные позиции. По итогам января-сентября 2011 года его доля в общероссийском составила 2,7%, в то время как за аналогичный период 2010 года она составляла 2,4%, а по итогам 2009 года – всего 1,9%. Важно учитывать, что показатель 2,7% Челябинская область имела на общероссийском автомобильном рынке и в докризисные годы.

По итогам девяти месяцев 2011 года в Челябинской области новых автомобилей было продано больше, чем в таких европейских странах, как: Болгария (14353), Эстония (11405), Венгрия (33676), Латвия (6191), Литва (9956), Люксембург (39609), Словакия (49954) и Словения (46478). При этом, большинство этих стран превосходят Челябинскую область по численности населения.

Данные о продажах автомобилей различных марок на региональном автомобильном рынке в январе-сентябре 2011 года представлены в таблице 3.

**Таблица 3**

***Продажи в Челябинской области новых автомобилей отечественных и иностранных марок в январе-сентябре 2011 года***

№ п/п	Марка	Продажи, шт.		Динамика изменений, %	Продажи, шт.		Динамика изменений, %
		III кв. 2011	II кв. 2011		январь-сентябрь 2011	январь-сентябрь 2010	
1	Lada	4788	5128	93,4	13678	9416	145,3
2	Kia	1162	1491	77,9	3689	3113	118,5
3	Chevrolet*	1303	1272	102,4	3317	1238	267,9
4	Hyundai	1109	1205	92,0	3220	1734	185,7
5	Renault	978	1006	97,2	2880	1571	183,3
6	Volkswagen	1134	937	121,0	2673	1411	189,4
7	Nissan	785	927	84,7	2362	1042	226,8
8	Ford	756	867	87,2	2227	1431	155,6
9	UzDaewoo	893	810	110,2	2095	1682	124,6
10	Toyota	671	713	94,1	2034	1099	185,1
11	Skoda	597	744	80,2	1872	1097	170,6
12	Mitsubishi	540	601	89,8	1503	570	263,7
13	GAZ	518	500	103,6	1363	903	150,9
14	UAZ	386	341	113,2	1005	471	213,4
15	Opel	402	350	114,9	926	213	434,7
16	Suzuki	276	288	95,8	823	529	155,6
17	Fiat	340	342	99,4	818	353	231,7
18	Citroen	292	247	118,2	793	446	177,8
19	Mazda	273	173	157,8	661	314	210,5
20	Chance	275	245	112,2	620	404	153,5

№ п/п	Марка	Продажи, шт.		Дина- мика изме- не- ний, %	Продажи, шт.		Дина- мика изме- не- ний, %
		III кв. 2011	II кв. 2011		янв-сент 2011	янв-сент 2010	
21	Peugeot	252	178	141,6	616	348	177,0
22	Mercedes-Benz	195	206	94,7	510	225	226,7
23	Lifan	193	186	103,8	448	221	202,7
24	Audi	138	156	82,1	378	287	128,2
25	BMW	118	134	88,1	329	222	148,2
26	TAGAZ	109	124	87,9	233	н/д	—
27	Lexus	71	83	85,5	224	151	149,0
28	Volvo	90	70	128,6	220	98	224,5
29	Land Rover	68	60	113,3	195	134	145,5
30	Chery	67	66	101,5	169	278	60,8
31	Honda	63	45	140,0	105	55	191,0
32-33	Subary	49	45	108,9	122	94	129,8
32-33	SsangYong	61	39	156,4	122	102	119,6
34	Infiniti	31	35	88,6	109	42	259,5
35	Chrysler**	44	26	169,2	79	23	343,5
36	Haima	17	24	70,8	41	—	—
37	Porsche	15	16	93,75	37	28	132,1
38	Geely	10	12	83,3	36	50	72,0
39	Cadillac	4	6	66,7	14	11	127,3
40	Jaguar	7	1	700	8	—	—
41	Другие	65	75	86,7	210	170	123,5
<b>ИТОГО</b>		<b>19145</b>	<b>19729</b>	<b>97,0</b>	<b>52764</b>	<b>31610</b>	<b>167,0</b>

\* С учетом автомобилей Chevrolet Niva

\*\* С учетом автомобилей Dodge и Jeep

Из данных, приведенных в таблице 3, видно, что лидером регионального рынка, как и общероссийского, продолжает оставаться марка Lada. Среди иностранных брендов первое место уверенно удерживает Kia, а вот на второе место вышла марка Chevrolet, обошедшая Hyundai.

Показатели третьего квартала 2011 года уступают объемам продаж новых автомобилей на региональном рынке за период апрель-май текущего года на 3,0%. При этом нужно учесть, что из марок, занимающих первые 10 позиций, только Chevrolet, Volkswagen и UzDaewoo добились в III квартале текущего года объемов продаж больших, чем за период апрель-июнь 2011 года. Большинство руководителей дилерских компаний объясняют такое положение недопоставкой машин и наличием отложенного спроса, который составляет примерно 15-20% от достигнутых объемов реализации.

В то же время, из 40 марок, продажи автомобилей которых активно ведутся на Южном Урале, только две, согласно собранным официально подтвержденным данным, не смогли за январь-сентябрь 2011 года превысить объемы продаж за аналогичный период 2010 года. Правда, необходимо учитывать, что получить полную информацию по китайским брендам достаточно затруднительно, поэтому возможная ошибка компенсируется позицией «Другие».



**Рис. 1. Общая структура регионального рынка новых легковых и легких коммерческих автомобилей (сентябрь 2011 года)**

Нужно отметить, что благодаря действию программы утилизации старых автомобилей, способствовавшей существенному росту объемов продаж машин Волжского автозавода, доля автомобилей отечественных марок в последние два года существенно выросла. В настоящее время, как видно из рис.1, она составляет 30,5%. Для сравнения укажем, что в докризисный период (в 2008 году) доля отечественных марок на региональном рынке составляла всего 19,6%.

Правда, нужно учесть, что в 2011 году структура регионального рынка новых автомобилей постепенно возвращается к докризисной. Так, по итогам 2010 года доля российских автомобилей составляла 36,1%, а за январь-июнь текущего года – 31,0%. Поэтому есть все основания предполагать, что и в дальнейшем доля иномарок будет расти.

Проведем более детальный анализ региональных рынков новых отечественных и иностранных автомобилей.

#### ***IV. Региональный рынок новых отечественных автомобилей***

Согласно данным, собранным Ассоциацией «Челябинские автомобильные дилеры», общий объем продаж на региональном рынке новых автомобилей отечественных марок за январь-сентябрь 2011 года составил 16046 машин (табл.4). По сравнению с аналогичным показателем 2010 года (10790 автомобилей), продажи новых автомобилей российских марок в Челябинской области выросли на 48,7%. В целом же по Российской Федерации, реализация машин отечественных марок, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, увеличились на 19,8%.

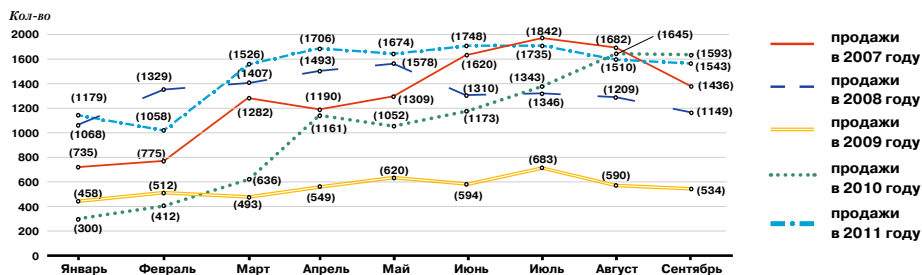
**Таблица 4**  
**Продажи в Челябинской области автомобилей отечественных марок в январе-сентябре 2011 года**

№ п/п	Марка	Продажи, шт.		Динамика изменений, %	Продажи, шт.		Динамика изменений, %
		III кв. 2011	II кв. 2011		январь-сентябрь 2011	январь-сентябрь 2010	
1	LADA	4788	5128	93,4	13678	9416	145,3
2	GAZ	518	500	103,6	1363	903	150,9
3	UAZ	386	341	113,2	1005	471	213,4
<b>ИТОГО</b>		<b>5692</b>	<b>5969</b>	<b>95,3</b>	<b>16046</b>	<b>10790</b>	<b>148,7</b>



Особый интерес представляет анализ результатов продаж на региональном рынке новых автомобилей марки Lada. (рис.2). Всего в III квартале 2011 года на Южном Урале было реализовано 4788 новых машин Lada это на 2,3% больше, чем за аналогичный период прошлого года (4682 новые машины), но на 6,6% меньше, чем во втором квартале текущего года (5128 машин).

Определенное снижение объемов продаж автомобилей производства Волжского автозавода объясняется прекращением действия государственной программы утилизации старых автомобилей.

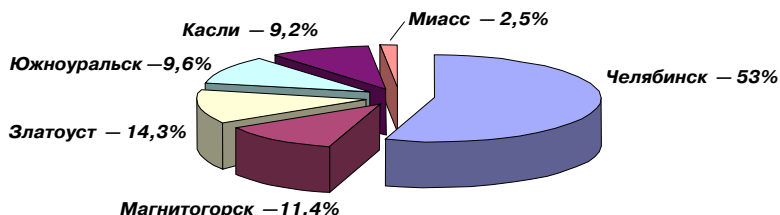


**Рис. 2. Продажи новых автомобилей марки Lada в Челябинской области в январе-сентябре 2011 года**

Из данных рис.2 видно, что, несмотря на прекращение государственной программы утилизации старых автомобилей, ежемесячные показатели продаж автомобилей Lada остаются очень высокими и находятся на докризисном уровне.

По всей видимости, для нынешней «модельной линейки» ОАО «АвтоВАЗ» данные показатели ежемесячных продаж являются предельными. Их увеличение следует ожидать после выведения на рынок новой модели Lada Granta. Так, на 1 ноября 2011 года, дилерская сеть «Челябинск-Лада» уже имела более 300 заявок на эту модель, хотя к этому времени у дилеров еще не появились ни демонстрационные, ни тест-драйвовские образцы модели.

Географическая структура регионального рынка новых автомобилей марки Lada представлена на рис.3. Данные по долям рынка той или иной торговой площадки представляют определенный интерес и с точки зрения их потенциала при реализации автомобилей иностранных марок.



**Рис. 3. Географическая структура регионального рынка новых автомобилей марки LADA**

В целом же можно констатировать, что автомобили Lada на Южном Урале продолжают пользоваться очень высокой популярностью у потребителей. Достаточно сказать, что каждый четвертый новый автомобиль (25,9%), проданный в Челябинской области в январе-сентябре 2011 года, был произведен в Тольятти.

## ***V. Региональный рынок новых автомобилей иностранных марок***

Динамика изменения объемов продаж новых автомобилей иностранных марок в III квартале 2011 года на региональном рынке представлена в таблице 5.

**Таблица 5**  
***Продажи на Южном Урале новых автомобилей иностранных марок в январе-сентябре 2011 года***

№ п/п	Марка	Продажи, шт.		Динамика изменений, %	Продажи, шт.		Динамика изменений, %
		III кв. 2011	II кв. 2011		январь-сентябрь 2011	январь-сентябрь 2010	
1	Kia	1162	1491	77,9	3689	3113	118,5
2	Chevrolet*	1303	1272	102,4	3317	1238	267,9
3	Hyundai	1109	1205	92,0	3220	1734	185,7
4	Renault	978	1006	97,2	2880	1571	183,3
5	Volkswagen	1134	937	121,0	2673	1411	186,4
6	Nissan	785	927	84,7	2362	1042	225,8
7	Ford	756	867	87,2	2227	1431	155,6
8	UzDaewoo	893	810	100,2	2095	1682	124,6
9	Toyota	671	713	94,1	2034	1099	185,1
10	Skoda	597	744	80,2	1872	1097	170,6
11	Mitsubishi	540	601	89,8	1503	570	263,7
12	Opel	402	350	114,9	926	213	434,7
13	Suzuki	276	288	95,8	823	529	155,6
14	Fiat	340	342	99,4	818	353	231,7
15	Citroen	292	247	118,2	793	446	177,8
16	Mazda	273	173	157,8	661	314	210,5
17	Chance	275	245	112,2	620	404	153,5
18	Peugeot	252	178	141,6	616	348	177,0
19	Mercedes-Benz	195	206	94,7	510	225	226,7
20	Lifan	193	186	103,8	448	221	202,7
21	Audi	138	156	82,1	378	287	128,2
22	BMW	118	134	88,1	329	222	148,2
23	TAGAZ	109	124	87,9	233	н/д	—
24	Lexus	71	83	85,5	224	151	149,0
25	Volvo	90	70	128,6	220	98	224,5
26	Land Rover	68	60	113,3	195	134	145,5
27	Chery	67	66	101,5	169	278	60,8
28	Honda	63	45	140,0	105	55	191,0
29-30	Subary	49	45	108,9	122	94	129,8
29-30	SsangYong	61	39	156,4	122	102	119,6

№ п/п	Марка	Продажи, шт.		Дина- мика изме- не- ний, %	Продажи, шт.		Дина- мика изме- не- ний, %
		III кв. 2011	II кв. 2011		янв-сент 2011	янв-сент 2010	
31	Infiniti	31	35	88,6	109	42	259,5
32	Chrysler**	44	26	169,2	79	23	343,5
33	Haima	17	24	70,8	41	—	—
34	Porsche	15	16	93,75	37	28	132,1
35	Geely	10	12	83,3	36	50	72,0
36	Cadillac	4	6	66,7	14	11	127
37	Jaguar	7	1	700	8	—	—
38	Другие	65	75	86,7	210	170	123,5
<b>ИТОГО</b>		<b>13453</b>	<b>13760</b>	<b>97,7</b>	<b>36718</b>	<b>20820</b>	<b>176,3</b>

\* С учетом автомобилей Chevrolet Niva

\*\* С учетом автомобилей Dodge и Jeep

Из таблицы 5 видно, что по данным, собранным Ассоциацией «Челябинские автомобильные дилеры», общий объем продаж иностранных автомобилей (в том числе и собранных в России) на региональном рынке в январе-сентябре 2011 года составил 36718 штук. Это на 76,3% больше, чем за аналогичный период прошлого года (20820). В то же время, в июле-сентябре 2011 в Челябинской области было реализовано 13453 машины, что на 2,3% меньше, чем во втором квартале текущего года (13760). Основная причина относительного снижения объема продаж заключается в недопоставке машин на региональный рынок, что привело к ситуации реального дефицита по наиболее ликвидным маркам и моделям иномарок.

Руководители большинства дилерских компаний региона считают, что в настоящее время на рынке сложился устойчивый отложенный спрос, который может быть оценен в 10-15% от достигнутых показателей продаж.

Из таблицы 5 видно, что максимальный прирост объемов продаж по сравнению с прошлым годом продемонстрировали следующие бренды: Opel (+334,7%); Chevrolet (+167,9%); Mitsubishi (+163,7); Infiniti (+159,5%) и Nissan (+126,8%).

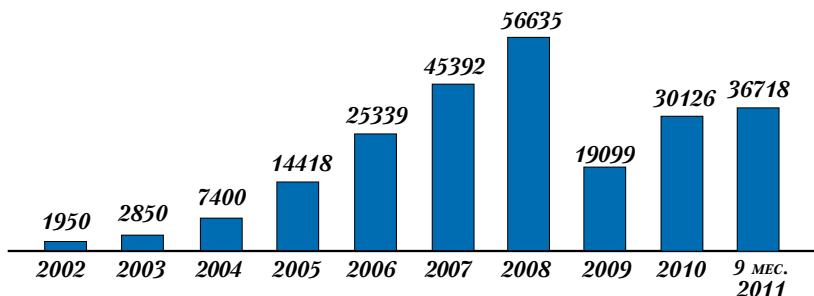


Рис. 4. Динамика продаж новых автомобилей иностранных марок на региональном рынке

На диаграмме, представленной на рис.4, приведено сравнение продаж в Челябинской области новых автомобилей иностранных марок за последние годы. Видно, что по объемам продаж новых автомобилей иностранных марок за 9 месяцев текущего года региональный рынок уже превысил показатель 2010 года. Очевидно, что итоговые показатели продаж иномарок за 2011 год превысят показатель 2007 года, но будут ниже рекордного результата 2008 года.

В настоящее время Челябинская область относится к числу ведущих региональных рынков Российской Федерации по продажам иностранных автомобилей. В таблице 6 приведены данные по объемам реализации новых иномарок на десяти ведущих «площадках» страны. Видно, что Челябинская область уверенно занимает восьмое место в рейтинге и имеет все шансы по итогам года занять седьмую строчку.

**Таблица 6**

**Ведущие регионы России (ТОП-10) по продажам новых иномарок за январь-сентябрь 2011 года\***

№ п/п	Регион	январь-сентябрь 2011 г.	январь-сентябрь 2010 г.	Динамика изменений, %	Доля на общероссийском рынке, %
1	Москва	474780	340690	139,4	34,8
2	Санкт-Петербург	126570	83840	151,0	9,3
3	Свердловская обл.	55230	31840	173,5	4,0
4	Тюменская обл.	45580	25570	178,3	3,3
5	Краснодарский край	44260	27020	63,8	3,2
6	Татарстан	41540	25930	160,2	3,0
7	Нижегородская обл.	37120	22690	163,6	2,7
8	Челябинская обл.	36708	20820	176,5	2,7
9	Самарская обл.	35830	21050	170,2	2,6
10	Ростовская обл.	35150	22820	154,0	2,6

\* Данные по остальным регионам взяты из отчета аналитического агентства «Автостат»

Однако, сравнение лишь по объемам продаж представляется не совсем корректным, поскольку потенциал рынков (в данном случае – численность населения в том или ином регионе) различен. Для учета численности населения был использован удельный показатель - «Количество приобретенных новых автомобилей на 1000 человек населения», который применялся в отчетах Ассоциации и ранее. Рейтинг регионов Российской Федерации, построенный на основании данного параметра, приведен в таблице 7.

На наш взгляд, предлагаемый удельный параметр имеет большую информационную ценность, чем общий объем продаж, поскольку по сути дела является интегральной социально-экономической характеристикой конкретного региона. Из таблиц 6 и 7 видно, что Челябинская область не только занимает устойчивое восьмое место, но и относится к группе регионов (Тюменская, Челябинская и Свердловские области), имеющих максимальные показатели прироста продаж иномарок.

**Таблица 7**

**Продажи новых иномарок на 1000 человек населения в регионах России (ТОП-10) за январь-сентябрь 2011 года**

№ п/п	Город	Численность населения, тыс. чел	Продажа, шт./ 1000 чел		Динамика изменений, %
			9 месяцев 2011 г.	9 месяцев 2010 г.	
1	Москва	11552	41,1	29,58	139,3
2	Санкт-Петербург	4870	26,0	17,2	151,2
3	Тюменская обл.	3430	13,3	7,5	177,3
4	Свердловская обл.	4394	12,6	7,2	175,0
5	Нижегородская обл.	3310	11,2	6,9	162,3
6	Самарская обл.	3216	11,1	6,5	170,7
7	Татарстан	3786	11,0	6,9	159,4
8	Челябинская обл.	3478	10,6	6,0	176,6
9	Краснодарский край	5229	8,5	5,2	163,5
10	Ростовская обл.	4242	8,3	5,4	153,7

## **VI. Структура регионального рынка новых автомобилей иностранных марок**

Структура регионального рынка новых автомобилей иностранных марок представлена в таблице 8.

**Таблица 8**

**Структура регионального рынка новых иностранных автомобилей**

№ п/п	Марка	Рыночные доли, %			
		2008	2009	2010	январь-сентябрь 2011
1	Kia	3,1	6,4	13,5	10,0
2	Chevrolet*	10,6	6,8	5,3	9,0
3	Hyundai	6,3	8,6	8,9	8,8
4	Renault	5,9	9,4	7,5	7,85
5	Volkswagen	3,0	6,7	6,7	7,3
6	Nissan	5,4	6,4	5,7	6,4
7	Ford	6,0	8,2	7,3	6,1
8	UzDaewoo	5,6	7,0	6,6	5,7
9	Toyota	9,0	7,5	5,8	5,5
10	Skoda	1,6	2,7	4,9	5,1
11	Mitsubishi	4,1	4,5	2,9	4,1
12	Opel	3,2	1,75	1,3	2,5
13-14	Suzuki	0,7	1,0	2,6	2,2
13-14	Fiat	1,6	1,1	1,7	2,2
15	Citroen	0,8	3,0	2,3	2,15

№ п/п	Марка	Рыночные доли, %			
		2008	2009	2010	янв-сент 2011
16	Mazda	1,9	2,1	1,6	1,8
17	Chance	н/д	н/д	1,9	1,7
18	Peugeot	1,3	2,9	1,9	1,7
19	Mercedes-Benz	0,4	1,05	1,2	1,4
20	Lifan	н/д	0,6	1,1	1,2
21	Audi	0,66	н/д	1,24	1,0
22	BMW	0,66	1,4	1,0	0,9
23	TAGAZ	н/д	н/д	н/д	0,6
24	Lexus	0,16	0,7	0,7	0,6
25	Volvo	0,6	0,7	0,46	0,6
26	Land Rover	0,35	0,8	0,6	0,53
27	Chery	0,6	0,84	1,07	0,46
28	Honda	2,1	0,7	0,25	0,41
29-30	Subaru	0,8	0,55	0,38	0,33
29-30	SsangYong	0,2	0,5	0,46	0,33
31	Infiniti	0,07	0,6	0,248	0,3
32	Chrysler**	1,5	0,2	0,16	0,2
33	Haima	н/д	н/д	н/д	0,11
34	Porsche	0,02	0,175	0,13	0,1
35	Geely	0,1	2,0	0,2	0,1
36	Cadillac	0,06	0,15	0,06	0,04
37	Jaguar	—	—	—	0,02
38	Другие	н/д	0,48	0,852	0,806

\* С учетом автомобилей Chevrolet Niva

\*\* С учетом автомобилей Dodge и Jeep

Из таблицы 8 видно, что за январь-сентябрь 2011 гг. произошло существенное изменение структуры регионального рынка новых иностранных автомобилей. Хотя лидером по-прежнему остается марка Kia, но за это время ее рыночная доля уменьшилась на 3,5%, и составляет в настоящее время 10%. Среди брендов, в максимальной степени увеличивших свое присутствие на рынке, отметим Chevrolet – на 3,7% (с 5,3% по итогам 2010 года до 9,0% – за январь-сентябрь 2011 года), Opel – на 1,2% (1,3% и 2,5% соответственно), Mitsubishi – на 1,2% (2,9% и 4,1% соответственно).

Наибольшие потери в величине рыночной доли за январь-сентябрь 2011 года понесли: Kia (-3,5%), Ford (-1,2%) и UzDaewoo (- 0,9%).

## VII. Степень концентрации регионального рынка новых автомобилей иностранных марок

В отчетах Ассоциации за 2007-2008 гг. регулярно приводились результаты исследований по определению концентрации регионального рынка новых автомобилей иностранных марок. В 2009-2010 гг. подобные исследования не проводились, поскольку развитие рынка в кризисный период носит неестественный характер.

В отчете Ассоциации за I полугодие 2011 года исследование по определению степени концентрации регионального рынка было проведено вновь.

Для расчета степени концентрации рынка новых автомобилей иностранных марок определяются индексы по трем («трехдольный») и четырем («четыrehдольный») ведущим брендам. Затем они сравниваются со значениями этих индексов, полученными в более ранних исследованиях, что позволяет определить характер динамики изменения концентрации рынка.

Полученные результаты были сведены в таблицу 9.

**Таблица 9**

<b>Индекс</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>янв-сент 2008</b>	<b>янв-сент 2011</b>
Трехдольный индекс концентрации	0,415	0,409	0,3225	0,317	0,278
Рынок умеренно концентрированный					
Четыrehдольный индекс концентрации	0,534	0,518	0,421	0,393	0,357
Рынок умеренно концентрированный					

Из таблицы 9 видно, что степень концентрации регионального рынка новых иномарок в 2011 году существенно ниже, чем в 2007 -2008 гг. Снижение степени концентрации означает отсутствие явных брендов-лидеров, что приводит к определенной «размытости» рынка между большим количеством марок.

### ***VIII. Географическое сегментирование регионального рынка новых автомобилей иностранных марок***

Крупнейшими торговыми площадками по продаже новых автомобилей иностранных марок в настоящее время являются Челябинск и Магнитогорск. Поэтому проведем более подробный анализ продаж иномарок в этих городах за период январь-сентябрь 2011 года.

#### ***1. Челябинск***

Согласно данным, собранным Ассоциацией «Челябинские автомобильные дилеры», за период январь-сентябрь 2011 года в Челябинске было продано 27861 новых машин иностранных марок. Это на 5107 машин больше, чем было реализовано за весь прошлый год (22754). Данные о продажах новых автомобилей иностранных марок в Челябинске за девять месяцев 2011 года представлены в таблице 10.

Данные таблицы 10 показывают, что по сравнению с 2010 годом наибольшего прироста продаж достигли следующие марки: Opel (+418,5%), Chevrolet (+191,6%) и Mitsubishi (+178,8%).

Таблица 10

**Продажи в Челябинске новых автомобилей иностранных марок  
за январь-сентябрь 2011 года**

№ п/п	Марка	Продажи, шт.		Дина- мика измене- ний, %	Продажи, шт.		Дина- мика измене- ний, %
		III кв. 2011	II кв. 2011		январь-сент 2011	январь-сент 2010	
1	Kia	841	1082	77,7	2638	2242	117,7
2	Hyundai	824	921	89,5	2457	1388	177,0
3	Chevrolet*	1007	943	106,8	2452	841	291,6
4	Volkswagen	973	808	120,4	2309	1264	182,7
5	Toyota	671	697	96,3	1970	951	207,2
6	Renault	687	647	106,2	1943	1223	158,9
7	Ford	524	773	67,8	1804	1128	159,9
8	Nissan	558	674	82,8	1691	769	219,9
9	UzDaewoo	562	532	105,6	1341	974	137,7
10	Mitsubishi	441	499	88,4	1238	444	278,8
11	Skoda	410	435	94,3	1203	703	171,1
12	Opel	332	251	132,3	700	135	518,5
13	Suzuki	206	218	94,5	614	318	193,1
14	Citroen	231	186	124,2	603	354	170,3
15	Fiat	242	226	107,1	551	259	212,7
16	Mazda	208	135	154,1	511	259	197,3
17	Peugeot	215	142	151,4	504	268	188,1
18	Mercedes-Benz	171	206	83,0	486	225	216,0
19	Chance	170	179	95,0	417	250	166,8
20	Audi	108	123	87,8	300	224	133,9
21	Lifan	104	100	104,0	250	130	192,3
22	TAGAZ	109	133	82,0	242	н/д	—
23	Lexus	71	83	85,5	224	151	149,0
24	Volvo	90	70	128,6	220	98	224,5
25	BMW	83	87	95,4	213	143	149,0
26	Chery	67	66	101,5	169	278	60,8
27	Land Rover	51	43	118,6	145	98	148,0
28	Infiniti	31	35	88,6	109	42	259,5
29	Honda	63	н/д	—	105	55	191,0
30	Chrysler**	44	26	169,2	79	23	343,5
31	Subaru	27	28	96,4	75	59	127,1
32	SsangYong	30	18	166,7	53	82	64,6
33	Porsche	15	16	93,8	37	28	132,1
34	Haima	13	12	108,3	25	—	—
35	Geely	6	6	100	21	67	31,3
36	Cadillac	4	6	66,7	14	11	127,3
37	Jaguar	7	1	700	8	—	—
38	Другие	45	50	90,0	140	120	116,7
<b>ИТОГО</b>		<b>10241</b>	<b>10457</b>	<b>97,9</b>	<b>27861</b>	<b>15608</b>	<b>178,5</b>

\* С учетом автомобилей Chevrolet Niva

\*\* С учетом автомобилей Dodge и Jeep



Структура рынка новых автомобилей иностранных марок Челябинска приведена в таблице 11.

**Таблица 11**

**Структура рынка новых автомобилей иностранных марок Челябинска**

№ п/п	Марка	Рыночные доли, %			
		2008	2009	2010	янв-сент 2011
1	Kia	7,39	9,6	12,6	9,5
2	Hyundai	8,36	8,2	9,5	8,8
3	Chevrolet*	11,45	4,4	6,0	8,8
4	Volkswagen	3,76	7,2	8,0	8,3
5	Toyota	12,36	8,6	6,7	7,1
6	Renault	7,39	9,6	7,5	7,0
7	Ford	8,04	8,9	7,85	6,5
8	Nissan	6,53	5,9	5,45	6,1
9	UzDaewoo	7,13	5,6	5,1	4,8
10	Mitsubishi	5,31	4,5	3,2	4,4
11	Skoda	1,48	2,6	4,1	4,3
12	Opel	3,69	1,5	1,1	2,5
13	Suzuki	1,11	1,23	2,2	2,2
14	Citroen	1,22	3,1	2,3	2,2
15	Fiat	1,72	1,29	1,72	2,0
16	Mazda	2,88	2,5	1,73	1,8
17	Peugeot	1,29	2,9	1,85	1,8
18	Mercedes-Benz	0,62	1,29	1,6	1,7
19	Chance	н/д	0,42	1,57	1,5
20	Audi	0,79	1,09	1,3	1,1
21	Lifan	н/д	0,61	0,87	0,9
22	TAGAZ	н/д	н/д	н/д	0,86
23	Lexus	0,26	0,88	0,97	0,8
24	Volvo	0,84	0,71	0,81	0,8
25	BMW	0,66	1,29	0,9	0,76
26	Chery	0,17	1,04	1,43	0,6
27	Land Rover	0,57	0,77	0,6	0,5
28	Infiniti	0,1	0,73	0,33	0,4
29	Honda	3,27	0,89	0,34	0,37
30	Chrysler**	1,86	0,34	0,21	0,28
31	Subaru	0,57	0,52	0,31	0,27
32	SsangYong	0,34	0,57	0,46	0,2
33	Porsche	0,03	0,23	0,175	0,13
34	Haima	—	—	—	0,03
35	Geely	0,17	1,5	0,63	0,08
36	Cadillac	0,09	0,18	0,08	0,05
37	Jaguar	—	—	—	0,03
38	Другие	н/д	0,21	0,425	0,48

\* С учетом автомобилей Chevrolet Niva

\*\* С учетом автомобилей Dodge и Jeep

Из данных таблицы 11 видно, что наибольшего прироста своей рыночной доли за первые девять месяцев текущего года добились следующие марки: Chevrolet – 2,8% (с 6,0% в декабре 2010 года до 8,8% - в сентябре 2011 года); Mitsubishi (+1,2%); Opel (+1,4%); Nissan (+0,65%) и Toyota (+0,4%).

Наибольшие потери за тот же период времени понесли следующие бренды – Kia (-3,1%); Ford (-1,35%) и Hyundai (-0,7%).

Интересно, что доля китайских автомобилей в Челябинске за первые девять месяцев 2011 года снизилась с 3,0% до 1,67%. Это является явным свидетельством переключения потребителей на относительно более дорогие марки.

Что касается рыночной доли автомобилей, относящихся к премиум-сегменту (Mercedes-Benz, BMW, Audi, Infinity, Land Rover, Lexus, Porsche, Cadillac и Jaguar), то в январе-сентябре 2011 года она несколько снизилась - с 5,975% до 5,47%.

## 2. Магнитогорск

Согласно данным, собранным Ассоциацией «Челябинские автомобильные дилеры», за период январь-сентябрь 2011 года в Магнитогорске было продано 9671 новых автомобилей отечественных и иностранных марок, из которых 8101 - иномарки. Нужно признать, что автомобильный рынок Магнитогорска фактически вышел из кризисного состояния, в котором он пребывал в 2009-2010 гг. Достаточно сказать, что за девять месяцев текущего года в городе с населением немногим более 400 тысяч человек было реализовано больше новых автомобилей, чем в Латвии (6191), и почти столько же, сколько в другой прибалтийской республике – Литве (9956).

Приведем еще один факт. В расчете на 1000 человек населения в Магнитогорске за январь-сентябрь 2011 года было продано 19,8 новых иностранных автомобилей. По этому показателю Магнитка намного опережает многие регионы страны (см. табл. 7).

Данные о продажах новых автомобилей иностранных марок в Магнитогорске за девять месяцев 2011 года, которые удалось собрать Ассоциации «Челябинские автомобильные дилеры», приведены в таблице 12.

**Таблица 12**

**Продажи в Магнитогорске новых автомобилей иностранных марок  
за январь-сентябрь 2011 года**

№ п/п	Марка	Продажи, шт.		Дина- мика измене- ний, %	Продажи, шт.		Дина- мика измене- ний, %
		III кв. 2011	II кв. 2011		январь-сент 2011	январь-сент 2010	
1	Kia	321	409	78,5	1051	891	118,0
2	Chevrolet*	296	329	90,0	865	384	225,3
3	Hyundai	285	284	100,0	763	346	220,5
4	UzDaewoo	331	278	119,1	754	708	106,5
5	Nissan	227	253	89,7	671	273	245,8
6	Skoda	140	209	67,0	522	424	123,1
7	Renault	160	180	88,9	513	193	265,8
8	Volkswagen	167	129	129,5	370	146	253,4
9	Ford	172	94	183,0	365	242	150,8
10	Fiat	98	116	84,5	267	94	284,0

№ п/п	Марка	Продажи, шт.		Дина- мика измене- ний, %	Продажи, шт.		Дина- мика измене- ний, %
		III кв. 2011	II кв. 2011		январь-сентябрь 2011	январь-сентябрь 2010	
11	Mitsubishi	98	102	960,1	264	126	209,5
12	Opel	80	99	80,8	236	78	302,6
13	Suzuki	70	70	100,0	209	211	99,1
14	Chance	105	66	159,1	203	147	138,1
15	Citroen	61	61	100,0	190	92	206,5
16	Mazda	65	38	171,1	151	55	274,5
17	BMW	35	47	74,5	116	80	145,0
18	Peugeot	37	36	102,8	110	80	137,5
19	Lifan	44	28	157,1	80	н/д	—
20	Audi	30	33	90,9	78	63	123,8
21	SsangYong	31	21	147,6	69	21	328,6
22	Toyota	0	16	—	64	148	43,2
23	Land Rover	17	17	100,0	49	37	132,4
24	Subaru	22	17	129,4	47	37	127,0
25	Mercedes-Benz	24	—	—	24	—	—
26	Другие	20	25	80,0	70	18	388,9
<b>ИТОГО</b>		<b>2938</b>	<b>2929</b>	<b>100,2</b>	<b>8101</b>	<b>4894</b>	<b>165,5</b>

\* С учетом автомобилей Chevrolet Niva

Данные табл.12 показывают, что за период январь-сентябрь 2011 года в Магнитогорске существенно выросли продажи автомобилей Opel (+202,6 %), Fiat (+184,0%), Mazda (+174,5%), Renault (+165,8%), Volkswagen (+153,4%) и Nissan (+145,8 %).

Что касается бренда Toyota, то за первые девять месяцев текущего года официальные продажи автомобилей этой марки в Магнитогорске велись только до апреля. В мае статус официального дилера перешел к Автокомплексу «Регинас», который в настоящее время осуществляет сервисное обслуживание японских автомобилей. Открытие дилерского центра и соответственно возобновление официальных продаж состоялось только в ноябре 2011 года.

Структура рынка новых автомобилей иностранных марок Магнитогорска приведена в таблице 13.

**Таблица 13**

**Структура рынка новых автомобилей иностранных марок  
Магнитогорска**

№ п/п	Марка	Рыночные доли, %			
		2008	2009	2010	январь-сентябрь 2011
1	Kia	н/д	н/д	15,6	13,0
2	Chevrolet*	16,73	13,9	9,3	10,7
3	Hyundai	6,23	12,3	7,6	9,4
4	UzDaewoo	4,63	16,3	12,0	9,3
5	Nissan	8,22	9,9	7,0	8,3

№ п/п	Марка	Рыночные доли, %			
		2008	2009	2010	янв-сент 2011
6	Skoda	6,08	3,48	8,2	6,4
7	Renault	7,3	6,5	5,48	6,3
8	Volkswagen	4,0	5,4	2,8	4,6
9	Ford	5,77	6,0	5,1	4,5
10	Fiat	н/д	н/д	1,93	3,3
11	Mitsubishi	4,7	5,0	2,9	3,26
12	Opel	5,6	3,48	2,2	2,9
13	Suzuki	н/д	н/д	4,1	2,6
14	Chance	н/д	н/д	2,88	2,5
15	Citroen	н/д	2,22	2,5	2,3
16	Mazda	н/д	н/д	1,42	1,86
17	BMW	1,57	2,36	1,48	1,43
18	Peugeot	3,62	3,48	2,17	1,36
19	Lifan	н/д	н/д	н/д	0,99
20	Audi	0,75	1,2	1,1	0,96
21	SsangYong	н/д	н/д	0,51	0,85
22	Toyota	8,64	3,55	3,2	0,79
23	Land Rover	0,2	1,1	0,73	0,6
24	Subaru	0,65	1,04	0,56	0,58
25	Mercedes-Benz	—	—	—	0,3
26	Другие	н/д	н/д	н/д	0,92

\* С учетом автомобилей Chevrolet Niva

Согласно данным таблицы 13 за девять месяцев текущего года максимально нарастили свои доли на рынке новых иномарок Магнитогорска следующие марки: Hyundai (+1,8%); Volkswagen (+1,8%), Chevrolet (+1,4%). Что касается марок, сдавших в январе-сентябре текущего года свои позиции, то это – UzDaewoo (-2,7%), Kia (-2,6%), Toyota (-2,41), Skoda (-1,8%), Suzuki (-1,5%).

## ***IX. Результаты работы ведущих автомобильных компаний региона в январе-сентябре 2011 года***

В настоящее время ведущие дилерские компании Южного Урала работают как на территории Челябинской области, так и за ее пределами.

### ***1. Результаты работы ведущих дилерских компаний Южного Урала на региональном рынке***

Данные об объемах продаж ведущих автомобильных компаний Челябинской области на региональном рынке в январе-сентябре 2011 года приведены в таблице 14.

Данные таблицы 14 показывают, что все ведущие дилерские компании региона превысили показатели девяти месяцев 2010 года. Максимального роста продаж в коли-

Таблица 14

Результаты работы ведущих дилерских компаний Южного Урала на региональном рынке в январе-сентябре 2011 года

№ п/п	Компания	Бренды	Продажи, шт						%	Продажи, шт		%	
			III кв. 2011				II кв. 2011	январь- сентябрь 2011		январь- сентябрь 2010			
1	Автокомплекс «Регинас»	Hyundai	Челябинск	824	Магнитогорск	285	Всего	1109	1205	86,5	3220	1734	
		Nissan		558		227		785	927		2362	1042	
		Mitsubishi		188		98		286	315		850	320	
		Kia		442		—		442	552		1349	1347	
		Skoda		170		140		310	393		1058	493	
		Infiniti		31		—		31	35		109	42	
		Geely		—		—		—	—		—	5	
		Всего		2213		747		2963	3427			8948	
2	Холдинг «СЕЙХО- МОТОРС»	Toyota						671	697	102,9	1970	951	
		Lexus						71	83		225	151	
		Citroen						231	186		603	354	
		Peugeot						215	142		504	268	
		Mitsubishi						253	286		683	186	
		Porsche						15	16		37	28	
		Skoda						130	132		359	219	
		Всего						1586	1542			4381	
3	Группа компаний «Планета Авто»	Ford	Челябинск	524	Миасс	60	Всего	584	773	90,0	1864	1189	
		Land Rover		51		—		51	43		145	99	
		Skoda		110		—		110	119		308	264	
		Volkswagen		299		—		299	249		729	416	
		Chevrolet		247		—		247	316		659	—	
		Opel		128		—		128	84		235	—	
		Jaguar		7		—		7	1		8	—	
		Всего		1366		60		1426	1585			3948	
4	Группа компаний «Джемир»	Chevrolet	Челябинск	548	Магнитогорск	205	Всего	753	745	109,3	1801	988	
		Opel		202		80		282	266		619	213	
		Chevrolet-Niva		212		91		303	211		561	250	
		Cadillac		4		—		4	6		14	11	
		Hammer		—		—		—	—		—	4	
		Всего		966		376		1342	1228			2995	
5	Автоцентр «Сатурн»	Renault	Челябинск	687	Миасс	131	Всего	818	826	98,4	2367	1378	
		Suzuki		98		—		98	105		314	157	
		Всего		785		131		916	931			2681	
6	«Автоцентр Керг»	Volkswagen						668	559	119,5	1574	849	185,4
7	«УзДЭУ Челябинск»	UzDaewoo						562	532	105,6	1341	959	139,8
8	«Техно-Моторс»	Kia						399	530	75,3	1289	966	133,4
9	«Т-Моторс» (Магнитогорск)	Peugeot						37	36		110	75	
		Volkswagen						167	129		370	146	
		Ford						172	94		365	н/д	
		Audi						30	33		78	н/д	
		Subaru						22	17		47	н/д	
		Volvo						н/д	н/д		н/д	н/д	
		Всего						428	309		138,5	923	

№ п/п	Компания	Бренды	Продажи, шт				Продажи, шт			
			III кв. 2011		II кв. 2011	%	январь-сентябрь 2011	январь-сентябрь 2010	%	
10	«Челябинск - Автомир»	Mazda	208		135		511	259		
		Suzuki	108		113		300	165		
		<b>Всего</b>	<b>316</b>		<b>248</b>	<b>127,4</b>	<b>811</b>	<b>424</b>	<b>191,3</b>	
11	«УзДЭУ Магнитогорск»	UzDaewoo	331		278	119,1	754	608	124,0	
12	«Кристина-Авто» (Магнитогорск)	Renault	160		180	88,9	513	206	249,0	
13	«АВС-Моторс»	Lifan	Челябинск	50	44	45	139	151	361	215
		Geely		6	2	2	10	11	35	43
		Haima		4	3	1	8	15	40	—
		TAGAZ		1	—	—	1	2	3	—
		FAW		—	—	—	—	—	—	17
		<b>Всего</b>		<b>61</b>	<b>49</b>	<b>48</b>	<b>158</b>	<b>179</b>	<b>439</b>	<b>275</b>
			Магнитогорск		Касли	Всего				
14	«ТТМ»	Audi	108		123	87,8	300	224	133,9	
15	«М-Сервис»	BMW	83		87	95,0	213	143	149,0	

чественном выражении среди компаний, входящих в «пятерку» лидеров на региональном рынке, сумели добиться Группа компаний «Джемир» (+104,3%), Холдинг «СЕЙХО-МОТОРС» (+103,1) и Группа компаний «Планета Авто» (+100,6%).

## 2. Результаты работы ведущих дилерских компаний Южного Урала на других региональных рынках

За пределами Челябинской области в настоящее время активно работают «Автоцентр Керг» - в Кургане и Уфе, и Группа компаний «Джемир» - в Кургане. Результаты работы этих компаний в этих городах за девять месяцев текущего года приведены в таблице 15.

**Таблица 15**  
**Результаты работ ведущих дилерских компаний Южного Урала за пределами Челябинской области в январе-сентябре 2011 года**

Компания	Продажи в III кв. 2011 г., шт		Продажи за январь-сентябрь 2011 г., шт.			
	Уфа	Курган	Челябинск	Уфа	Курган	Общие продажи
«Автоцентр Керг»	725	151	1574	1663	311	3548
Группа компаний «Джемир»	—	223	2995	—	615	3610

Особенно впечатляют результаты работы за пределами Челябинской области «Автоцентра Керг», который за девять месяцев текущего года продал там 1974 автомобиля марки Volkswagen – больше, чем на своей «материнской» территории.

## ***Х. Структура регионального рынка новых автомобилей иностранных марок среди компаний***

Доли ведущих дилерских компаний Южного Урала на региональном рынке новых автомобилей иностранных марок представлены в таблице 16.

**Таблица 16**

***Респределение долей регионального рынка новых автомобилей иностранных марок среди ведущих дилерских компаний***

№ п/п	Компания	Рыночные доли, %						
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	янв-сент 2011
1	Автокомплекс «Регинас»	21,5	18,5	17,1	15,9	20,5	24,8	24,4
2	Холдинг «СЕЙХО-МОТОРС»	12,9	13,3	14,1	13,9	14,7	11,0	11,9
3	Группа компаний «Планета Авто»	9,5	12,9	9,9	7,2	10,2	9,7	10,8
4	Группа компаний «Джемир»*	8,64	7,8	17,8	17,7	8,9	7,85	8,2
5	Автоцентр «Сатурн»	8,15	11,9	9,0	6,8	9,0	7,3	7,3
6	«Автоцентр Керг»*	2,73	3,2	2,6	2,5	4,1	4,0	4,3
7	«УзДЭУ Челябинск»	10,0	8,7	7,9	5,7	4,5	3,8	3,7
8	«Техно-Моторс»	—	—	1,2	1,4	4,0	4,2	3,5
9	«Т-Моторс»	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	1,1	2,5
10	«Челябинск-Автомир»	—	—	1,02	2,3	2,4	2,1	2,2
11	«УзДЭУ Магнитогорск»	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	2,4	2,1
12	«Кристина-Авто»	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	1,06	1,4
13	«АВС Моторс»	—	—	—	—	—	1,3	1,2
14	«ТТМ»	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	0,99	0,8
15	«М-Сервис»	0,4	0,36	0,42	0,5	1,1	0,7	0,6
16	Прочие	21,24	19,08	14,37	21,51	14,9	17,7	15,0

\* Учитывались продажи автомобилей только в Челябинской области

Данные таблицы 16 показывают, что начиная с 2009 года, на региональном рынке сформировался явный лидер – Автокомплекс «Регинас». В январе-сентябре текущего года каждый четвертый новый легковой автомобиль иностранной марки был приобретен в автосалонах этой компании. «Автокомплекс «Регинас» успешно работает на основных торговых площадках региона – в Челябинске и Магнитогорске. Он является лидером по продажам в каждом из этих городов.

Данные таблицы 15 показывают, что распределение регионального рынка на компании «первой линии» и остальные, сложившееся с началом кризиса, принимает устойчивый характер. Так, пять ведущих дилерских компаний регионального рынка за период январь-сентябрь 2011 года увеличили свои рыночные доли с 60,65% в январе до 62,6% – в сентябре текущего года.

## ***Х. Функционирование регионального рынка в период кризиса***

Для анализа существующих тенденций и краткосрочного прогнозирования развития регионального рынка новых автомобилей Ассоциация «Челябинские автомобильные дилеры», начиная с октября 2008 года, проводит специальное исследование, являющееся вариацией известных в теории маркетинга «панельных исследований». С этой целью на основных торговых площадках региона – в Челябинске и Магнитогорске были подобраны наборы брендов («панели»), за изменениями продаж которых ведется постоянное наблюдение. «Наборы брендов» были специально подобраны таким образом, чтобы в них присутствовали автомобили, различающиеся как по ценовым сегментам (от «бюджетных» до «люксовых»), так и по «национальному признаку».

Ежемесячные продажи по выделенным брендам сравниваются с данными о реализации автомобилей этих же марок за октябрь 2008 года – последний докризисный месяц. В результате определяются относительная динамика изменения продаж новых автомобилей иностранных марок.

### ***1. Челябинск***

Помесячные продажи автомобилей брендов «челябинской панели» за период январь-сентябрь 2011 года представлены в таблице 17.

***Таблица 17***  
***Помесячные продажи в Челябинске автомобилей иностранных марок за период январь-сентябрь 2011 гг.***

№ п/п	Марка	Продажи, шт.								
		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь
1	Toyota	103	192	307	265	231	201	227	247	197
2	Renault	142	201	266	246	216	185	210	221	256
3	Ford	81	190	236	231	218	324	175	117	232
4	Hyundai	199	193	320	276	332	313	350	226	248
5	Volkswagen	111	174	243	201	286	321	318	317	332
6	Nissan	133	146	180	169	290	215	181	209	168



№ п/п	Марка	Продажи, шт.								
		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь
7	Chevrolet	105	143	190	259	278	277	303	203	289
8	UzDaewoo	61	66	120	184	150	198	252	157	153
9	Peugeot	39	50	60	45	55	42	70	75	70
10	Mazda	30	55	83	55	30	50	50	68	90
11	Citroen	51	64	71	57	58	71	70	83	78
12	Opel	23	30	64	84	60	117	105	106	121
13	BMW	7	20	16	14	42	31	30	14	39
14	Chevrolet Niva	28	12	24	50	47	33	71	66	75
15	Lexus	21	25	24	30	32	21	20	27	24
16	Suzuki	42	72	76	75	73	70	69	68	69
17	Land Rover	14	9	28	15	14	14	14	20	17

Приведенные в таблице 16 данные об абсолютных объемах помесечных продаж брендов, включенных в «челябинскую панель», были переведены в относительные величины, представленные в таблице 18.

**Таблица 18**

№ п/п	Марка	Продажи относительно октября 2008 года, %								
		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь
1	Toyota	18	33	53	46	40	35	39	43	34
2	Renault	56	80	106	98	86	73	83	88	102
3	Ford	28	67	83	81	77	114	61	41	81
4	Hyundai	81	78	130	112	134	127	142	92	100
5	Volkswagen	63	99	138	114	163	182	181	127	187
6	Nissan	54	60	73	69	118	88	74	85	69
7	Chevrolet	34	47	62	85	91	91	99	67	95
8	UzDaewoo	20	21	39	59	48	64	83	51	50
9	Peugeot	78	100	120	90	110	84	140	150	140
10	Mazda	25	46	69	46	25	42	42	57	75
11	Citroen	91	114	127	114	116	142	140	166	156
12	Opel	24	32	68	89	64	124	112	113	129
13	BMW	26	74	59	52	156	115	111	52	144
14	Chevrolet Niva	53	22	38	93	87	61	134	125	142
15	Lexus	66	78	75	94	100	66	63	84	75
16	Suzuki	168	296	304	300	292	280	276	272	276
17	Land Rover	78	50	156	83	78	78	78	111	94
<b>В целом по Челябинску</b>		<b>55,6</b>	<b>76,3</b>	<b>100,3</b>	<b>95,6</b>	<b>105,0</b>	<b>104,0</b>	<b>109,2</b>	<b>101,4</b>	<b>114,6</b>

Как видно из таблицы 18, относительные продажи новых иностранных автомобилей в Челябинске весь III квартал 2011 года стабильно превышали показатели октября 2008 года. Фактически это означает, что кризис продаж новых машин в столице Южного Урала был преодолен.

## 2. Магнитогорск

Набор брендов для «магнитогорской панели» в количественном отношении был выбран меньшим, чем для Челябинска, поскольку не все марки, представленные в Челябинске, имеют официальных дилеров в Магнитогорске. Несмотря на это, принципы формирования «набора» - представительство автомобилей разных ценовых сегментов и стран производства – остался тем же самым.

Помесячные продажи автомобилей «магнитогорской панели» брендов за период январь-сентябрь 2011 гг. представлены в таблице 19.

**Таблица 19**

**Помесячные продажи в Магнитогорске автомобилей иностранных марок за период январь-сентябрь 2011 гг.**

№ п/п	Марка	Продажи относительно октября 2008 года, %								
		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь
1	Chevrolet	42	56	68	54	73	91	75	66	64
2	Hyundai	56	52	87	85	99	100	100	76	109
3	Nissan	48	69	74	72	94	87	74	79	74
4	Volkswagen	21	23	30	35	42	52	54	55	58
5	Renault	37	44	92	98	90	90	74	42	44
6	Opel	14	19	24	34	27	38	21	33	26
7	Peugeot	10	12	15	19	17	24	16	10	11
8	Chevrolet Niva	25	24	25	34	21	26	30	27	34
9	Toyota*	16	20	12	16	—	—	—	—	—
10	Mitsubishi	15	24	25	84	36	32	31	35	32
11	BMW	7	14	13	10	16	21	11	10	14
12	Land Rover	3	4	8	6	4	7	5	3	9
13	Ford	16	26	57	34	38	22	82	34	56

\* Официальные продажи Toyota в Магнитогорске приостановлены с мая 2011 года

Абсолютные показатели продаж в Магнитогорске автомобилей выбранных брендов были переведены в относительные величины. Полученные результаты представлены в таблице 20.

**Таблица 20**

№ п/п	Марка	Продажи относительно октября 2008 года, %								
		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь
1	Chevrolet	23	31	38	46	40	50	41	37	36
2	Hyundai	104	98	164	160	187	189	186	143	206
3	Nissan	74	106	114	111	145	134	114	122	114
4	Volkswagen	81	88	115	135	162	200	208	212	223
5	Renault	86	102	214	228	209	209	172	98	102
6	Opel	33	45	57	81	64	90	50	79	62

№ п/п	Марка	Продажи относительно октября 2008 года, %								
		январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь
7	Peugeot	25	30	38	48	43	—	40	25	28
8	Chevrolet Niva	64	62	64	87	54	66	77	69	87
9	Toyota*	23	29	17	23	—	—	—	—	—
10	Mitsubishi	36	57	60	200	86	76	74	83	86
11	BMW	64	127	118	91	145	191	100	91	127
12	Land Rover	50	67	133	100	67	117	83	50	150
13	Ford	39	63	139	83	93	54	200	83	137
В целом по Магнитогорску		54,0	69,6	97,8	107,2	107,9	125,1	112,3	91,0	113,2

Как видно из таблицы 20, относительные продажи новых иностранных автомобилей в Магнитогорске за период апрель-сентябрь 2011 года (за исключением августа) превышали показатели октября 2008 года, поэтому также можно говорить о преодолении кризиса продаж новых иностранных машин в Магнитогорске.

### 3. Динамика продаж отечественных автомобилей на региональном рынке

С целью более достоверного анализа тенденций функционирования регионального автомобильного рынка, данные о продажах в Челябинской области новых отечественных автомобилей марки Lada также были переведены в относительные величины, которые представлены в таблице 21.

**Таблица 21**  
**Абсолютные и относительные продажи новых автомобилей LADA**  
**в Челябинской области за период январь-сентябрь 2011 гг.**

Месяц	Продажи абсолютные, шт.	Продажи относительно октября 2008, %
Январь	1178	83,4
Февраль	1058	74,9
Март	1526	108,0
Апрель	1706	121,0
Май	1674	118,5
Июнь	1748	123,7
Июль	1735	122,9
Август	1510	106,9
Сентябрь	1543	109,3

Как видно из таблицы 21, в январе-сентябре текущего года продажи новых автомобилей марки Lada стабильно превышают докризисные показатели.

#### 4. Динамика продаж новых автомобилей на региональном рынке

Данные, представленные в таблицах 18,20 и 21, а также результаты аналогичных исследований, приведенные в предыдущих отчетах Ассоциации, были использованы для построения графиков динамики относительных продаж новых автомобилей иностранных марок в Магнитогорске и Челябинске и машин марки Lada в Челябинской области. Полученные зависимости были сведены в общий график (рис.5).

Видно, что все три графика имеют идентичный характер, что свидетельствует от абсолютной схожести процессов, протекающих в разных сегментах регионального автомобильного рынка. В предыдущих отчетах Ассоциации были выделены характерные этапы функционирования рынка в период кризиса.

I – Первоначальный потребительский шок от внезапно разразившегося кризиса. Никто ничего не понимает и не предпринимает.

II – Предновогодний подъем. Массированная реклама, скидки, многолетняя привычка к предновогоднему шопингу и надежда, что «все это на полгода-год», сделали свое дело – наметился рост продаж.

III – Естественный спад после новогодних каникул. Поскольку надежды, что все образуется, еще не иссякли, спад продаж не такой уж резкий.

IV – Спровоцированный бум. Массированные рекламные программы практически всех производителей типа «кризис закончится, а таких цен уже не будет никогда», делают свое дело – продажи вопреки всему снова возрастают.

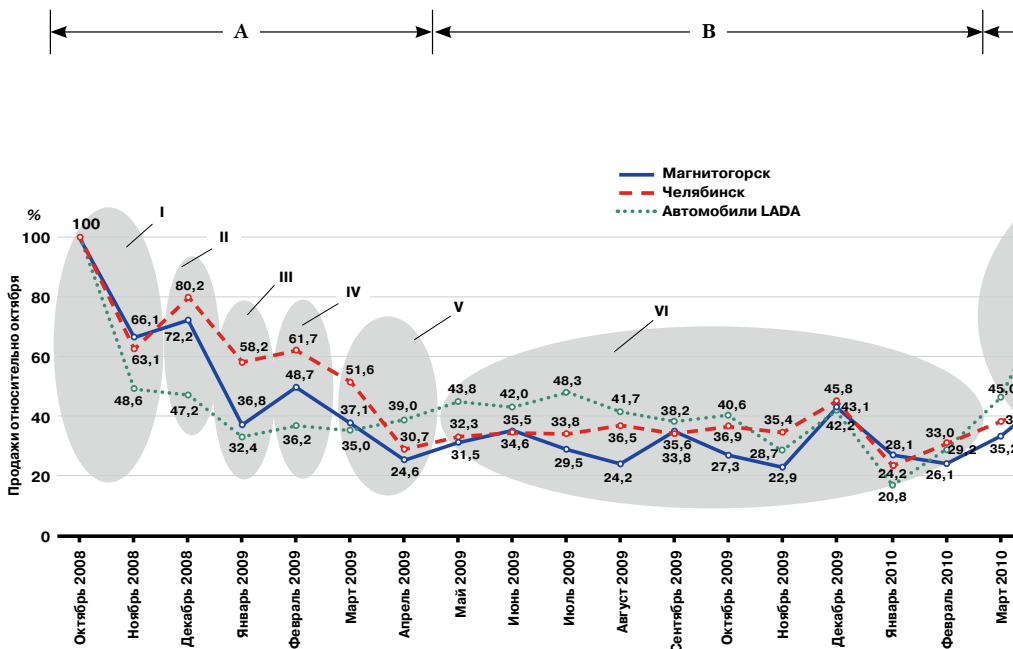


Рис. 5. Динамика продаж новых автомобилей на региональном рынке

V – Осознание ситуации. Иллюзии, что «все это» не больше чем на год, закончились. Все понимают, что на смену кредитно-финансовому кризису приходит полномасштабный экономический спад, который самым негативным образом отразится на покупательной способности каждого. Продажи фактически обрушиваются.

VI – Промежуточное дно. Рынок впервые находит уровень равновесия: снизившиеся в разы объемы продаж стабилизируются и, даже, начинают расти. Понятие «промежуточное дно» не случайно, оно показывает самую прямую зависимость функционирования автомобильного рынка от множества внешних и внутренних факторов.

VII – Начало реального восстановления рынка.

VIII- Преодоление кризиса продаж.

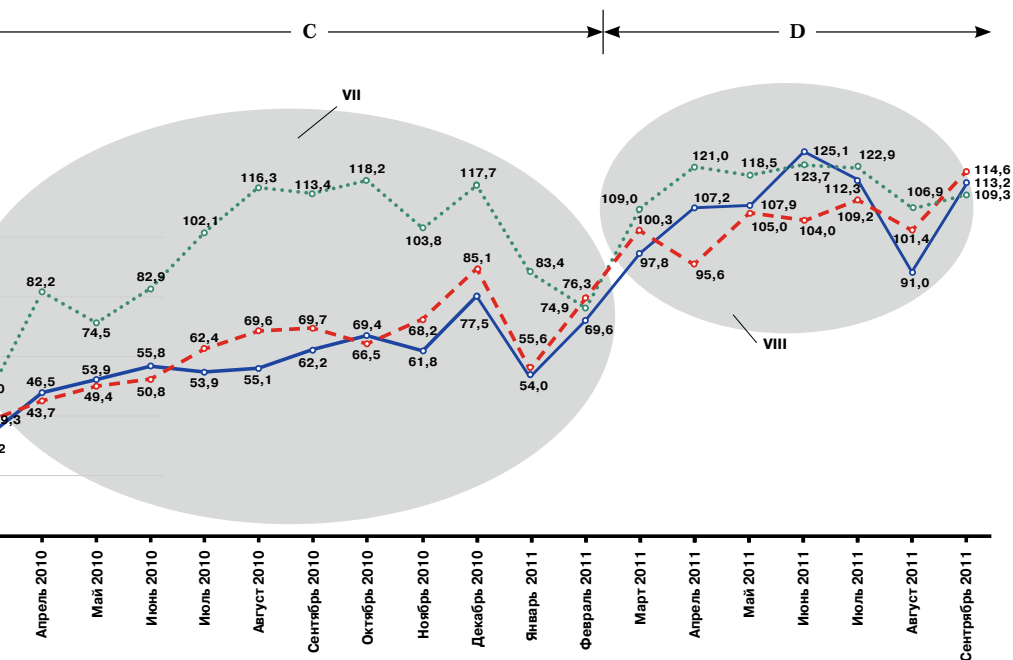
Были выделены три основных периода, которые прошел региональный автомобильный рынок в период кризиса:

A - Октябрь 2008 года – апрель 2009 года – сжатие рынка.

B - Апрель 2009 года – март 2010 года – стагнация рынка. Стабилизация рынка на относительно высоком уровне стала результатом действия государственной программы льготного автокредитования. Очевидно, что без реализации этой программы падение рынка (его «промежуточное дно») было бы более глубоким.

C - Апрель 2010 года – март 2011 года – восстановление рынка. Ясно, что первоначальный подъем рынка был обусловлен действием государственной программы утилизации старых автомобилей.

D - Апрель 2011 года – настоящее время – преодоление кризиса продаж.



Небольшой провал продаж, наблюдавшийся в январе-феврале 2011 года, как и спад продаж в Магнитогорске (август) имеет ярко выраженный сезонный характер и не меняет отмеченных выше закономерностей.

### ***5. Преодоление кризиса продаж – это еще не возврат к докризисным временам***

В октябре 2011 года исполнилось ровно три года с начала экономического кризиса, последствия которого самым существенным образом отразились на объемах продаж новых автомобилей. Очевидно, что в 2011 году кризис продаж на региональном автомобильном рынке был преодолен. Однако, не следует думать, что в настоящее время рынок вернулся к ситуации 2008 года. Наиболее наглядно разницу в объемах продаж, достигнутых за девять месяцев 2011 и 2008 годов по отдельным маркам, демонстрирует таблица 22.

**Таблица 22**

***Сравнение показателей продаж новых автомобилей иностранных марок в 2011 и 2008 гг.***

№ п/п	Марка	Объем продаж, шт.		%
		янв.–сент. 2011 г.	янв.–сент. 2008 г.	
1	Kia	3689	1774	207,9
2	Chevrolet *	3317	6091	54,5
3	Hyundai	3220	3788	85,0
4	Renault	2880	3443	83,6
5	Volkswagen	2673	1557	171,7
6	Nissan	2362	3112	75,9
7	Ford	2227	3481	64,0
8	UzDaewoo	2095	2775	77,2
9	Toyota	2034	5281	38,5
10	Skoda	1872	1131	165,5
11	Mitsubishi	1503	2407	62,4
12	Opel	926	1977	46,8
13	Citroen	793	410	193,4
14	Suzuki	823	425	193,6
15	Fiat	818	993	82,4
16	Mazda	661	1084	61,0
17	Peugeot	616	714	86,3
18	Mercedes-Benz	510	254	226,7
19	Audi	378	339	111,5
20	BMW	329	367	89,6
21	Volvo	220	377	58,3
22	Land Rover	195	215	90,1
23	Honda	105	1248	8,4
24	Subaru	122	404	30,2
25	SsangYong	122	117	104,3
26	Chrysler **	79	977	8,1
27	Cadillac	14	38	36,8
28	Lexus	224	51	439,2

№ п/п	Марка	Объем продаж, шт.		%
		янв.–сент. 2011 г.	янв.–сент. 2008 г.	
29	Porsche	37	12	308,2
30	Geely	36	62	58,1

\* С учетом автомобилей Chevrolet Niva

\*\* С учетом автомобилей Dodge и Jeep

Данные таблицы 22 показывают, что в максимальной степени объемы продаж за прошедшие годы снизились у Chrysler (-91,9%) и Honda (-91,6%). Самый большой прирост продаж за этот период наблюдался у Mercedes Benz (+126,7) и Kia («109,9%).

В полном соответствии с реализацией на региональном рынке новых автомобилей отдельных марок находятся и объемы продаж ведущих южноуральских дилерских компаний, что отражено в таблице 23.

**Таблица 23**

**Сравнение показателей объемов продаж новых автомобилей в 2011 и 2008 гг. региональными дилерскими компаниями**

№ п/п	Компания	Продажи, шт.		%
		янв.–сент. 2011 г.	янв.–сент. 2008 г.	
1	Автокомплекс «Регинас»	8948	7311	122,4
2	Холдинг «СЕЙХО-МОТОРС»	4381	6271	69,9
3	Группа компаний «Планета Авто»	3948	3333	118,5
4	Группа компаний «Джемир» *	3610	8446	42,7
5	Автоцентр «Сатурн»	2681	3210	83,5
6	«Автоцентр Керг» **	3548	1085	327,0
7	«УздЭУ Челябинск»	1341	2717	49,4
8	«Техно-Моторс»	1289	573	225,0
9	«Челябинск-Автомир»	811	1044	77,7
10	«ТТМ»	300	230	130,4
11	«М-Сервис»	213	257	82,9

\* С учетом продаж в Кургане

\*\* С учетом продаж в Уфе и Кургане

Из данных таблицы 23 видно, что максимального прироста продаж за прошедшие три года достиг «Автоцентр Керг» (+227,0) и компания «Техно-Моторс» (+125,0). Самые существенные потери в объемах реализации за это время понесли Группа компаний «Джемир» (-57,3%) и компания «УздЭУ Челябинск» (-50,6%).

## **XI. Выводы**

1. Объем продаж новых автомобилей отечественных и иностранных марок за девять месяцев 2011 года составил 52764 машины.

2. Объем продаж новых автомобилей иностранных марок за девять месяцев 2011 года составил 36718 машин.

3. В отчете Ассоциации «Челябинские автомобильные дилеры» за 2010 год был представлен прогноз развития регионального рынка на 2011 год. В нем предполагалось, что:

- общий объем продаж новых автомобилей в Челябинской области в 2011 году может составить 67500 – 72500 машин.

- продажи новых автомобилей иностранных марок на региональном рынке в 2011 году могут составить 52500 – 57500 машин.

По результатам, достигнутым на региональном автомобильном рынке за январь-сентябрь 2011 года, видно, что высказанные в декабре 2010 года предположения пока полностью оправдываются.