

## Японский автомобиль умер. Японский автомобиль жив.

Японские машины были, есть и будут оставаться самыми надежными и самыми покупаемыми автомобилями в мире. Конкурировать с объемами продаж известных японских брендов не под силу ни одному автомобильному концерну. Опытный водитель знает, что даже подержанная японка намного лучше в эксплуатации, чем корейские внедорожники, "Жигули" или "Форд" российской сборки.

Поэтому подержанные японские автомобили покупали всегда, особенно в России, где автомобилист не избалован роскошью выбора. До недавнего времени рынок подержанных японских иномарок был единственной возможностью удовлетворения спроса. Однако сегодня есть все основания утверждать, что данному виду бизнеса уже в ближайшее время уготована стагнация и медленное умирание.

Это не значит, что японские автомобили перестанут продаваться и покупаться в России. В ближайшие несколько лет, а точнее два, максимум три года, в России фактически исчезнет стихийный рынок торговли подержанными японскими автомобилями, который за последние пять лет стал весьма популярным видом бизнеса в восточной части страны для очень большого количества людей.

Сегодня, когда мы переживаем автомобильный бум, поверить в данное утверждение достаточно сложно. Однако к автомобильному буму оно ровным счетом не имеет никакого отношения. Поэтому все по порядку.

Для начала о ситуации в Японии. В отличие от России, там никакого автомобильного бума нет, а имеет место устойчивое падение спроса на протяжении более 15 месяцев. Поэтому японские автомобильные концерны, понимая, что местный рынок вступил в стадию пресыщения, начали агрессивную экспансионистскую экспортную политику и уже добились роста продаж за счет экспорта новых автомобилей. Это привело к увеличению числа официальных дилерских центров по всему миру, в первую очередь в России. Примером может служить дилерский центр Honda в Иркутске. Таких центров будет создаваться все больше. И создаваться они будут преимущественно в России, потому что только здесь фиксируется и прогнозируется повышение спроса. Рынки Европы и Америки по потреблению автомобилей, так же как и японский, являются стагнирующими. В результате естественной конкуренции дилеры будут идти на снижение цен и повышение качества сервиса. Поэтому новый японский автомобиль будет становиться все более доступным по цене.

Одновременно подержанная японская машина будет дорожать, поскольку рентабельность этого вида бизнеса неуклонно снижается, и, как следствие, снижается качество поставляемых на стихийный рынок машин. Вернемся к Японии. Японцы стали меньше покупать, а значит и реже менять машины. Что это значит? Это значит, что найти хорошую, относительно новую подержанную иномарку перепродавцам становится тяжелее. Еще сложнее отыскать дешевые запчасти для того, чтобы из двух-трех старых автомобилей слепить один, и продать его прибыльно, с высокой маржой. Ситуацию с дешевыми запчастями усугубил правительственный запрет на ввоз автомобилей старше 7 лет. Теперь все старые авто уходят в Океанию, Новую Зеландию и Австралию, где таких ограничений нет, а потребители просто тащатся от всякого хлама. Таким образом, таможенные пошлины и падение емкости вторичного рынка автомобилей в Японии увеличили себестоимость сборки подержанных иномарок на паковских рынках во Владивостоке и снизили рентабельность этого вида бизнеса, поставив под вопрос его конкурентоспособность. Рост числа продавцов, как это не парадоксально, создав ожесточенную конкуренцию, не конвертировался в качество. Наоборот, конкуренция заставила бизнесменов добиваться рентабельности бизнеса, изыскивая не совсем честные методы. В ход пошли массовая подделка аукционных листов, скручивание пробега, и кустарный ремонт. Именно низкое качество и сомнительное происхождение подержанных японок, поставляемых через известный портовый город, и породило тенденцию растущего спроса на немецкие и американские подержанные машины, в том числе и японки американского происхождения. Хотя, по мнению специалистов, подержанные американцы и немцы ничуть не лучше в смысле потрепанности, и в подметки не годятся настоящим японцам. Однако объемы продаж американцев и немцев в целом погоды не делают и свидетельствуют в первую очередь о падении доверия потребителя к кустарно состряпанным японкам в сервисах Владивостока, а не о падении

популярности японских автомобильных брендов как таковых. Все экономические признаки говорят о том, что рынок продажи подержанных японок уже прошел высшую точку своего развития и в настоящий момент развивается по нисходящей. До 2006 года фиксировался стабильно растущий спрос на японки с правым рулем. С 2004 по 2006 год импорт подержанных японок вырос в 3 раза. При этом низшая ценовая категория находилась в промежутке между 6 и 7 тыс. долларов. Потребители в этом секторе составляли 43,53%. Автомобили стоимостью от 7 до 10 тыс. долларов покупали 27,46%, от 13 до 16 тыс. долларов - 7,14%. На самые высокие категории - 16- 21 тыс. долларов и свыше 21 тыс. долларов приходилось 4,46% и 3,79% соответственно. Проведенный опрос иркутских компаний, занимающихся продажей японских подержанных автомобилей показал, что сегодня популярностью пользуются автомобили, находящиеся в среднем ценовом секторе, который фиксируется на уровне 250-300 тыс.руб., то есть 10-12 тыс. долларов. Низший ценовой сектор находится на уровне 7 тыс. долларов и в нем не наблюдается массового спроса. Следовательно, до прошлого года рост продаж подержанных японок происходил за счет потребителей низшей ценовой категории - а сегодня подержанные японки стали дороже и покупают их меньше. По данным отчета Федеральной таможенной службы за 2006 год объем импорта подержанных иномарок в России постепенно сокращается, при том что общее количество ввозимых из-за рубежа авто выросло более чем на треть. Всего в 2006 году ввезено 1049,5 тыс. машин на сумму свыше 12 млрд долларов и только 272,5 тыс. из них не были новыми.

И хотя иркутские автотрейдеры пока не признаются в снижении объемов продаж и практически все, за редким исключением, компании говорят о растущем спросе, большинство из них не называет количество продаваемых автомобилей в месяц. По нашей информации эта цифра колеблется в диапазоне 20-30 автомобилей для крупных компаний. В то самое время, как официальный дилер Honda в Иркутске продает уже до 40 новых автомобилей в месяц по цене от 400 до 800 тыс. рублей. И совершенно очевидно, что объемы продаж этой компании будут расти.

В целом по России уже наметилась тенденция потребительских предпочтений. Она, конечно, пока не в полной мере соответствует региональной картине спроса, но ее трансформация, что называется, вопрос ближайшего будущего. Российский потребитель хочет покупать новые автомобили с левым рулем. И самое главное, он не просто этого хочет, а фактически уже получил такую возможность. Новые автомобили становятся все более доступными по цене. Тому способствуют два обстоятельства. Первое, автокредитование, которое дает человеку возможность купить машину в долг. Второе, стремительно растущая конкуренция предложений в сегменте средней цены.

Как уже было упомянуто выше, предложение в сегменте подержанных японских автомобилей находится в среднем ценовом уровне. Использовать ресурсы низшего ценового сектора не представляется возможным, поскольку рентабельность бизнеса в этом случае уйдет в минус, впрочем, как и показатели качества тоже. Но именно к сегменту со средним ценовым уровнем будут стремиться дилеры, торгующие новыми иномарками, и дилеры, торгующие иностранными автомобилями российской сборки. В этом ценовом секторе всего через один или два года развернется ожесточенная конкурентная борьба.

В подтверждение этого говорит то, что ряд иркутских дилеров уже заявили о появлении в начале следующего года на рынке Иркутска седана Santa Fe китайской компании Great Wall по цене 10 тыс. долларов. Эти же дилеры сегодня весьма успешно торгуют корейскими внедорожниками в ценовом диапазоне от 500 тыс. до 1 млн руб. и выше и жалуются на то, что не способны полностью удовлетворить покупательский спрос. Люди готовы ждать новых корейцев от 1,5 месяца до полугода. В данном случае речь не о качестве китайских и корейских машин, а о факте ценовой конкуренции.

Мнения иркутских автотрейдеров в отношении будущего корейских и китайских автомобилей в России разделились. Третья часть из них убеждена, что корейские автомобили никогда не завоюют сердце российского потребителя, и он всегда выберет старую японку вместо нового корейца. Другая треть считает, что торжество корейцев - это вопрос времени, ибо цена уж очень привлекательна. Оставшаяся часть убеждена, что корейцы уже продемонстрировали достаточно высокое качество при разумной цене. Китайским автомобилям все без исключения предрекали печальную участь, но, как известно, преимуществом китайских брендов и товаров всегда было не качество, а цена.

Российское правительство пока оставляет открытым вопрос о строительстве завода по сборке китайских автомобилей компании Great Wall, но что будет с ценой на автомобили этой компании, когда их сборка станет для России реальностью? 15 крупных мировых концернов уже заявили о намерении строить свои сборочные заводы в России. Правительство, похоже, смирилось с фактом неконкурентоспособности отечественного автопрома и не сегодня-завтра иностранный производитель получит зеленый свет. А как только явление приобретет массовый характер, ценовая конкуренция ужесточится в разы.

Не стоит забывать и о вторичном рынке автомобилей. Люди любят менять машины. А значит, насыщенность рынка будет достигаться и за счет подержанных автомобилей уже находящихся на территории страны. Кроме того, рост продаж новых машин создаст вторичный рынок, объем которого, по прогнозам компании PriceWaterhouseCoopers, к 2010 году достигнет 11 млрд долларов.

Отечественный автопром вместе со своим китайским собратом, скорей всего, займет свою нишу в нижнем ценовом секторе, похоронив тем самым последние надежды стихийного рынка подержанных японских автомобилей на выживание.

Таким образом, объективные макроэкономические факторы, протекционистские меры российского правительства и экономическая ситуация внутри страны предопределили стихийному рынку подержанных автомобилей, в первую очередь японских, как носящих наиболее массовый характер, неминуемую смерть. В этом нет ничего трагического, только закономерность. И здесь важно сыграть на упреждение, понять, в каком направлении развивать бизнес дальше, найти или нащупать те самые рыночные пустоты, которые, вне всякого сомнения, есть.

Автор: Светлана Батутене © Агентство "Телеинформ" АВТО-МОТО, ИРКУТСК 👁 2424 19.10.2007, 02:26  
👍 171

URL: <https://babr24.com/?ADE=40518> Bytes: 10458 / 10458 Версия для печати

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

*Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:*

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Одноклассники](#)

*Связаться с редакцией Бабра в Иркутской области:  
[irkbabr24@gmail.com](mailto:irkbabr24@gmail.com)*

#### НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24\\_link\\_bot](#)  
Эл.почта: [newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

#### ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: [bratska.net.net@gmail.com](mailto:bratska.net.net@gmail.com)

#### КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь  
Телеграм: [@bur24\\_link\\_bot](#)  
эл.почта: [bur.babr@gmail.com](mailto:bur.babr@gmail.com)

Иркутск: Анастасия Суворова  
Телеграм: [@irk24\\_link\\_bot](#)  
эл.почта: [irkbabr24@gmail.com](mailto:irkbabr24@gmail.com)

Красноярск: Ирина Манская  
Телеграм: [@kras24\\_link\\_bot](#)  
эл.почта: [krasyar.babr@gmail.com](mailto:krasyar.babr@gmail.com)

Новосибирск: Алина Обская  
Телеграм: [@nsk24\\_link\\_bot](#)  
эл.почта: [nsk.babr@gmail.com](mailto:nsk.babr@gmail.com)

Томск: Николай Ушайкин  
Телеграм: @tomsk24\_link\_bot  
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

#### **ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:**

Рекламная группа "Экватор"  
Телеграм: @babrobot\_bot  
эл.почта: equatoria@gmail.com

#### **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:**

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)