



17 ноября 2015

ИГОРЬ ОВСЯННИКОВ

генеральный директор Geely в России

«Вопрос в готовности автопроизводителей нести дополнительные убытки»

Третий квартал 2015 года не смог переломить тенденцию к снижению продаж на российском автомобильном рынке. Незначительное повышение спроса в августе-сентябре, оказалось временным и не переросло в устойчивую тенденцию. В целом эксперты авторынка не ждут значительного улучшения и в текущем, четвертом квартале, а о том, что нас ждет в 2016 году стараются даже не загадывать. О ситуации на рынке порталу MotorPage.ru рассказал генеральный директор [Geely](#) в России, Игорь Овсянников.

- Как вы оцениваете результаты продаж третьего квартала на российском автомобильном рынке?

- Мы оцениваем третий квартал как весьма успешный для компании Geely в России.

На фоне общего негативного рыночного тренда нам удалось ощутимо нарастить объем продаж как по отношению к показателям первого полугодия 2015 года, так и к нашим прошлогодним показателям. Так в сентябре рост продаж Geely в России составил +30% к аналогичному периоду прошлого года. Кроме этого, в сентябре нам удалось вернуть позицию лидера по объему продаж среди китайских марок, представленных в России. Мы считаем, что такие позитивные результаты указывают на рост популярности марки Geely в нашей стране.

- Можно ли ожидать активизации спроса в ноябре-декабре?

- На фоне не очень приятных для нас курсовых уровней, ведущих к постепенному росту цен на большинство товаров и, как следствие, сокращению объема свободных средств и накоплений у населения, говорить об

активизации спроса в последнем квартале этого года достаточно сложно. Особенно сложна ситуация в бюджетном сегменте, где потребители наиболее чувствительны к изменению конъюнктуры рынка.

Поэтому мы стараемся быть очень сдержанными в своих ожиданиях и прогнозах на 4-й квартал, ориентируясь на снижение рынка на 10%.

- Увидим ли мы распродажу стоков? И насколько велики стоковые запасы в сравнении с предыдущими годами?

- Скорее это вопрос не о размере образовавшихся стоков, а о готовности автопроизводителей нести дополнительные убытки как следствие объявления таких распродаж. Дело в том, что для сохранения текущего уровня цен на автомобили бюджетного сегмента, большинство компаний уже вынуждены фиксировать определенный уровень убытков, который они компенсируют за счет других рынков или бизнесов. Опускать цены еще ниже мало кто может себе сегодня позволить.

- Какие спецпредложения, программы и бонусы сейчас возможны и могли бы быть эффективны для увеличения объемов продаж?

- Интересным предложением могли бы стать различные специальные продукты, такие как trade-in, лизинг и другие, позволяющие снизить первоначальные затраты. Но, к сожалению, те варианты, которые сейчас существуют, очень ограничены и часто непривлекательны.

- Низкий уровень спроса сегодня объясняется психологическими или экономическими причинами?

- Конечно же, экономическими. Думаю, что все психологические аспекты мы прошли в конце прошлого – начале этого года, когда сначала была некая истерия и неожиданный пик продаж, а потом провал первого квартала. Сейчас речь идет о том, что у людей просто нет накоплений и нет возможности накоплений.

- Одна из угроз для российского авторынка – это сокращение или прекращение гос. поддержки. Если это произойдет, насколько глубоким может стать дальнейшее снижение?

- Geely, как и другие китайские производители, работает в условиях отсутствия какой-либо государственной поддержки и программ субсидирования, поэтому сокращение государственных программ для других

брендов позволит нам конкурировать с ними на равных. Хотя, конечно, именно поддержка государства сегодня позволяет автопроизводителям иметь привлекательные пакеты финансовых услуг и специальных продуктов. Со своей стороны мы рассчитываем на объем рынка порядка 1,1 -1,3 млн. автомобилей в следующем году.

Автор

Дмитрий Европин, главный редактор журнала "MotorPage"