

04.02.2011  
v1.0

# Автомобильный рынок

Надежды и мысли



# О чём хотелось бы сказать за 10 минут

## Как математику:

- О пользе экстраполяции и методов аналогии
- О синдроме Франкенштейна

## Как маркетологу:

- О трех ключевых числах.
- О разнице между намерениями и спросом
- О пользе социальных норм

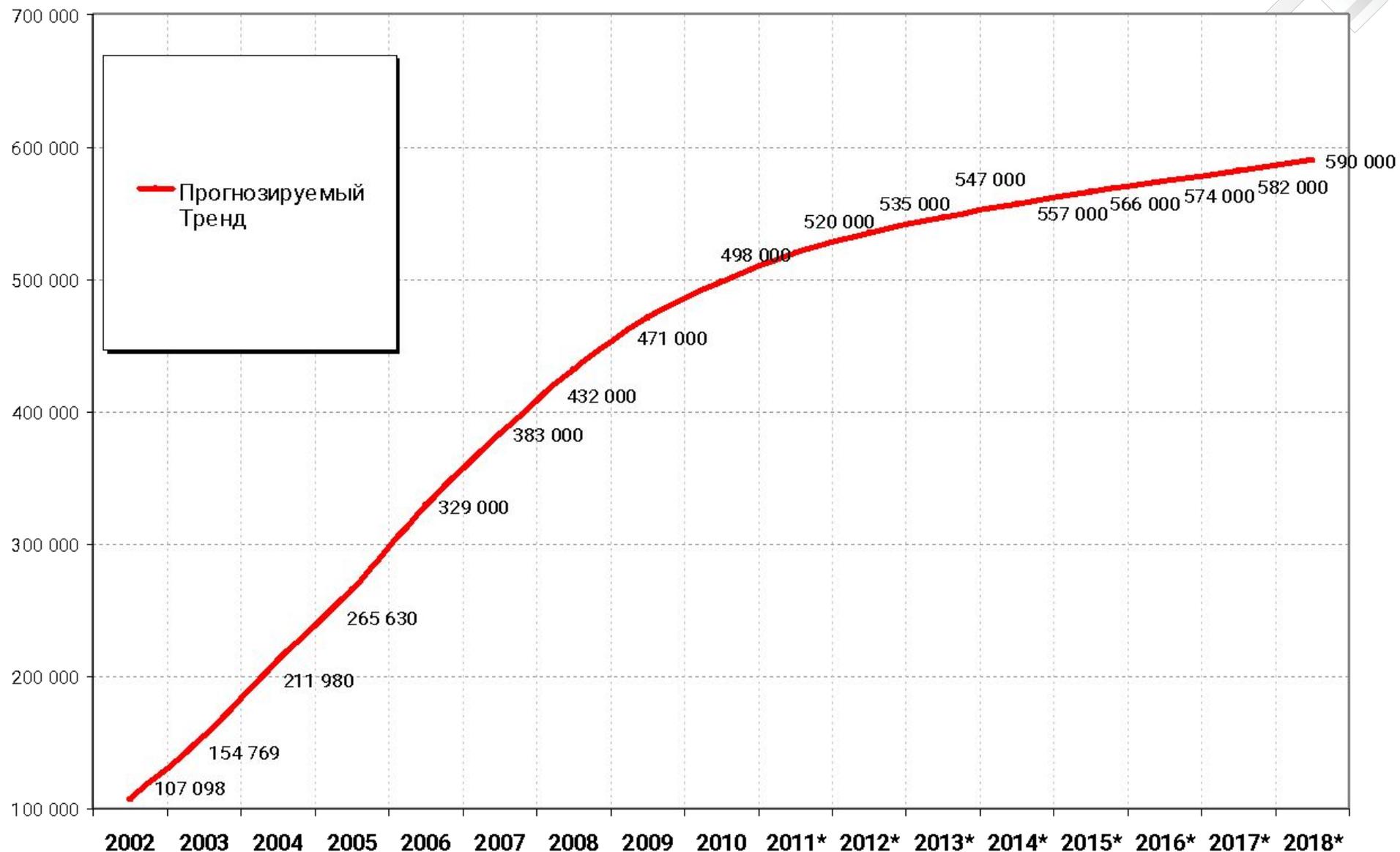
## Как апологету рефлексивного управления:

- О том, что рынком и трендами желательно и возможно управлять

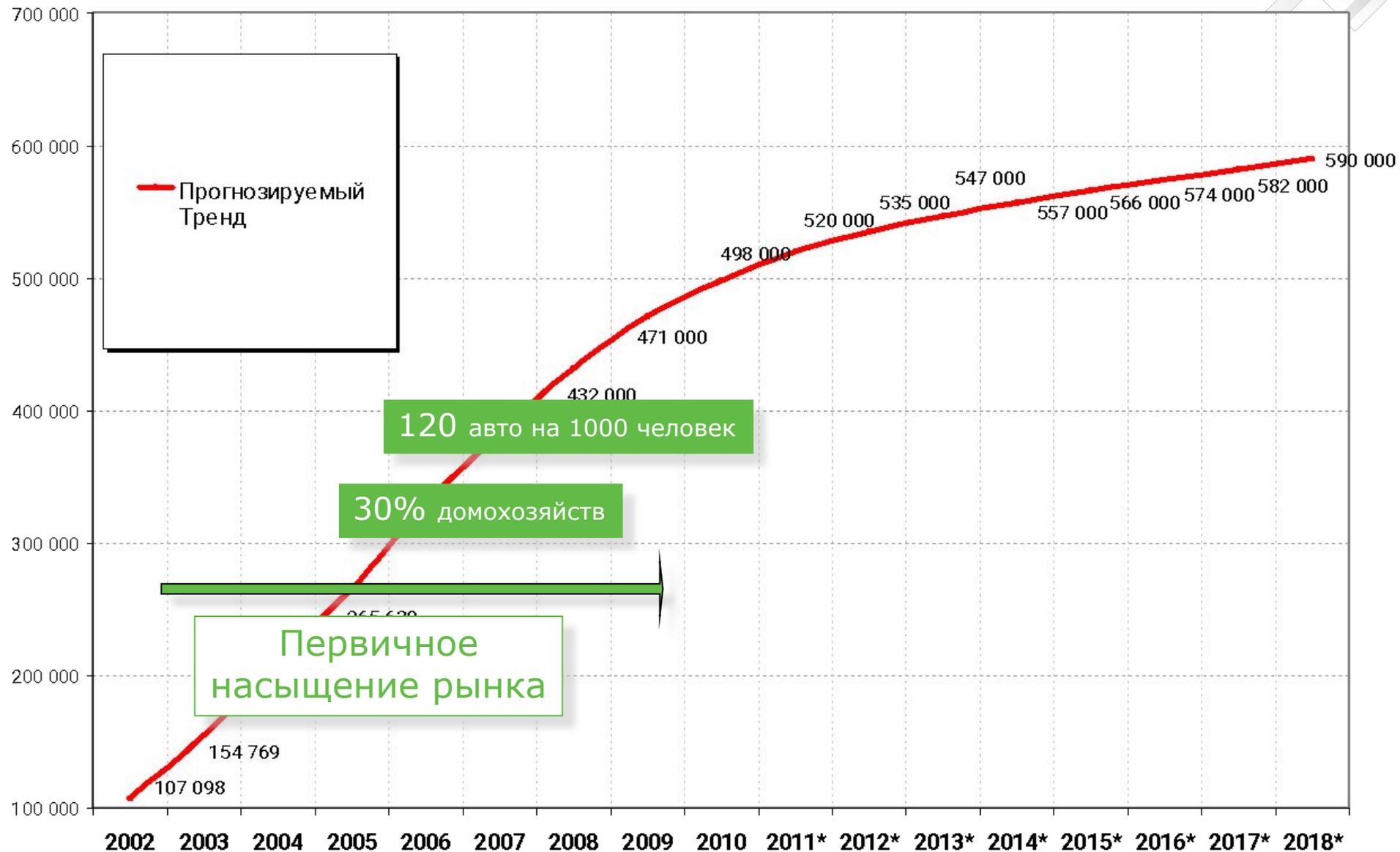
**Андрей Длигач,**

Генеральный директор группы компаний **Advanter Group**

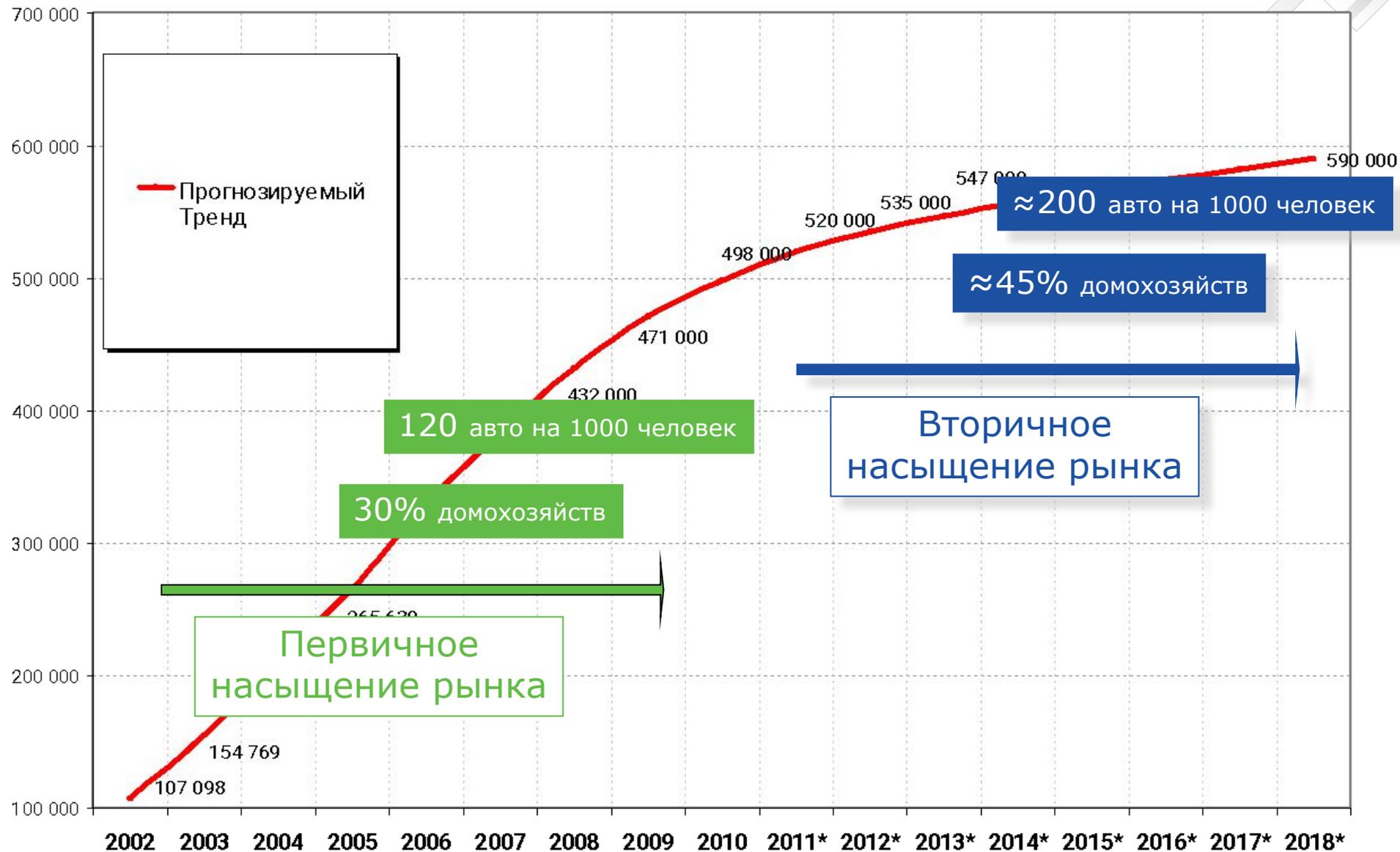
# «Оправданный» тренд – продажи новых авто



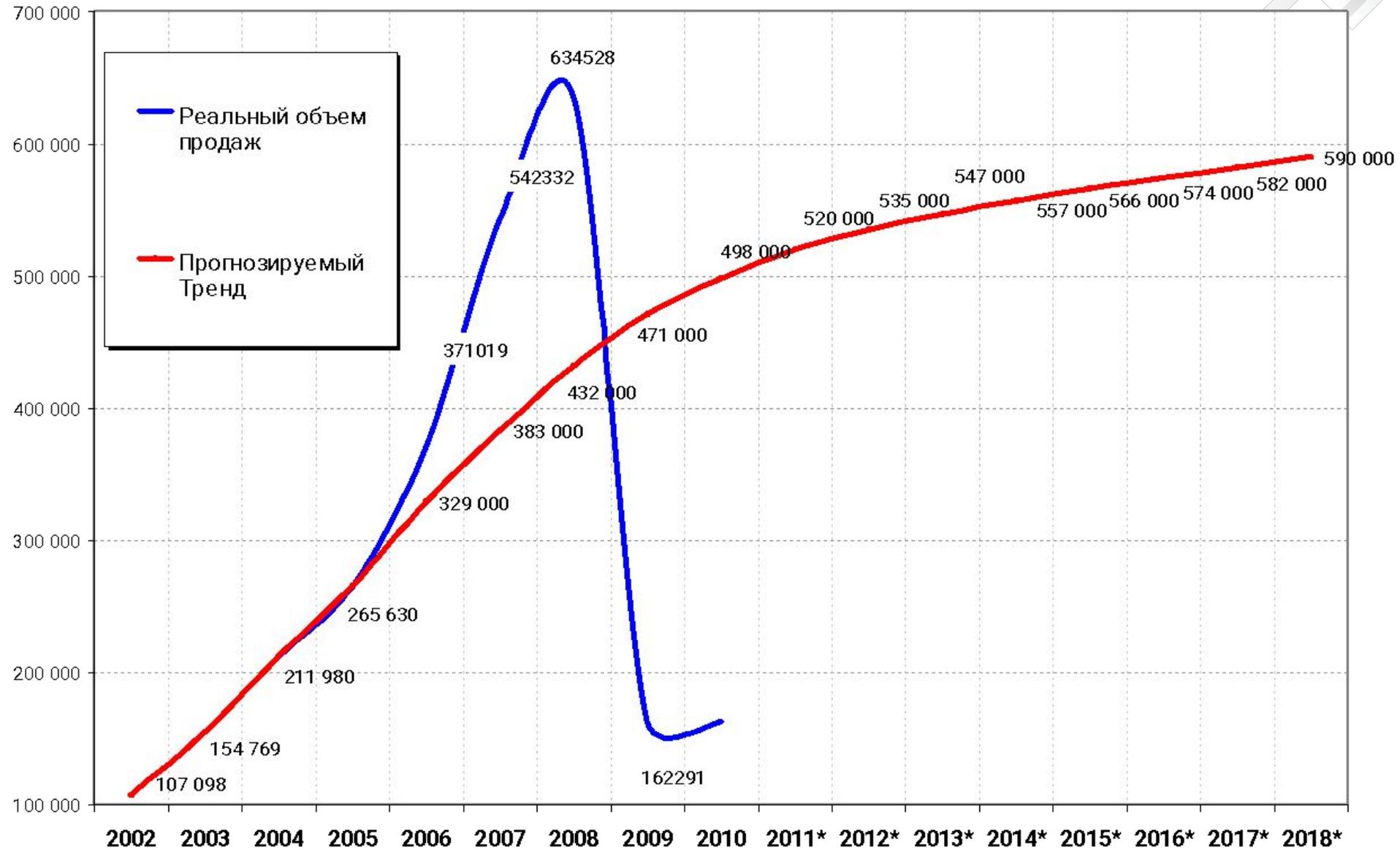
# «Оправданный» тренд – продажи новых авто



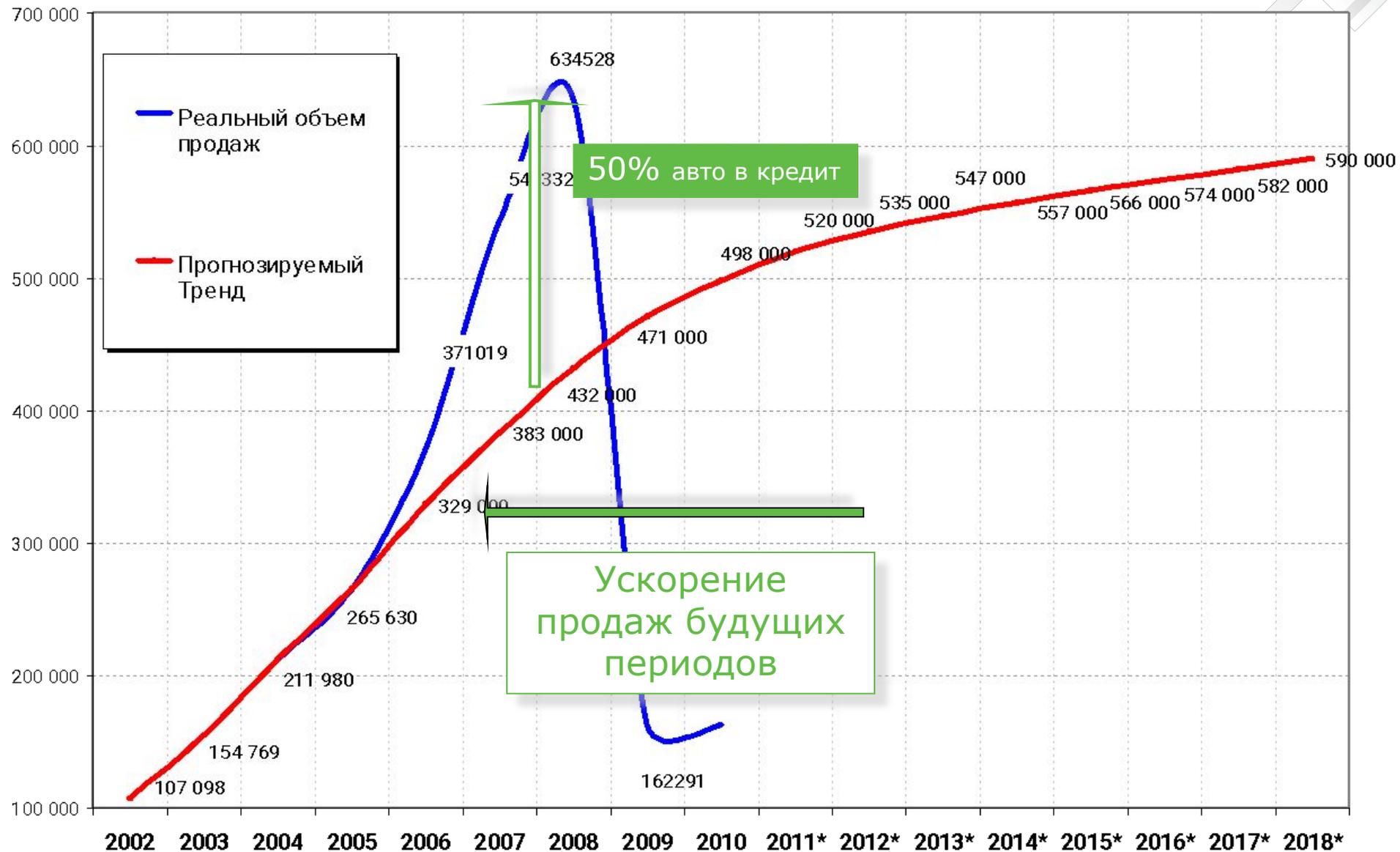
# «Оправданный» тренд – продажи новых авто



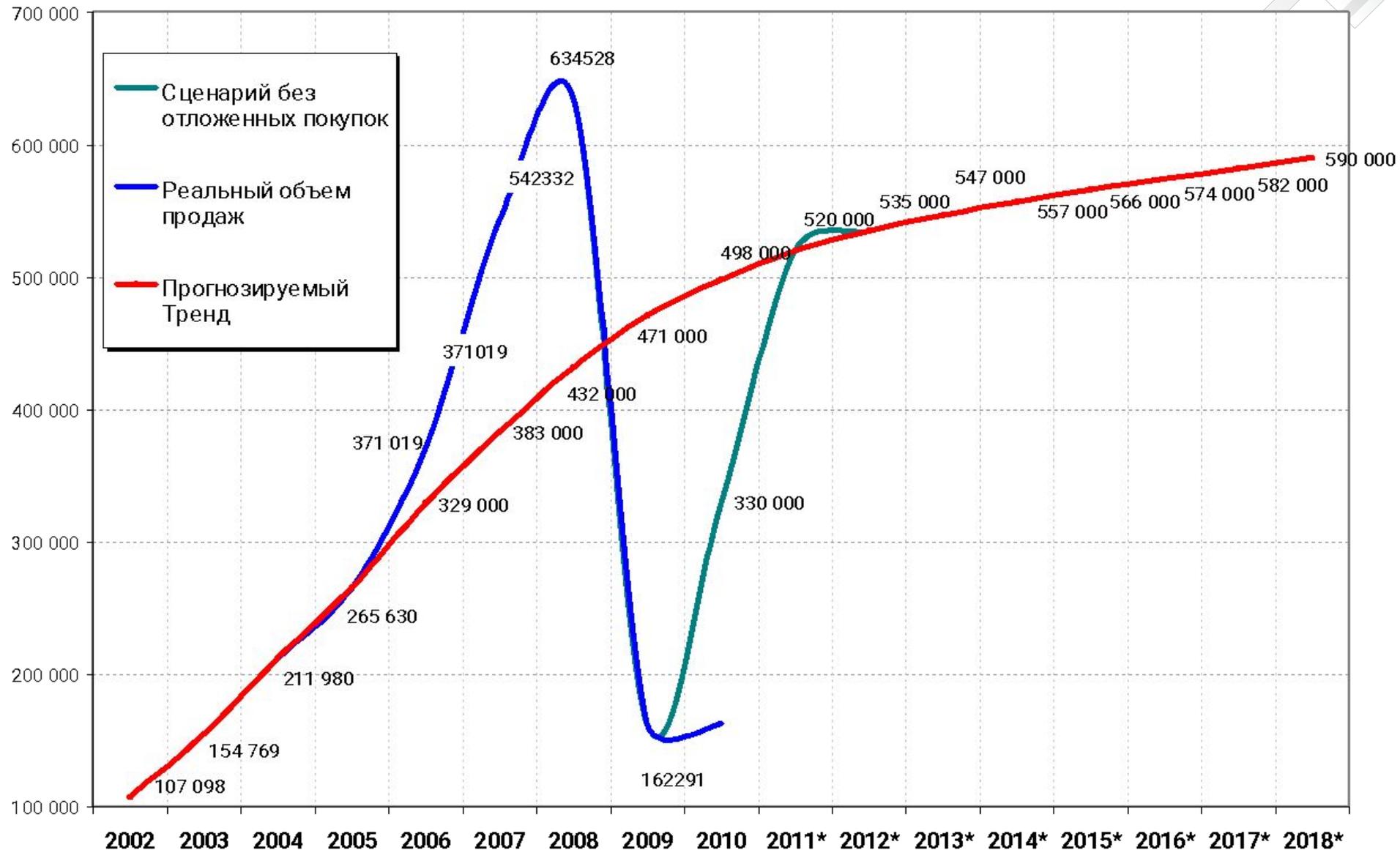
# Реальный тренд – продажи новых авто



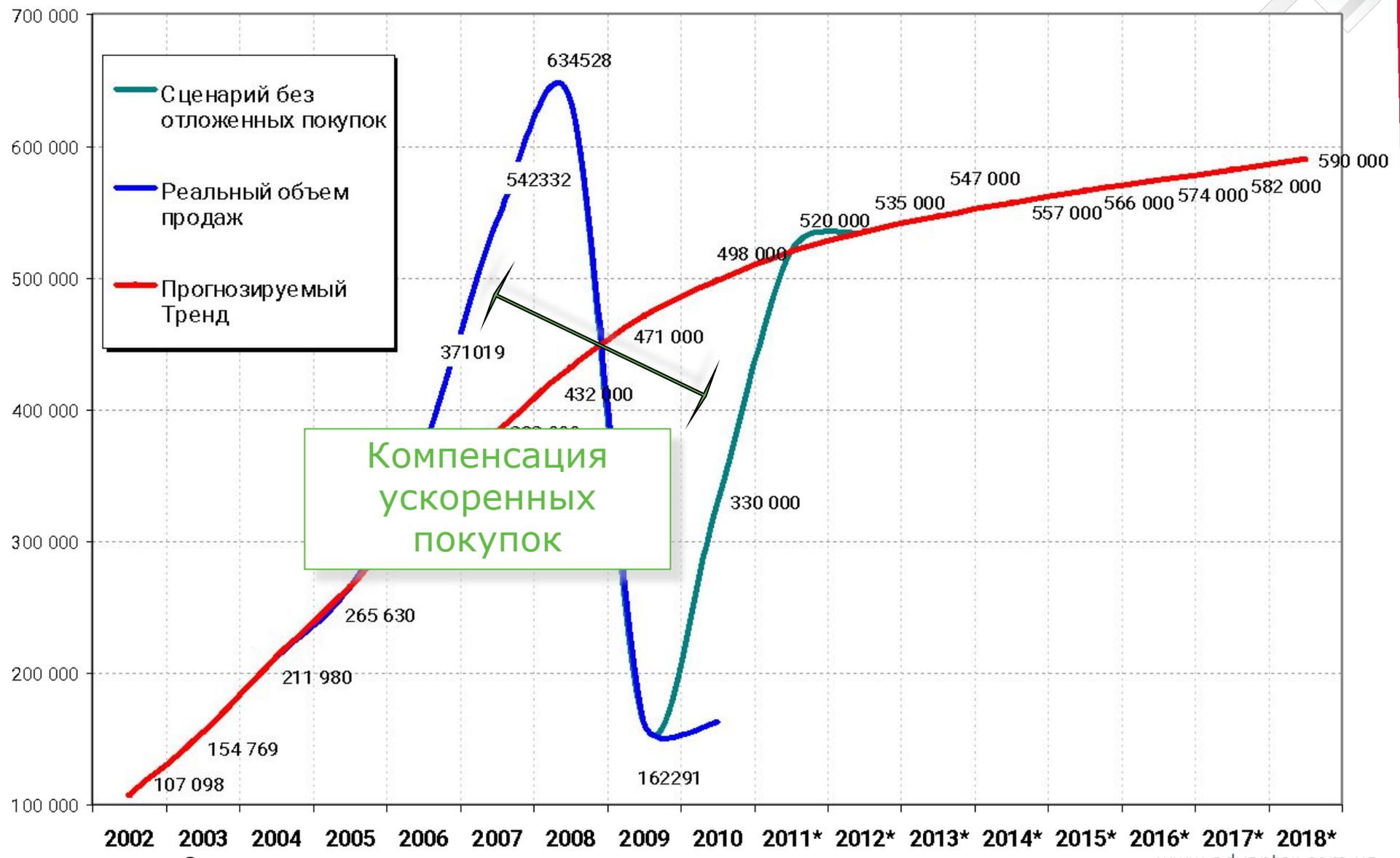
# Реальный тренд – продажи новых авто



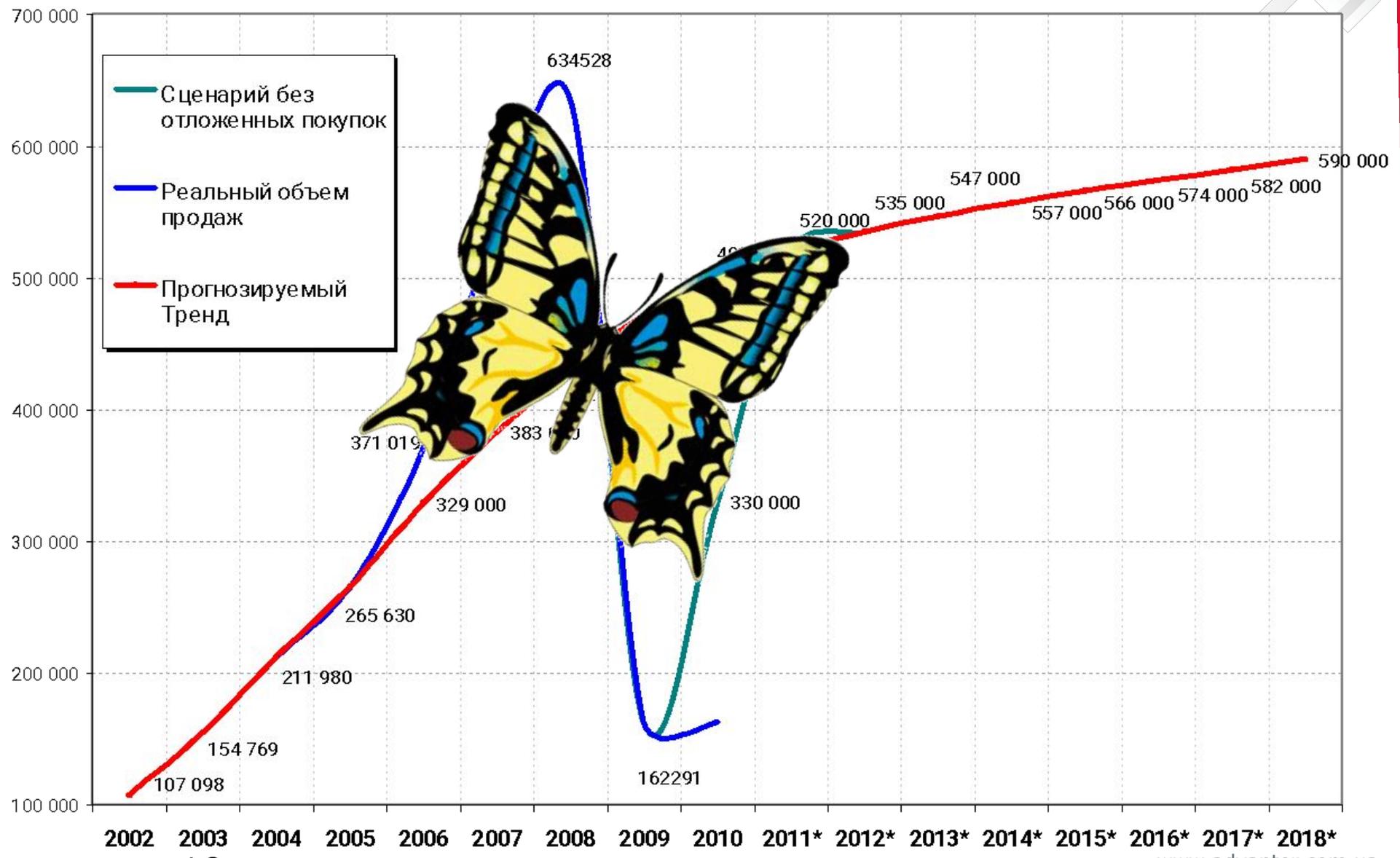
# Оптимистичный тренд – продажи новых авто



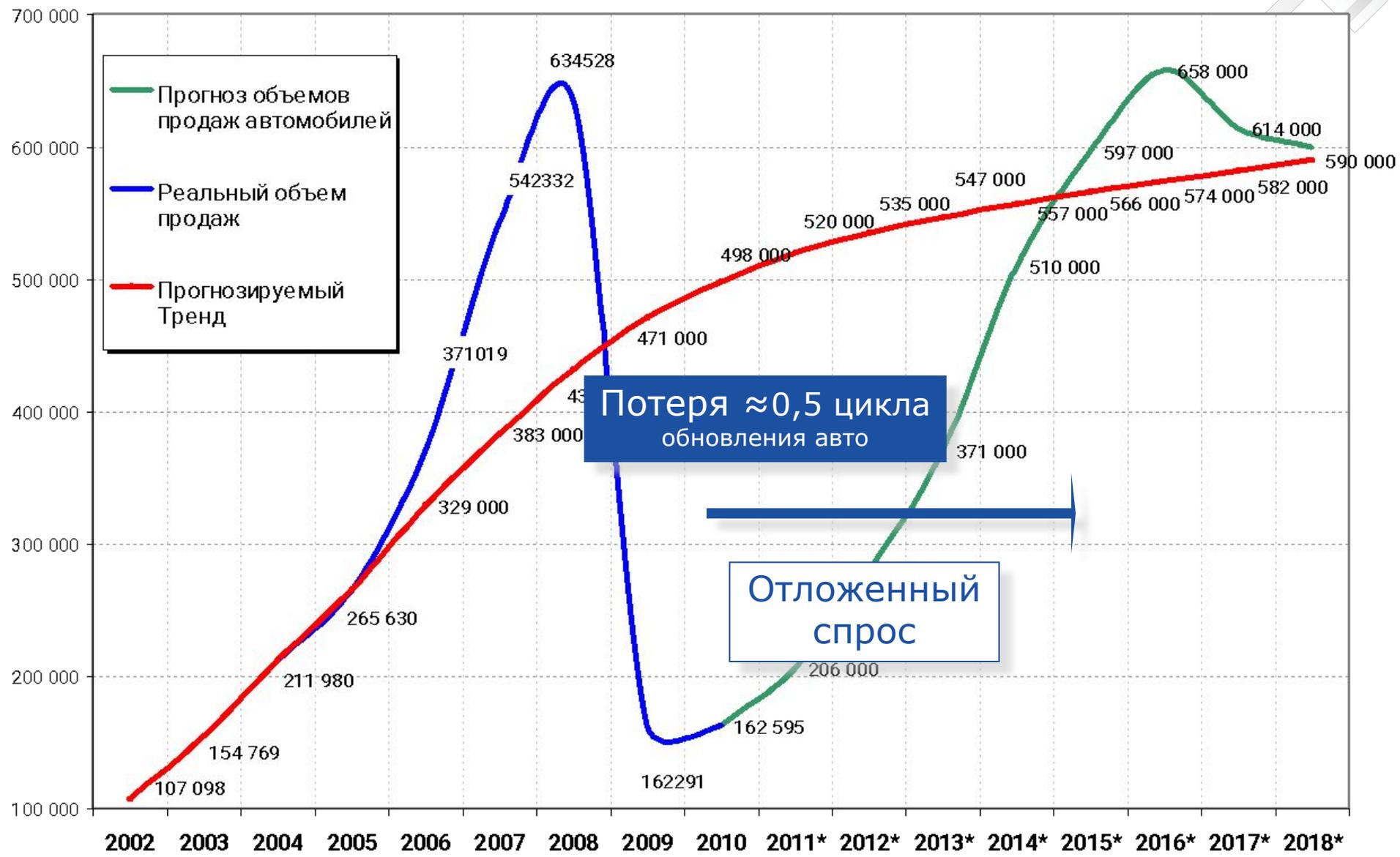
# Оптимистичный тренд – продажи новых авто



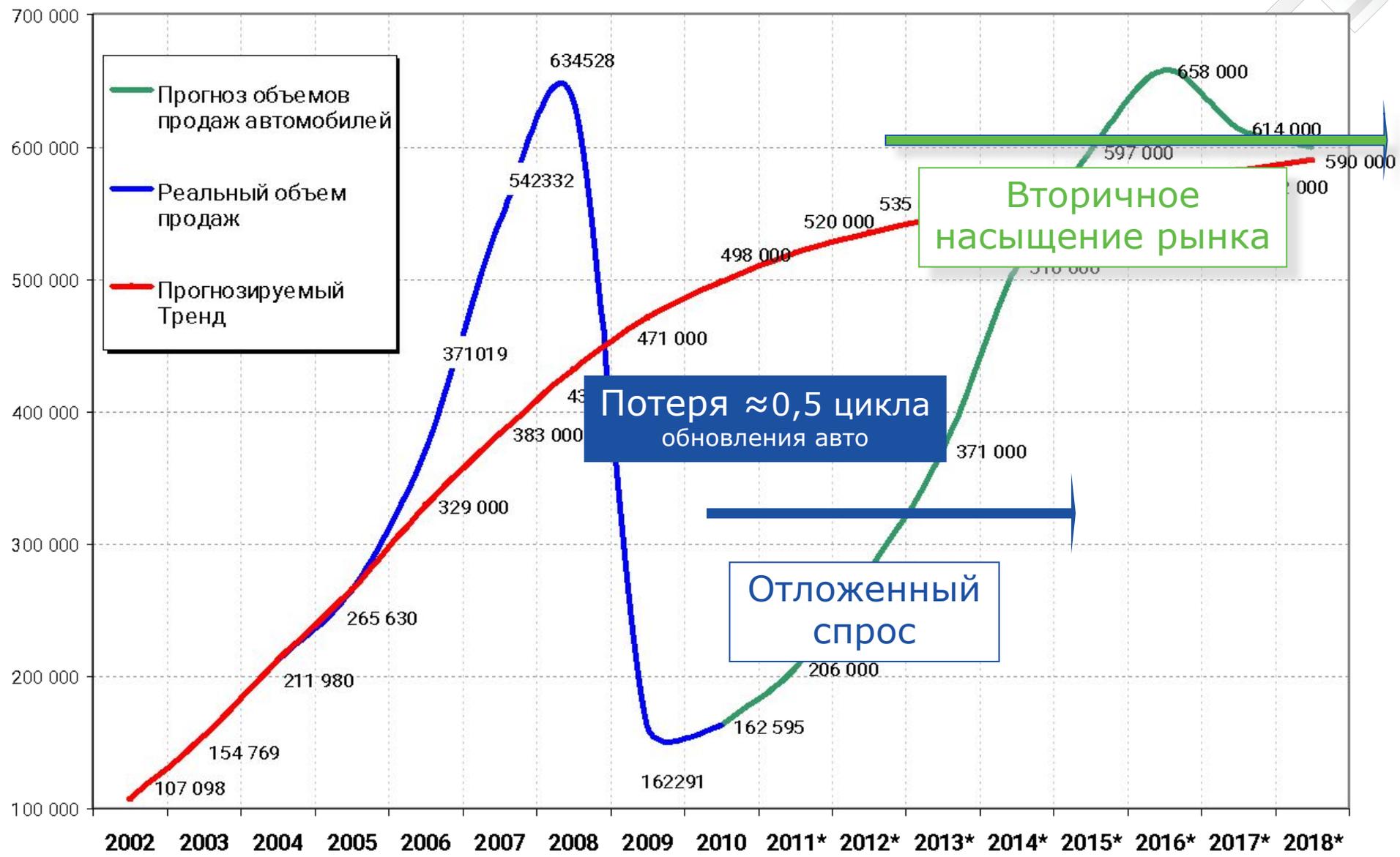
# Оптимистичный тренд – продажи новых авто



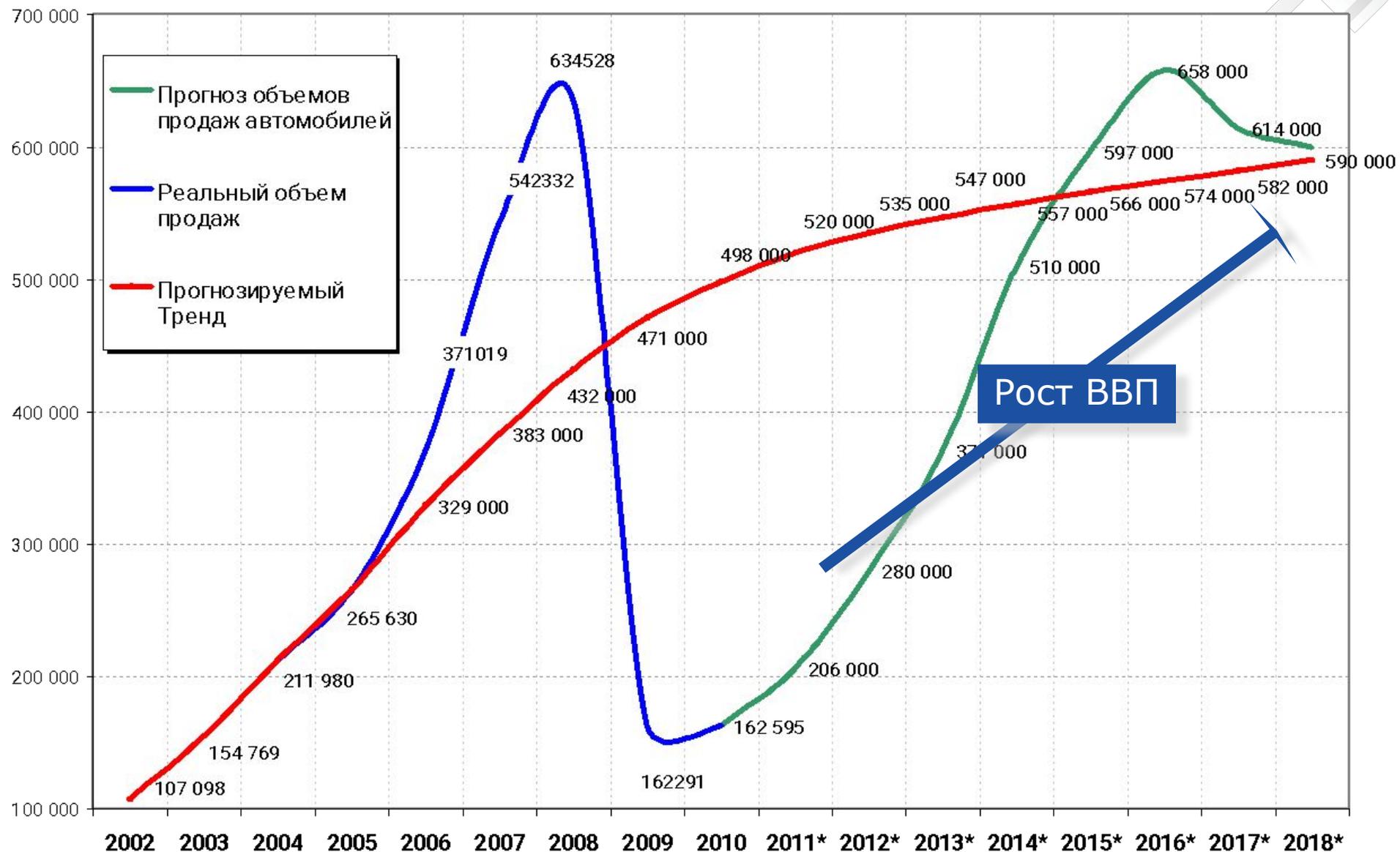
# Новый тренд – продажи новых авто



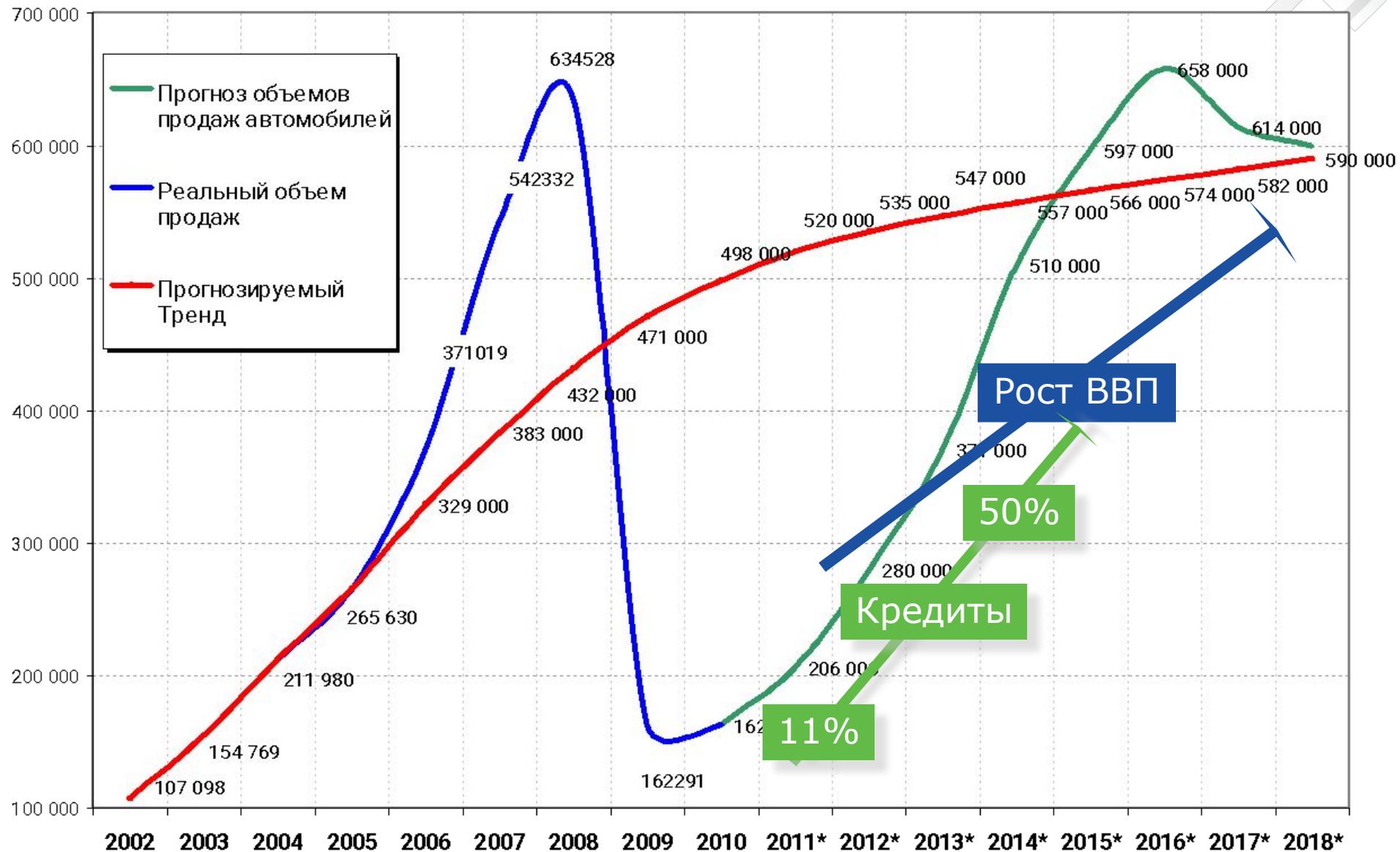
# Новый тренд – продажи новых авто



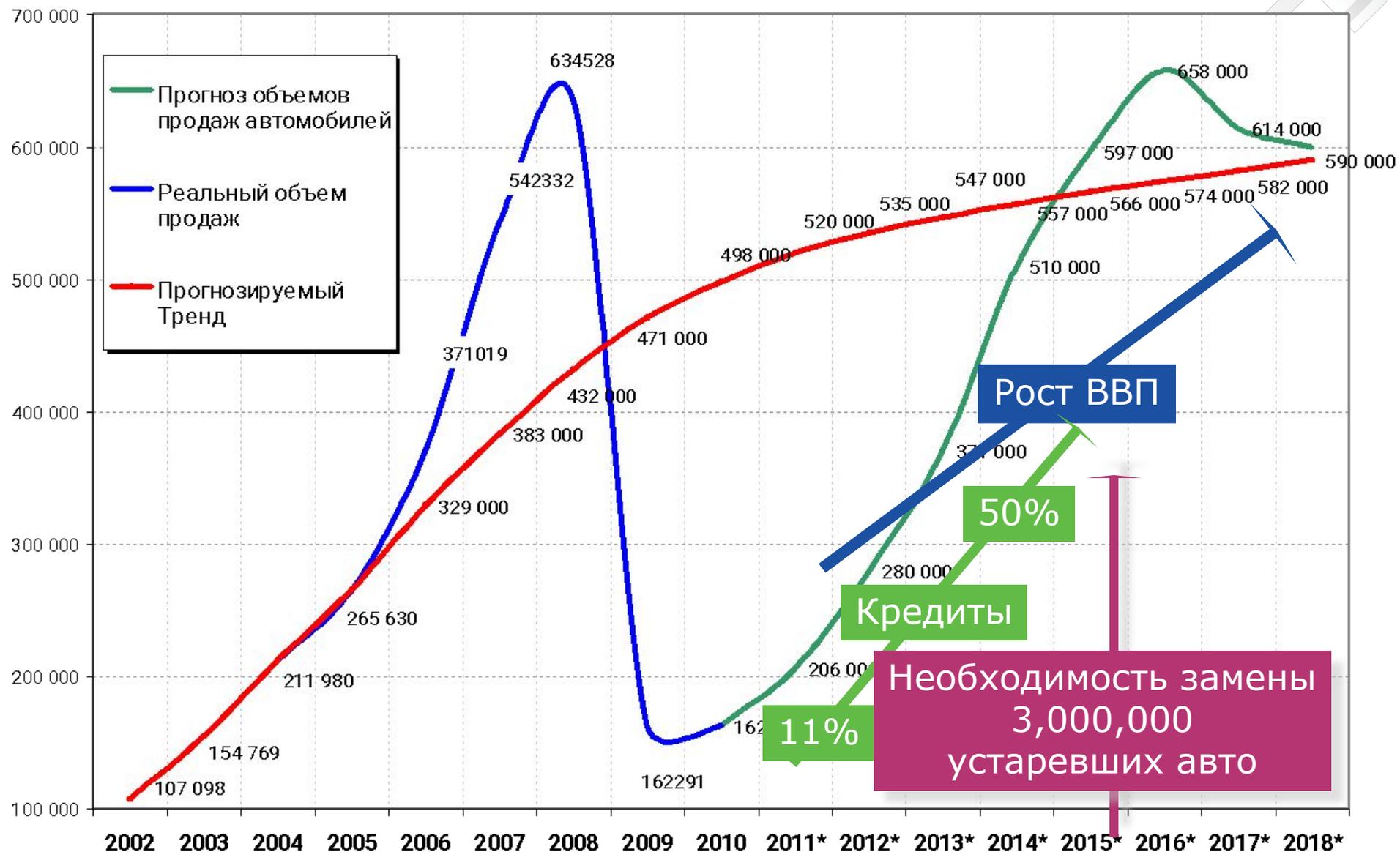
# Чего ждать?



# Чего ждать?



# Чего ждать?



**Рост ВВП**

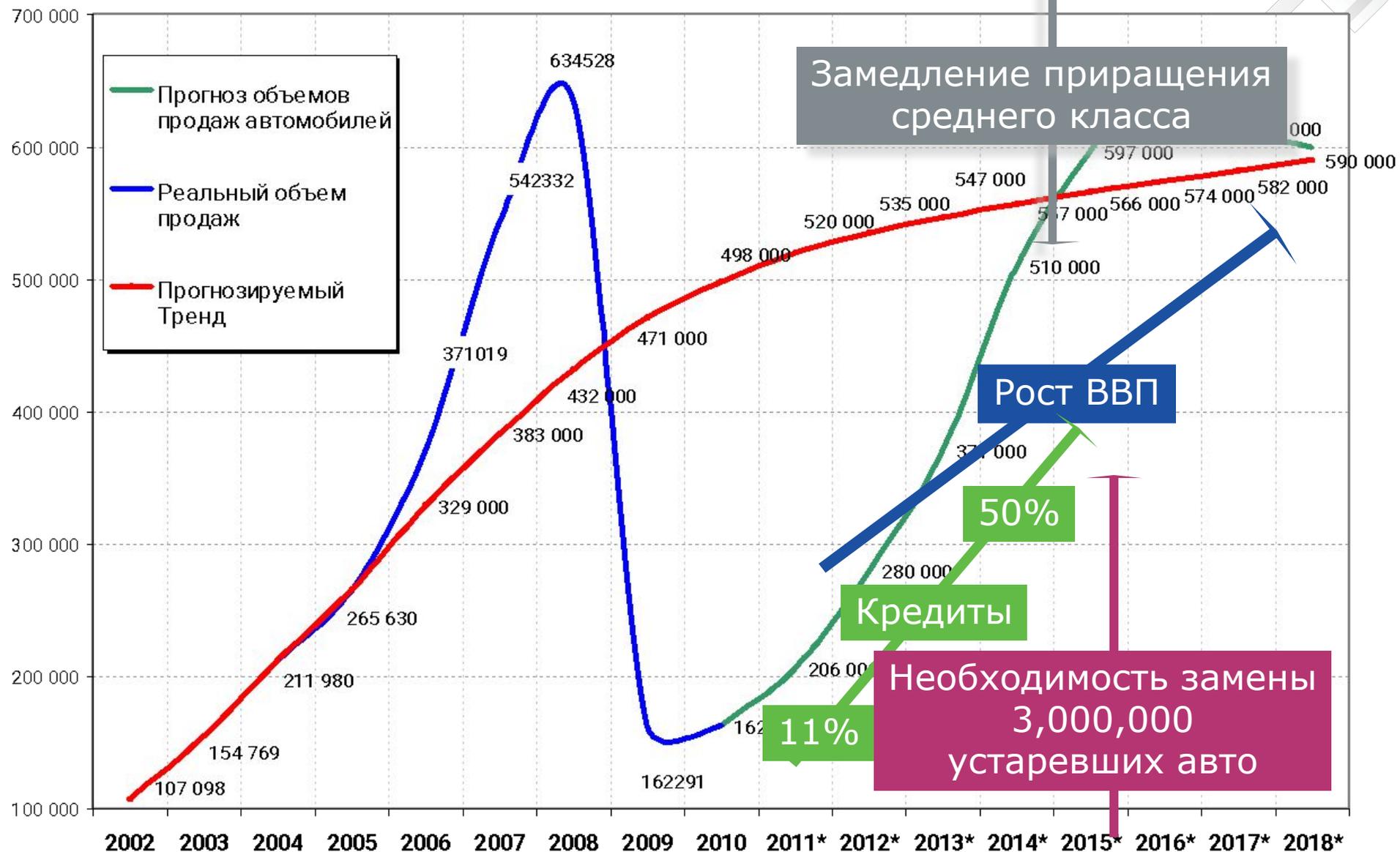
**50%**

**Кредиты**

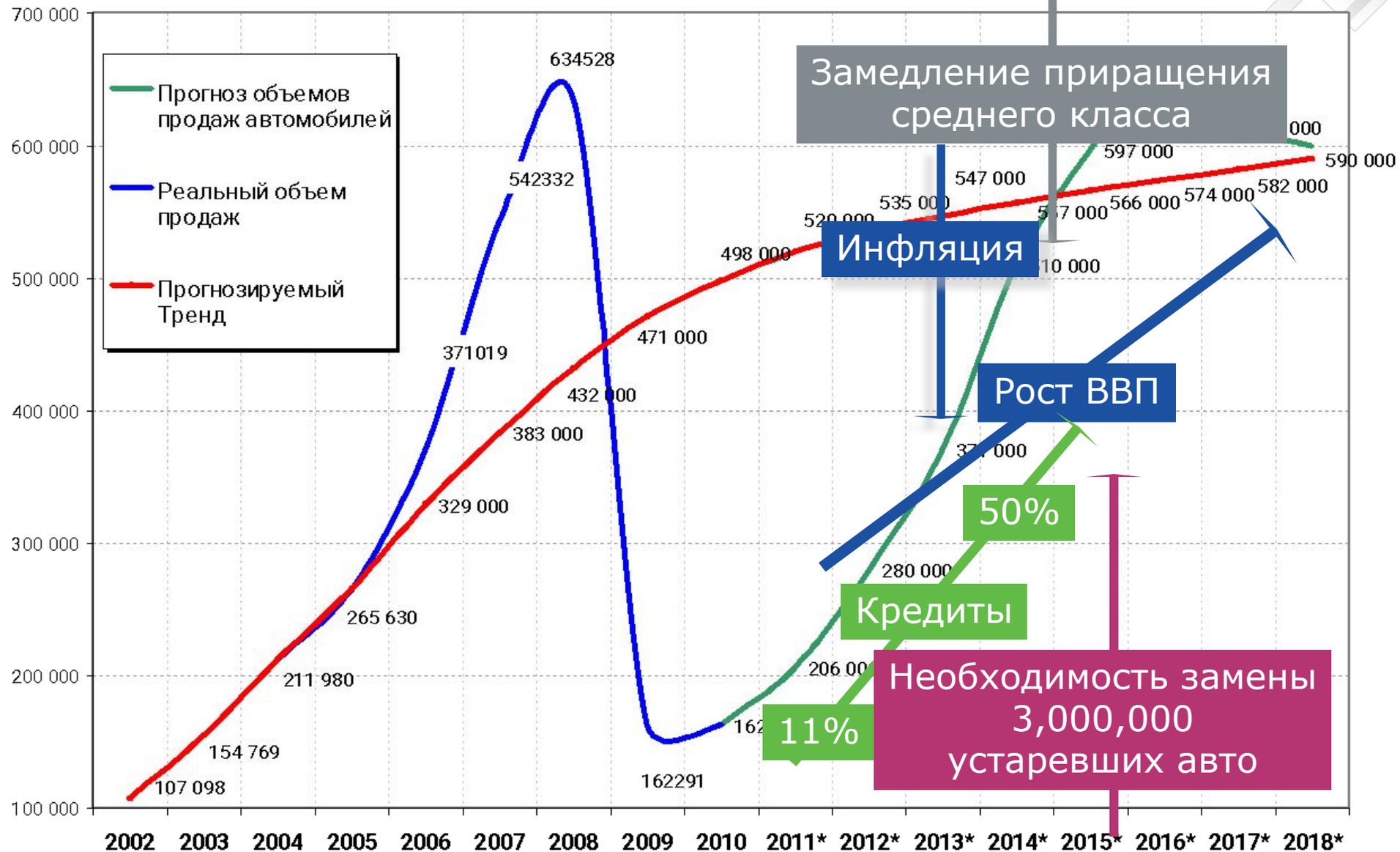
**11%**

**Необходимость замены 3,000,000 устаревших авто**

# Чего ждать?



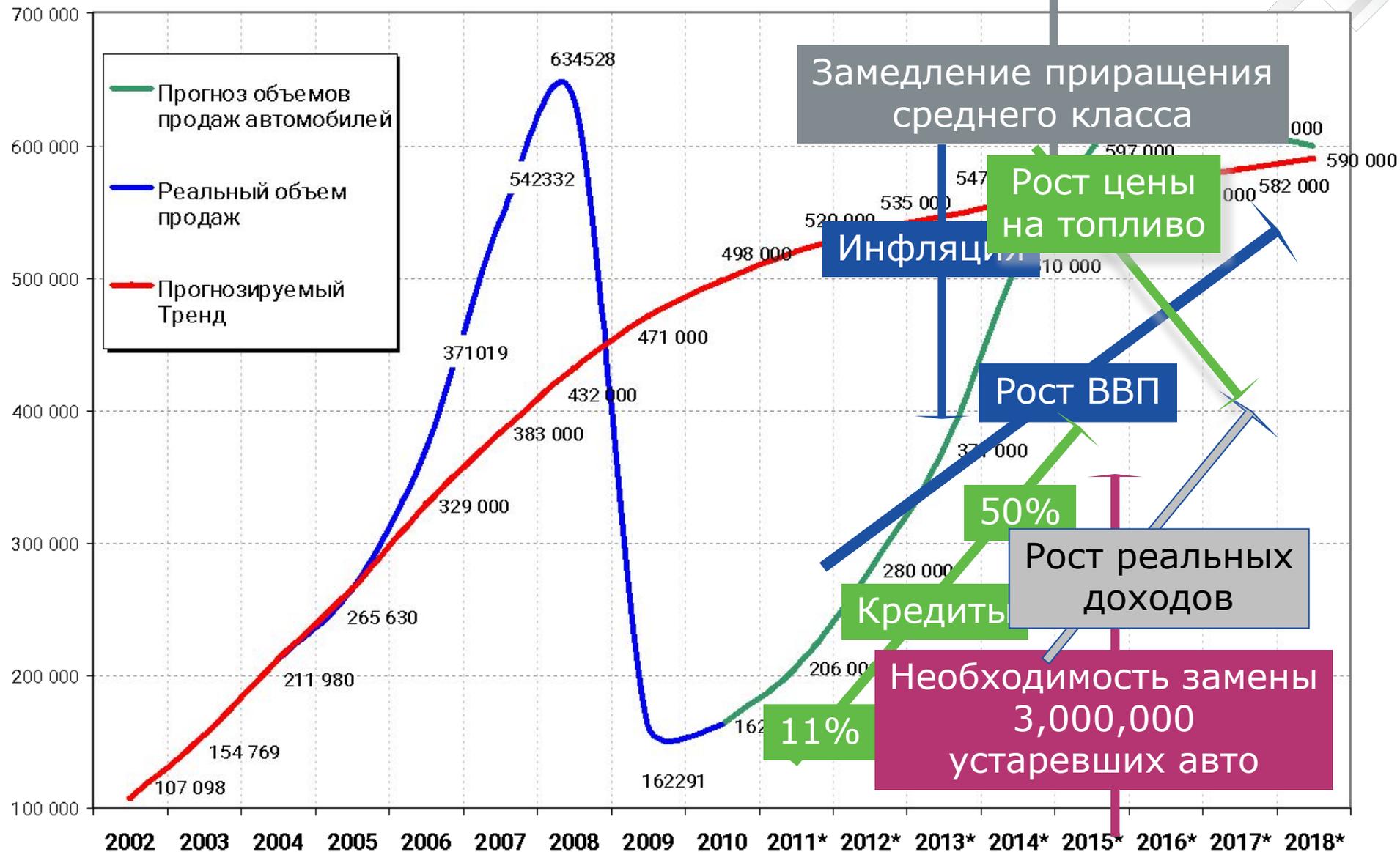
# Чего ждать?



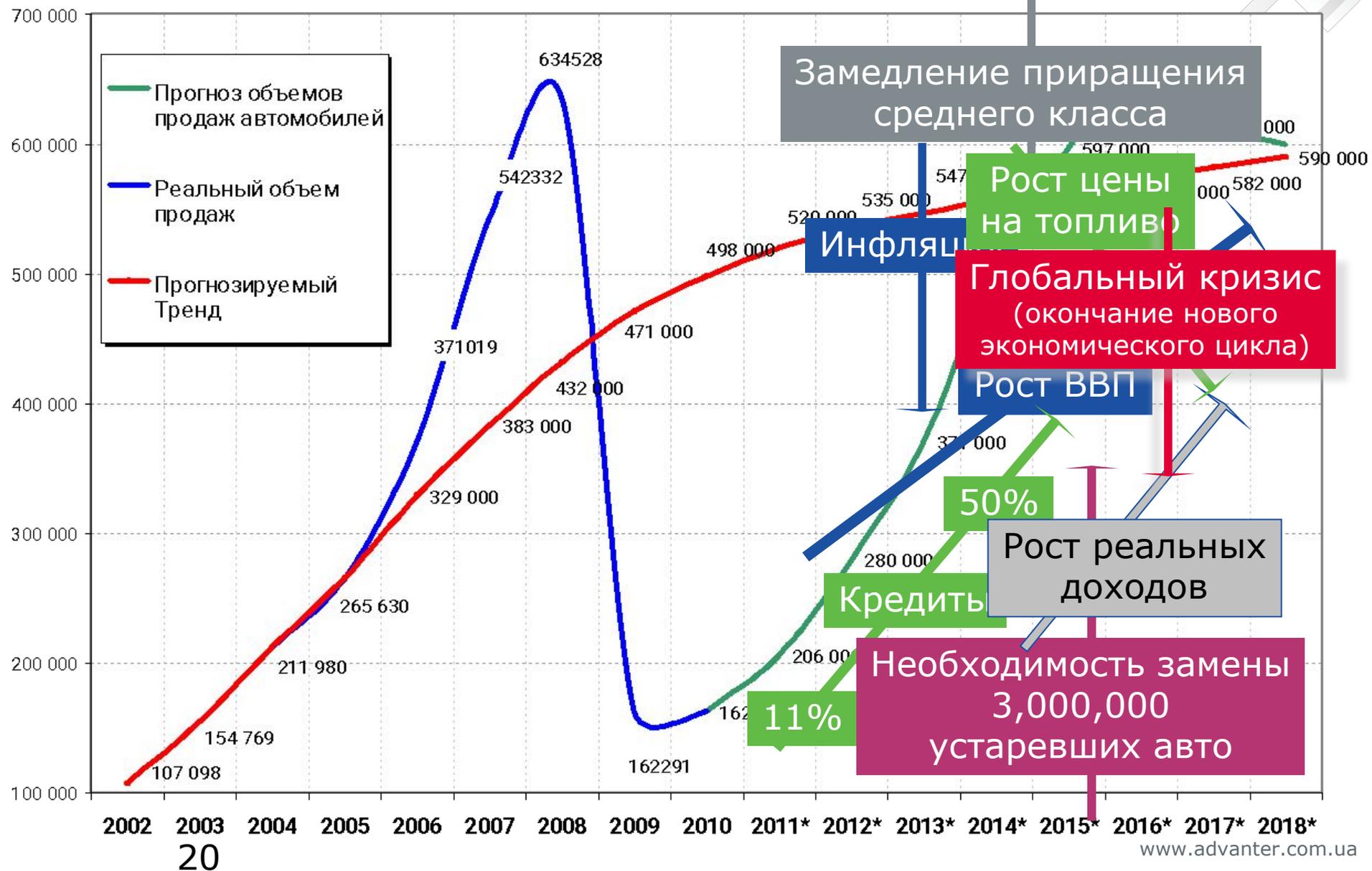
# Чего ждать?



# Чего ждать?



# Чего ждать?



# Чего ждать?



«Синдром Франкенштейна»: мы слишком полагаемся на цифры, порой не отдавая себе отчёт, что за ними стоит

# Чего ждать?

## Перспектива 2012 – 2015 года:

### 1. Развитие рынка

- Не считать продажи прошлых периодов, а формировать продажи будущих периодов
- Объединяться, чтобы делить **500,000** в год

### 2. Переход к рефлексивному управлению

- Управлять (проактивно), а не встраиваться (реактивно)
- Расширять рамку представления о рынке

2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011\* 2012\* 2013\* 2014\* 2015\* 2016\* 2017\* 2018\*

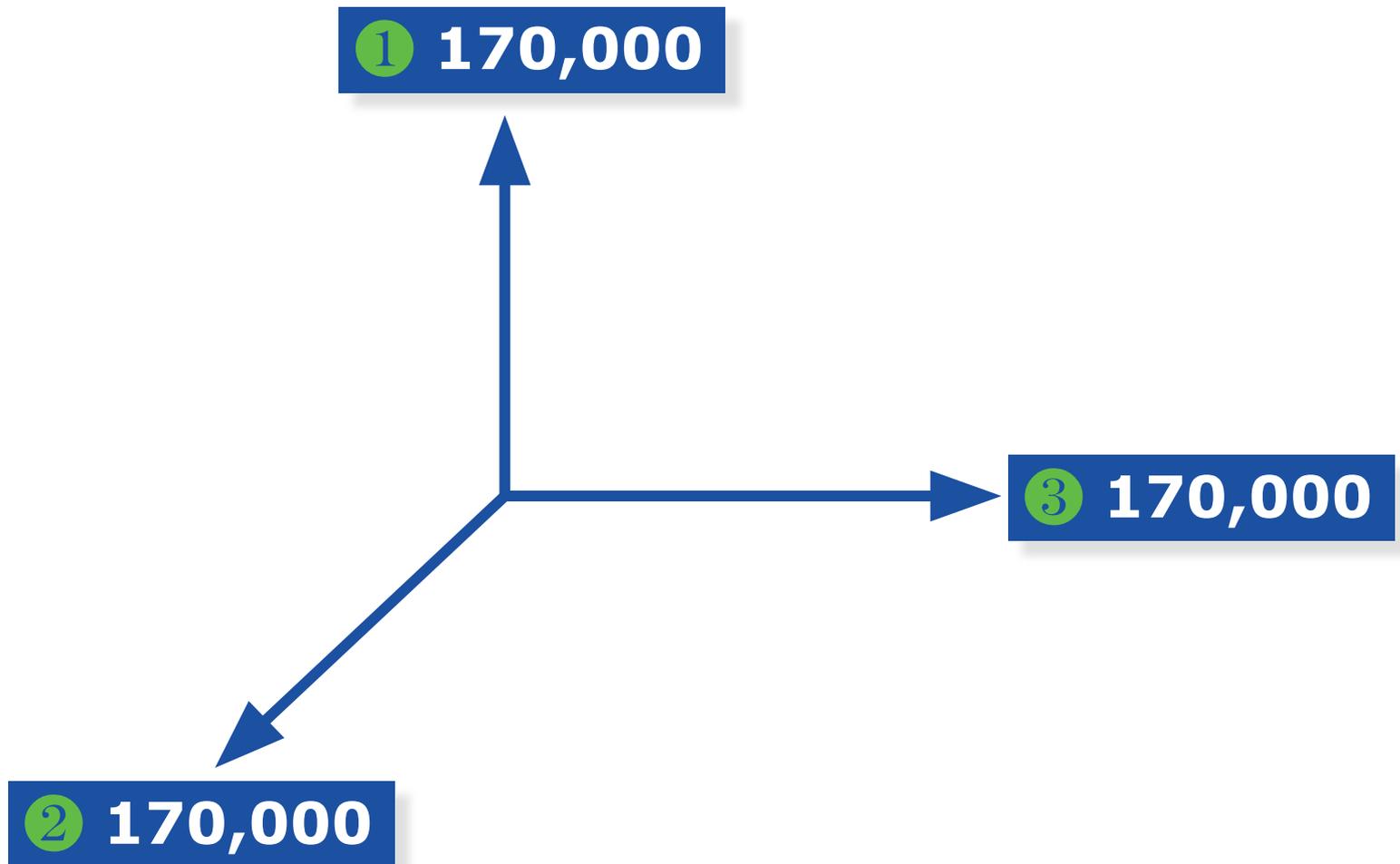
Можно сориентироваться на три числа:

**170,000**

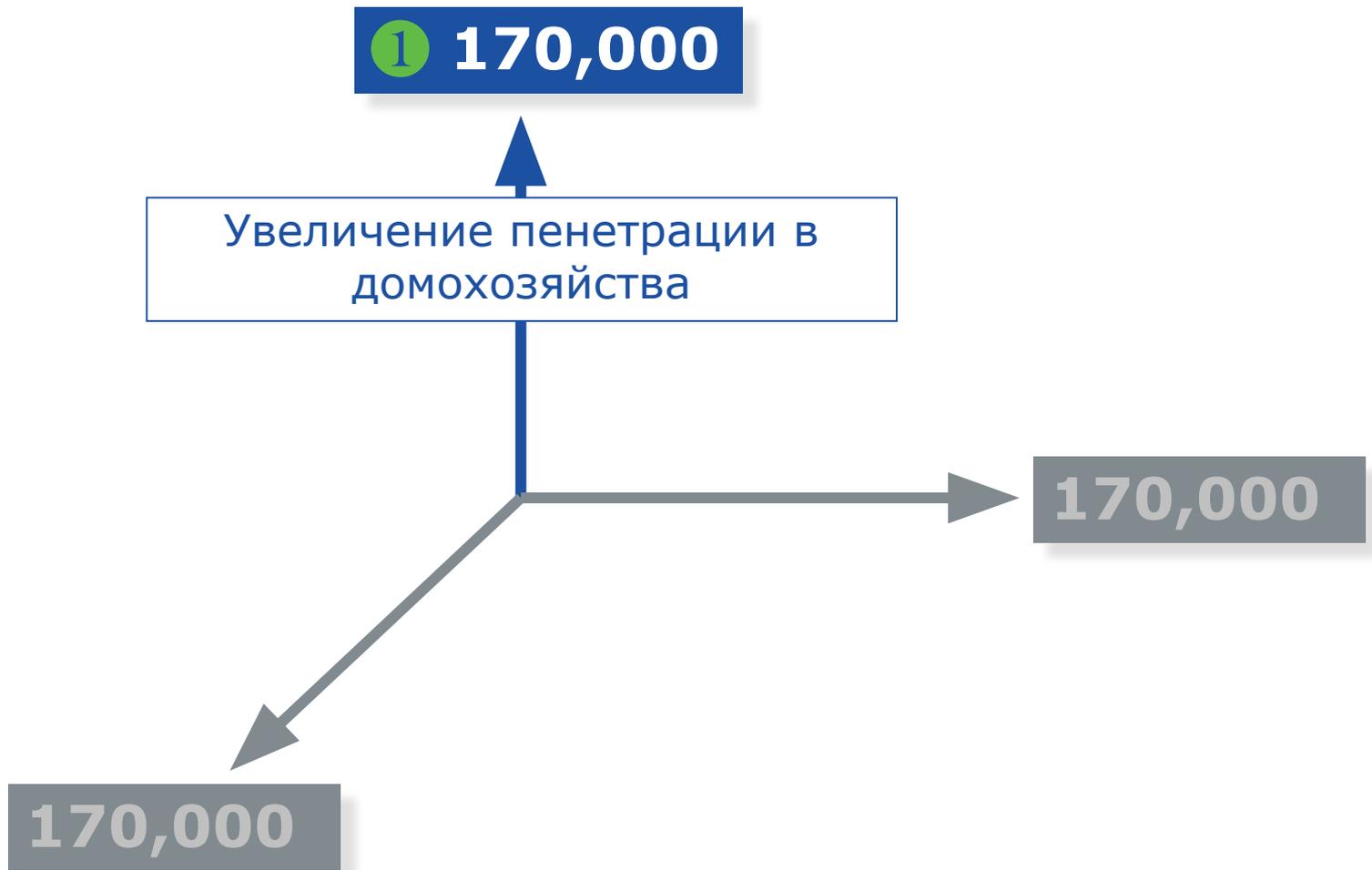
**170,000**

**170,000**

# Экономически и рыночно оправданный потенциал продаж новых авто в год



# 1-ый вектор



# Увеличение пенетрации в домохозяйства

**1 170,000**

**30% домохозяйств имеют авто**

**≈17 млн. домохозяйств в Украине**



Россия: 37% (2010)  
22% (2005)  
USA: 95%

**+1% / ГОД**

Кредитование – мнимое ускорение перехода

## 2-ой вектор



# Цикл обновления авто: «предыдущий новый на новый» («1-ые руки»)

**2 170,000**

**7 лет**

средневзвешенный  
возраст продаваемого на  
вторичном рынке авто

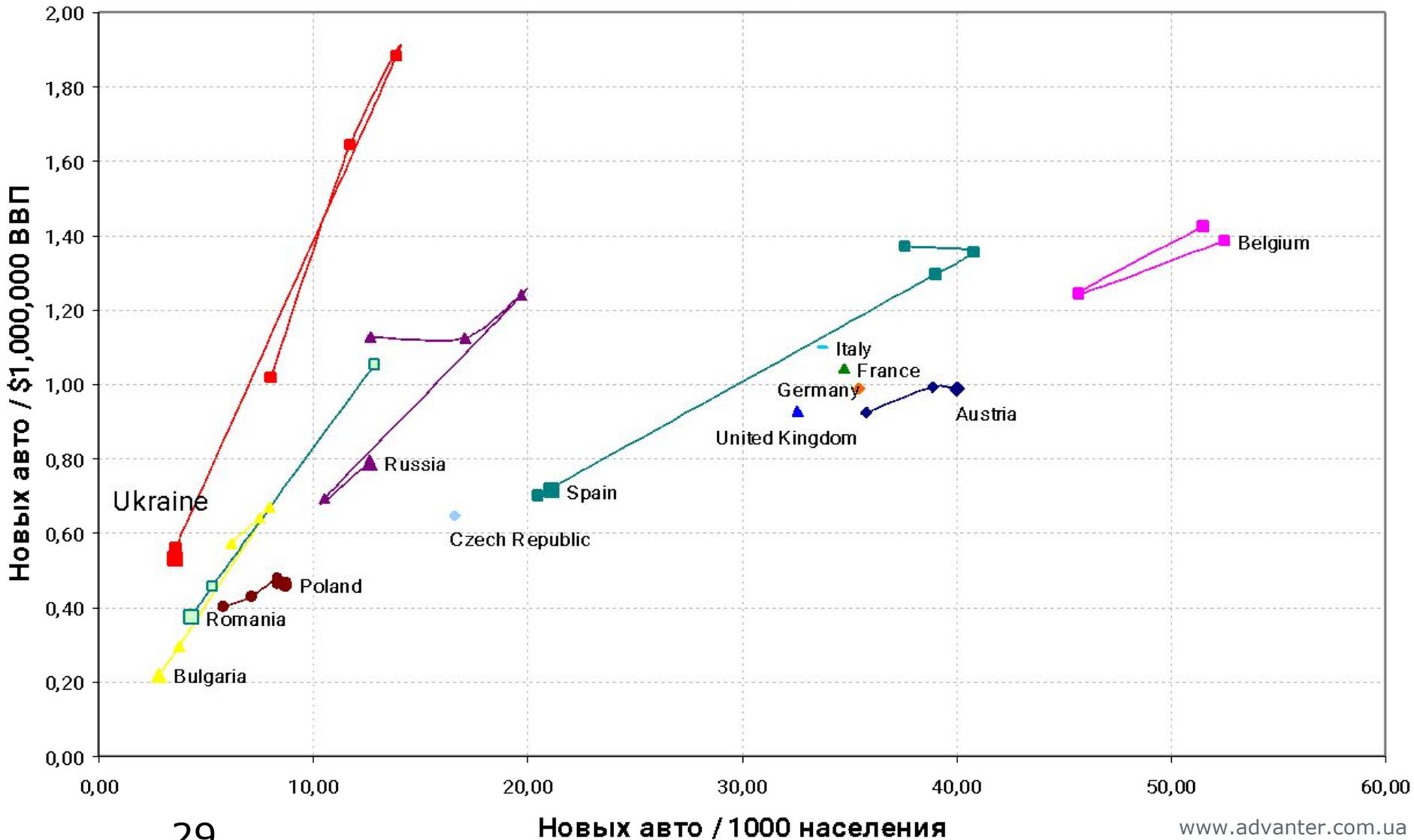
**5 лет**

**цикл обновления**  
возраст продаваемого на  
вторичном рынке авто,  
купленного на первичном  
рынке

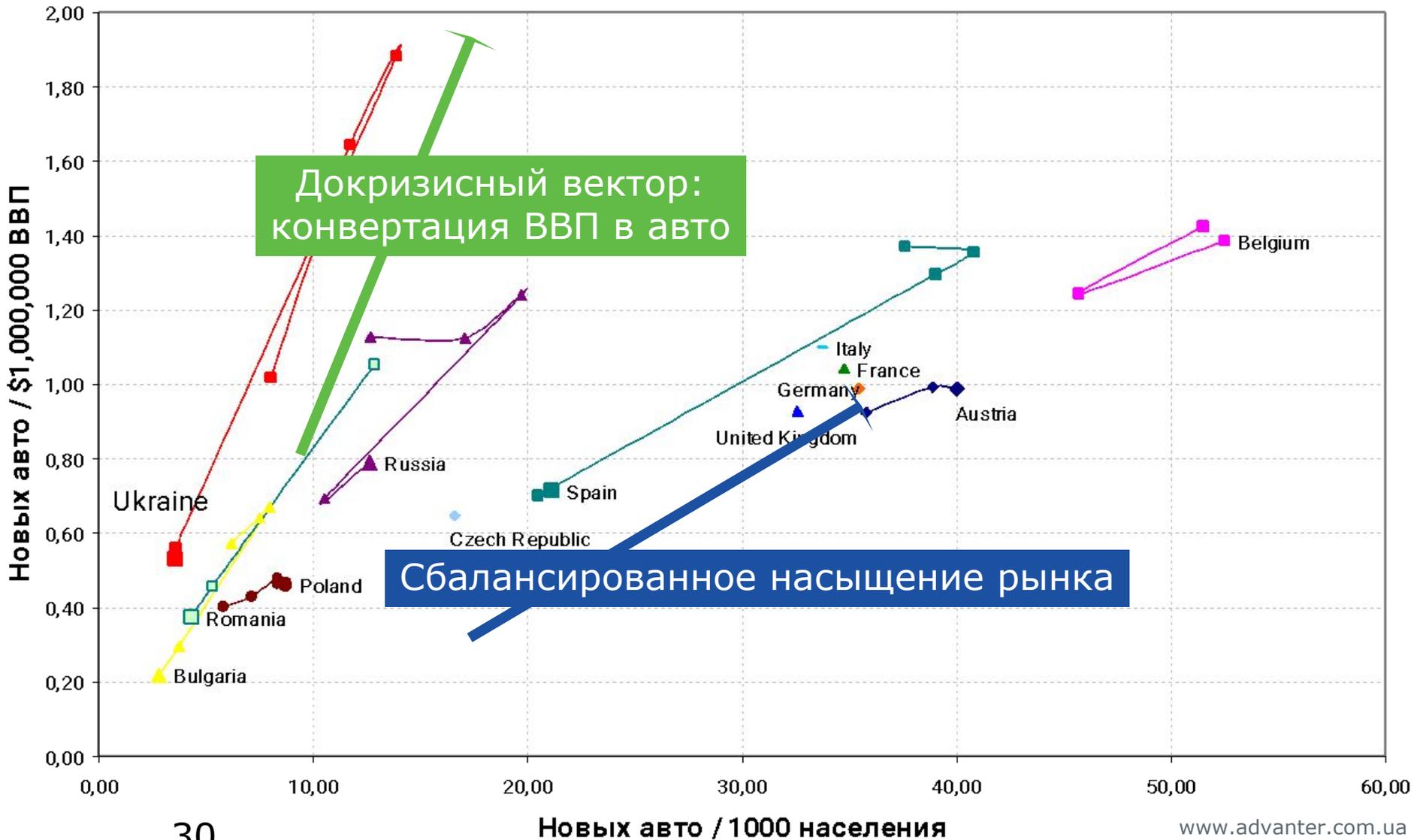
Европа: 3 года

Кризис удлинил на **2,5** года цикл для  
текущих владельцев новых авто в  
Украине

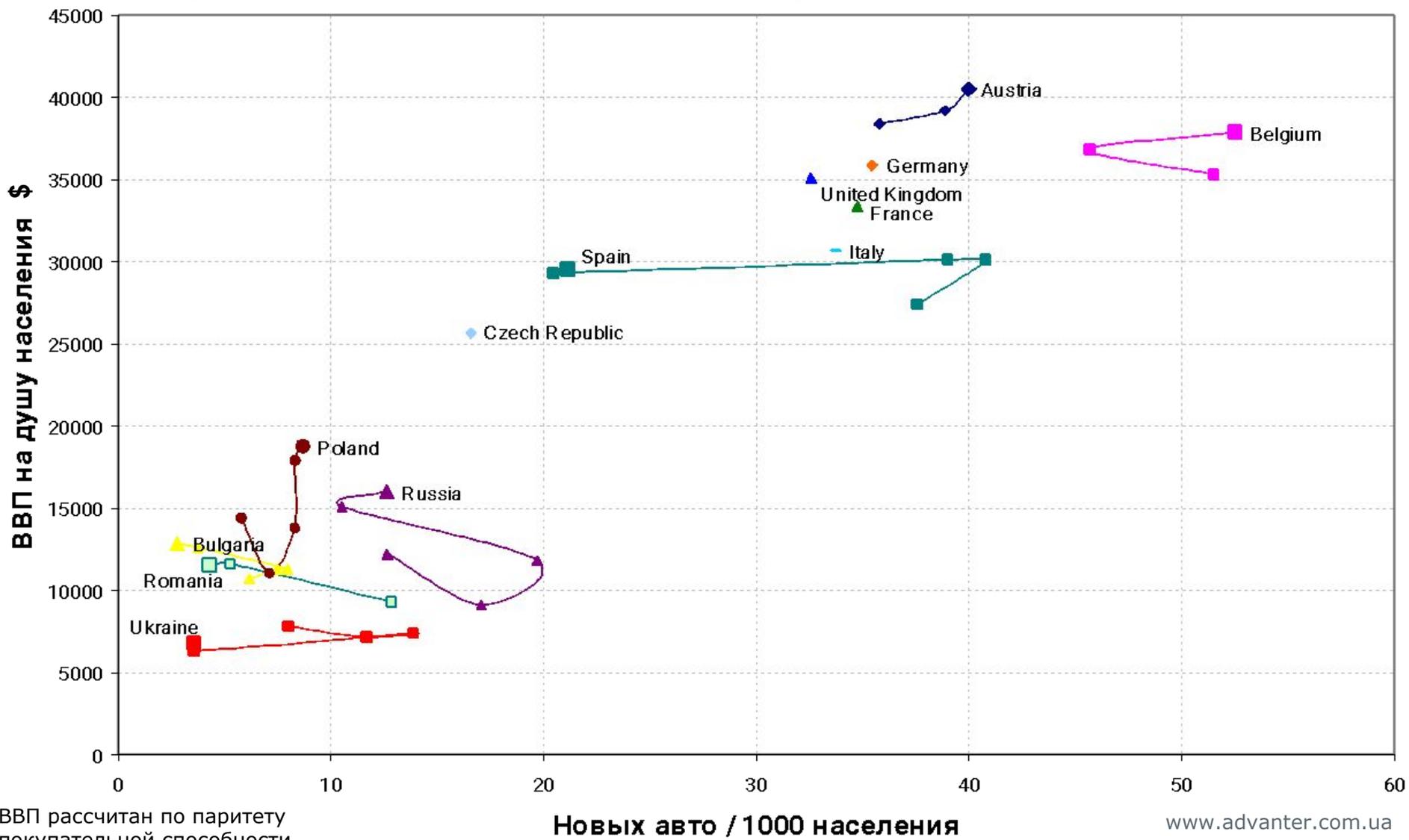
# «Движущие силы» рынка (динамика: 2005 – 2010)



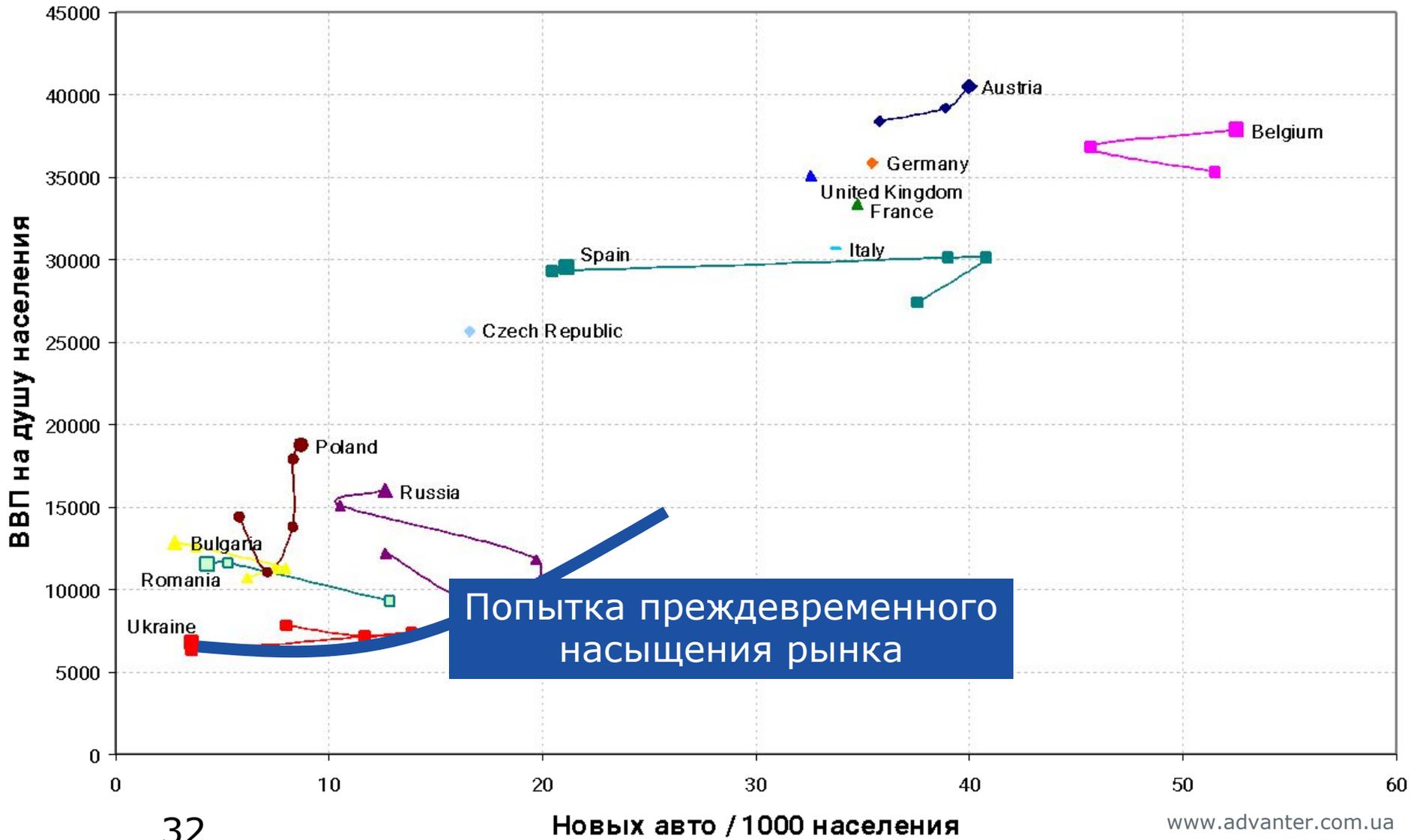
# «Движущие силы» рынка



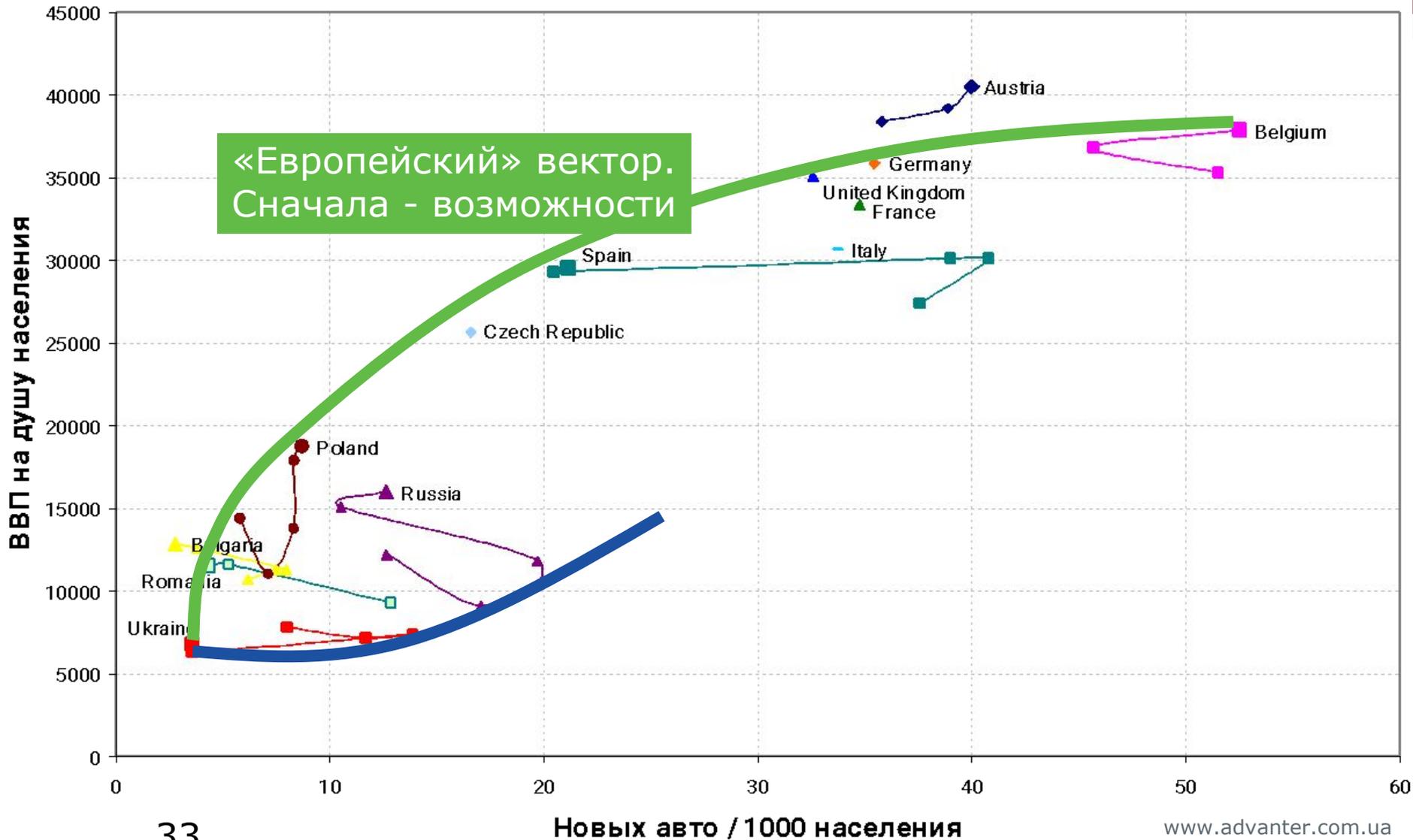
# «Движущие силы» рынка – 2 (динамика: 2005 – 2010)



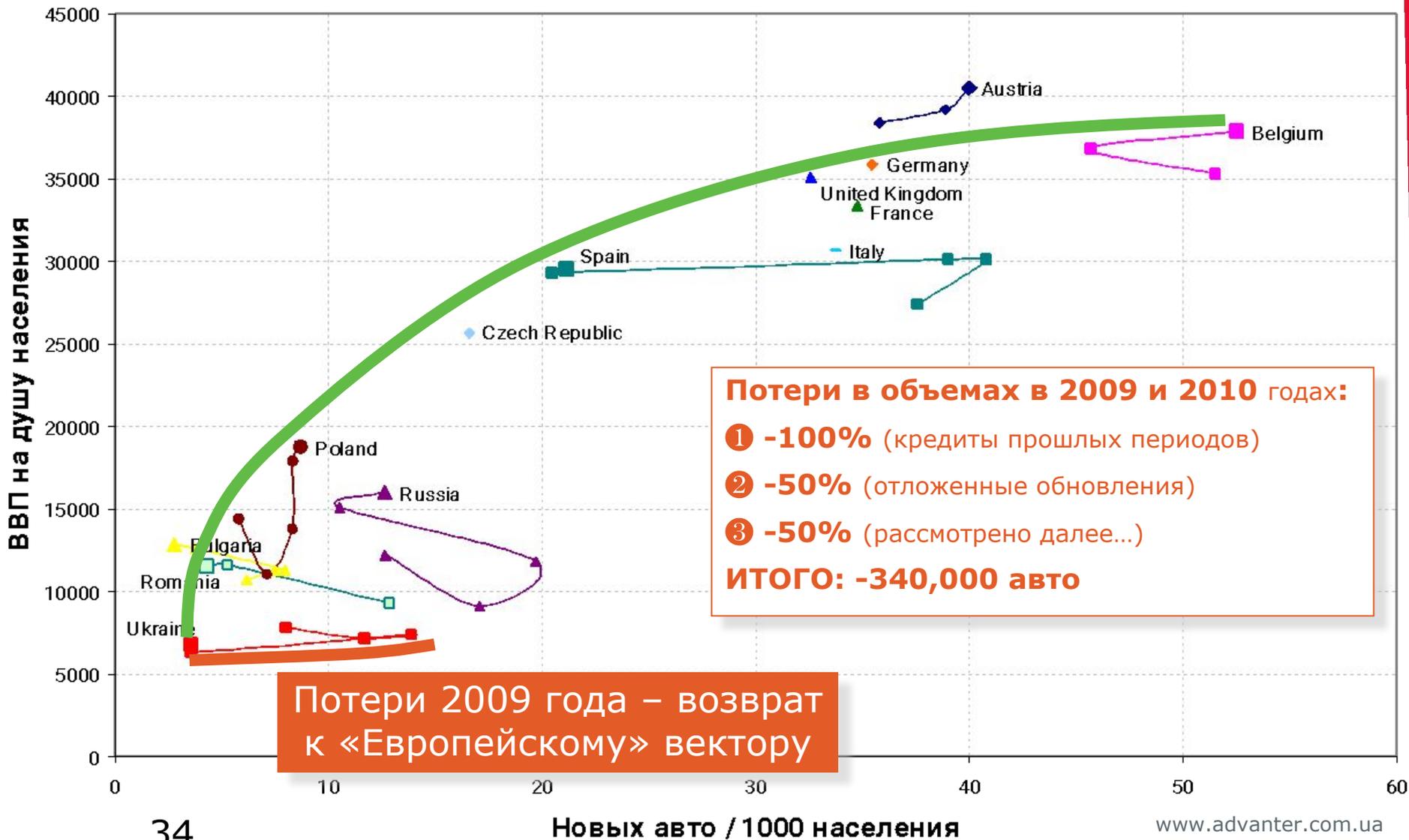
# «Движущие силы» рынка -2



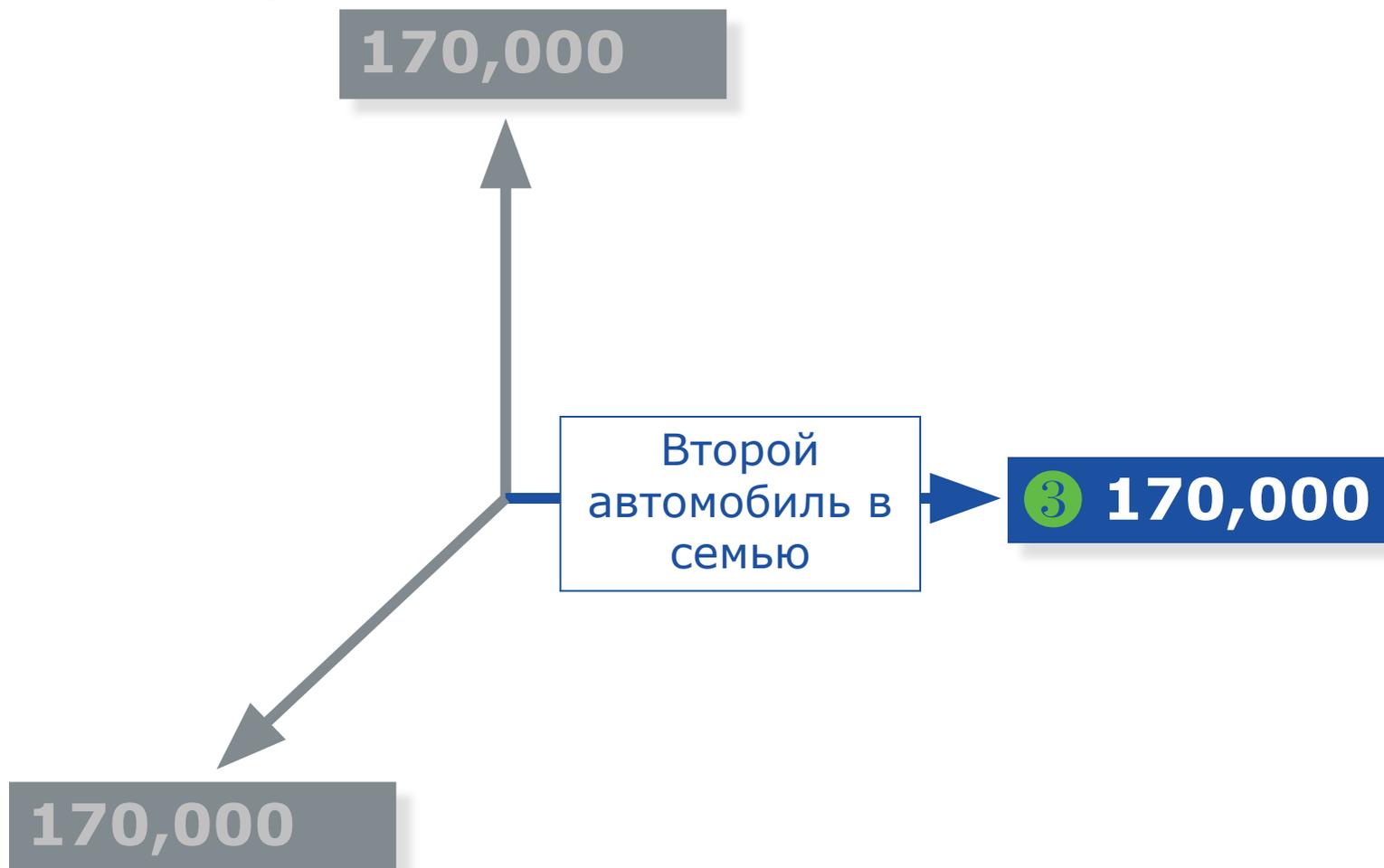
# «Движущие силы» рынка -2



## «Движущие силы» рынка -2



## 3-ий вектор



# Второй автомобиль в семью

**3 170,000**

## Авто на домохозяйство

Украина: 1,06

Европа: 1,5

USA: 2,28

**2% домохозяйств  
имеют  
2 и более авто**

Россия: 4%  
(2010)  
1% (2005)  
USA: 57%



**+1% / ГОД**  
Увеличение доли домохозяйств с 2 авто

# ЖЕНЩИНА ЗА РУЛЕМ



**как звезда:**  
все ее видит  
она - никого

©WWW.ROYBERG.COM



## «Женщина за рулем – аккуратный водитель»



**3,500,000 авто  
за 10 лет**

# ИТОГ

Кризис прошел – возобновляется первичное насыщение рынка.

Три основных вектора роста ёмкости рынка:

- Проникновение в домохозяйства
  - +1% домохозяйств ежегодно соответственно прогнозам роста реальных доходов
- Ускорение цикла обновлений авто
  - Сокращение цикла с 5 лет до 4 лет
- Повышение интенсивности покупок – вторые авто в семью
  - +0,5% домохозяйств ежегодно

Возврат к показателю 500,000 – не столько и не только результат роста макроэкономических показателей, сколько результат консолидированных усилий операторов рынка.

С благодарностью  
медиагруппе «Автоцентр»  
за приглашение и  
за консолидацию рынка



# Спасибо за внимание!

Полный текст презентации и аналитика:  
[info@advanter.com.ua](mailto:info@advanter.com.ua)



**Advanter  
Group**

тел./факс: +380 44 383-00-41  
[info@advanter.com.ua](mailto:info@advanter.com.ua)  
[www.advanter.com.ua](http://www.advanter.com.ua)

