



Каждый из нас хоть раз, да задумывался о том, куда девается непроданный товар. В случае с просроченным молоком примерно все ясно, но с товарами без определенного срока годности уже сложнее. Автомобили в их числе и поэтому мы решили выяснить, куда попадают непроданные машины? Будь-то финансовый кризис, санкции или еще какая-то напасть, перед автопроизводителем всегда стоит опасность перевыпуска. Маркетинговые инструменты позволяют довольно точно рассчитать нужный объем производства, но форс-мажоры – штука непредсказуемая, поэтому на складах часто скапливаются большие объемы нереализованных автомобилей. И тогда завод либо приостанавливает свою деятельность, либо концентрируется на других моделях, но «лишние» машины на место своего рождения уже никогда не вернуться.

Поступив к дилеру, непопулярные на данный момент у клиентов модели оседают на складах автопроизводителя и автосалонов. Как известно, автомобильные продавцы массовых марок закупают машины десятками и сотнями впрок еще до того, как наступит кризис, иначе клиенты будут вынуждены всегда стоять в очередях или отказываться от слишком популярных машин. В период стагнации многие покупатели отказываются от своих намерений, а непроданные транспортные средства оседают на складах.

Если популярность таких авто падает слишком сильно, то производители и дилеры начинают атаковать клиентов скидками и различными спецпредложениями. Машина может простоять год, прежде чем у нее появится новый владелец. Известны случаи, когда транспортное средство продавали со скидкой в полцены через четыре года простоя! Но ни один автомобиль в мире, который не продается в течение одного, двух, трех и даже четырех лет, не будет утилизирован, пущен под пресс или утоплен в море, словно апельсин во время Великой депрессии. И мы объясним почему.

Некоторые люди наивно считают, что процесс производства автомобиля не сложнее лепки колобка семилетним ребенком. Есть много таких, кто всерьез думает, что после визита к дилеру, менеджер тут же передает заявку в представительство, а оно отправляет молнию в условную Японию, где бедные рабочие, лишившись обеда, тут же

кидаются собирать заказанный автомобиль. Как бы ни так.

Автопроизводители стараются соблюдать определенную временную дельту между заказом машины и ее передачей клиенту. Как правило, это около двух месяцев. Именно так все максимально застрахованы от перепроизводства. Если же в прогнозы отдела маркетинга дилера и автопроизводителя (тут у них двойной контроль) закралась нежданная поправка в виде стагнации продаж, то эта дельта может увеличиться на недели и даже месяцы. Но потом все вновь приходит в норму. Это не значит, что заказы будут всегда делать клиенты: они, как и прежде, станут выбирать машины в автосалоне из наличия, а вот дилерам придется рассчитывать, сколько автомобилей им нужно купить на тот или иной месяц.

Мы привыкли рассуждать так: давным-давно все россияне покупают машину на три года, пока не истечет гарантийный срок, а затем продают и покупают новую. Многие, мол, меняют автомобиль раз в год или даже раз в полгода. Такие случаи есть, но в целом это заблуждение. Например, в 1969 году в странах Запада средний возраст автомобиля, который можно было встретить на дорогах общего пользования, составлял 5,1 года. Согласно статистике за 2013 год, средний возраст машины сейчас вырос до 11,4 года! Так что в большинстве своем мы ездим на очень старых машинах. И эти цифры также применимы и к России, ведь раньше одна семья была горда приобретением автомобиля как такового, а теперь каждый член семьи может гордиться своим кредитным BMW X6.

И все же некоторая доля обмана в этих продажах присутствует. У автопроизводителей есть такое понятие, как Yellow Stock (желтый товарно-производственный запас). Это те машины, которые никак не хотят находить себе хозяина в течение долгого периода времени. Дилеры и автопроизводители начинают соблазнять огромными скидками, и в 99% случаев покупатель находится. Оставшийся процент и называется Yellow Stock.

У дилера есть много путей решения этой «желтой проблемы»: некоторые ставят машину на номера и продают через систему trade-in, чтобы избежать волокиты с бухгалтерской отчетностью, некоторые распространяют с еще большей скидкой через сотрудников, но о какой-либо утилизации или возвращении автомобиля на завод для разбора на запчасти не может идти речи. У некоторых компаний Yellow Stock иногда достигает 30%, однако, спустя некоторое время, все эти автомобили так или иначе «сливаются» и даже попадают в статистику официально проданных машин. Ведь автомобиль — это один из самых востребованных товаров, который практически не может принести убытка.

Куда исчезают непроданные автомобили

Автор: Анна Советина, Надо.ua
18.09.2014 13:57

[Источник](#)