

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera

Vývoj trhu osobních automobilů v Ruské federaci

Vasilii Chuprynin

Bakalářská práce
2025

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pemera
Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Vasilii Chuprynin**
Osobní číslo: **D21405**
Studijní program: **B1041A040002 Technologie a management v dopravě**
Specializace: **Dopravní management a marketing**
Téma práce: **Vývoj trhu osobních automobilů v Ruské federaci**
Zadávající katedra: **Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky**

Zásady pro vypracování

Bakalářská práce bude obsahovat:

- historii trhu osobních automobilů v Ruské federaci,
- rozbor faktorů ovlivňujících chování kupujících a jejich vyhodnocení,
- potenciál dalšího vývoje automobilového trhu.

Rozsah pracovní zprávy: 35-45 stran
Rozsah grafických prací: dle doporučení vedoucí/ho
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam doporučené literatury:
dle pokynů vedoucí/ho práce

Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Ivo Drahotský, Ph.D.**
Katedra dopravního managementu, marketingu
a logistiky

Datum zadání bakalářské práce: 31. října 2024
Termín odevzdání bakalářské práce: 27. června 2025

L.S.

doc. Ing. Ladislav Řoutil, Ph.D.
děkan

Ing. Pavla Lejsková, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 18. června 2025

Prohlašuji:

Práci s názvem Vývoj trhu osobních automobilů v Ruské federaci jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 25. 5. 2025

Vasilii Chuprynin v. r.

Rád bych vyjádřil své hluboké poděkování doc. Ing. Ivo Drahotskému za jeho neocenitelnou podporu, trpělivost a odborné vedení při zpracování mé bakalářské práce. Jeho přístup se vyznačoval vysokou vstřícností a rady a připomínky, které poskytl, byly velmi cenné, protože zkvalitňovaly moji práci a pomohly mi překonat obtíže, se kterými jsem se během studia setkal. Jeho ochota poskytnout pomoc a podělit se o své rozsáhlé znalosti byla velmi oceněna, protože byla významným zdrojem motivace a inspirace. Je zřejmé, že bez odborného dohledu a vedení odborníka by práce nedosáhla tak vysoké úrovně. Jsem vděčná za důvěru, kterou do mě vložil a za čas, který mi věnoval.

ANOTACE

Práce se zabývá tím, jak sankce ovlivnily ruský automobilový trh. Když zemi opustily známé západní značky jako Renault, Volkswagen a Toyota, došlo k velké krizi ve výrobě a prodeji aut. Čínské společnosti jako Chery, Haval a Geely zaujaly jejich místo a nyní prodávají více aut než kdykoli předtím. Ruská vláda se snaží podporovat ruské automobilky a hledat jiná řešení. Práce se zabývá změnami v tom, co spotřebitelé chtějí, a budoucností ruského automobilového průmyslu, když bude sám a globální dodavatelské řetězce se mění.

KLÍČOVÁ SLOVA

Ruský automobilový průmysl, dopad krize, sankce, Fresh Auto, změny, analýza trhu

TITLE

Development of the passenger car market in the Russian Federation

ANNOTATION

The thesis examines how sanctions have affected the Russian automotive market. When well-known Western brands such as Renault, Volkswagen, and Toyota left the country, a major crisis in car production and sales followed. Chinese companies like Chery, Haval, and Geely took their place and are now selling more cars than ever before. The Russian government is trying to support domestic car manufacturers and seek alternative solutions. The thesis focuses on changes in consumer preferences and the future of the Russian automotive industry as it stands on its own amid shifting global supply chains.

KEYWORDS

Russian automotive industry, impact of the crisis, sanctions, Fresh Auto, changes, market analysis

OBSAH

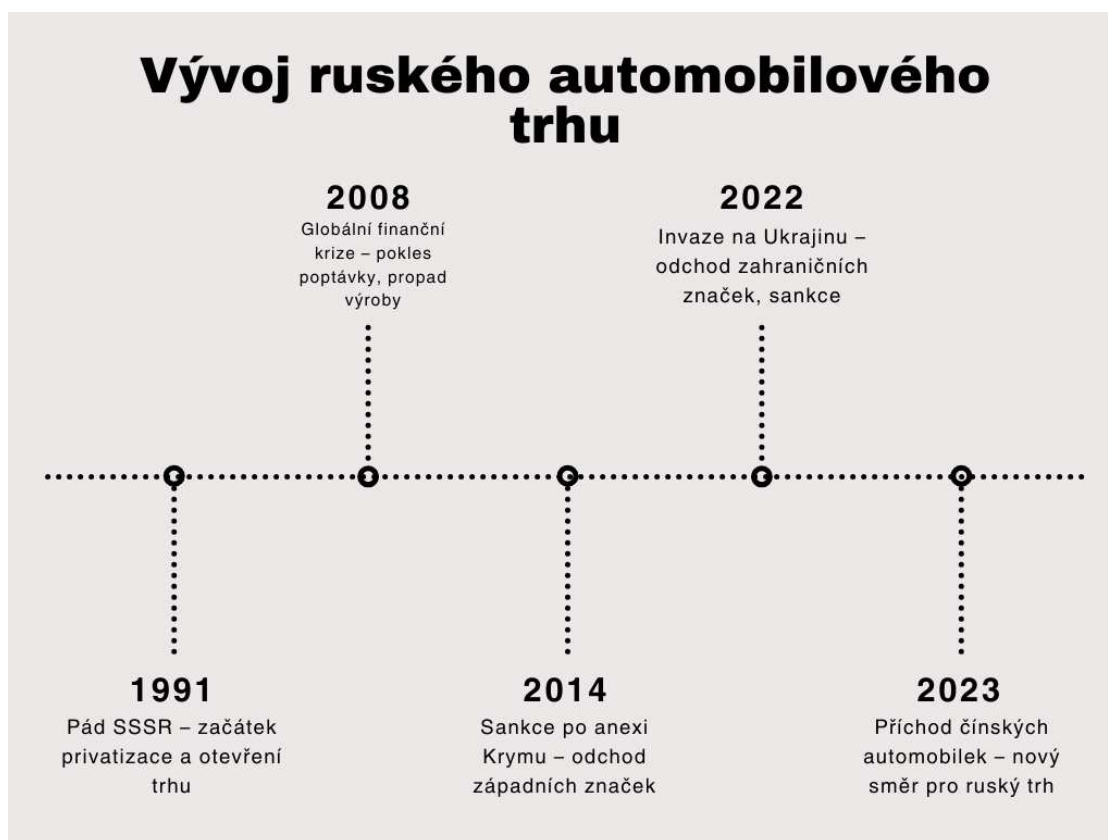
ÚVOD	9
1 VÝVOJ AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU V RUSKU	10
1.1 Hlavní fáze a zvláštnosti dovozu automobilů:.....	12
1.2 Ekonomické a sociální důsledky	14
2 DOPAD SVĚTOVÉ FINANČNÍ KRIZE NA RUSKÝ AUTOMOBILOVÝ PRŮMYSL	15
2.1 Kolaps ruského automobilového trhu	15
2.2 Oživení trhu.....	16
3 OŽIVENÍ RUSKÉHO AUTOMOBILOVÉHO TRHU PO KRIZI.....	18
3.1 Úvěrové linky a financování	19
3.2 Statistiky od odborníků v oboru	20
3.3 Oživení a výzvy ruského automobilového trhu	21
3.4 Změny spotřebitelských preferencí.....	22
3.5 Výzvy a pokles trhu	23
4 ZAVEDENÍ NOVÝCH SANKCÍ A JEJICH VLIV NA EKONOMIKU	25
4.1 Zvýšení DPH a jeho dopady.....	25
5 PŘEHLED AUTOMOBILOVÉHO TRHU V RUSKU PŘED PANDEMÍÍ.....	27
5.1 Dlouhodobé změny a trendy po pandemii	29
6 FRESH AUTO	32
6.1 Založení a růst společnosti	32
6.2 Vliv společnosti Fresh Auto na automobilový trh	33
6.3 Vliv na soukromé prodejce	33
6.4 Marketingová a operační činnost společnosti	34
6.5 Osobní názor a doporučení.....	36
6.6 Analýza činnosti autosalonů Fresh Auto v Krasnodaru a Moskvě v letech 2020-2024	40
7 ANALÝZA AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU PO ROCE 2022.....	43
7.1 Odchod klíčových hráčů z trhu	43
8 PRONIKÁNÍ ČÍNSKÝCH AUTOMOBILŮ NA RUSKÝ TRH.....	50
8.2 Čínské značky dominující na ruském trhu	53
8.3 Perspektivy čínských značek v Rusku	57
8.4 Počet salonů čínských automobilů v Rusku k současné době	60

8.5	Rozhovor s Nikolajem Šapovalenkem.....	61
8.6	Zkušenosti majitelů čínských automobilů: Rozhovory a dojmy	66
9	ANALÝZA DOVOZU AUTOMOBILŮ DO RUSKA PŘES ZEMĚ SNS PO ZAVEDENÍ SANKCÍ.....	73
9.1	Výhody a nevýhody dovozu automobilů do Ruska přes země SNS.....	76
10	NEJVÍCE POPTÁVANÉ MODELY AUTOMOBILŮ PO ODCHODU ZAHRANIČNÍCH ZNAČEK.....	78
10.1	Nové nahrazující automobilové značky.....	79
10.2	Problémy vznikající při dovozu automobilů	80
10.3	Prodejci přivážející automobily ze zahraničí	82
10.4	Soukromé osoby, které se zabývají dovozem automobilů	83
10.5	Historie nákupu Jeep Grand Cherokee 2024 prostřednictvím paralelního dovozu	86
11	DŮSLEDKY ODCHODU EVROPSKÝCH AUTOMOBILOVÝCH VÝROBCŮ Z RUSKÉHO TRHU	91
11.1	Důvody odchodu automobilových společností z Ruska	91
11.2	Problémy s pracovním trhem a ztrátou pracovních míst.....	94
11.3	Finanční ztráty evropských automobilových výrobců	95
11.4	Vliv na výrobu automobilů a pracovní místa v Evropě	97
11.5	Pokusy evropských společností o přesměrování na jiné trhy	99
11.6	Příklady adaptace společností na nové podmínky	101
11.7	Ocenění účinnosti odchodu: kdo vyhrál, kdo prohrál.....	103
11.8	Budoucnost evropského automobilového průmyslu bez Ruska	106
11.9	Důsledky odchodu evropských automobilových výrobců z ruského trhu	110
	ZÁVĚR	112
	POUŽITÁ LITERATURA.....	113
	SEZNAM TABULEK.....	118
	SEZNAM OBRÁZKŮ	119
	SEZNAM ZKRATEK.....	120

ÚVOD

Cílem práce je posouzení vývoje trhu osobních automobilů v Ruské federaci v kontextu s nákupním chováním zákazníků a potenciálem vývoje automobilového trhu. Předkládaná práce zkoumá způsob, jakým se automobilový trh v Rusku mění v důsledku politických událostí v zemi i ve světě. Tyto události zahrnují mezinárodní sankce proti Rusku, které vedly k odchodu několika západních automobilových značek, včetně Renault, Volkswagen a Toyota, z ruského trhu. To mělo významný dopad na dostupnost automobilů, související náklady a celkové objemy výroby. Čínští výrobci automobilů jako Chery, Haval a Geely však zaznamenali výrazný růst a tuto mezeru stále více zaplňují. Významný vliv měly také nové projekty v Rusku, včetně projektu, který využívá pokročilé technologie, a Fresh.Auto, který se stal jedním z největších prodejců automobilů v Rusku.

Práce také zkoumá změny v chování ruských spotřebitelů, kteří si zvykají na novou řadu vozidel a vyvíjející se podmínky na trhu. Tento přehled je zkoumán v širším ekonomickém kontextu, který zahrnuje nejen dopady sankcí, ale také rostoucí vliv nových technologických společností a změny v globálních dodavatelských řetězcích. Význam dopravy v současné společnosti.



Obr. 1 Vývoj ruského automobilového trhu

Zdroj: Autor

1 VÝVOJ AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU V RUSKU

Počátky a sovětský automobilový průmysl (20. století) Sovětský automobilový průmysl začal ve 20. letech 20. století. V té době se hlavní pozornost soustředila na plnění požadavků státu. To zahrnovalo výrobu vojenských vozidel, nákladních automobilů, autobusů a osobních automobilů. Výroba byla plánována a kontrolována vládou. Nebylo to považováno za normální produkt, který si lidé kupují, ale za způsob výroby zboží. V roce 1966 byl založen Volžský automobilový závod (AvtoVAZ), který začal spolupracovat s italskou firmou Fiat. Model Lada 2101 se stal symbolem sovětské automobilové výroby a AvtoVAZ se stal významným výrobcem osobních automobilů v SSSR. Zároveň se také závody „Moskvič“ a „ZIL“ výrazně zlepšily: 80–199, problémy s kvalitou a výrobou 80–199. Průmysl v SSSR měl vážné problémy s kvalitou výroby. Přestože byly zavedeny techniky hromadné výroby, vozidla vykazovala značné technické problémy a nedostatky, které vedly k nespokojenosti spotřebitelů. Vozy byly primárně určeny pro armádu a státní podniky a soukromá auta byla velmi vzácná, což ztěžovalo jejich získání pro běžné občany.

Po rozpadu Sovětského svazu v roce 1991 měl ruský automobilový průmysl velkou krizi. Problémy s penězi a velmi vysoká inflace znamenaly, že lidé měli méně peněz na utrácení za auta. Výrobci automobilů neměli peníze a mnoho továren zaniklo. Trh zaplavily levné, dovezené ojeté vozy ze západní Evropy a Japonska, které byly lépe vyrobené a vydržely déle, a tak si je lidé začali kupovat místo ruských aut, uvádí Korotkov (2012).

Modernizační úsilí

Někteří ruští výrobci automobilů, jako je AvtoVAZ, se snažili své produkty modernizovat a spolupracovat se západními společnostmi. Byl to dobrý nápad, ale bylo to těžké. Byly problémy s penězi, nedostatek technologií a konkurence zahraničních značek.

Dle Korotkova (2012) zahraniční značky byly v Rusku přítomny od roku 2000 dále. V roce 2000 se ruská ekonomika po krizi v 90. letech stabilizovala a došlo k velkému nárůstu prodeje aut. Ceny ropy rostly, což znamenalo, že Rusové měli více peněz. To umožnilo zahraničním značkám jako Ford, Renault, Toyota, Volkswagen a Nissan vstoupit na ruský trh a začít tam stavět výrobní závody. Tyto společnosti mohly investovat do toho, aby jejich auta lépe vyhovovala Rusku, což jim pomohlo, aby se tam opravdu dobře vedlo.

Více lidí chtělo auta

Ekonomika se zlepšovala a existoval kreditní systém, takže si více lidí mohlo kupovat auta. Zahraniční automobilky dokázaly v Rusku prodávat kvalitní, moderní auta. Rusové měli rádi zahraniční auta, protože si mysleli, že jsou spolehlivá, kvalitní a luxusní. Ale ruské společnosti

jako AvtoVAZ měly stále velký podíl na trhu, zejména díky modelu Lada, který byl populární na venkově. Dopad světové finanční krize v roce 2008 zasáhla ruský automobilový trh světová finanční krize. Lidé si na chvíli kupovali méně aut, ale ruský trh se rychle vzpamatoval. I když krize způsobila pokles poptávky, zahraniční značky stále zvyšovaly svůj tržní podíl. To ukázalo, že ruský trh nebyl příliš silný a byl ovlivněn změnami ve světové ekonomice.

Poslední vývoj na ruském automobilovém trhu:

Jak uvádí Burikov (2010), odchod západních značek a posun směrem k čínským automobilkám Ruský automobilový trh prošel v posledních letech zásadní změnou, především v důsledku geopolitických změn a mezinárodních sankcí. Po odchodu západních značek jako Renault, Toyota, Volkswagen a dalších se na ruském trhu začaly prosazovat čínské automobilky jako Chery, Haval, Geely a další. Tento přechod ovlivnil nejen strukturu trhu, ale také preference spotřebitelů. V reakci na odliv západních značek vznikly nové domácí iniciativy, jako je a Fresh Auto, s cílem rozvíjet automobilový sektor pomocí moderních technologií a zajistit konkurenceschopnost na domácím trhu..

Ruský automobilový průmysl prošel složitým vývojem, od období centralizované výroby v Sovětském svazu až po moderní výzvy a transformace v důsledku geopolitických změn. Ruský trh v současnosti čelí řadě výzev, včetně příchodu čínských značek, změn spotřebitelských preferencí a přizpůsobení se novým technologickým a ekonomickým podmínkám. Budoucnost automobilového průmyslu v Rusku bude záviset na schopnosti domácích i zahraničních výrobců přizpůsobit se těmto změnám a využít příležitostí, které nové trendy a partnerství přinášejí

Struktura analýzy:

- Sovětská éra byla obdobím centralizovaného plánování, během kterého se vyráběly automobily pro potřeby státu. V důsledku toho nebyla osobní doprava rozšířena.
- Přechodné období popisuje ekonomickou krizi, konkurenci zahraničních ojetin a pokusy o modernizaci.
- Přítomnost zahraničních značek lze analyzovat pomocí následujících prizmat: růst zahraničních firem, konkurence, vliv na trh a ekonomiku a také krize.

Můj názor: *„Osud sovětského a ruského automobilového průmyslu ukazuje, jak státní politika a ekonomické potíže mohou ovlivnit výrobní procesy a dostupnost zboží. V rámci plánovaného hospodářství byly upřednostňovány potřeby státu, zatímco civilnímu sektoru byla věnována minimální pozornost. Po rozpadu SSSR se domácí výrobci potýkali s významnými problémy v důsledku krize a zvýšeného dovozu ojetých vozů, což vedlo ke snížení konkurenceschopnosti a kvality vozidel ruské výroby.“*

1.1 Hlavní fáze a zvláštnosti dovozu automobilů:

Hlavní oblasti exportu: Evropa a Japonsko:

Během sledovaného období byla primární destinací pro dovoz ruských automobilů západní Evropa, přičemž jako trhy pro nákupy automobilů byly zvláště významné Německo, Francie, Belgie, Nizozemsko a Finsko. Dominantním trhem se ukázalo zejména Německo, které nabízí vysoce kvalitní vozidla s komplexními záznamy o údržbě. Japonsko představovalo také významný trh pro dovoz ojetých automobilů, zejména ve východních oblastech Ruska, také známých jako Dálný východ.

Japonská vozidla byla vysoce ceněna pro svou spolehlivost a odolnost. Převaha vozidel s pravostranným řízením mezi japonskými automobily však představovala problémy, zejména s ohledem na manévrovatelnost na ruských silnicích. Navzdory těmto výzvám si japonská vozidla udržela silnou poptávku, přičemž na Dálném východě stále více převládaly modely s pravostranným řízením, což píše Korotkov (2012).

Populární značky automobilů:

- Studie dovozu automobilů odhalila, že BMW, Mercedes-Benz, Volkswagen a Audi byly nejoblíbenějšími značkami dováženými z Německa. Tyto vozy byly uznávány pro svou vysokou kvalitu, spolehlivost a prestiž.

Auta dovezená z Japonska zahrnovala Toyota, Honda, Nissan, Subaru a Mitsubishi. Tyto vozy byly známé pro svou vysokou spotřebu paliva, nízkou spotřebu paliva a nízké provozní náklady.

Proces nákupu a dopravy:

Podle Burikova (2010) na začátku roku 2000 byl proces nákupu automobilu od mezinárodního dodavatele poměrně nekomplikovaný, i když s určitými záludnostmi, které bylo třeba zvážit.

Pořízení automobilu v Evropě: Potenciální kupující měli možnost navštívit prodejce nebo zakoupit vozidlo od soukromého majitele prostřednictvím různých online platforem. Bylo běžné, že prodejci poskytovali dokumentaci, včetně servisní knížky, která dokládala stav vozidla.

Přeprava do Ruska: Automobily byly přepravovány buď samotnými kupujícími, nebo specializovanými přepravci vozidel. Délka přepravy automobilovým přepravcem závisela na regionu Ruska, přičemž průměrná doba přepravy se pohybovala od několika dnů až po delší období. Pro ty, kteří si pořídili vozidlo v Evropě, bylo rozhodnutí podniknout dálkovou cestu automobilem často ekonomicky výhodné za předpokladu, že vozidlo bylo pro takovou cestu v optimálním stavu.

Tarifny a daně:

Burikov (2010) uvádí, že při dovozu automobilů do Ruské federace bylo nutné platit clo, jehož výše se odvíjela od roku výroby a objemu motoru vozidla. Je třeba poznamenat, že předpisy týkající se této problematiky podléhaly častým změnám a na automobily starší sedmi let byla občas uvalena vyšší cla, čímž se jejich dovoz stal nevýhodným.

V reakci na zvýšená cla se mnozí Rusové snažili zavedený systém obejít. Převládající strategií byla registrace vozidel v zemích SNS, jako je Litva a Kazachstán, kde byly tarify příznivější. Tato vozidla mohla být v Rusku delší dobu používána se zahraničními poznávacími značkami, aniž by prošla oficiální registrací v Ruské federaci.

Podvody a podvádění při nákupu automobilů:

V tomto období se aktivně rozvíjely nelegální praktiky a stále více podvodníků podvádělo kupce různými způsoby:

Padělání dokladů představuje jednu z nejrozšířenějších forem automobilového podvodu, kdy se prodejci zapojují do výroby dokladů k vozidlu, čímž vytvářejí iluzi vyššího stáří nebo stavu vozidla, než je jeho skutečný stav. Například vozidla určená k sešrotování v Evropě jsou v Rusku údajně „oživována“ pomocí podvodné dokumentace.

Zatajování historie nehod je všudypřítomnou praxí prodejců, kteří záměrně opomíjejí informace o účasti vozidla na závažných nehodách. Na evropském trhu byla vozidla, která byla tak vážně poškozena, že již nebyla opravitelná, prodána za zlomek jejich skutečné hodnoty. K „opravám“ těchto vozidel byli najímáni kvalifikovaní ruští mechanici, ale kvalita oprav byla často podprůměrná. Kupující skryté vady často nedokázali rozpoznat.

Burikov (2010) zmiňuje, že dalším převládajícím typem podvodu byly podvody s najetými kilometry. V Evropě se auta s vyšším počtem najetých kilometrů prodávala za výrazně méně než auta s nižším počtem najetých kilometrů. Aby toho podvodníci dosáhli, často přetáčeli počítadlo kilometrů, čímž manipulovali se zaznamenanými kilometry vozidla.

Sestavená auta: V některých případech by podvodníci doslova sestavovali auta z více jiných vozidel. Mohli by například opravit vážně poškozené auto pomocí dílů z jiných automobilů, což vedlo k tomu, že vozidlo nebylo bezpečné pro použití na silnici.

Daňové úniky: Prodejci a makléři se často domlouvali s celníky, aby snížili clo umělým podhodnocením hodnoty vozu v dokladech. Tato praxe má potenciál ovlivnit stav registrace vozidla v Rusku.

1.2 Ekonomické a sociální důsledky

Kvetoucí trh ojetých automobilů:

Dovoz ojetých vozů z Evropy a Japonska měl zásadní dopad na ruský automobilový trh. S tím, jak byly zahraniční vozy dostupnější ve větším množství, domácí automobily byly vytlačovány. Mnoho Rusů dávalo přednost starším zahraničním vozům kvůli jejich vyšší kvalitě a spolehlivosti.

Změny v legislativě:

- V roce 2002 byly zavedeny zvýšené celní poplatky na dovoz automobilů starších než 7 let, což omezilo import velmi starých vozů, zejména z Evropy.
- V roce 2003 byly přezkoumány sazby recyklačních poplatků a spotřební daně. To zvýhodnilo dovoz automobilů mladších než 5 let.

Podle Korotkova (2012) Ruská vláda se snažila uvalit omezení na dovoz zavedením cel značného rozsahu, zejména na starší vozidla, která jsou v provozu déle než sedm let. Tato opatření byla navržena k ochraně domácího automobilového průmyslu; často však vedly k nespokojenosti spotřebitelů.

Konkurence domácího automobilového průmyslu:

Navzdory technologickému zpoždění na domácím trhu mnoho ruských obyvatel nadále nakupovalo tato vozidla kvůli jejich cenové dostupnosti a dostupnosti z hlediska oprav.

Dovoz zahraničních automobilů urychlil posun v ruských preferencích. V důsledku toho AvtoVAZ a další ruští výrobci zjistili, že nejsou schopni konkurovat kvalitě a spolehlivosti ojetých zahraničních vozidel. To je přimělo přehodnotit své strategie, přijmout nové technologie a zvýšit kvalitu své produkce.

2 DOPAD SVĚTOVÉ FINANČNÍ KRIZE NA RUSKÝ AUTOMOBILOVÝ PRŮMYSL

Globální finanční krize v roce 2008 dle Burikova (2010) byla jedním z nejvážnějších ekonomických šoků v nedávné historii. Krize vznikla ve Spojených státech a rychle se rozšířila v globálním měřítku a měla hluboký dopad na silné i zranitelné ekonomiky. Navzdory značnému hospodářskému růstu na počátku 21. století bylo Rusko špatně připraveno odolat dopadům krize. Silně zasažen byl zejména automobilový sektor, který v letech před krizí zaznamenal silný růst. Důvody ruského hospodářského poklesu v roce 2008 lze vysledovat v řadě klíčových faktorů. Před tímto obdobím se ruské ekonomice dařilo díky vysokým cenám ropy, přičemž země vydělávala značné příjmy z vývozu surovin a lidé těžili z rostoucích platů a snadného přístupu k úvěrům. Automobilový sektor zaznamenal rekordně vysoké prodeje, zahraniční výrobci otevírali továrny a prodejci se snažili uspokojit poptávku po nových modelech. Toto období růstu však nebylo bez nevýhod. Ekonomika se stala nadměrně závislou na ropě a společnosti se do značné míry spoléhaly na zahraniční investice a půjčky. Křehkost systému byla odhalena, když se ceny ropy zhroutily. Krize v roce 2008 měla na ruský automobilový sektor obzvláště zničující dopad kvůli několika klíčovými faktorům: Prudký pokles cen ropy. V polovině roku 2008 se ropa obchodovala za přibližně 147 USD za barel, ale do konce roku ceny klesly na 35 USD. To mělo vážný dopad na ekonomiku, oslabilo rubl a snížilo kupní sílu lidí.

Devalvace rublu: Ruský rubl ztratil významnou hodnotu, zdražil dovážená auta až o 30 %, což způsobilo, že mnoho potenciálních kupců opustilo své plány. Bankovní krize: Ruské banky čelily nedostatku likvidity a drasticky omezily vydávání půjček na auta, protože velká část nákupů aut se spoléhala na úvěry, a to mělo velký dopad na prodeje.

2.1 Kolaps ruského automobilového trhu

V roce 2008, jak píše Burikov (2010), byl počet prodaných nových vozů přibližně 3 miliony do roku 2009 se toto číslo snížilo o 50 %. Tento pokles lze přičíst úplnému krachu trhu. Zahraniční prodeje aut zaznamenaly prudký pokles, přičemž postiženy byly zejména prémiové značky a modely střední třídy. Přední výrobci jako BMW, Mercedes-Benz a Lexus hlásili pokles poptávky o 30–40 %.

Charakteristickým rysem trhu bylo také uzavírání továren, přičemž mnoho zahraničních výrobců začalo pozastavovat výrobu. Například Ford v roce 2009 na několik měsíců uzavřel svůj závod ve Vsevolozhsku. Došlo k prudkému nárůstu poptávky po levných modelech a

spotřebitelé hledali dostupnější možnosti. Nejprodávanějšími modely byly Lada Priora, Renault Logan a Hyundai Accent, což byla jednoduchá, levná a spolehlivá vozidla. Prudce došlo také k nárůstu prodejů ojetých vozů. V důsledku toho se mnoho spotřebitelů, kteří původně plánovali nákup nových vozidel, místo toho obrátilo na trh ojetin. Kromě toho čínské automobilky jako Geely a Chery, které nabízejí cenově dostupnější modely, zaznamenaly výrazný nárůst prodeje ruským spotřebitelům.

Reakce ruské vlády na hospodářský pokles v automobilovém sektoru byla charakterizována řadou protikrizových programů zahájených v roce 2009. Ty zahrnovaly program šrotovaného, který nabízel pobídky majitelům starých vozidel, aby je předali k recyklaci, a státní dotace pro automobilky. Tato opatření byla navržena tak, aby stimulovala poptávku a podporovala výrobce. Finanční podpora ruské vlády dle Burikova (2010) pro automobilový sektor, ilustrovaná alokací miliard rublů velkým výrobcům, jako je AvtoVAZ, měla za cíl udržet úroveň výroby a zachovat pracovní příležitosti během krize. Kromě toho vládní zavedení dotovaných půjček na auta, které částečně pokryly úrokové sazby, přispělo ke zlepšení dostupnosti financování pro automobilové zákazníky, i když bylo zapotřebí několik let dosáhnout oživení, aby bylo dosaženo stabilizace tohoto sektoru.

2.2 Oživení trhu

Trh začal vykazovat známky oživení, od roku 2010 postupně rostl prodej automobilů. Až v roce 2014 však prodeje dosáhly úrovně před krizí. Během tohoto období došlo k následujícím změnám: Nárůst místní výroby zahraničních značek, kdy společnosti jako Volkswagen, Hyundai a Renault rozšiřovaly své ruské továrny, aby zmírnily rizika spojená s kolísáním měnových kurzů. Posun spotřebitelské preference směrem k SUV, které se stalo nejoblíbenějším segmentem vozidel. Před krizí dominovaly na ruském trhu sedany; po roce 2008 se však větší část spotřebitelů rozhodla pro SUV a crossovery, což je trend, který přetrvává dodnes. Čínské značky navíc upevnily svou pozici, překonaly počáteční skepticismus a staly se hlavními konkurenty evropských a japonských značek na ruském trhu.

Burikov (2010) uvádí, že závěrečné myšlenky Krize v roce 2008 představovala pro ruský automobilový průmysl významnou výzvu, odhalila zranitelná místa, změnila preference spotřebitelů a přiměla společnosti přehodnotit své strategie. Klíčová ponaučení z krize: Spoléhání na dovoz je riskantní strategie. V reakci na problémy související s měnou mnoho automobilek zvýšilo místní produkci. V době hospodářského poklesu spotřebitelé upřednostňují praktičnost před luxusem. Cenově dostupné a spolehlivé vozy se stávají bestsellery, zatímco drahé modely zažívají pokles prodejů.

Zdůrazněna je také role vládní podpory při stabilizaci průmyslu během hospodářského poklesu. Ruský automobilový trh v současnosti čelí novým výzvám, ale poučení z krize v roce 2008 přispělo k jeho odolnosti a přizpůsobivosti.

Krize v roce 2008 představovala pro ruský automobilový trh kritický bod. Přinesla na světlo silné a slabé stránky odvětví, ovlivnila preference zákazníků a přetvořila strukturu trhu. Krize podtrhla význam přizpůsobení se vyvíjejícím se ekonomickým podmínkám a zdůraznila nutnost diverzifikace mezi výrobce a spotřebitele. Navzdory následnému oživení trhu mají poučení z krize nadále trvalý vliv na automobilový průmysl v Rusku.

3 OŽIVENÍ RUSKÉHO AUTOMOBILOVÉHO TRHU PO KRIZI

Globální finanční krize v roce 2008 měla hluboký dopad na ruskou ekonomiku, píše Burikov (2010), zejména na její automobilový trh, který utrpěl dramatický pokles prodeje a výroby. S postupným zlepšováním ekonomických podmínek se však trh začal zotavovat (MMF, 2020). Období od roku 2011 do roku 2015 bylo poznamenáno dynamickými změnami, vládními zásahy a měnícím se chováním spotřebitelů, které utvářely budoucnost tohoto odvětví.

Do roku 2010 se ruská ekonomika začala dostávat z hluboké recese vyvolané globální finanční krizí (GFC). K tomuto oživení přispělo několik klíčových faktorů:

Postupné oživení ekonomiky: Rostoucí globální ceny ropy výrazně zvýšily příjmy Ruska, protože export ropy zůstal páteří ekonomiky. Do roku 2011 dosáhl růst HDP přibližně 4 %, což odráží celkové zlepšení ekonomické stability.

Posílení trhu práce: Ekonomický vzestup vedl k poklesu nezaměstnanosti a zvýšení disponibilního příjmu, což spotřebitelům umožnilo vrátit se k předkrizovým utrácením návykům. Oživení spotřebitelské důvěry, vyplývající ze zlepšených finančních podmínek, povzbudilo ruské spotřebitele k investicím do velkých nákupů, včetně automobilů.

Stabilizace ekonomiky měla přímý dopad na automobilový průmysl, což vedlo k výraznému nárůstu prodeje nových vozů.

Nárůst prodeje: v roce 2011 zaznamenal ruský automobilový trh působivý 39% růst ve srovnání s rokem 2010, což píše Korotkov (2012), přičemž celkový prodej přesáhl 2,5 milionu kusů. Toto oživení vedlo k tomu, že Rusko znovu upevnilo svou pozici jednoho z předních automobilových trhů v Evropě.

Dominantní značky: Tuzemský výrobce Lada si udržel významný podíl na trhu, těžil z cenové dostupnosti a známosti značky. Mezinárodní značky jako Kia, Hyundai a Renault však zaznamenaly nárůst podílu na trhu v důsledku uvedení nových modelů, konkurenčních cenových strategií a rozšíření místních výrobních kapacit.

Analýza automobilového průmyslu ukazuje, že expanze obchodních zastoupení svědčí o silné spotřebitelské poptávce. Výrobci na tuto poptávku zareagovali zvýšením svých investic do místní výroby s cílem snížit náklady a zajistit se proti výkyvům měn.

3.1 Úvěrové linky a financování

Petrov (2024) uvádí, že stěžejním faktorem oživení automobilového trhu bylo obnovení dostupnosti úvěrů. V zemi, kde byla financována významná část akvizic automobilů, hrály finanční instituce a vládní iniciativy klíčovou roli při stimulaci poptávky.

Po krizové období bylo svědkem postupného oživení poskytování půjček na auto, protože finanční instituce zažívaly obnovení stability. Byl pozorován pokles úrokových sazeb, přičemž úrokové sazby půjček na auta se do roku 2011 podstatně snížily. Tento vývoj vedl k lepší dostupnosti financování, s úrokovými sazbami v rozmezí 11 % až 15 %, v závislosti na konkrétní bance a zlepšení důvěry v úvěrový program evidentní. přimět banky, aby projevovaly větší tendenci schvalovat úvěry. Tento vývoj následně povzbudil větší počet Rusů, aby uvažovali o nákupu automobilů na úvěr.

Státem podporované úvěrové programy: Vláda zavedla různé finanční pobídky ke stimulaci prodeje automobilů, včetně dotovaných půjček a programů šrotovaného.

Ruská vláda dle Petrova (2024) zavedla řadu politik na stimulaci automobilového sektoru se zvláštním zaměřením na podporu oživení tohoto průmyslu. Významnou iniciativou byl program šrotovaného, který byl zahájen v roce 2010 a následně prodloužen do dalších let. Tento program nabízel majitelům automobilů pobídky k obchodování se svými starými vozidly a poskytoval jim slevu na nové nákupy. Tato politika nejen podnítila poptávku, ale přispěla i k obnově stárnoucího vozového parku v zemi. Dalším realizovaným opatřením bylo financování s nulovými akontacemi, které mělo usnadnit nákup nových vozidel osobám s omezenými finančními prostředky. Do roku 2013 zavedly automobilky a finanční instituce programy, které zákazníkům umožňovaly nakupovat vozidla s minimální nebo žádnou počáteční akontací, čímž se dále zlepšila dostupnost trhu. Rozšíření leasingu: Automobilky také zavedly flexibilnější možnosti leasingu, což firmám a jednotlivcům usnadnilo dovolit si nová auta. Tato strategie se ukázala jako zvláště účinná v segmentu užitkových vozidel.

Po krizové období bylo svědkem významných posunů v preferencích spotřebitelů a nákupním chování, což uvádí Petrov (2024). Objevilo se zvýšené zaměření na palivovou účinnost, tažené rostoucími cenami paliv. To vedlo k nárůstu poptávky po menších vozech s nízkou spotřebou paliva, což je vývoj, který upřednostňuje značky jako Hyundai a Renault, které se specializují na kompaktní, ekonomické modely. Také došlo k nárůstu poptávky po SUV. Ruští spotřebitelé upřednostňovali SUV a crossovery a vnímali je jako všestrannější a odolnější vozidla vhodná pro podmínky na silnicích v zemi. Tento posun v preferencích spotřebitelů vyústil v vedoucí

postavení na trhu modelů, jako jsou Nissan Qashqai a Renault Duster. Oživení trhu bylo navíc doprovázeno zvýšením věrnosti značky mezi spotřebiteli. To bylo způsobeno tím, že kupující si více uvědomovali značku a často preferovali výrobce se silnou místní přítomností a dobrými servisními sítěmi.

3.2 Statistiky od odborníků v oboru

Během tohoto období oživení mnoho odborníků z oboru pozorovalo jedinečné trendy na trhu a Alexander Dudka, který pracuje v automobilovém sektoru více než 15 let, se podělil o své poznatky:

"Po krizi, kolem roku 2010 nebo 2011, prošel trh velkou transformací. Kupující auta aktivně sháněli – ani jsme nepotřebovali agresivně inzerovat. Poptávka byla tak vysoká, že to někdy vedlo k nabídkovým válkám, zejména v obdobích špiček výprodejů. Například před Silvestrem měl náš dealerství přibližně 40 vozů na skladě, ať už bylo v daném období prodáno celé skladové zásoby, které byly na skladě. Nebo zachovat si část na leden představovalo problém vzhledem k nejistotě související se zvýšením cen po prázdninách a jejich potenciálním dopadem na prodej. Toto pozorování podtrhuje pozoruhodný posun v dynamice trhu, kdy se rovnováha sil dočasně přesunula z prodejců na kupující, což vedlo ke vzniku zvláštního scénáře, kdy poptávka prudce vzrostla nad rámec nabídky, což vyvolalo prodej automobilů.

Současný pohled

Následující případové studie ilustrují pozoruhodné charakteristiky post krizového automobilového trhu. Ekonomika se nacházela v období oživení a poptávka po automobilech vzrostla. Navíc došlo k posunu ve vztahu mezi prodávajícími a kupujícími, kdy kupující převzali iniciativu a aktivně vyhledávali prodávající.

Podle mého názoru lze tuto situaci vysvětlit několika faktory:

Ekonomické oživení: V té době začala ruská ekonomika vykazovat známky oživení, poznamenané rostoucími příjmy, aktivními bankovními půjčkami a postupným návratem důvěry trhu, což vedlo ke zvýšení poptávky po

automobilech. Za druhé, omezená nabídka vozidel mohla být způsobena tím, že se výrobní řetězce ještě úplně nezotavily, což má za následek omezenou nabídku vozidel. Za třetí, zvýšená úroveň aktivity pozorovaná v tomto posledním období roku přispívá k dalšímu potenciálnímu faktoru roku.

Tato analýza poskytuje cenný pohled na vývoj ruského automobilového trhu v po krizovém období a výrazné rozdíly ve vzorcích poptávky ve srovnání se současnými trendy.

Období let 2011 až 2015 bylo pro ruský automobilový průmysl kritickou fází oživení a transformace. Oživení bylo způsobeno kombinací ekonomického růstu, lepší dostupnosti úvěrů, vládních pobídek a vyvíjejících se spotřebitelských preferencí.

Mezi hlavní poznatky z tohoto období patří:

- Vládní intervence byla zásadní: Státem podporované pobídky a úvěrové programy hrály klíčovou roli při revitalizaci odvětví.
- Podle Petrova (2024) zahraniční značky se prosadily: Zatímco domácí výrobci, jako je Lada, si udrželi silnou pozici na trhu, zahraniční značky dokázaly upevnit svůj podíl na trhu prostřednictvím agresivních cen a místní výroby. Změna spotřebitelských preferencí: Posun směrem k úsporným vozidlům, včetně SUV, měl hluboký dopad na trh a ovlivnil strategie automobilek v nadcházejících letech. Navzdory výzvám, kterým čelili během krize a po ní, se ruský automobilový průmysl přizpůsobil požadavkům na odolnost a odolnost spotřebitelů, přizpůsobil se ruským ekonomickým podmínkám. toto období nadále formuje přístup odvětví k budoucím hospodářským poklesům a výkyvům trhu.

3.3 Oživení a výzvy ruského automobilového trhu

Ruský automobilový trh prokázal výrazné oživení po globální finanční krizi v roce 2008. Toto oživení bylo poháněno řadou faktorů, včetně stabilizace ekonomiky, zvýšené dostupnosti úvěrů a silné spotřebitelské poptávky. Na konci roku 2014 však toto odvětví čelilo novým výzvám, jako je znehodnocení měny, inflace a klesající kupní síla. Toto období slouží ke zdůraznění odolnosti a zranitelnosti ruského automobilového sektoru v kontextu převažujících globálních a domácích ekonomických podmínek.

3.3.1 Změny cen automobilů

Období let 2011 až 2014 se vyznačovalo neustálým růstem cen automobilů, které byly ovlivněny inflací, rostoucími výrobními náklady a kolísáním směnných kurzů. V roce 2011 byla průměrná cena nového automobilu v Rusku přibližně 600 000 rublů. Trh byl stále ve stavu zotavení z krize, a zatímco ceny začaly růst, tempo růstu bylo ve srovnání s následujícími roky mírné. V roce 2012 se průměrná cena v polovině roku vyšplhala na 650 000 rublů, uvádí Petrov (2024), což je vývoj, který souvisel s rostoucí inflací, vyššími náklady na suroviny a zvýšenými mzdovými náklady ve výrobě. Navíc, jak se důvěra spotřebitelů zlepšila, výrobci a obchodní zastoupení měli větší flexibilitu při úpravě cen. V roce 2013 dosáhla průměrná cena nového vozu 700 000 rublů, což byl vývoj způsobený především: Rostoucími výrobními náklady, včetně materiálů a práce.

Vliv mělo i kolísání směnných kurzů, které zdražovalo dovážené komponenty. Vyšší poptávka po zahraničních značkách vedla některé výrobce k úpravě cenových strategií. V roce 2014 došlo k prudkému nárůstu cen automobilů v důsledku znehodnocení rublu a ekonomických sankcí uvalených na Rusko. Do konce roku průměrná cena přesáhla 800 000 rublů, přičemž některé modely zaznamenaly ještě větší nárůst cen.

3.3.2 Inflace a její dopad na spotřebitele

Jak píše Petrov (2024), inflace a ekonomická nestabilita měla významný dopad na kupní sílu spotřebitelů. Oslabení rublu vedlo k tomu, že dovážená auta výrazně zdražila kvůli tomu, že ruská měna na konci roku 2014 rychle ztrácela hodnotu. Tento jev také vedl ke zvýšení ceny vozidel vyráběných v tuzemsku, protože mnoho komponent pocházelo ze zahraničí. Růst úrokových sazeb z úvěrů, tažený ekonomickou nejistotou, přiměl banky, aby zpřísnily podmínky pro potenciální půjčování aut. To následně vedlo ke zvýšení úrokových sazeb, což dále odrazovalo spotřebitele od nákupu vozidel. Klíčovým faktorem v tomto ekonomickém klimatu byl pokles cenové dostupnosti. Vzhledem k tomu, že reálné mzdy zůstávají stagnující a ceny rostou, větší část spotřebitelů zjistila, že si nemohou dovolit nová auta, což vedlo k přesunu poptávky směrem k ojetým vozidlům.

3.4 Změny spotřebitelských preferencí

Během období oživení došlo k výraznému posunu v chování kupujících, ovlivněném ekonomickými podmínkami, vyvíjejícími se trendy životního stylu a vnímáním značky. Oblíbené segmenty automobilů Ekonomické oživení zpočátku stimulovalo poptávku napříč různými kategoriemi vozidel, ale jak se ekonomické podmínky v roce 2014 staly nestabilnějšími, kupující začali upřednostňovat cenovou dostupnost a praktičnost. Vozidla

příznivá k rozpočtu: Poptávka po cenově dostupných modelech vzrostla, zejména mezi mladými kupujícími a rodinami. Mezi oblíbené možnosti podle Burikova (2010) patří:

- Lada Granta – Lokálně vyráběná, cenově výhodná varianta s vládními pobídkami.
- Renault Logan – Známý svou spolehlivostí a nízkými náklady na údržbu.
- Kia Rio – Zahraniční model za konkurenceschopnou cenu s moderními funkcemi.

Vzestup SUV a crossoverů: Ruští spotřebitelé stále více upřednostňují SUV a crossovery kvůli jejich odolnosti, průjezdnosti vozovky a vnímané bezpečnosti. Přední modely včetně crossoverů: Nissan Aqissan s dobrým prodejem.

- Renault Duster je cenově dostupné SUV se silnými terénními schopnostmi.
- Toyota RAV4 je prémiový crossover, který je oblíbený pro svou spolehlivost.

Navzdory rostoucím cenám si zahraniční značky v letech 2011 až 2014 nadále získávaly na popularitě. Preference pro dovážená vozidla: Mnoho ruských spotřebitelů považovalo zahraniční značky za spolehlivější a prestižnější, což v tomto období vedlo k výraznému nárůstu prodeje vozů Ford, Chevrolet, Volkswagen a Toyota. Tento posun v náladě spotřebitelů vedl ke zvýšenému spoléhání se na online recenze a hodnocení bezpečnosti jako zásadní faktory v rozhodovacím procesu.

3.5 Výzvy a pokles trhu

Koncem roku 2014 čelil automobilový trh značným výzvám, uvádí Petrov (2024), protože ekonomické prostředí prošlo obdobím zhoršování.

Ekonomická nestabilita a depreciační měny Trh zaznamenal pokles stabilního růstu v důsledku několika makroekonomických faktorů, včetně: Ostrého oslabení rublu: rubl ztratil významnou část své hodnoty kvůli klesajícím cenám ropy a západním sankcím. To mělo přímý dopad na ceny dovážených automobilů a náhradních dílů. Rostoucí inflace: S rostoucí inflací se rychle zvyšovaly náklady na zboží – včetně vozidel –, takže vlastnictví automobilu bylo pro průměrného spotřebitele méně dostupné.

Klesající reálné mzdy: Zatímco nominální příjmy zůstaly stabilní, kupní síla erodovala, což vedlo k poklesu diskrečních výdajů.

Pokles prodeje: Do konce roku 2014 se prodej nových vozidel snížil o 35 %, přičemž celkový prodej v roce 2015 klesl na přibližně 1,3 milionu kusů – což je v ostrém kontrastu s vrcholnými roky 2012–2013. Posun směrem k nákupu ojetých vozů: Mnoho spotřebitelů, kteří čelí finanční

nejistotě, se rozhodlo pro ojetá vozidla spíše než investovat do nových vozů, což vedlo k výraznému růstu ojetých vozů.

Dopady na obchodní zastoupení byly značné, přičemž řada obchodních zastoupení se potýkala s problémy s nadbytečnými zásobami, což vedlo k realizaci slevových kampaní, speciálních nabídek financování, a dokonce i k uzavírání obchodních zastoupení.

Závěr vyvozený z analýzy ruského automobilového trhu v letech 2011 až 2014 je, že zaznamenal silné oživení, tažené ekonomickou stabilizací, vládními pobídkami a silnou spotřebitelskou poptávkou, (Smith, 2016). Na konci roku 2014 však toto odvětví čelilo nové řadě ekonomických výzev, včetně znehodnocení měny, inflace a klesající kupní síly spotřebitelů (tamtéž). Klíčové poznatky z tohoto období jsou následující: hospodářský růst podnítil brzké oživení trhu (tamtéž); rostoucí příjmy a příznivé úvěrové podmínky vedly k poptávce po nových automobilech.

Vládní pobídky, jako jsou dotované půjčky na auta a programy výměny, hrály klíčovou roli při stimulaci poptávky. Zahraniční značky se prosadily navzdory ekonomické nejistotě, což naznačuje, že dovážená vozidla zůstala velmi žádaná. Do roku 2014 však ekonomická nestabilita zvrátila růst trhu. Depreciace rublu, rostoucí inflace a klesající reálné mzdy vedly k prudkému poklesu prodeje nových aut.

Toto období má proto zvláštní význam při demonstraci citlivosti ruského automobilového trhu na ekonomické výkyvy a zdůraznění důležitosti finanční stability pro udržení růstu průmyslu. Ponaučení z tohoto cyklu nadále formuje strategie výrobců automobilů, prodejců a politiků v Rusku i dnes.

4 ZAVEDENÍ NOVÝCH SANKCÍ A JEJICH VLIV NA EKONOMIKU

V roce 2018 Spojené státy a jejich spojenci uvalili na Rusko další ekonomické sankce, čímž rozšířily stávající režim sankcí, který byl zaveden od počátku 21. století. Tyto sankce se zaměřovaly na kritická odvětví ruské ekonomiky, zejména na finanční sektor a ruský přístup na mezinárodní kapitálové trhy. Sankce přispěly k eskalaci ekonomické nestability a měly negativní vliv na směnný kurz rublu. Depreciace národní měny vedlo ke zvýšení cen dováženého zboží, včetně automobilů a jejich součástí.

4.1 Zvýšení DPH a jeho dopady

Dle Petrova (2024) Stěžejním interním faktorem bylo zvýšení sazby daně z přidané hodnoty (DPH) z 18 % na 20 %, které bylo oznámeno v roce 2018 a vstoupilo v platnost 1. ledna 2019. Tato úprava vedla k eskalaci cen automobilů, protože výrobci a prodejci začlenili budoucí výdaje do svých cenových struktur. Následný pokles poptávky byl způsoben sníženou kupní silou obyvatelstva.

V roce 2018 se ruská ekonomika potýkala s problémy, které se vyznačovaly obnovením inflace a volatilitou směnného kurzu rublu. Depreciace národní měny vůči dolaru a euru urychlila zvýšené náklady na dovážená vozidla a komponenty, čímž přispěla k eskalaci cen automobilů. Tato dynamika vyvíjela tlak na spotřebitele, který se projevil poklesem objemu prodeje.

V souvislosti s ekonomickou nestabilitou a rostoucími cenami spotřebitelé v roce 2018 projevovali zvýšenou opatrnost při velkých nákupech, jako jsou automobily. Poptávka po nových vozech, zejména v segmentu luxusních a drahých modelů, zaznamenala pokles. Mezi hlavní faktory, které přispěly k tomuto poklesu, patří:

- Vysoké úrokové sazby u půjček na auta, kvůli kterým bylo obstarání financování náročné.
- Rostoucí ceny aut kvůli inflaci a zvyšování daní.
- Snížení kupní síly podstatné části populace.

V automobilovém průmyslu zahájili výrobci a distributoři řadu strategií ke zmírnění ztrát a udržení poptávky. Tyto strategie zahrnují následující:

- Pořádání akcí a poskytování slev na vozidla s cílem přilákat zákazníky před plánovaným zvýšením daně z přidané hodnoty (DPH).
- Posílení programů výměny a usnadnění půjček na auta za výhodnějších podmínek.
- Lokalizace výroby a zvýšení podílu vozidel vyrobených v tuzemsku s cílem zmírnit závislost na dovážených součástech a snížit náklady.

Ekonomický útlum v roce 2018 vyvolal podstatné posuny ve spotřebitelských preferencích.

Tyto posuny dokládají následující jevy:

- Nárůst zájmu o vozy ekonomické třídy. Spotřebitelé projevovali výraznou zálibu v úspornějších modelech, jako jsou Lada, Renault a Kia, jak se odráží ve struktuře prodejů.
- Eskalace zájmu o ojetá auta. Poptávka na sekundárním trhu vzrostla, protože řada zákazníků hledala cenově výhodnější alternativy k novým vozidlům.
- Pokles poptávky po luxusních vozech. Zámožné modely zaznamenaly pokles přitažlivosti kvůli omezeným rozpočtům spotřebitelů.

Podle Petrova (2024) navzdory náročným okolnostem trh vykazoval náznaky stabilizace do konce roku 2018. Vyhlídky však zůstaly nejasné kvůli potenciálu dalších sankcí, zvýšených daňových povinností a ekonomických turbulencí. Výrobci automobilů se vytrvale přizpůsobovali těmto novým podmínkám, proaktivně rozvíjeli věrnostní programy a podporovali lokalizaci výroby.

5 PŘEHLED AUTOMOBILOVÉHO TRHU V RUSKU PŘED PANDEMIÍ

Podle Zakharova (2019) globální šíření nového viru známého jako SARS-CoV-2, který způsobuje onemocnění známé jako Coronavirus Disease 2019 (ve vědeckém a mediálním diskurzu zkráceně COVID-19 nebo jednoduše 2019nCoV), mělo významný dopad na všechna odvětví globální ekonomiky a automobilový trh v Rusku nebyl výjimkou. Trh čelil prudkému poklesu poptávky, zpomalení výroby a narušení logistických řetězců v důsledku zavedení přísných karanténních opatření, omezení pohybu a omezení společenské aktivity. Tato situace vyvolala řadu problémů jak pro výrobce automobilů, tak pro spotřebitele, což krátkodobě výrazně změnilo trh a ovlivnilo jeho oživení v budoucnu.

V březnu 2020, prvním měsíci pandemie, došlo v Rusku k 24 % poklesu prodeje automobilů v porovnání s březnem 2019. To naznačovalo, že automobilový trh bude čelit vážným následkům, což je trend, který byl zvláště patrný v dubnu, kdy prodeje automobilů dosáhly bezprecedentního minima 8 400 kusů, což představuje 72% pokles ve srovnání s dubnem 2019, ale nelze to přičíst pouze omezením provozu spotřebitelů, obchodní zastoupení a showroomy, stejně jako zastavení výroby vozidel. Současně řada výrobců automobilů, ruských i zahraničních, pozastavila svou činnost. Například AvtoVAZ uzavřel své továrny od 30. března do 12. května a GAZ během tohoto období také pozastavil výrobu. To zhoršilo nedostatek vozidel na trhu, protože většina továren nebyla schopna obnovit výrobu v krátkodobém horizontu. Kromě toho se mnoho ruských automobilek potýkalo s omezením provozu továren a činností prodejců s nedostatkem komponentů, což dále komplikovalo výrobu.

Léto 2020 bylo svědkem období postupného oživení, které se shodovalo s ruským uvolňováním omezení souvisejících s pandemií. Od června se začaly objevovat pozitivní trendy v poptávce po automobilech, které lze přičíst postupnému ústupu z ekonomické krize a společenské adaptaci na převládající okolnosti. Během tohoto období se projevil zvýšený zájem o konkrétní typy vozidel a změny v preferencích spotřebitelů. Byl pozorován zvýšený zájem o určité typy vozidel.

Pozoruhodným trendem byl nárůst zájmu o crossovery a SUV, přičemž významnou popularitu si získaly modely jako Kia Sportage, Hyundai Creta a Toyota RAV4 spolu s domácími vozidly jako Lada Xray a Lada Niva. Tento posun lze přičíst několika faktorům. Vyšší úroveň komfortu a bezpečnosti nabízejí především crossovery a SUV, které se během pandemie staly zvláště významnými, když lidé hledali bezpečný a pohodlný způsob dopravy. Za druhé, v podmínkách

sociálního odstupu a omezení pohybu lidé dávali přednost vozidlům, která by mohla sloužit nejen pro každodenní dojíždění, ale i pro víkendové výlety a cestování za zábavou. Zároveň se zvýšila obliba elektrických vozidel (EV). V roce 2020 se v Rusku prodalo přibližně 3 500 elektromobilů, což představuje 37% nárůst ve srovnání s rokem 2019. Zatímco elektrická vozidla zůstala při celkovém poklesu prodeje automobilů okrajovým produktem, tento růst potvrzuje dlouhodobý trend směrem k udržitelnosti a ekologickému povědomí.

Dopady pandemie na automobilové dealery byly značné, přičemž řada prodejců se kromě problémů s logistikou a dodavatelským řetězcem potýkala s finančními problémy v důsledku klesajících prodeje. Ilustrativním příkladem této situace je případ dealerské sítě Ulyanovsk-Auto, která byla nucena uzavřít několik svých showroomů kvůli prudkému poklesu poptávky. Mnoho prodejců navíc zaznamenalo pokles ziskových marží, protože byli nuceni zavádět prodejní a propagační strategie ke stimulaci poptávky, což následně vedlo ke snížení ziskovosti.

Zakharov (2019) píše, že v reakci na tyto výzvy zahájili prodejci automobilů vývoj online prodejních kanálů, což je klíčová strategie pro udržení vztahů se zákazníky a zmírnění ztrát během pandemie. Například společnost „Rolf“ představila online platformu pro prodej automobilů, což je krok, který přilákal nové zákazníky a rozšířil trh. Kromě toho se oblíbenou službou stalo doručování vozidel do bydliště zákazníků. Tato služba zaznamenala během omezení nárůst poptávky, protože mnoho jednotlivců nebylo schopno nebo se zdráhat opustit své domovy, aby si vyzvedli svá vozidla. Poptávka po této službě přetrvává a mnoho prodejců nyní považuje dodávku za nedílnou součást svých budoucích operací.

V reakci na krizi způsobenou pandemií zavedla ruská vláda několik opatření na podporu automobilového průmyslu. Jedním z nejvýznamnějších opatření bylo oživení programu likvidace starých vozů. Tento program nabízel slevy na nová auta, když spotřebitelé vyměnili svá stará vozidla za účelem recyklace, což pomohlo stimulovat poptávku po nových autech. V důsledku programu bylo během prvních měsíců recyklováno více než 80 000 vozů, což přispělo ke zvýšení prodeje.

Zavedeny byly také zvýhodněné půjčky na auta, které významně pomohly občanům, kteří si chtěli pořídit nová vozidla. Vláda nabídla dotované úrokové sazby na půjčky na auta, což lidem usnadnilo nákup nových aut navzdory přetrvávajícím ekonomickým problémům.

5.1 Dlouhodobé změny a trendy po pandemii

Dopad globální pandemie na ruský automobilový průmysl byl značný, což mělo za následek řadu dlouhodobých změn a trendů. Tyto transformace jsou v souladu s globálními posuny směrem k udržitelnosti, digitalizaci a vyvíjejícímu se chování spotřebitelů. Tento vývoj nejen formoval okamžitou reakci trhu, ale také ji nadále ovlivňuje v letech následujících po pandemii.

Jednou z významných změn byl zvýšený zájem o elektromobily (EV). V souladu s globálním trendem směřujícím k udržitelnosti se elektrická vozidla v Rusku prosadila a jejich prodej se v roce 2021 zvýšil o 20 %, což odráží rostoucí spotřebitelské preference pro ekologicky šetrné možnosti. V reakci na tento posun uvedli ruští výrobci jako KamAZ a AvtoVAZ nové modely elektrických vozidel, které jsou v souladu s globálním tlakem na ekologičtější dopravu a přispívají k posunu v postojích spotřebitelů.

Dalším klíčovým postpandemickým trendem je digitalizace automobilového průmyslu, urychlená pandemií. Tento posun umožnil prodejcům zachovat provoz a zároveň dodržovat opatření týkající se sociálního odstupu, přičemž online platformy jako je Cian, poskytují spotřebitelům uživatelsky přívětivá rozhraní pro porovnávání cen, zkoumání různých modelů a informovaná rozhodnutí o nákupu online. Zvýšená dostupnost digitálních nástrojů na automobilovém trhu byla významným faktorem pro zvýšení pohodlí, zejména pro jednotlivce, kteří během pandemie dali přednost online transakcím.

5.1.1 Příklady úspěšných strategií

V reakci na výše uvedené změny přijala řada prodejců automobilů úspěšné strategie s cílem udržet si věrnost zákazníků a přilákat nové kupce. Jednou z takových strategií, kterou používá obchodní řetězec Klasika, bylo zavedení věrnostních programů, které zákazníkům umožnily získávat slevy na budoucí nákupy a služby. Tyto programy nesloužily pouze k pobídce k opakovanému podnikání, ale také k podpoře dlouhodobých vztahů se zákazníky. Podobný přístup zvolili i výrobci automobilů, jako je Renault, kteří přizpůsobili své strategie nabízením cenově dostupnějších modelů a lepšími možnostmi financování. Tato opatření byla zavedena s cílem usnadnit nákup vozidel v období ekonomické nejistoty, a umožnit tak Renaultu udržet a zvýšit svůj podíl na trhu, a tím demonstrovat strategickou reakci na vyvíjející se dynamiku trhu. Bez ohledu na převládající výzvy zahájil automobilový trh proces obnovy, čímž identifikoval nové cesty růstu a rozvoje. Pandemie fungovala jako katalyzátor těchto transformací a poháněla podniky směrem k odolnějším, digitálním a udržitelným modelům.

5.1.2 Dovoz automobilů do Ruska přes Bělorusko: Analýza a případová studie

V posledních letech došlo k eskalaci zaměření na dovoz vozidel do Ruska přes Bělorusko, zejména v souvislosti s ekonomickými výzvami, které pandemie představuje. Uvalení vyšších cel a dovozních daní na automobily vyvolalo zvýšený zájem o alternativní dovozní trasy přes Bělorusko, kde jsou daně a cla často výhodnější. Tato část prozkoumá převládající dovozní schémata a techniky manipulace s dokumenty, které tyto praktiky umožňují.

Po vstupu Ruska do Celní unie (CU) s Běloruskem a Kazachstánem v roce 2010 došlo k podstatnému zvýšení cel na dovážená vozidla. To přimělo řadu dovozců, aby hledali alternativní trasy přes Bělorusko, kde byly celní sazby výhodnější, s cílem vyhnout se vysokým clům a zvýšit finanční životaschopnost dovozu automobilů. Převládající dovozní schéma zahrnovalo přímý dovoz vozidel do Běloruska, po kterém následovala jejich registrace pod jménem místního běloruského občana nebo společnosti. Tato praxe klasifikovala vozidla jako "dočasný dovoz", čímž se obcházel vysoká cla. Jakmile byla vozidla zaregistrována v Bělorusku, mohla být poté prodána ruským spotřebitelům, čímž se snížily celkové náklady pro konečného kupujícího. Další převládající metodou byl převod vlastnictví, kdy vozidla byla zpočátku registrována na jména běloruských občanů a poté bylo vlastnictví převedeno na ruské kupující. Tento proces pomohl legalizovat dovoz a snížit daňovou zátěž, čímž se vozidla stala dostupnějšími pro konečného kupujícího.

Dále někteří dovozci využili speciálních registračních programů pro osoby se zdravotním postižením, registrovali vozidla pod jmény osob se zdravotním postižením v Bělorusku, čímž snížili clo až o 50 %. Po registraci mohlo být vozidlo převedeno na ruské majitele.

Tyto metody však často zahrnovaly manipulaci s dokumentací. Dovožci používali padělané dokumenty, včetně kupních smluv, technických pasů a dočasných registrací, aby obešli celní kontroly. V některých případech byla vozidla deklarována pro dočasný dovoz, aby se vyhnuli plnému zdanění, zatímco někteří dovozci se uchýlili k padělaným dokumentům, aby snížili deklarovanou hodnotu vozidel, a tím snížili své celní závazky.

Statistické údaje z roku 2021 odhalily, že do Běloruska bylo dovezeno více než 200 000 vozidel, což představuje 40% nárůst oproti předchozímu roku. Značná část těchto vozidel byla ojetá, přičemž přibližně 70 % bylo v provozu déle než pět let. To naznačuje, že mnoho z těchto vozů již bylo na hodnotě a jejich dovoz byl motivován především náklady.

Rizika a důsledky

I když je dovoz vozidel populární praxí, není bez rizika. Manipulace s dokumenty, například falšování kupních smluv a technických pasů, může mít právní důsledky, včetně stíhání za

podvod a padělání dokumentů. Dále je třeba počítat s finančními postihy, stejně jako zabavením vozidel i vozidel samotných. Navíc se ukázalo, že převládající aktivity na šedém trhu narušují tvorbu cen a vytvářejí nestálost trhu, což může mít škodlivý vliv na operace legálních distributorů.

V reakci na rostoucí problém manipulace s dokumenty zavedly ruské úřady řadu oficiálních opatření. Tato opatření zahrnují zavedení důslednějších celních kontrol, požadavek na prokázání původu vozidla a zavedení elektronických sledovacích systémů pro účinnější sledování pohybu vozidel. Cílem těchto opatření je omezit nelegální dovoz a zajistit transparentnost procesu dovozu automobilů.

Bez ohledu na přetrvávající problémy, které představuje dovoz vozidel přes Bělorusko, je nezbytné uznat pokračující úsilí o posílení kontrol a zpřesnění legislativního rámce. Taková opatření jsou považována za zásadní při řešení převládajících problémů a zajištění zachování spravedlivých tržních praktik.

Je nutné vzít v úvahu vliv Fresh, který působí na ruském trhu a má značný dopad na ekonomiku a každodenní život obyvatel.

Fresh je umístěn jako inovativní doručovací společnost, která reaguje na požadavky moderních spotřebitelů. Společnost aktivně rozvíjí svůj sortiment a integruje nové technologie, čímž přispívá k rozvoji trhu a zvyšuje kvalitu života svých zákazníků.

Ukázalo se, že aktivity Fresh mají pozitivní vliv nejen na spotřebitelský trh, ale i na širší ekonomiku, o čemž svědčí vytváření nových příležitostí a podpora inovací.

6 FRESH AUTO

Podle Moussinsky, A. (2023, June) Fresh Auto je považováno za jednoho z předních lídrů na trhu prodeje ojetých vozů v Rusku, což je vývoj, který může být pro některé překvapením. Automobilový trh v zemi byl významně ovlivněn aktivitami subjektu a je důležité diskutovat o jeho roli v tomto procesu. Od svého vzniku má společnost silnou pozici na trhu, která je postavena na třech klíčových faktorech. Za prvé, společnost vyrábí vysoce kvalitní vozy. Za druhé, poskytuje vynikající služby zákazníkům. Za třetí přijala transparentní nákupní podmínky. Tyto tři faktory přispěly k úspěchu společnosti.

Společnost FreshAuto mělo hluboký dopad na automobilový trh a způsobilo transformaci metod, kterými jednotlivci i společnosti nakupují a obchodují s vozidly. Společnost přijala proaktivní přístup k využití současných technologií s cílem zefektivnit nákupní proces a zlepšit standardy v sektoru ojetých vozů. Služby společnosti přesahují poskytování vozidel ve výborném stavu a zahrnují usnadnění nákupu vozů od soukromých prodejců, což je opatření, které výrazně zefektivňuje celkový proces prodeje.

Fresh Auto se stalo klíčovým faktorem při budování důvěry na ruský trh ojetých vozů a jeho úspěchy nadále formují růst celého sektoru.

6.1 Založení a růst společnosti

Fresh Auto byla založena v roce 2005 s cílem poskytovat nadstandardní službu prodeje ojetých vozů. Zpočátku se jednalo o skromnou prodejní oblast v Rostovské oblasti, která nabízela vozy místní i regionální produkce.

Prvním významným krokem bylo otevření druhé pobočky v Krasnodaru v roce 2008. V souvislosti se zvyšujícím se zájmem o ojeté vozy společnost iniciovala zavádění nových standardů pro kontrolu vozidel před jejich prodejem, čímž podpořila větší důvěru zákazníků.

Od roku 2024 měl Fresh Auto více než 20 poboček po celé Ruské federaci, včetně velkých měst jako Moskva, Petrohrad, Kazaň a Jekatěrinburg. Počet zaměstnanců přesahuje 2000.

6.1.1 Hlavní etapy rozvoje

2005: Založení společnosti a otevření první pobočky v Rostovské oblasti.

2008: Rozšíření sítě a otevření pobočky v Krasnodaru.

2012: Zavedení programu "Ověřený automobil" s diagnostikou a právní prověrkou.

2016: Zavedení digitální služby pro hodnocení automobilů pro soukromé prodejce.

2020: Adaptace na COVID-19 zavedením online prodeje a doručení.

2022: Rozšíření sortimentu o prémiovou třídu.

Fresh Auto zaujímá vedoucí pozici na trhu ojetých vozů v Rusku. Jak je znázorněno na obrázku 1, společnost trvale prokazuje vysokou úroveň komerčního úspěchu s ročním prodejem trvale přesahujícím 50 000 vozů. To představuje podíl na trhu přibližně 10 % od roku 2024.

Strategický cenový model společnosti, rozmanitá nabídka vozidel a vynikající poprodejní servis ji staví jako významného konkurenta zavedeným lídrům na trhu, jako jsou Rolf a Aviron.

6.2 Vliv společnosti Fresh Auto na automobilový trh

Fresh Auto zaujímá na trhu ojetých vozů výrazné místo. Hlavním posláním společnosti není pouze poskytování vysoce kvalitních vozidel, ale také vytváření pozitivních zákaznických zkušeností. Využití moderních technologií pro systémy hodnocení vozidel a správy dat usnadňuje rychlé zpracování transakcí a konkurenceschopné ceny. Jak je uvedeno v interní zprávě, pohodlný nákup oceňuje více než 70 % zákazníků, přičemž obzvláště kladně se těší funkce flexibilních úvěrových podmínek a programů zpětného odkupu vozidel. To vedlo k tomu, že Fresh Auto se stává preferovanou volbou pro zákazníky, zejména v oblastech, kde je omezená nabídka nových vozidel.

Fresh Auto přineslo změnu paradigmatu ve způsobu pořizování ojetých vozů. Hlavní výhody, které zákazníci identifikovali, jsou následující:

Je nezbytné zajistit právní transparentnost transakcí. To zahrnuje pečlivou kontrolu všech dokladů k vozidlu, čímž se minimalizuje riziko pořízení vozidel, která podléhají zákonným povinnostem.

Na každé pobočce Fresh Auto je k dispozici široká nabídka vozidel až 500 vozů různých kategorií.

Je zřejmé, že poskytování výhodných možností financování má v současném finančním prostředí prvořadý význam. Podstatná část transakcí je prováděna na úvěr, přičemž zákazníci si mohou vybrat z více než 20 bankovních partnerů.

Díky konkurenceschopným cenám a akcím Fresh Auto přitahuje rodiny, studenty a malé podniky.

6.3 Vliv na soukromé prodejce

Jak píše Moussinsky, A. (2023, June) dopad Fresh Auto na soukromé prodejce automobilů je předmětem debat. Program okamžitého zpětného odkupu je výhodnou funkcí pro ty, kteří chtějí rychle prodat své staré vozidlo. Naopak soukromí prodejci, včetně prodejců, čelí rostoucímu tlaku kvůli zvýšené transparentnosti a výhodným podmínkám, které společnost nabízí.

- **Které vozy jsou nejvíce poptávané?**

Strategický důraz Fresh Auto na segment ojetých vozů je klíčovým faktorem jeho přitažlivosti pro zákazníky. Jak naznačují interní data, přibližně 60 % všech prodaných vozů pochází od značek jako LADA, Hyundai, Kia, Volkswagen a Toyota. Prémiové modely, včetně těch od BMW a Mercedes-Benz, jsou méně žádané, přesto jsou stále aktivně nabízeny ve velkých městech.

Bylo prokázáno, že soukromí prodejci se při prodeji těchto vozidel setkávají s problémy, protože ocenění poskytnuté společností často zaostává za jejich očekáváními. Tento jev lze přičíst silné konkurenci mezi konvenčními prodejci automobilů, kde Fresh Auto dokáže nabídnout konkurenceschopnější ceny.

- **Negativní zkušenosti zákazníků**

Je zřejmé, že ne všechny interakce se společností probíhají bez incidentů. Bylo zjištěno, že zákazníci se na webových stránkách často setkávají s nepřesnými informacemi o cenách. Pro ilustraci si představte zákazníka, který po zhlédnutí atraktivní nabídky 900 000 Kč na webových stránkách při návštěvě salonu zjistí, že cena je platná pouze při splnění specifických podmínek, jako je získání půjčky nebo dokoupení služeb. V případě, že zákazník odmítne přijmout tato ustanovení, cena se zvýší o 15-20 %, což je vývoj, který pravděpodobně vyvolá pocit nespokojenosti. Na platformách sociálních médií a na fórech bylo zveřejněno mnoho stížností týkajících se této praxe.

6.4 Marketingová a operační činnost společnosti

Fresh Auto si velmi dobře uvědomuje klíčovou roli, kterou hrají efektivní marketingové strategie při získávání nových zákazníků a při udržování vztahů s těmi stávajícími. V kontextu trhu s ojetými vozy, který je charakterizován silnou konkurencí, společnost využívá současné a cílené reklamní nástroje k oslovení různorodého spektra spotřebitelů v různých geografických lokalitách a věkových demografických skupinách. Zároveň integruje online metodiky s konvenčními technikami budování důvěry a loajality a formuluje tak komplexní a dlouhodobě udržitelný model komunikace se zákazníky.

Digitální reklama je uznávána jako základní součást marketingové strategie společnosti. Fresh Auto pravidelně investuje do kontextové reklamy na platformách jako Yandex a Google, které dohromady tvoří více než 80 % online vyhledávání v Ruské federaci. Tato forma reklamy umožňuje společnosti cílit na zákazníky, kteří aktivně vyhledávají informace o koupi vozu, a tím dosáhnout vysoké efektivity při relativně nízkých nákladech. Inzeráty často obsahují

informace o aktuálních nabídkách, zvýhodněných cenách a výhodných podmínkách financování, které mají upoutat pozornost potenciálních klientů ve fázi rozhodování.

Je nezbytně nutné uznat klíčovou funkci sociálních sítí, kde se společnost proaktivně zapojuje do své komunity. Fresh Auto využívá různé platformy sociálních médií, včetně Instagramu, Vkontakte a Telegramu, k šíření pravidelného publikačního plánu zahrnujícího zákaznické recenze, videorecenze vozidel, informace o aktuálních akcích a pohledy do zákulisí fungování společnosti. Ukázalo se, že tento typ obsahu přináší podnikům řadu výhod, včetně posílení vztahů se zákazníky a vytvoření značky jako důvěryhodného a transparentního partnera. Přímá komunikace prostřednictvím komentářů, zpráv a interaktivních prvků umožňuje společnosti rychle reagovat na potřeby zákazníků a zvýšit zapojení cílové skupiny.

6.4.1 Specifika poskytovaných služeb

Avgust, S. (2024, April 22) Fresh Auto je současná a zákaznický orientovaná společnost na trhu ojetých vozů, která nabízí komplexní portfolio služeb zaměřených na zjednodušení a zabezpečení celého procesu nákupu a prodeje vozu. Zásadní součástí zvažované nabídky je tzv. služba „trade-in“, která zákazníkovi usnadní výměnu staršího vozidla za jiné, ojeté vozidlo s doplatkem ve výši rozdílu hodnoty mezi oběma vozidly. Ukázalo se, že tento přístup zkracuje dobu potřebnou k prodeji a nákupu nového vozidla a zároveň odstraňuje mnoho administrativních a logistických překážek, které jsou s tímto procesem jinak spojeny. Statistické údaje společnosti ukazují, že přibližně polovina všech transakcí je prováděna touto formou, což svědčí o zvýšené poptávce po této službě a její značné oblibě mezi zákazníky.

Dalším významným prvkem v portfoliu služeb společnosti je důraz na právní jistotu a transparentnost transakcí. Každá transakce je pečlivě kontrolována právními experty, kteří zajišťují bezproblémové provedení veškeré potřebné dokumentace. Tato služba přispívá ke zvýšení důvěryhodnosti společnosti, neboť poskytuje zákazníkům jistotu, že veškeré právní aspekty spojené s nákupem či prodejem vozidla jsou zvládnuty na profesionální úrovni. Dále společnost poskytuje asistenci při sjednání povinného ručení a havarijního pojištění a také zprostředkování registrace vozidel na příslušných úřadech.

V roce 2023 Fresh Auto dále upevnilo svou pozici na trhu spuštěním vlastní mobilní aplikace, což je vývoj, který odráží rostoucí digitalizaci automobilového obchodu. Diskutovaná aplikace umožňuje zákazníkům provést online ocenění vozidla, rezervovat si vybraný vůz nebo požádat o financování formou úvěru či splátkového kalendáře. Digitalizace těchto procesů má prokazatelně dva zásadní efekty. Za prvé výrazně zkracuje čas potřebný k nákupu. Za druhé zvyšuje dostupnost služeb společnosti i pro klienty sídlící mimo velká města.

Výrazným atributem, který Fresh Auto odlišuje od řady jiných prodejců, je poskytování záruky na technický stav ojetých vozidel. Tato záruka s délkou trvání až 12 měsíců nabízí podstatnou konkurenční výhodu a hraje klíčovou roli při posilování důvěry zákazníků, což je společný zájem kupujících při nákupu vozidla, často kvůli obavám z potenciálních nezveřejněných závad.

6.4.2 Analýza konkurenčních výhod společnosti Fresh Auto

Fresh Auto si za dobu svého působení na ruském trhu vybudovalo pevnou pozici díky několika významným konkurenčním výhodám, které jej odlišují od ostatních subjektů v oblasti prodeje ojetých vozů. Za prvé, společnost vytvořila rozsáhlou síť poboček s více než 20 pobočkami v různých regionech Ruské federace. Tato rozsáhlá síť umožňuje společnosti uspokojit různorodou klientskou základnu a přizpůsobit svou nabídku regionálním specifikům poptávky. Tento geografický dosah slouží i k posílení důvěryhodnosti značky, protože zákazníci mohou navštívit nejbližší pobočku a osobně si nabízené vozy prohlédnout.

Je také nutné vyzdvihnout vysokou kvalitu zákaznických služeb, která je často oceňována jak v recenzích, tak v hodnoceních nezávislých spotřebitelských organizací. Je zřejmé, že personalizovaný přístup ve spojení s flexibilním řešením požadavků a rychlým vyřizováním obchodních případů přispívá ke spokojenosti klientů a zajišťuje loajalitu společnosti ke své zákaznické základně. V mnoha případech zákazníci vykazují vysokou míru opakovaných obchodů, což svědčí o dlouhodobé kvalitě poskytovaných služeb.

Nakonec je důležité poznamenat technologickou vyspělost, kterou Fresh Auto integruje do všech aspektů svého podnikání. Ukázalo se, že využití digitálních nástrojů usnadňuje zefektivnění interních procesů a současně umožňuje zákazníkům snadnější přístup k informacím, výběr z širší škály možností a větší kontrolu nad celým nákupním procesem. Tato strategie je přijata k udržení konkurenceschopnosti společnosti v době charakterizované rychlými změnami v chování spotřebitelů, ovlivněné technologickým pokrokem a eskalujícími očekáváními.

6.5 Osobní názor a doporučení

Analýza ukazuje, že Fresh Auto je významným hráčem na ruském trhu ojetých vozů. Společnost prokázala značnou schopnost sladit své operace s převládajícími trendy na trhu a vyhovět požadavkům své klientely. Nejvýraznější přednosti provozu společnosti se týkají zejména rozsáhlého sortimentu automobilů. Portfolio zahrnuje jak ekonomické varianty pro méně náročné zákazníky, tak prémiové značky, čímž umožňuje společnosti oslovit různorodé cílové skupiny.

Kritérium	Fresh Auto	Rolf	Avilon
Počet poboček	20+	12	9
Nabídka vozidel (kusy)	12 000+	8 000+	7 500+
Trade-in program	Ano	Ano	Omezený
Online ocenění vozidel	Ano	Ne	Ano
Mobilní aplikace	Ano (od 2023)	Ne	Ne
Právní podpora při nákupu	Ano	Ano	Ano
Záruka na ojeté vozy	Až 12 měsíců	6 měsíců	3–6 měsíců
Přítomnost v regionech	Vysoká	Střední	Nízká
Aktivita na sociálních sítích	Vysoká	Střední	Nízká
Věrnostní program	Ano	Ne	Ne

Tabulka 1 Klíčové rozdíly mezi společnostmi Fresh Auto, Rolf a Avilon

Zdroj: Tass.ru

Jak ukazuje tabulka 6, Fresh Auto se může pochlubit rozsáhlejším regionálním dosahem, komplexnějším systémem online podpory a delší zárukou na ojetá vozidla ve srovnání se svými primárními konkurenty. Tyto faktory přispívají ke konkurenční výhodě společnosti a potvrzují závěry analýzy.

Významnou výhodou pro spotřebitele je transparentnost transakčního procesu. Poskytování právní podpory při procesu prodeje a koupě, kromě komplexní technické kontroly vozidel, prokazatelně navozuje pocit důvěry a zmírňuje rizika spojená s pořízením ojetého vozidla. Tento přístup odlišuje Fresh Auto od neformálních prodejců a přispívá k pozitivnímu vnímání značky na trhu.

Nutné je také zmínit inovativní přístup společnosti. Nástup online služeb, jako je oceňování vozidel, rezervační systémy a aplikace přímého financování, pomohl zlepšit zákaznickou zkušenost a urychlit proces nákupu. Systém protiúčet, který již nějakou dobu funguje, se ukázal být prospěšný v mnoha ohledech. Za prvé, poskytuje flexibilitu jednotlivcům, kteří chtějí prodat své staré vozidlo. Zadruhé usnadňuje zákazníkům, kteří si chtějí koupit nové vozidlo, rychlý a přímočarý proces, čímž odpadá komplikovaná administrativa.

Bez ohledu na výše uvedené výhody čelí Fresh Auto mnoha výzvám. Primární zranitelnosti se týkají přítomnosti impozantních konkurentů na trhu, jmenovitě Rolf a Aviron, kteří nabízejí analogické služby a jsou dobře podporováni značnými marketingovými zdroji. Další omezení se týká nedostatečného pokrytí určitých regionů, zejména vzdálenějších oblastí, kde potenciální zákazníci nemají přístup k pobočkám Fresh Auto. Konečně je nutné zvážit ekonomickou citlivost tohoto odvětví, protože poptávka po ojetých vozidlech je úzce spojena s kupní silou obyvatelstva, která může v obdobích hospodářských krizí vykazovat výkyvy.

6.5.1 Příležitosti ke zlepšení

Aby společnost Fresh Auto posílila svou pozici na trhu, měla by zvážit implementaci jednoho nebo více z následujících strategických opatření. Za prvé se navrhuje rozšířit geografický rozsah projektu. Strategická expanze společnosti prostřednictvím zřízení nových poboček v menších městech a regionálních centrech by usnadnila poskytování služeb v oblastech, které byly dříve nedostatečně obsluhovány. Tento přístup by také reagoval na poptávku po produktech a službách ze strany zákazníků sídlících mimo hlavní metropolitní oblasti.

Za druhé, optimalizace a rozšíření věrnostního programu by mohlo přispět ke zvýšení loajality zákazníků. Například zavedení systému kumulativních slev, bonusů za doporučení nebo zvýhodněného přístupu k novým nabídkám by mohlo sloužit jako motivační faktor pro klienty k opakovaným nákupům a doporučování značky ostatním.

Za třetí, diverzifikace poskytovaných služeb představuje racionální pokrok ve vývoji společnosti. Rozšíření nabídky tak, aby zahrnovala krátkodobý i dlouhodobý pronájem vozidel, technickou údržbu nebo mobilní služby, by generovalo nové zdroje příjmů a zároveň posilovalo vztahy se stávajícími zákazníky.

6.5.2 Vyhlídky společnosti na ruském trhu

Fresh Auto má dobrou pozici k tomu, aby si dlouhodobě udrželo a dále posilovalo svou pozici na trhu ojetých vozů v Ruské federaci. Pověst společnosti, která je považována za důvěryhodnou, její přístup zaměřený na zákazníka a její schopnost rychle přijímat nové technologie poskytují robustní základ pro růst. Strategické směřování společnosti, které klade důraz na regionální expanzi, digitalizaci a kvalitní zákaznický servis, je v souladu s převládajícími trendy a vývojem spotřebitelského chování.

Komplexní šetření provozu Fresh Auto odhalilo řadu klíčových faktorů, které přispěly k úspěchu společnosti na trhu ojetých vozů. Od svého založení v roce 2005 společnost dosáhla významných výsledků a zajistila si vedoucí postavení ve svém oboru.

Fresh Auto se vyznačuje rozmanitostí nabízených vozidel, vysokou kvalitou poskytovaných služeb a inovativním přístupem k prodeji. Využití moderních technologií, včetně online oceňování a rezervačních systémů vozidel, učinilo proces nákupu a prodeje pro zákazníky pohodlnějším.

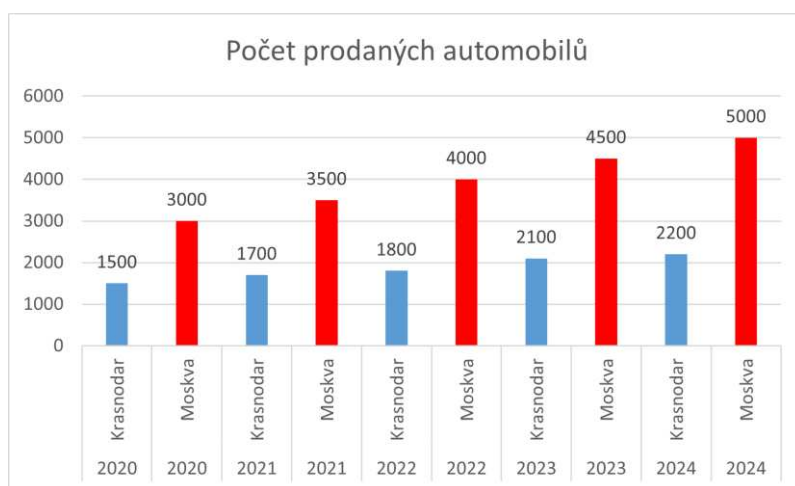
Z analýzy lze vyvodit následující závěry:

Fresh Auto hraje klíčovou roli při podpoře pozitivní zkušenosti pro zákazníky a zefektivnění procesu pro soukromé prodejce. I přes intenzivní konkurenční prostředí se společnost může pochlubit významnými konkurenčními výhodami, včetně rozsáhlé sítě poboček a transparentní transakční struktury. Společnost má možnosti dalšího růstu, včetně rozšiřování svého působení a zavádění nových služeb.

Provoz Fresh Auto slouží jako paradigma prosperujících obchodních praktik v nestálém tržním prostředí. Osobní analýza ukázala, že společnost efektivně integruje tradiční a současné metodiky, což jí umožňuje přizpůsobit se výkyvům trhu a udržet si svou relevanci mezi spotřebiteli.

Výsledky výzkumu naznačují, že Fresh Auto má podstatný vliv na vývoj ruského automobilového trhu a vykazuje značný potenciál pro další expanzi.

6.6 Analýza činnosti autosalonů Fresh Auto v Krasnodaru a Moskvě v letech 2020-2024



Tabulka 2 Počet prodaných automobilů.

Zdroj: RBC.ru

Rok 2020

Krasnodar:

Počet prodaných vozidel: 1500 kusů.
Průměrná cena vozidla: 600 000 rub.
Celkový objem prodeje: 900 milionů rub.
Nejoblíbenější modely: LADA, Hyundai, Kia.

Moskva:

Počet prodaných vozidel: 3000 kusů.
Průměrná cena vozidla: 900 000 rub.
Objem prodeje: 2,7 miliardy rub.
Lídři prodeje: Hyundai, Toyota, Volkswagen.

V roce 2020 obě lokality zaznamenaly v první polovině roku pokles poptávky po autech v důsledku dopadu tehdy nedávno vzniklé pandemie koronaviru (SARS-CoV-2). Ke konci roku však došlo k oživení zájmu, Moskva zaznamenala nárůst poptávky po prémiových vozidlech.

Rok 2021

Krasnodar:

Počet prodaných vozidel: 1700 kusů.
Průměrná cena vozidla: 650 000 rub.
Objem prodeje: 1,1 miliardy rub.
Nejprodávanější modely: LADA, Kia, Toyota.

Moskva:

Počet prodaných vozidel: 3500 kusů.
Průměrná cena vozidla: 950 000 rub.
Objem prodeje: 3,3 miliardy rub.

V roce 2021 oba regiony prokázaly růst, poháněný zotavující se ekonomikou a eskalujícím zájmem o ojetá auta, přičemž Moskva byla svědkem eskalace poptávky po prémiových modelech.

Rok 2022

Krasnodar:

Počet prodaných vozidel: 1800 kusů.
Průměrná cena vozidla: 700 000 rub.
Objem prodeje: 1,26 miliardy rub.
Nejoblíbenější modely: Hyundai, Kia, LADA.

Moskva:

Počet prodaných vozidel: 4000 kusů.
Průměrná cena vozidla: 1,05 milionu rub.
Objem prodeje: 4,2 miliardy rub.

V roce 2022 prošel trh ojetých vozů další expanzí, zejména v Moskvě, kde vzrostla poptávka po prémiových modelech. Naopak v Krasnodaru převládaly varianty ekonomiky.

Rok 2023

Krasnodar:

Počet prodaných vozidel: 2100 kusů.
Průměrná cena vozidla: 750 000 rub.
Objem prodeje: 1,57 miliardy rub.
Nejoblíbenější modely: Kia, LADA, Hyundai.

Moskva:

Počet prodaných vozidel: 4500 kusů.
Průměrná cena vozidla: 1,2 milionu rub.
Objem prodeje: 5,4 miliardy rub.

V roce 2023 pokračoval růst, zejména v Moskvě, kde se zvýšil zájem o dražší vozidla. Krasnodar také zaznamenal zvýšený zájem o střední cenovou kategorii.

Rok 2024 (aktuální údaje)

Krasnodar:

Počet prodaných vozidel: 2200 kusů.
Průměrná cena vozidla: 800 000 rub.
Objem prodeje: 1,76 miliardy rub.
Nejoblíbenější modely: Kia, Hyundai, Toyota.

Moskva:

Počet prodaných vozidel: 5000 kusů.
Průměrná cena vozidla: 1,35 milionu rub.
Objem prodeje: 6,75 miliardy rub.

V roce 2024 byl v Moskvě zaznamenán výrazný nárůst prodeje, zejména u prémiových vozidel. Krasnodar také vykazuje růst objemu prodeje, přičemž se zde stále preferují vozidla střední cenové kategorie, což je způsobeno nárůstem příjmů obyvatelstva.

7 ANALÝZA AUTOMOBILOVÉHO PRŮMYSLU PO ROCE 2022

Podle názoru Kuznecovou N. (2024) automobilový průmysl má pro ekonomiky většiny zemí zásadní význam, neboť je zodpovědný za stimulaci technologického rozvoje, poskytování pracovních příležitostí a významný podíl na tvorbě hrubého domácího produktu. V kontextu globalizace se automobilový trh vyvinul z místního na mezinárodní systém, čímž se posilují úzké vazby mezi státy v oblastech výroby, exportu a importu vozidel a komponentů.

V posledních letech čelil ruský automobilový trh významným výzvám vyplývajícím ze změn v ekonomické a geopolitické oblasti. Tyto změny vedly k rozsáhlé transformaci odvětví, včetně změn v logistických řetězcích, přeorientování na jiné trhy a hledání nových partnerů pro dodávky. Tyto procesy měly značný dopad na strukturu nabídky, ceny a preference spotřebitelů. Význam tohoto tématu spočívá v nutnosti studovat důsledky těchto změn pro ruský automobilový trh a také ve stanovení nových směrů jeho vývoje v současných ekonomických podmínkách. Analýza tohoto tématu poskytuje příležitost zhodnotit současné trendy, identifikovat klíčové problémy a určit vyhlídky na další udržitelný růst automobilového průmyslu v Rusku.

Cílem této práce je provést nestranné posouzení situace, analyzovat vliv vnějších faktorů a identifikovat způsoby, jak se ruský automobilový trh může přizpůsobit moderním výzvám. Dále se text zabývá zejména otázkami změn spotřebitelské poptávky, transformací tržní struktury a rolí domácích a zahraničních výrobců v nových podmínkách.

7.1 Odchod klíčových hráčů z trhu

Po ruské invazi na Ukrajinu a následném uvalení sankcí proti Rusku učinili přední světoví výrobci automobilů strategické rozhodnutí ukončit svou činnost v zemi. Toto rozhodnutí mělo hluboký dopad na prakticky všechny segmenty automobilového trhu, od odvětví masových a prémiových osobních automobilů až po komerční a nákladní dopravu. Byl pozorován výrazný posun v podílu na trhu, kdy zahraniční značky ovládaly do února 2022 více než 69 % ruského trhu a do konce roku 2023 poklesly na 8,5 %.

Tento exodus, který zasáhl přes 45 předních výrobců automobilů, včetně hlavních hráčů z Evropy, Japonska, Jižní Koreje a Spojených států, jako jsou Renault, Volkswagen, Toyota, Nissan, General Motors, BMW, Mercedes-Benz, Ford, Honda, Mazda, Volvo a Audi, měl dalekosáhlé důsledky. Tyto společnosti nejenže ukončily oficiální dodávky automobilů do

Ruska, ale také ukončily místní výrobu, uzavřely sítě prodejců, propustily zaměstnance a utrpěly značné investiční ztráty ve výši miliard dolarů.

- **Renault: Největší úder ruské automobilce**

Francouzský výrobce automobilů Renault zaujímal dominantní postavení na ruském trhu a držel 67,69% podíl v AvtoVAZ, předním národním výrobcí automobilů. Renault se zapojil do aktivní spolupráce s ruskou stranou a poskytl své technologické znalosti pro výrobu vozů Lada. V květnu 2022 společnost oznámila své rozhodnutí převést svůj podíl na Státní vědecký institut NAAMI a moskevský závod Renault byl převeden do vlastnictví města Moskvy a přejmenován na „Moskvič“. Tento strategický krok vzbudil značnou pozornost v automobilovém průmyslu, protože Renault investoval na ruském trhu více než 2 miliardy eur. Francouzský výrobce automobilů si ponechal právo na zpětný odkup aktiv během šestiletého období, ačkoli pravděpodobnost uplatnění této možnosti je považována za nízkou. Po odchodu Renaultu se AvtoVAZ potýkal s významnými problémy souvisejícími s komponentami, což mělo za následek dočasné pozastavení výroby některých modelů a nutnost zefektivnění.

- **Volkswagen Group: Uzavření továrny v Kaluze**

Dominantní postavení na ruském trhu měl německý koncern Volkswagen Group Rus, který provozoval výrobní závod v Kaluze, kde se vyráběly modely Volkswagen Polo, Škoda Rapid a Volkswagen Tiguan. Závod se mohl pochlubit roční výrobní kapacitou 225 000 vozidel a zaměstnával přes 4 000 osob.

V březnu 2022 však společnost ukončila výrobu a v květnu 2023 oficiálně oznámila prodej svých aktiv ruskému investorovi za 125 milionů eur. Tato částka je zvláště pozoruhodná ve světle značných investic Volkswagenu, které dosahují více než 2 miliard eur, do rozvoje svých výrobních kapacit v Rusku. V důsledku toho továrna v Kaluze fakticky ukončila provoz, což vedlo ke ztrátě zaměstnání pro tisíce jednotlivců. Odchod Volkswagenu urychlil nedostatek oblíbených modelů, včetně Tiguanu a Pola, a vedl k podstatnému nárůstu cen zbývajících vozů.

- **Toyota: Uzavření továrny v Petrohradu**

Toyota, prominentní japonský výrobce automobilů, měla značnou přítomnost v Rusku, se svou továrnou v Petrohradu produkovala dva z jejích klíčových modelů: Toyota Camry a Toyota RAV4. Závod se mohl pochlubit roční výrobní kapacitou 100 000 vozidel a v té době zaměstnával více než 2 000 jednotlivců. V září 2022 však Toyota oznámila úplné uzavření závodu s odvoláním na problémy se zajištěním dodávek komponent kvůli dopadu sankcí. Toto rozhodnutí bylo neočekávané, vzhledem k historické tendenci japonských společností zachovávat neutralitu v politických záležitostech. Toyota se rozhodla neprodat závod ruským

subjektům, ale spíše zachovala jeho výrobní kapacitu. Následně bylo zařízení závodu částečně demontováno a vyvezeno do jiných zemí.

- **Nissan: Odchod za 1 euro**

V říjnu 2022 oznámil japonský výrobce Nissan prodej svých aktiv v Rusku státnímu institutu NAAMI za nominální 1 euro. Tato transakce zahrnovala převod závodu v Petrohradu, kde se dříve vyráběly modely Nissan X-Trail, Qashqai a Murano. Závod Nissan v Rusku byl v provozu od roku 2009 a měl roční výrobní kapacitu 100 000 vozů. Odchod Nissanu měl za následek ztrátu zaměstnání pro více než 2 000 jednotlivců, přičemž společnost utrpěla ztráty ve výši 687 milionů dolarů. Podobným způsobem jako Renault si Nissan ponechal možnost zpětného odkupu aktiv v období šesti let. Schopnost této možnosti je však vzhledem ke stanoveným podmínkám považována za nízkou.

- **General Motors: Konečný odchod**

Americký výrobce automobilů General Motors (GM) v roce 2015 omezil své působení v Rusku zastavením výroby ve svém závodě v Petrohradu. V roce 2022 však společnost formálně ukončila oficiální dodávky vozidel pod značkami Cadillac a Chevrolet, s výjimkou modelů vyráběných v Uzbekistánu. Současně GM ukončila všechny smluvní dohody s ruskými prodejci a uzavřela své zastoupení v zemi. Tento strategický posun urychlil řadu důsledků, včetně eskalace cen vozů Chevrolet a Cadillac, problémů v záručním servisu a poskytování náhradních dílů a poklesu podílu na trhu.

- **Mercedes-Benz: Prodej za 1 euro**

Německá prémiová automobilka Mercedes-Benz v říjnu 2022 oznámila stažení z ruského trhu. Výrobní závod společnosti, který se nachází v moskevské oblasti a byl postaven v roce 2019, měl roční výrobní kapacitu 25 000 vozů a specializoval se na výrobu vlajkových modelů, včetně řad E-Class a GLE. Mercedes-Benz přistoupil k prodeji svých aktiv ruskému investorovi za nominální částku jedno euro, přičemž si ponechal možnost jejich budoucího odkupu. Finanční ztráty vzniklé tímto exitem podle zástupců společnosti přesáhly 1 miliardu eur.

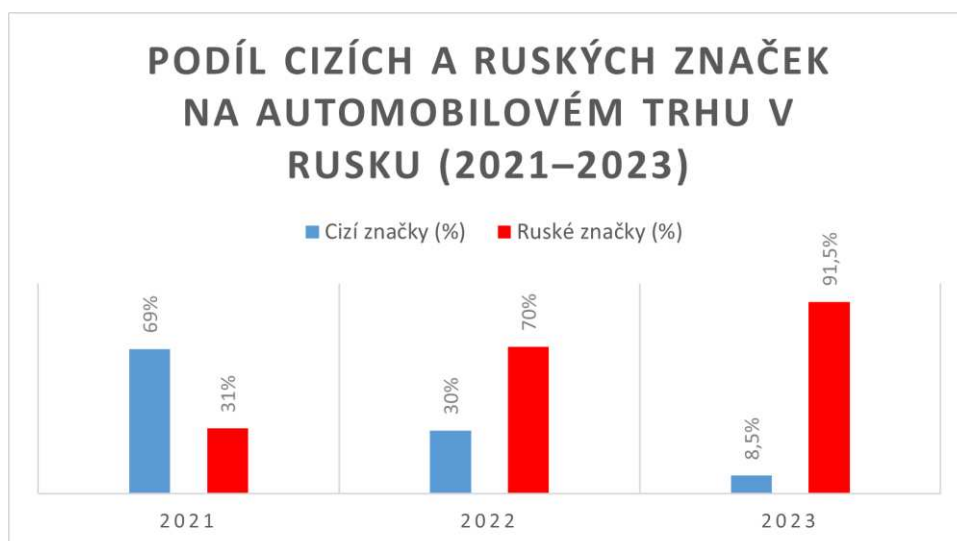
- **BMW, Audi, Volvo: Uzavření logistických a servisních center**

V prvních měsících roku 2022 učinili dva přední němečtí výrobci automobilů, BMW a Audi, strategické rozhodnutí pozastavit své dodávky do Ruska. Po této akci následovalo úplné zastavení jejich působení v zemi. Kromě zastavení dodávek vozidel tito výrobci uzavřeli svá oficiální zastoupení a logistická a servisní centra, což je krok, který výrazně ovlivnil ruský automobilový průmysl.

Významná opatření, včetně pozastavení dodávek osobních automobilů a následně i nákladní dopravy, přijal i švédský automobilový konglomerát Volvo. Toto rozhodnutí mělo podstatný dopad na ruský logistický sektor a zdůraznilo složité a dalekosáhlé důsledky ekonomických a obchodních sankcí.

- **Hyundai a Kia: Zmražená výroba**

Korejské značky Hyundai a Kia dříve ovládaly ruský trh a ovládaly více než 20 % automobilového sektoru. V roce 2022 však byli nuceni ukončit činnost ve svém výrobním závodě v Petrohradě. Toto zařízení provozované společností Hyundai-Kia mělo roční výrobní kapacitu 200 000 vozů. Společnost měla ambiciózní plány na rozšíření své výrobní kapacity, ale sankce uvalily omezení na dodávky komponent, což vedlo k výraznému snížení produkce. Hyundai a Kia sice nevydaly oficiální prohlášení ohledně úplného odchodu z Ruska, ale továrna nadále funguje a dodávky nových vozů zaznamenaly výrazný pokles.



Tabulka 3 Podíl cizích a Ruských značek na automobilovém trhu v Rusku (2021–2023)

Zdroj: Rosstat.ru

7.1.1 Ztráta pracovních míst

Smirnova V. (2024) píše, že po začátku války prošel ruský automobilový trh podstatnými transformacemi, které měly výrazný vliv na pracovní příležitosti v tomto odvětví. Mezi počáteční patřilo uzavření zahraničních závodů na výrobu automobilů a sdělení mezinárodních korporací z ruského trhu. Řada předních výrobců automobilů, včetně Fordu, Renaultu, Nissanu a Volkswagenu, spolu se svými partnery ukončila výrobu nebo pouze omezila provoz v Rusku. Tento vývoj vedl ke značným ztrátám pracovních míst, zejména na montážních linkách, kde byl dříve zaměstnán značný počet ruských pracovníků. Situaci dále snížilo snížení objemu výroby v důsledku porušení dodavatelských řetězců a dovozu komponentů. To vedlo k potřebě

snížit pracovní sílu nebo převést zaměstnance na částečný úvazek. Důsledky zavírání továren se rozšířily i na související sektory, jako je výroba automobilových komponent, logistika, marketing a prodej automobilů. V důsledku toho mnoho pracovníků v těchto odvětvích čelilo hrozbě propuštění nebo muselo přijmout snížené mzdy. Ztráta pracovních míst nebyla omezena na velké společnosti; aktualizace i malé a střední podniky, které se specializují na údržbu, prodej a opravy vozidel zahraničních značek. Problémy s garančním a pozáručním servisem automobilů zahraničních značek

Odchod mezinárodních výrobců automobilů a následné uzavření autorizovaných servisních středisek vedly k významným výzvám v údržbě vozidel zahraničních značek. To mělo zvláště výrazný dopad na poskytování záručního a pozáručního servisu pro tato vozidla. Majitelé vozidel zahraničních značek se potýkali s nedostatkem originálních náhradních dílů v důsledku sankcí a uzavření hranic, které bránily dodávkám komponentů. To vedlo k výraznému nárůstu nákladů na náhradní díly a prodloužení dodacích lhůt, což zhoršilo finanční zátěž majitelů automobilů. Mnoho motoristů navíc zjistilo, že nemají přístup ke službám autorizovaných servisních středisek. Důvodem bylo ukončení činnosti autorizovaných servisních středisek po odchodu západních značek z trhu, což mělo za následek nedostatek vysoce kvalifikovaných odborníků schopných servisu vozidel zahraničních značek. V důsledku toho byli majitelé těchto vozidel nuceni hledat alternativní způsoby opravy, což zvyšovalo rizika pro spolehlivost a bezpečnost jejich vozidel.

Absence formální podpory ze strany výrobců se odrazila na kvalitě a dostupnosti poprodejšího servisu. Snížení počtu specialistů spolu s problémy v oblasti školení a certifikace nového personálu způsobilo potíže s řešením problémů s údržbou starších modelů vozidel. Namísto toho, aby obdrželi servis v souladu s normami výrobce, byli majitelé nuceni vyhledat pomoc od nezávislých servisních středisek, což vedlo ke zvýšení nákladů na náhradní díly, což vedlo ke zvýšení nákladů. V důsledku toho se majitelé vozů zahraničních značek potýkali se zvýšeným stupněm problémů, včetně zvýšených nákladů na opravy, nedostatku náhradních dílů a nemožnosti přístupu ke kvalitním službám. To zvýšilo provozní složitost a finanční zátěž spojenou s těmito vozidly.

7.1.2 Panika na automobilovém trhu a růst cen ojetých automobilů

Po začátku války prošel ruský automobilový trh významnými transformacemi, které měly značný vliv na ceny nových i ojetých vozidel. Uprostřed převládajícího stavu nedostatku a omezení uvalených v souvislosti s mezinárodními sankcemi došlo k prudké eskalaci cen

automobilů. Tento jev lze připsat souběhu faktorů, včetně nedostatku automobilů, eskalující míry inflace a zvyšujících se nákladů na logistiku.

Zvýšení poptávky po automobilech:

Růst poptávky po automobilech byl připisován snižování zbývajících zásob nových vozů zahraničních značek. Tento jev lze přičíst pozastavení provozu v Rusku ze strany velkých mezinárodních výrobců automobilů, včetně Fordu, Renaultu, Nissanu a Volkswagenu. Výsledný nedostatek vozidel zahraničních značek urychlil podstatné zvýšení cen. Například v roce 2022 cena nových vozidel zahraničních značek v Rusku eskalovala o 30–50 %, v závislosti na konkrétním modelu. Zejména došlo k prudkému nárůstu cen, zejména u modelů, které si dříve udržovaly relativně nízké ceny. Ilustrativním příkladem tohoto jevu jsou případy Toyoty Corolla, která zaznamenala nárůst ceny o 25 %, a Toyoty Camry, která zaznamenala nárůst ceny o ohromujících 35–40 %.

Pro ilustraci, pokud byla průměrná cena Toyoty Camry v roce 2021 přibližně 2,5 milionu rublů, v roce 2022 by mohla dosáhnout 3,5 milionu rublů nebo více, což představuje nárůst o 40 %. Podobná situace byla pozorována i u jiných značek, jako je Hyundai Tucson a Kia Sportage, kde se nárůst ceny u těchto modelů pohyboval od 25 % do 40 %.

Růst popularity ojetých automobilů:

Nárůst poptávky po ojetých vozech byl připisován celosvětovému nedostatku nových vozidel, což vyvolalo značný nárůst poptávky po ojetých automobilech. V roce 2022 trh s ojetými vozy v Rusku vykázal silný růst s odhadovaným nárůstem o 20–25 %. Zvláštní zájem byl pozorován u vozidel, která byla dříve považována za méně populární, což naznačuje posun v preferencích spotřebitelů. Tento trend je patrný nejen mezi soukromými kupujícími, ale také mezi prodejci automobilů, kteří stále častěji získávají ojetá vozidla s úmyslem následného prodeje.

Trh zaznamenal v roce 2022 nárůst cen ojetých vozů o 30–40 % v závislosti na modelu a roku výroby. Například cena ojetého vozu Hyundai Solaris (modelový rok 2017–2018) v roce 2022 vzrostla z 900 tisíc rublů na 1,2 milionu rublů, což představuje téměř 30% nárůst. Kromě toho náklady na ojetá auta s najetými kilometry 5–7 let vzrostly o 20–35 %, což je vývoj, díky kterému jsou tato vozidla téměř stejně nákladná jako nová.

Co si o tom myslí, Andrej Chuprynin, ředitel společnosti We Love Auto, ohledně rostoucí popularity ojetých automobilů:

„Když to všechno začínalo, lidé opravdu nechápali, co se děje, a panovalo hodně paniky. Poptávka po autech byla minimální a všichni čekali, že ceny budou klesat. Ale už po několika měsících se situace radikálně změnila.

Když bylo jasné, že nové automobily nebudou přicházet v potřebném množství a stará auta rychle podraží, začali kupující masivně vykupovat auta. V určitém okamžiku bylo vidět, jak lidé doslova vytrhávali auta z autosalonů a trhu s ojetými vozy, aniž by přemýšleli o cenách.

Pro nás, jako podnikatele v oblasti prodeje ojetých automobilů, se situace stala mnohem složitější. Dříve jsme měli jasnou představu o tom, kde a jak nakupovat auta k dalšímu prodeji – na aukcích, od soukromých prodejců nebo od velkých dealerů. Ale od okamžiku, kdy poptávka začala růst a dodávky aut ze zahraničí se staly obtížnými, jsme čelili skutečnému problému. Nešlo už jen o to najít auta, ale také garantovat jejich kvalitu a původ. Začali jsme pracovat na hranici možností, abychom našim klientům zajistili auta, která odpovídají jejich požadavkům. Trh se zásadně změnil a těm, kteří se nedokázali přizpůsobit, se začalo těžko přežívat. Ale ti, kteří se dokázali přizpůsobit logistice a najít nové cesty k nákupu, dnes zůstávají lídry na trhu.“

Můj názor:

„Plně souhlasím s názorem svého otce. Opravdu jsme byli svědky toho, jak rychle se trh změnil a jak bylo důležité rychle se přizpůsobit nové realitě. Na začátku krize mnoho lidí nechápalo, co se přesně děje, a byli opatrní, ale jakmile se ukázalo, že nedostatek nových automobilů bude pokračovat, začaly nastávat náhlé změny. Pro mě osobně bylo překvapivé, jak rychle lidé začali přijímat rozhodnutí a brali auta ihned. Samozřejmě pro byznys to byla skutečná výzva, protože dříve jsme si mohli vybírat auta na prodej, ale nyní se tento proces stal mnohem složitější. Bylo velmi důležité zůstat flexibilní a hledat nové zdroje pro nákup aut. Jsem si jistý, že toto období bylo pro nás všechny dobrým poučením — naučili jsme se rychleji reagovat na změny a pracovat v podmínkách vysoké nejistoty.“

8 PRONIKÁNÍ ČÍNSKÝCH AUTOMOBILŮ NA RUSKÝ TRH

Nikitin A. (2023) uvádí, že Ruský automobilový trh byl zpočátku orientován na evropské, japonské a americké značky, které na trhu dominovaly po mnoho desetiletí. Na začátku 21. století však v zemi výrazně vzrostla přítomnost čínských automobilů, která rychle rostla. Zpočátku byla čínská auta vnímána s nedůvěrou kvůli jejich vnímané nestandardní kvalitě a nedostatečně rozvinutým servisním podpůrným sítím. Postupem času však toto vnímání prošlo výrazným posunem. Zvláště významná fáze růstu pro čínský automobilový průmysl nastala po roce 2022, kdy přední západní výrobci automobilů opustili ruský trh kvůli geopolitickým posunům. Tento vývoj vedl k dostupnosti významného segmentu trhu, který čínští výrobci dokázali obsadit, a tím výrazně zvýšit svůj podíl na trhu.

Nabídka čínských vozů nyní zahrnuje všechny segmenty trhu, od ekonomických modelů po prémiová vozidla a elektromobily. Důvody jejich popularity jsou dva: snížená konkurence západních značek a vlastní kvalita samotných vozidel. Tato kapitola se bude zabývat historickým procesem pronikání čínských značek do Ruska, klíčovými fázemi jejich vývoje a ekonomickými a politickými faktory přispívajícími k posílení jejich tržní pozice.

8.1.1 Historický přehled

První vlna pronikání čínských automobilů do Ruska (2000–2010)

Na začátku 21. století došlo na ruský trh k přílivu čínských výrobců automobilů. Prvními značkami, které se v zemi objevily, byly Chery, Great Wall, Geely a BYD. Tyto společnosti nabízely vozy za výrazně nižší ceny než jejich západní a japonské konkurenti. Je však třeba poznamenat, že čínská auta v této době čelila řadě výzev:

- **Nízká kvalita výroby a materiálů.** Vozidla vykazovala problémy, jako je koroze karoserie, nespolehlivé motory a nedostatečná zvuková izolace.
- **Slabá reputace.** Ruští spotřebitelé vnímali čínská auta jako nespolehlivá, což omezovalo jejich rozšíření.
- **Nedostatek servisní sítě.** Nedostatek náhradních dílů a servisních středisek dále umocnil výzvy, kterým spotřebitelé čelí.

Podle agentury „Avtostat“ byl tržní podíl čínských aut v Rusku v roce 2010 pouze 2 %, což odráží nedůvěru kupujících. Do roku 2015 se však toto číslo zvýšilo na 3,5 %, což naznačuje postupný nárůst zájmu o čínské značky.

Přesto čínské společnosti aktivně pracují na zlepšování kvality, studují zkušenosti západních a japonských výrobců a zvyšují lokalizaci výroby.

8.1.2 Nová fáze vývoje (2022 a dále)

Geopolitická situace a odchod západních značek

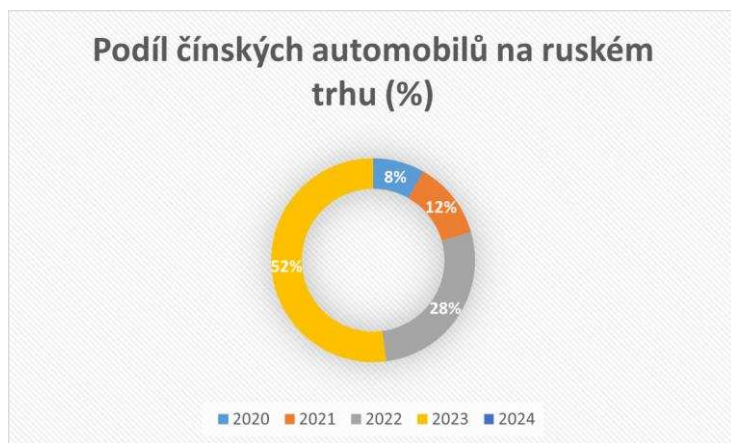
Po zahájení speciální vojenské operace (SVO) v roce 2022 se řada západních výrobců automobilů (mimo jiné včetně Volkswagenu, Renaultu, Toyoty a BMW) rozhodla buď pozastavit nebo úplně ukončit své operace v Ruské federaci. Tento vývoj urychlil strmý pokles nabídky nových vozů na trhu, a tím vytvořil příležitosti pro alternativní účastníky trhu. Podle Avtostatu se tržní podíl čínských aut v Rusku zvýšil z 9 % v roce 2021 na 38 % v roce 2023 a podle prognóz by do roku 2025 mohl překročit 50 %.

Uvolnění tržního segmentu pro čínské výrobce

Stažení západních společností vytvořilo příznivé prostředí pro šíření čínských značek. Došlo k rychlému nárůstu jejich podílu na trhu v Rusku, protože:

- Bylo to především kvůli rychlému obsazení prázdných továren a obchodních prostor čínskými výrobci.
- Podstatné rozšíření nabídky dostupných vozidel, včetně prémiových a elektrických modelů.
- Kvalita čínských vozů se výrazně zlepšila díky moderním technologiím a spolupráci s předními světovými společnostmi.

Pro ilustraci tohoto trendu lze uvést následující grafů:



Tabulka 4 Podíl čínských automobilů na ruském trhu

Zdroj: Avtostat.ru

8.1.3 Důvody nízké poptávky po čínských automobilech do roku 2022

Navzdory přítomnosti čínských vozů na ruském trhu od počátku 21. století zůstal jejich podíl na trhu relativně nízký až do roku 2022. Nedostatečnou výkonnost čínských vozů lze přičíst několika faktorům:

Předsudky vůči kvalitě

Během prvních let jejich uvedení na trh v Rusku byly čínské automobily sužovány kritikou ohledně jejich nestandardní výroby a nespolehlivého výkonu. Mezi hlavní zjištěné nedostatky patřily:

- Nedostatek účinné antikorozní ochrany karoserie vozidla, což má za následek zrychlenou korozi.
- Použití levných materiálů v interiéru, které rychle ztratily svůj původní vzhled.
- Technické problémy s motory, převodovkami a elektronikou.
- Nedostatečná úroveň bezpečnosti podle evropských norem.

Tato nepříznivá pověst měla nepříznivý vliv na prodejní výkonnost čínských výrobců automobilů, přičemž mnoho spotřebitelů se rozhodlo pro ojeté evropské nebo japonské modely před novými čínskými alternativami.

Omezený výběr modelů a slabá technická výbava

Do roku 2022 byla nabídka čínských vozů v Rusku poměrně omezená a často se soustředila na levné segmenty. Mezi hlavní problémy, které se během tohoto období vyskytly, patřily:

- Absence moderních technologií včetně pokročilých asistenčních systémů, hybridních pohonů a sofistikovaných multimediálních systémů.
- Nedostatek modelů ve vyšších segmentech, což odrazovalo zákazníky hledající prémiovější možnosti.
- Ve srovnání s rozsáhlejší nabídkou evropských a japonských konkurentů byl navíc nedostatek elektromobilů a ekologických pohonů.

Například v roce 2019 představovaly modely SUV 65 % prodeje čínských značek v Rusku, zatímco segmenty sedan a hatchback byly zastoupeny jen okrajově. To omezilo atraktivitu značky pro širší skupinu zákazníků.

Konkurence s evropskými, japonskými a korejskými značkami

Do roku 2022 dominovali na ruském trhu etablovaní výrobci automobilů z Evropy, Japonska a Jižní Koreje. Tito výrobci nabízeli:

- Dlouholetou pověst pro kvality a spolehlivosti.
- Širokou servisní síť a dostupnost náhradních dílů.
- Dobrou zůstatkovou hodnotu při následném prodeji.

Statistická analýza z (Autostatu) ukazuje, že v roce 2020 tvořily evropské a japonské značky přibližně 75 % nových vozů prodaných v Rusku, zatímco podíl čínských značek nepřesáhl 6 %. V důsledku toho se čínští výrobci po značnou dobu nemohli stát hlavními hráči na trhu.

Tyto faktory měly podstatný vliv na poptávku po čínských automobilech před rokem 2022. Geopolitické události posledních několika let však spolu se strategickým stažením velkých západních výrobců vytvořily významnou příležitost pro čínské značky rozšířit svou přítomnost ve všech segmentech ruského trhu.

8.2 Čínské značky dominující na ruském trhu

V posledních letech došlo k výraznému nárůstu tržního podílu čínských výrobců automobilů na ruském trhu, zejména po odchodu řady západních společností. V roce 2023 dosáhl tržní podíl čínských společností v Rusku 51 %. Následující diskuse prozkoumá nejvýznamnější značky, jejich příslušné modely, objemy prodeje a cenové rozpětí.

8.2.1 Populární značky a modely

1. Chery

Chery je přední čínská značka, která dosáhla pozoruhodného úspěchu na ruském trhu. Společnost nabízí širokou škálu modelů SUV, které se vyznačují konkurenceschopnou cenou, moderními technologiemi a odpovídající výbavou. Pozoruhodné modely, jako jsou Tiggo 7 Pro a Tiggo 8 Pro, si získaly významnou popularitu, což lze přičíst jejich cenové dostupnosti spojené s komplexní řadou standardních funkcí.

2. Haval

Haval, dceřiná společnost Great Wall Motors, se specializuje na výrobu SUV. Její modely, včetně Haval H6 a Jolion, dosáhly v Rusku významného komerčního úspěchu. Značka si získala důvěru ruských zákazníků nabídkou dobrého poměru ceny a kvality, spolehlivých motorů a moderních technologií.

3. Geely

Geely představuje významnou čínskou automobilovou značku, která si úspěšně vybudovala podstatnou přítomnost na ruském trhu. Modely jako Coolray a Atlas Pro si získaly oblibu pro svůj dynamický design, moderní systémy infotainmentu a účinné motory. Geely navíc investuje do vývoje hybridních a elektrických vozidel, což je krok, který posiluje její konkurenceschopnost na globálním automobilovém trhu.

4. Changan

Changan se postupně etabluje jako významný uchazeč na ruském trhu. Model CS35 Plus, oblíbený kompaktní crossover, se vyznačuje kombinací pohodlí a cenové dostupnosti. Changan oznámil svůj záměr rozšířit svou nabídku o nové hybridní a elektrické modely.

5. Omoda

Changan se postupně etabluje jako hlavní uchazeč na ruském trhu. CS35 Plus, oblíbený kompaktní crossover, se vyznačuje kombinací pohodlí a cenové dostupnosti. V rámci strategického kroku Changan oznámil svůj záměr rozšířit svou produktovou řadu představením nových hybridních a elektrických modelů.

6. Exeed

Changan se postupně etabluje jako hlavní uchazeč na ruském trhu. CS35 Plus, oblíbený kompaktní crossover, se vyznačuje kombinací pohodlí a cenové dostupnosti. V rámci strategického kroku Changan oznámil svůj záměr rozšířit svou produktovou řadu představením nových hybridních a elektrických modelů.

Značka	Model	Prodej v roce 2023	Průměrná cena (RUB)
Chery	Tiggo 7 Pro	118 950	od 1 800 000
Haval	Jolion	111 720	od 1 949 000
Geely	Coolray	93 553	od 1 800 000
Changan	CS35 Plus	47 765	od 1 321 200
Omoda	C5	41 983	od 2 000 000
Exeed	TXL	42 152	od 2 591 000

Tabulka 5 Prodej nejpopulárnějších čínských automobilů v Rusku v roce 2023

Zdroj: Avtostat.ru

Prodejnost čínských vozidel v Rusku ovlivňují následující faktory:

- **Vládní politika a cla:** Ruská vláda poskytuje čínským automobilkám různé pobídky, jako jsou nižší dovozní cla nebo daňové zvýhodnění pro hybridy a elektrická vozidla.
- **Zlepšení dostupnosti služeb a dílů:** Čínské značky vyčleňují značné zdroje na zřízení servisních středisek a vývoj logistických systémů náhradních dílů s cílem řešit obavy zákazníků ohledně oprav vozidel.
- **Kultura a marketing:** Čínští výrobci vyčleňují značné zdroje na marketingové iniciativy, včetně spolupráce s ruskými influencery a sponzorování významných akcí.
- **Financování a leasing:** Dostupnost výhodných leasingových a úvěrových programů od čínských a ruských bank.

V důsledku toho tyto faktory přispívají ke zvýšení tržního podílu čínských automobilů v Rusku a jejich rostoucí popularitě mezi spotřebiteli.

Noví hráči na trhu

Kromě zavedených značek na ruském trhu roste přítomnost nových čínských automobilek, které rychle získávají podíl na trhu díky poskytování konkurenceschopných cen, moderních technologií a dostupnosti.

- **Tank** – robustní off-roadová značka od Great Wall Motors, která se zaměřuje na prémiová SUV a terénní vozy. Modely Tank 300 a Tank 500 dosáhly v Rusku značné popularity a konkurují zavedeným značkám z Japonska a Německa. Očekává se i větší model Tank 700 s třilitrovým motorem V6.
- **BYD** – významný hráč na trhu s elektrickými a hybridními vozidly, podniká v Rusku ambiciózní plány na expanzi. Model BYD Tang (plně elektrické SUV) si získal oblibu díky dlouhému dojezdu (cca 600 km) a prémiové výbavě. Mezi další modely řady BYD patří BYD Han (elektrický sedan) a BYD Song Plus (hybridní crossover). Kromě toho BYD vyčleňuje zdroje na rozvoj sítě nabíjecích stanic v Ruské federaci.
- **Lixiang (Li Auto)** – je výrobcem hybridních SUV se specializací na technologii elektromobilů s prodlouženým dojezdem (EREV). Například model Li Auto L9 nabízí působivý dojezd až 1 300 km, podporovaný benzínovým generátorem. Modely Li Auto L7 a L8, které jsou umístěny v prémiovém segmentu, mají být uvedeny na trh v roce 2024.

8.2.2 Faktory ovlivňující růst čínských značek v Rusku

Liu, J (2024) píše růst čínských automobilů na ruském trhu ovlivňují následující faktory:

1. Uvolněný trh po odchodu západních značek

Následky stažení západních značek z ruského trhu vedly k posunu paradigmatu v automobilovém průmyslu. Válka podnítila strategický odchod západních výrobců automobilů z ruského trhu, což vytvořilo významnou příležitost pro čínské značky, aby si vybudovaly silnější přítomnost. Toto stažení vedlo k podstatnému snížení konkurenčního tlaku, čímž se čínským výrobcům automobilů vytvořila příležitost etablovat se jako alternativa k evropským a americkým značkám. Tento posun umožnil čínským výrobcům automobilů rychle obsadit výslednou prázdnotu, což následně vedlo k podstatnému rozšíření jejich podílu na trhu. Tento posun dále usnadnila vláda, která zavedla různé pobídky a snížila daňové bariéry pro čínské výrobce.

2. Konkurenční ceny v porovnání s korejskými a evropskými vozy

Čínští výrobci automobilů nabízejí modely, které jsou cenově dostupné a bohaté na funkce a často překonávají očekávání zákazníků vzhledem k ceně. V souvislosti s rostoucí inflací a ekonomickými výzvami si zákazníci začali více uvědomovat cenu, díky čemuž jsou čínské značky atraktivní volbou díky jejich konkurenční cenové strategii. Produkty značek jako BYD, Changan a Geely jim umožňují nabízet vozy s bohatými funkcemi za přijatelnější ceny, což je příznivě odlišuje od korejské a evropské konkurence, zejména v segmentu střední a nižší třídy.

3. Lepší kvalita a výbava nových modelů

V posledních letech došlo k výraznému zlepšení kvality vozů vyráběných čínskými výrobci. Integrace moderních technologií, pečlivých výrobních procesů a pokročilého designu vedla k podstatnému sblížení čínských modelů s evropskými a japonskými standardy. Mezi pozoruhodné vlastnosti čínských vozidel patří pokročilé asistenční systémy pro řidiče, větší obrazovky infotainmentu, parkovací asistenční systémy a bezdrátové nabíjení. Čínské značky navíc začaly klást důraz na komfort a luxusní prvky i v nižších segmentech, čímž přilákaly širokou zákaznickou základnu.

4. Rozvoj servisní sítě a dostupnost náhradních dílů

Čínští výrobci automobilů upřednostňují rozvoj rozsáhlých servisních sítí a zajištění dostupnosti náhradních dílů, což je strategie, která je klíčová pro pěstování loajality zákazníků. Čínské značky působící na ruském trhu vyčleňují prostředky na rozšíření autorizovaných servisních středisek, čímž zajišťují svým klientům poskytování pohodlných služeb údržby automobilů. Náhradní díly jsou k dispozici také v Rusku, což výrazně zlepšuje celkový zážitek z vlastnictví vozu. To zahrnuje jak konvenční náhradní díly, tak komponenty určené pro použití

v elektrických a hybridních vozidlech, které čínští výrobci automobilů postupně zavádějí na ruský trh. V rámci rozsáhlé servisní sítě si čínské značky konkurují nejen cenou, ale také zajištěním spolehlivosti a dlouhé životnosti svých vozidel.

Značka	Počet prodaných kusů	Nárůst prodejů (%)
Chery	118 950	172%
Haval	111 720	71%
Geely	93 553	58%
Changan	47 765	735%
Omoda	41 983	2853%
Exeed	42 152	215%

Tabulka 6 Prodejní statistiky čínských značek v Rusku v roce 2024

Zdroj: Avtostat.ru

8.3 Perspektivy čínských značek v Rusku

Ivanova, E.S (2024) říká že do budoucna lze očekávat:

Růst elektromobilů – Expanze sektoru elektrických vozidel je klíčovým vývojem v automobilovém průmyslu, přičemž čínští výrobci demonstrují výrazné zaměření na elektromobilitu a strategický záměr diverzifikovat svou nabídku v této oblasti. Tento strategický krok není pouze reakcí na globální trend směrem k udržitelnější dopravě, ale také na rostoucí poptávku po ekologických vozidlech v Rusku. Čínské značky jako **BYD** a **XPeng** plánují do roku 2025 zvýšit podíl elektrických vozidel ve svém ruském portfoliu se záměrem představit modely s delším dojezdem a rychlejším nabíjením. Konkurenceschopnost čínských vozů v této oblasti je způsobena dvěma klíčovými faktory: nižšími cenami a vysoce kvalitní technologií baterií. Rozvoj infrastruktury nabíjení elektromobilů v Rusku je identifikován jako klíčový faktor úspěchu tohoto úsilí.

Lokalizaci výroby – Zadruhé je řešena otázka výroby s ohledem na potenciální místa pro montážní závody v Rusku. To je motivováno snahou snížit náklady na dopravu a přizpůsobit se konkrétním požadavkům ruského trhu. Lokalizace výroby – Řada čínských výrobců automobilů zvažuje zřízení montážních závodů v Rusku s cílem snížit náklady na dopravu a lépe sladit své produkty se zvláštními požadavky ruského trhu. Tato potenciální lokalizace výroby by mohla vést ke snížení cen vozidel a usnadnit přístup k náhradním dílům a servisu. Pro čínské značky by to znamenalo i zvýšení jejich dostupnosti a rychlejší přizpůsobení místním normám a předpisům. **BYD** například uvažuje o zřízení montážních závodů ve východním regionu Ruska, což je krok, který by těmto značkám mohl pomoci zvýšit jejich konkurenceschopnost s domácími výrobci, jako je **AvtoVAZ** nebo **UAZ**.

Zlepšení vnímání kvality – Čínské značky zažívají výrazný nárůst investic do vývoje nových modelů, které vykazují vyšší úroveň bezpečnosti, spolehlivosti a technické vyspělosti. Nové čínské modely aut obsahují pokročilé asistenční systémy, vyšší úroveň materiálů interiéru a lepší ochranu proti nárazu. Je pozoruhodné, že některé modely již dosáhly standardů Euro NCAP a získaly pozitivní hodnocení, což přispívá k posunu ve vnímání kvality čínských vozidel. Je proto životně důležité, aby čínští výrobci automobilů pokračovali ve zlepšování své image, aby přilákali širší veřejnost, včetně těch, kteří byli dříve skeptičtí k jejich kvalitě.

8.3.1 Výzvy pro čínské automobilky na ruském trhu

Podle RBC.ru (2024) konkurence ruských výrobců (AvtoVAZ, Moskvíč, UAZ) Navzdory růstu čínských značek na ruském trhu představují domácí výrobci jako AvtoVAZ, Moskvíč a UAZ i nadále obrovskou výzvu. Rusko má dlouhou tradici automobilového průmyslu a mnoho ruských zákazníků stále preferuje místní značky, které jsou považovány za cenově výhodnější a snadněji se obsluhují. V reakci na rostoucí poptávku po moderních vozidlech představily AvtoVAZ i UAZ nové modely, včetně elektrických verzí. Tento vývoj naznačuje potenciální výzvu pro čínské automobilky, pokud nebudou schopny dostatečně rychle inovovat a přizpůsobit svou nabídku ruskému trhu.

Ekonomická nejistota– nestabilní měna a potenciální obchodní omezení Ruský trh je nadále charakterizován zvýšenou ekonomickou nejistotou. Kolísání směnného kurzu rublu, inflace a nejistota ohledně mezinárodních obchodních vztahů mohou mít negativní vliv na stabilitu automobilového trhu. To může vést k tomu, že čínští výrobci automobilů dovážející komponenty a vozidla do Ruska budou čelit zvýšenému tlaku v důsledku zvýšených výrobních a dovozních nákladů. Zavedení nových obchodních překážek nebo změny v obchodních dohodách mezi Ruskem a Čínou mohou také ovlivnit jejich schopnost udržet konkurenceschopné ceny a ziskovost.

Spotřebitelská důvěra – část ruských zákazníků stále preferuje osvědčené evropské nebo japonské značky Navzdory rostoucí popularitě čínských značek na globálním automobilovém trhu segment ruských spotřebitelů nadále upřednostňuje zavedené evropské a japonské značky, jako jsou Toyota, Volkswagen a BMW. Tato preference je připisována vnímání těchto značek jako dlouhodobě spolehlivé a vysoce kvalitní. Je proto životně důležité, aby čínští výrobci automobilů upřednostnili vytvoření důvěry mezi ruskými spotřebiteli. To musí zahrnovat nejen zvyšování kvality produktů, ale také poskytování efektivního poprodejního servisu a zajištění dostupnosti náhradních dílů.

8.3.2 Finanční pobídky

1. Nabídky s výhodnými úvěry a leasingem

Kromě nulových úrokových sazeb nabízejí čínští výrobci automobilů flexibilní programy, včetně počátečních vkladů, které mohou být 0 % nebo výrazně nižší. To má za následek výrazné snížení překážek nákupu. Prominentní společnosti jako BYD a Geely spolupracují s významnými bankovními institucemi v Rusku na poskytování výhodných možností financování, včetně sezónních slev na úvěry a leasing. Čínští výrobci jsou například schopni nabídnout dlouhodobé financování až na sedm let, čímž rozšíří dostupnost svých vozidel pro širší demografickou skupinu.

Leasingové programy jsou stále populárnější jak mezi malými a středními firmami, tak i v korporátním segmentu, kde mohou firmy obnovovat své vozové parky bez velkých kapitálových výdajů. Čínské značky navíc zahajují poskytování leasingu s možností koupě na konci smluvního období, čímž se vozidla stávají atraktivnějšími pro potenciální kupce.

2. Záruky na dlouhou dobu (5–7 let)

Poskytování dlouhodobých záruk se ukázalo jako klíčový faktor při posilování důvěry ruských spotřebitelů v čínské značky. Ukázalo se, že poskytování prodloužených záruk vyvolává u spotřebitelů větší pocit bezpečí s ohledem na kvalitu a životnost vozidla. Například Geely nabízí záruku až pět let na celou svou modelovou řadu, zatímco BYD poskytuje záruky na baterie pro elektromobily s dobou trvání až osm let. Tyto rozšířené záruky hrají klíčovou roli při řešení obav spotřebitelů, zejména těch, kteří se dříve vyhýbali čínským automobilům kvůli výhradám ohledně jejich kvality.

Je důležité, že čínské společnosti zahajují poskytování doplňkových služeb v rámci záruky, včetně pravidelných bezplatných kontrol, což je vývoj, který je zvláště výhodný pro zákazníky, kteří upřednostňují spolehlivost a snadnost použití.

8.3.3 Spolupráce s dealery

Otevření velkého počtu salónů po celé zemi Aby čínské automobilové značky rozšířily svůj podíl na trhu v Ruské federaci, vyčleňují finanční prostředky na zakládání nových obchodních zastoupení, a to jak ve velkých metropolích, tak v méně zalidněných regionech. Významným pokrokem v tomto ohledu bylo zřízení sítě mobilních autosalonů, které mají kapacitu pro provoz ve vzdálenějších regionech a usnadňují tak lepší dostupnost čínským vozidlům. Například Geely a BYD vyvíjejí programy, které zákazníkům umožňují objednat si testovací jízdy a konzultace prostřednictvím mobilních platforem s možností návštěvy stránek.

Velký význam má také zavádění nových služeb. V tomto ohledu je pozoruhodné, že čínské automobilové značky podnikají iniciativy ke zřízení autorizovaných servisních stanic a

servisních středisek v Rusku. Tato zařízení se nevěnují pouze opravám, ale nabízejí také řadu doplňkových služeb, včetně ladění, detailů a dalších možností přizpůsobení vozidla.

Podpora velkých dealerských sítí Čínské značky nabízejí své vlastní jedinečné bonusové programy pro prodejce s cílem stimulovat prodej a zlepšit služby zákazníkům. Například BYD a Great Wall poskytují prodejcům marketingové materiály a školení zaměstnanců a zároveň se podílejí na vytváření místních reklamních kampaní a akcí ke stimulaci poptávky. Tyto pobídky zahrnují sezónní slevy, dárky pro zákazníky a bonusy za prodej konkrétních modelů.

Čínští výrobci automobilů navíc svolávají každoroční setkání a školení pro své prodejce s cílem předat znalosti o současných trendech na trhu a nejnovějších pokrocích v oblasti výroby automobilů. Školení zahrnují nejen technické znalosti, ale také řízení prodeje a zákaznický servis, čímž přispívají ke zvyšování kvality služeb a podporují zvýšenou loajalitu zákazníků

8.4 Počet salónů čínských automobilů v Rusku k současné době

- Čínské automobilové značky, včetně BYD, Great Wall, Geely a Chery, mimo jiné, prokazují výrazný sklon k rozšíření své přítomnosti na ruském trhu. V roce 2024 došlo k 40-50 % nárůstu počtu čínských autobazarů oproti předchozím letům. Tento vývoj svědčí o trvalém nárůstu zájmu spotřebitelů o čínské automobilové značky, a to i přes pokračující omezení uvalená západními výrobci.
- Prognózy naznačují pokračování tohoto trendu, přičemž projekce naznačují, že do roku 2025 může počet prodejců čínských značek v Rusku dosáhnout 5 000, což představuje přibližně 70 % celkového podílu na trhu. Předpokládá se, že do roku 2025 může počet zastoupení čínské značky v Rusku dosáhnout 5 000, což by představovalo přibližně 70 % všech prodejců na trhu.

Regionální struktura

Která města jsou nejvíce pokryta:

- Moskva a Petrohrad nadále fungují jako primární kontaktní místa pro čínské výrobce automobilů. V posledních letech však vzrostl zájem o další velká města, včetně Kazaně, Samary a Jekatěrinburgu, kde si čínské vozy získávají na oblibě.
- Čeljabinsk, Novosibirsk, Kazaň a Rostov na Donu také zažívají aktivní rozšiřování svých dealerských sítí.

Otevření nových dealerských center v malých a středních městech:

V roce 2024 mají čínští výrobci automobilů založit 40 nových obchodních zastoupení ve městech s počtem obyvatel pod 1 milion. Například čínský výrobce automobilů BYD otevřel

nové showroomy v Tule, Rjazani a Saratově. Tento vývoj svědčí o širší strategii expanze zaměřené na zlepšení dostupnosti čínských automobilových značek pro širší demografickou skupinu.

8.5 Rozhovor s Nikolajem Šapovalenkem



Obr. 2 Manažer Haval

Zdroj: Autor

Otázka: Nikolaji, pracovali jste ve společnosti Haval tři roky. Jak byste zhodnotil výhody a nevýhody čínských automobilů, na základě vašich zkušeností uvnitř společnosti?

Odpověď: *Především čínské automobily v posledních letech značně zlepšily. Jednou z největších výhod je cena. Čínské vozy nabízejí vynikající poměr cena/kvalita, což je činí dostupnými pro širokou veřejnost. Uvnitř společnosti jsme viděli, jak čínské značky rychle zavádějí nové technologie, jako jsou pokročilé bezpečnostní systémy, multimediální systémy a efektivní motory. K tomu velká záruka na vozy — to je pro zákazníky také důležitý faktor, zejména v Rusku, kde je vztah ke kvalitě a dlouhověkosti automobilů vždy klíčový.*

Otázka: A v čem vidíte nevýhody čínských automobilů?

Odpověď: *Podle mého názoru existuje několik aspektů, které zatím ne vždy splňují očekávání zákazníků. Za prvé, i když došlo k velkému zlepšení, čínské vozy stále zaostávají za japonskými a korejskými značkami, pokud jde o spolehlivost. To souvisí s tím, že výroba čínských automobilů je stále poměrně mladá, a společnosti neustále zlepšují své výrobní standardy. Za druhé, i když čínské automobily nabízejí skvělé vybavení, některé modely mohou zaostávat v oblasti dynamiky nebo komfortu při dlouhých jízdách. To se samozřejmě mění každým rokem, ale přesto zůstávají oblasti, kde čínské značky ještě nedohonily lídry.*

Otázka: Proč, i přes všechny výhody, jste se rozhodl opustit společnost Haval?

Odpověď: *Bylo to těžké rozhodnutí, ale cítil jsem, že potřebuji růst v jiném směru. V určitém okamžiku jsem si uvědomil, že moje cíle nejsou úplně v souladu s těmi, které si společnost stanovila. Věřil jsem v čínské automobily, ale cítil jsem, že Haval příliš mnoho pozornosti věnoval kvantitativním výsledkům, zatímco já jsem chtěl pracovat na produktu podrobněji, se zaměřením na kvalitu a dlouhověkost. To byl klíčový faktor pro mé rozhodnutí odejít a hledal jsem příležitost pracovat v jiném typu společnosti.*

Otázka: A celkově, jak hodnotíte vyhlídky čínských značek na ruském trhu?

Odpověď: *Čínské značky mají skvělé vyhlídky. Po odchodu západních značek Číňané zaplnili mezeru a dnes jsou jejich automobily vnímány jako konkurenceschopné. Samozřejmě existují problémy se servisem, ale to je otázka času. Čínské značky investují velké prostředky do rozvoje servisní sítě a zlepšování kvality svých produktů. Myslím si, že v budoucnu čínské automobily budou dominovat ruskému trhu.*

Můj názor na rozhovor s Nikolajem Šapovalenkem

Když jsem vedl rozhovor s Nikolajem, bylo pro mě zajímavé zjistit, co si o čínských automobilech myslí člověk, který pracoval uvnitř společnosti Haval. Celkově souhlasím s jeho názorem na silné stránky čínských automobilů — cena, vybavení, záruka. To jsou opravdu důležité faktory, které přitahují zákazníky na ruském trhu. Jak správně poznamenal, čínské automobily se v posledních letech výrazně zlepšily, a to opravdu otevírá nové příležitosti pro tyto značky.

Nicméně, nesouhlasím úplně s jeho názorem na spolehlivost čínských automobilů. Nikolaj správně podotkl, že na začátku mohly čínské automobily mít problémy s kvalitou, ale já si myslím, že v současnosti

čínské značky, jako je Haval, svůj produkt výrazně zlepšily. Osobně vidím, jak čínské automobily postupně stávají stále spolehlivějšími a konkurenceschopnějšími ve srovnání s evropskými a korejskými modely. Samozřejmě jsou tu stále oblasti pro zlepšení, ale značky jako Haval neustále pracují na vylepšování svých modelů.

Co se týče důvodu, proč Nikolaj opustil společnost, mohu pochopit jeho rozhodnutí. V určitém okamžiku se každý člověk dostane do situace, kdy jeho osobní cíle a hodnoty nejsou v souladu s těmi, které si firma stanoví. Ale myslím si, že v takových situacích je důležité jít za svými přesvědčeními a rozvíjet se tím směrem, který je pro nás zajímavý. Pravděpodobně Nikolaj učinil správné rozhodnutí, a to mu dává možnost pokračovat ve své kariéře.

Celkově rozhovor s Nikolajem poskytuje dobrý pohled na situaci uvnitř společnosti a na to, co se děje na trhu čínských automobilů v Rusku. Jsem si jistý, že čínské značky budou i nadále rozvíjet své automobily a získávat důvěru ruských zákazníků.

8.5.1 Přeprdej ojetých automobilů čínské výroby: Situace a trendy

Situace na sekundárním trhu

Na ruském trhu s ojetými vozy roste obliba čínských aut. Přesto je důležité poznamenat, že jejich cena, poptávka a dynamika na sekundárním trhu se liší od tradičních evropských a korejských značek.

Jak rychle klesá cena čínských automobilů?

Liu, J. (2024) uvádí, že Čínská auta vykazují na sekundárním trhu rychlejší odpisy ve srovnání s modely evropských a korejských výrobců. Tento jev lze přičíst různým faktorům, včetně krátkodobého poklesu zájmu spotřebitelů o nové modely, problémům v dodávkách náhradních dílů a údržbě a nedostatečné loajalitě spotřebitelů ke značce. Například BYD Tang zaznamená během prvních tří let vlastnictví ztrátu přibližně 30 % své hodnoty, což je podstatně více než 20–25 % ztráta pozorovaná u podobných modelů od Hyundai nebo Kia. Čínská auta ztratí v průměru 20–25 % své hodnoty během prvního roku používání, což je poměrně rychlý proces. Je však třeba poznamenat, že čínské elektromobily, jako je BYD Tang nebo BYD, ztrácejí hodnotu pomaleji než tradiční benzinové modely. Tento jev lze přičíst rostoucí oblibě elektrických vozidel, která je řízena přísnými ekologickými předpisy a vyvíjejícím se vnímáním těchto vozidel spotřebiteli.

Model	Ztráta hodnoty za 1 rok	Ztráta hodnoty za 3 roky	Průměrná cena na trhu (rub.)
BYD Tang (elektrický)	25-30%	30-35%	3 200 000 - 3 500 000
Geely Coolray	20-25%	25-30%	1 400 000 - 1 600 000
Chery Tiggo	20-25%	25-28%	1 300 000 - 1 500 000
Hyundai Tucson	15-18%	20-22%	2 200 000 - 2 500 000
Volkswagen Tiguan	15-18%	18-22%	2 400 000 - 2 800 000

Tabulka 7 Dynamika cen na sekundárním trhu

Zdroj: Rbc.ru

Vliv na sekundární trh s čínskými automobily

Navzdory znehodnocení hodnoty, kterou zažívají čínské automobily, jsou i nadále životaschopnou možností na sekundárním trhu, především kvůli jejich počáteční nákladové efektivitě a široké dostupnosti. Například modely Geely Coolray a Chery Tiggo jsou mezi spotřebiteli nadále oblíbené, zejména ve velkých městech, kde existuje dobře rozvinutá síť servisních středisek a prodejců.

Poptávka po ojetých čínských automobilech

Dostupnost modelů

Na sekundárním trhu jsou čínské vozy běžně dostupné, zejména ve velkých městech, jako je Moskva a Petrohrad. V menších a středně velkých městech však může být výběr čínských vozů omezenější. Například v Moskvě je BYD Tang k dispozici více než 1 000 jednotek, zatímco v jiných městech může být toto číslo podstatně nižší, v rozmezí od 200 do 300 jednotek.

V oblastech, kde je nedostatek oficiálních prodejců, může být poptávka po čínských vozech nižší kvůli absenci servisních středisek a potížím se získáním záruky. V menších městech jsou oblíbenější cenově dostupnější čínské modely jako Geely Coolray nebo Chery Tiggo, které se stále častěji objevují na sekundárním trhu.

Vliv záruk na sekundární trh

Čínská auta často oslovují kupující na sekundárním trhu kvůli jejich dlouhodobým zárukám. Například Geely a Chery nabízejí záruky, které se prodlužují až na pět let nebo 150 000 kilometrů, což je ustanovení, které podstatně zvyšuje přitažlivost těchto vozidel na sekundárním

trhu. Záruka poskytuje kupujícím jistotu při nákupu ojetých vozidel, protože mají zajištěnou podporu od výrobce v případě problémů s vozidlem.

Naopak vozidla, která nebyla oficiálně dodána nebo se zárukou, se odepisují rychleji. Tento jev je patrný zejména u modelů čínských značek, jako je Nio nebo Xpeng, které díky své absenci na oficiálních kanálech a omezené servisní síti v Rusku zaznamenávají výraznější pokles hodnoty.

Model	Záruka (roky)	Zvýšení hodnoty na sekundárním trhu
BYD Tang	7	15-20%
Geely Coolray	5	10-15%
Chery Tiggo	5	12-17%
BYD Qin	5	18-20%
Nio ES6	5	5-10%

Tabulka 8 Vliv záruk na sekundárním trhu

Zdroj: Kommersant.ru

Podle Kommersantu.ru (2024) Čínské automobily na sekundárním trhu mají potenciál, ale pro většinu kupujících zůstávají stále poměrně rizikovou volbou. I když nabízejí moderní technologie, dobré záruky a dostupnou cenu, čínské automobily stále zaostávají v oblasti spolehlivosti a dlouhověkosti ve srovnání s evropskými a korejskými modely. Nicméně pro ty, kteří nechtějí přeplácat za známé značky a jsou připraveni zohlednit specifika s údržbou a možnými problémy s náhradními díly, mohou čínské automobily představovat dobré alternativy.

Zajímavé jsou zejména čínské elektromobily, které podle mého názoru budou růst, protože tato vozidla nabízejí nízké provozní náklady a dobré vyhlídky vzhledem k obecnému zájmu o ekologická vozidla.

Celkově vidím, že zájem o čínské automobily na sekundárním trhu bude nadále růst, zejména ve velkých městech, kde bude možné zřídit servisní podporu a záruky. Hlavní, co by měli kupující ojetých čínských automobilů zvážit, je přítomnost oficiálních servisních center a podmínky záruky, protože jejich absence může výrazně snížit atraktivitu těchto vozů na sekundárním trhu.

8.6 Zkušenosti majitelů čínských automobilů: Rozhovory a dojmy

Pro účely své diplomové práce jsem se rozhodl provést rozhovor se známými, kteří vlastní čínské automobily. Je zřejmé, že osoba známá jako Marat je vlastníkem Li Auto, zatímco Ilya je vlastníkem ZEEKER. Účastníci byli vyzváni, aby se podělili o podrobnosti o svých autech, včetně případných výhod a nevýhod, které vnímali, a aby popsali, jak lidé kolem nich reagovali na jejich volbu. Významným bodem, který se objevil, bylo, že oba jednotlivci dříve vlastnili vozy prémiových značek. Následující část představí prodejní čísla nejoblíbenějších čínských vozů v Rusku v roce 2023.

Rozhovor s majitelem Li Auto (Marat)

Interviewer: Vážený Marate, těší nás, že jste souhlasil s projednáním vaší nedávné akvizice vozidla od Li Auto. Rozhodnutí přejít od německého výrobce automobilů k čínskému je významným posunem, zejména vzhledem k tomu, že prvně jmenovaný má spojení s prémiovými a vysoce výkonnými vozidly. Mohl byste prosím upřesnit důvody tohoto přechodu?

Marat: *Zdravím vás. Vlastně jsem byl majitelem BMW řady 5. Diskutované vozidlo mělo vysokou úroveň, ale touha experimentovat s novou možností vedla k okamžitému upoutání pozornosti na model Li Auto. Cílem této studie je prozkoumat technologická řešení a možnosti, které nabízí hybridní model L9. Obzvláště působivé je multimediální rozhraní a autonomní funkce, které jsou u modelů prémiových značek k vidění jen zřídka, pokud vůbec. Například systém „inteligentního autopilota“, který aktivně pomáhá při zvládnání dopravní zácpy, není k dispozici ani v některých dražších evropských autech.*

Interviewer: Jaké obavy panovaly ohledně nákupu čínského automobilu v době rozhodování o jeho akvizici?

Marat: *Samozřejmě byly obavy ohledně kvality produktu. Ukázalo se, že automobil BMW vzbuzuje u svých uživatelů pocity důvěry. Li Auto však tato očekávání překonala. Montáž je vynikající kvality, materiály jsou na vysoké úrovni, zapracované moderní technologie jsou účinné, a hlavně cena je konkurenceschopná oproti prémiovým značkám. Zvláštním zdrojem spokojenosti byl inteligentní systém klimatizace, který automaticky upravuje teplotu v kabině podle denní doby, což BMW nemá.*

Interviewer: Jaká je spotřeba na Li Auto? Kolik kilometrů jsi na tomto autě najel, a byly nějaké problémy?

Marat: *Celková vzdálenost, kterou vozidlo dosud ujelo, je přibližně 25 000 kilometrů. Vůz si vede dobře, pokud jde o spotřebu paliva. Na dálnici se odhaduje spotřeba přibližně 6 litrů paliva*

na každých 100 ujetých kilometrů, zatímco v městských oblastech se toto číslo blíží 9-10 litrům. Pro hybridní vozidlo je to obzvláště chvályhodný výsledek. Proces byl zcela bezproblémový. Během tohoto období byla jediným provedeným zásahem plánovaná údržba, která vedla k bezproblémovému provozu systému.

Interviewer: Jak reagovali tvoji známí na tvůj výběr? Koupil jsi drahé čínské auto, když všichni jsou zvyklí na evropské značky?

Marat: *Reakce na toto rozhodnutí byly smíšené. Řada mých známých, kteří jezdí ve vozidlech Audi, Mercedes a BMW, byla zpočátku překvapena. Převládající představa o čínských autech byla, že mají horší kvalitu a nízkou cenu. Po zahájení diskuse o vozidle a jeho představení se však u mnoha jednotlivců projevil posun v pohledu. Je rozumné předpokládat, že v budoucnu bude stále větší počet jednotlivců poznávat čínská auta, zejména pokud prokážou standard kvality úměrný tomu, který byl pozorován. Nástup technologických inovací a doprovodné zlepšení dostupnosti služeb se ukázaly jako významné výhody.*

Interviewer: A kdybys měl nyní na výběr, vyměnil bys Li Auto za jinou značku?

Marat: *Abych byl upřímný, odpověď je negativní. I přes vyjádřené výhrady panuje s vozidlem vysoká spokojenost. Recenzovaný produkt nabízí všechny funkce, které se od něj vyžadují, a kvalita konstrukce je taková, že je těžké uvěřit, že jej vyrobila čínská společnost. Z hlediska výhod stojí za zmínku především kombinace ceny a technologie.*

Interviewer: Stále však existuje něco, co se ti na Li Auto nelíbí?

Marat: *Je pravděpodobné, že jediným faktorem, který je třeba vzít v úvahu, je dostupnost servisních středisek. V metropolitních oblastech to není významný problém; ve venkovských oblastech však zůstává síť služeb nedostatečně rozvinutá, což je zdrojem nepohodlí. Jsem však přesvědčen, že je to jen otázka času.*



Obr. 3 Auto Marata Li Auto L9

Zdroj: Autor

Rozhovor s majitelem ZEEKER (Ilya)

Interviewer: Ahoj, Ilya! Vlastníš ZEEKER, proč jsi zvolil čínskou značku místo toho, abys pokračoval v jízdě na Mercedesu?

Ilya: *Ahoj. Vlastně jsem dříve vlastnil vozidlo Mercedes-Benz třídy C a získal jsem z jeho vlastnictví velkou spokojenost. Když se však dozvěděli o modelu ZEEKER 001, který v sobě spojuje prvky stylu, technologie a elektrického pohonu, vyvolalo to pocit intrik. Bylo přijato rozhodnutí, že by to představovalo cennou příležitost prozkoumat alternativní přístup a experimentovat s novým přístupem. Nabídka byla atraktivní, zejména ve světle ceny a ujištění výrobce.*

Interviewer: Kolik jsi zaplatil za ZEEKER?

Ilya: *ZEEKER 001 byl pořízen v maximální konfiguraci s finančními náklady přibližně 4,2 milionu rublů. Vzhledem k technologiím a vlastnostem daného elektromobilu se cena jevila jako relativně konkurenceschopná ve srovnání s jeho evropskými protějšky, konkrétně BMW i4 a Audi e-tron. w*

Interviewer: Které doplňkové možnosti byly vybrány během procesu nákupu?

Ilya: *Výběr možností byl proveden se záměrem dosáhnout podstatného zlepšení komfortu a funkčnosti vozidla. Původně padlo rozhodnutí objednat panoramatickou střechu, což je volba, která se ukázala být esteticky příjemná a výhodná z hlediska výhledu, který poskytuje. Za druhé byl zvolen aktivní asistenční systém řidiče, jehož účelem je usnadnit navigaci v dopravních zácpách a na delších cestách. To je velmi pohodlná funkce, zejména pro ty, kteří tráví značné množství času ovládáním vozidla. Kromě toho bylo přijato rozhodnutí vylepšit audio systém s výsledkem, že kvalita zvuku je nyní na skutečně pozoruhodné úrovni.*

Interviewer: Tato studie zkoumá zkušenosti spotřebitelů, kteří si koupili ZEEKER, a zda měli nějaké obavy ohledně čínské značky.

Ilya: *Je samozřejmé, že byla přítomna určitá míra znepokojení. Vozidla Mercedes-Benz jsou synonymem kvality a spolehlivosti a prokazují své zkušenosti po mnoho let. Počáteční nejistota ohledně schopnosti čínského automobilu splnit stanovené normy je potvrzena. Tvzení značky o moderních technologiích a špičkových službách však byla dostatečně přesvědčivá. Po několika měsících vlastnictví ZEEKER je však zřejmé, že řada počátečních obav se částečně potvrdila.*

Interviewer: Byl bych Vám vděčný, kdybyste mi mohl poskytnout podrobnější popis aspektů vozidla, které považujete za nevyhovující.

Ilya: *Především kvalita sestavení je nestandardní. V některých případech bylo v interiéru vozidla zaznamenáno slyšitelné vrzání. Tento jev je poněkud neočekávaný, zejména ve vztahu k vozidlu v této cenové kategorii. V následující části je řešena problematika náchylnosti multimediálního systému k poruchám. Tento jev, charakterizovaný tím, že systém nereaguje, může být zdrojem frustrace, zejména pro jednotlivce, kteří jsou zvyklí na spolehlivost evropských značek. Kromě toho, navzdory příslibům špičkových technologií se domnívám, že produkt zcela nesplnil má očekávání.*

Interviewer: S jakými problémy jste se během operace setkali?

Ilya: *Jedním z hlavních problémů, na který jsme narazili, byl nedostatek servisních středisek v regionu. Tato nesnáze se projevila, když vozidlo vyžadovalo drobné opravy. Kromě toho může být obstarání náhradních součástí náročné a dodací lhůta může přesáhnout očekávání. Je zřejmé, že rozpor mezi udávaným dojezdem baterie a skutečným dojezdem, zejména za chladného počasí, vyvolává obavy.*

Interviewer: Účelem této studie je zjistit míru spotřeby ZEEKERu. Jaká je vzdálenost v kilometrech, kterou vozidlo ujelo? Vyskytly se nějaké problémy s vozidlem?

Ilya: *Za dobu přibližně 20 000 kilometrů spotřeba energie na 100 kilometrů překročila udávané údaje. Oproti v technických údajích stanovených 14 kWh na 100 kilometrů byla zjištěna zjištěná spotřeba cca 16 kWh. I když finanční důsledky nákupu elektrického vozidla nejsou tak extrémní jako u jiných automobilových technologií, je přesto důležité, aby byly splněny specifikace výrobců týkající se palivové účinnosti.*

Interviewer: Jaká byla odezva přátel subjektu na rozhodnutí koupit produkt vyrobený čínskou společností? Vykazovaly subjekty známky překvapení?

Ilya: *Reakce byly, jak se očekávalo, překvapením. Všichni jednotlivci, se kterými se znám a kteří jsou zvyklí řídit evropská auta, projeví mírnou skepsi. Po zveřejnění problémů, které se s vozidlem vyskytly, došlo k eskalaci úrovně opatrnosti, kterou jednotlivci projevovali při zvažování pořízení čínského automobilu. I když se uznává technologická zdatnost Číny, ve srovnání s prémiovými značkami zůstává znatelný rozdíl, pokud jde o jízdní výkon v reálném světě.*

Interviewer: Je evidentní, že máme společného známého v podobě Marata, který si také obstaral čínský automobil, a vy ho důvěrně znáte. Je evidentní, že Marat je se svou akvizicí spokojen. Je bezpodmínečně nutné zvážit základní důvody, proč se dotyčná osoba nepotýká se stejnými obtížemi jako vy.

Ilya: *Ano, znám Marata. Koupil si Li Auto a vyjádřil značnou spokojenost s vozidlem. Neustále tvrdí, že je to vynikající vozidlo. Subjekt se neseťká se stejnými problémy jako autor; je celkově velmi spokojen s kvalitou stavby a dostupností služeb ve svém regionu. Bylo navrženo, že je tolerantnější k drobným nedostatkům a méně kritický. Přesto kvalita práce neodpovídala očekávané úrovni.*

Interviewer: Na závěr si musíme položit otázku, zda by případní kupci Zeeker koupili bez předchozí znalosti výše uvedených nedostatků.

Ilya: *Jsem k této hypotéze skeptický. Předpokládalo se, že kvalita a služby budou povýšeny na vyšší standard. Zkušenosti zatím zaostávají za původními očekáváním. Domnívám se, že pokud nedojde ke zlepšení kvality sestavení a služeb čínských výrobců, budu nucen uvažovat o změně svého vozidla. Zajištění kvality, které evropské značky poskytují, je něco, na co jsem zvyklý.*



Obr. 4 Auto Ilyi Zeeker 001

Zdroj: Autor

V rozhovorech s přáteli Maratem a Ilyou, kteří vlastní čínské vozy (Li Auto a ZEEKER), jsem získal zajímavé poznatky o tom, jak se čínské značky prosazují na trhu, zejména v kontextu lidí, kteří dříve jezdili v evropských prémiových autech.

S ohledem na volbu investice Marata je pozoruhodné, že si vybral-li Auto, společnost, která se může pochlubit technologicky pokročilými schopnostmi v mnoha oblastech, což je faktor, který evidentně ovlivnil jeho rozhodnutí. Předmětem zvláštního zájmu je míra spokojenosti subjektu s vozidlem, zejména s funkcemi, jako je „chytrý autopilot“ a klimatický systém, který se přizpůsobuje denní době. Významná část jednotlivců, kteří historicky vyjadřovali výhrady vůči čínským automobilům, může být nucena přehodnotit svůj postoj, pokud by se takový technologický pokrok stal převládající normou.

Marat zdůraznil význam dostupnosti servisního centra jako zásadního faktoru. V tomto ohledu souhlasím s jeho názorem, že je to nepochybně jedna z výzev, kterou musí čínské značky řešit, aby si získaly skutečnou pozornost veřejnosti. Zřízení dalších servisních středisek by mohlo potenciálně zvýšit prodej těchto vozidel zlepšením dostupnosti a pohodlí pro spotřebitele.

V případě Ilyi bylo rozhodnutí zvolit ZEEKER založeno na mnohostranném zdůvodnění, které zahrnovalo úvahy o ceně, technologické vyspělosti a estetické přitažlivosti. Po několika měsících od akvizice společnosti ZEEKER se však ukázalo, že některá tvrzení týkající se kvality a technologických možností produktu neodpovídají skutečným zkušenostem. Ilja vnímá, že klade větší nároky na přesnost a očekává vyšší standard kvality, což u některých čínských vozidel zatím nemusí platit. Je zřejmé, že s výše uvedeným tvrzením existuje určitá shoda. Uznává se, že čínské značky se i nadále potýkají se specifickými problémy týkajícími se kvality, což zase může pro značnou část potenciálních spotřebitelů působit jako významný odrazující prostředek.

Naopak čínská auta, jako je ZEEKER, nabízejí vysoce konkurenční ceny ve srovnání s evropskými značkami. To je faktor, který činí čínské automobilky zajímavými pro širokou veřejnost, která hledá vysokou hodnotu za nižší cenu.

V obou případech je evidentní, že čínská auta vyžadují větší časovou investici, aby se vypořádala se svými vlastními slabými stránkami, včetně problémů týkajících se kvality montáže a omezené dostupnosti služeb. Přesto se předpokládá, že tyto vozy mají značný potenciál a jejich obliba poroste. Lze si představit, že v následujících letech s neustálým vývojem a zdokonalováním dosáhnou čínské značky plné konkurenceschopnosti s evropskými značkami, a to i v prémiovém segmentu.

9 ANALÝZA DOVOZU AUTOMOBILŮ DO RUSKA PŘES ZEMĚ SNS PO ZAVEDENÍ SANKCÍ

Po zahájení speciální vojenské operace v roce 2022 prošel ruský automobilový trh významnými změnami spojenými s uvalením mezinárodních sankcí. Náhlým a významným důsledkem hospodářského poklesu bylo výrazné snížení dodávek automobilů ze západních trhů. To mělo následně za následek nedostatek aut a prudký nárůst cen. V reakci na tuto situaci zahájili ruští prodejci automobilů hledání alternativních metod k zajištění automobilového trhu se zaměřením na země SNS a Bělorusko. Kazachstán, Gruzie, Arménie a Bělorusko se ukázaly jako stěžejní aktéři na tomto trhu, kteří dodávají Rusku automobily za podmínek omezeného dovozu.

Morozov D. (2024) píše, že v kontextu automobilového průmyslu se dodávky vozidel přes konkrétní země ukázaly jako stěžejní kanál pro dovoz automobilů. Tento jev je připisován značným objemům vozidel dodávaných těmito zeměmi, které sehrály klíčovou roli při zmírňování deficitu, který se objevil po stažení západních automobilových značek. Kazachstán, Gruzie a Arménie se staly významnými tranzitními zeměmi, které usnadňují pohyb nových i ojetých automobilů. Role Běloruska v dodávkách čínských vozů byla zásadní pro usnadnění rychlého a podstatného nárůstu počtu čínských vozů dostupných na ruském trhu. Proces dovozu automobilů přes tyto země však provázela řada problémů a výzev, včetně celního odbavení, certifikace a logistiky.

Předmětem zájmu je dovoz automobilů do Ruské federace přes země Kazachstán, Gruzie, Arménie a Bělorusko.

V letech 2022 a 2023 byl zaznamenán podstatný nárůst objemů dodávek automobilů přes Kazachstán, Gruzii, Arménii a Bělorusko, což umožnilo kompenzaci deficitu. Kazachstán se v tomto ohledu ukázal jako významný lídr, který usnadňuje rostoucí příliv automobilů, zejména těch čínských značek. To bylo usnadněno přítomností účinných dopravních spojení mezi Ruskem a Kazachstánem, jakož i prováděním ekonomických dohod, které urychlily proces dodávky. V roce 2023 Kazachstán nadále zvyšoval objem dodávek, k tomuto vývoji přispěla vylepšená logistika a zvýšená efektivita celních orgánů. Proces celního odbavení vozidel vjíždějících do Kazachstánu však zůstal složitý kvůli jeho nečlenství v celní unii, což vedlo k uložení dalších kroků a nákladů.

Rok	Počet automobilů (ks)	Poznámky
2022	120 000	Zvýšení dovozu čínských automobilů
2023	150 000	Růst objemů díky zlepšení logistiky
2024	170 000	Další růst dovozu a stabilizace logistiky

Tabulka 9 Objemy dovozu automobilů z Kazachstánu do Ruska (2022-2023)

Zdroj: Tass.ru

Gruzie a Arménie rovněž výrazně zvýšily své dodávky do Ruska. Geografická poloha Gruzie poskytovala pohodlný přístup k námořní dopravě, která umožňovala relativně levnou a rychlou přepravu automobilů přes Černé moře. Vznik Gruzie jako klíčového kanálu pro dovoz ojetých vozidel, zejména automobilů, představoval klíčové řešení převládajícího nedostatku nových automobilů. Arménie naopak usnadnila přepravu automobilů z Evropy a Střední Asie, čímž značně rozšířila škálu možností dostupných ruským spotřebitelům. Arménie se také stala důležitým tranzitním bodem pro automobily přijíždějící z Evropy, což umožnilo dovoz automobilů, které byly dříve na ruském trhu nedostupné.

Rok	Počet automobilů (ks)	Poznámky
2022	45 000	Růst dovozu díky rozvoji námořní logistiky
2023	55 000	Zvýšení dodávek, včetně ojetých automobilů
2024	65 000	Pokračující růst dovozu přes námořní dopravu

Tabulka 10 Objemy dovozu automobilů přes Gruzii (2022-2023)

Zdroj: Tass.ru

Rok	Počet automobilů (ks)	Poznámky
2022	55 000	Zvýšení dovozu ojetých automobilů
2023	60 000	Růst počtu automobilů z Evropy přes Arménii
2024	70 000	Pokračující růst díky posílení infrastruktury

Tabulka 11 Objemy dovozu automobilů z Arménie (2022-2023)

Zdroj: Tass.ru

Běloruská vláda sehrála specifickou roli při zajišťování dodávek čínských vozů na globální trh, včetně těch vyrobených Geely a Chery. Tento vývoj znamenal klíčovou reakci na stažení západních značek z trhu. Logistická infrastruktura Běloruska umožnila stabilní a relativně rychlé dodávky a zefektivněný proces certifikace vozů přispěl k urychlení celního odbavení. V důsledku toho se Bělorusko stalo stěžejním centrem pro automobilovou distribuci, čímž nabídlo částečnou nápravu absence západních značek.

Rok	Počet automobilů (ks)	Poznámky
2022	95 000	Růst dovozu čínských automobilů
2023	110 000	Stabilní růst, zejména v segmentu nových automobilů
2024	120 000	Další růst dovozu automobilů, včetně čínských značek

Tabulka 12 Objemy dovozu automobilů z Běloruska (2022-2023)

Zdroj: Tass.ru

Navzdory pozorovanému nárůstu objemu dovozu se každá z těchto zemí potýkala se specifickými problémy. Procesy celního odbavení a certifikace automobilů byly označeny za významné výzvy. Například v Kazachstánu si proces celního odbavení vyžádal značné úsilí kvůli neúčasti země v celní unii. To vedlo k řadě komplikací a mělo za následek prodloužení dodacích lhůt. V Gruzii a Arménii i přes rozvoj námořní logistiky a zlepšené infrastruktury přetrvávaly problémy s certifikací, zejména u ojetých vozů, které vyžadovaly úpravy podle ruských standardů.

Přes své výhody v oblasti certifikace se Bělorusko potýkalo s problémy s kvalitou čínských vozů, což ovlivnilo jejich přijetí ruskými spotřebiteli. Tato situace vyvolala řadu problémů, zejména v odlehlých oblastech Ruska, s ohledem na poskytování servisu i náhradních dílů.

Klíčové problémy, kterým čelí dovozci automobilů z těchto zemí, jsou následující:

Následující část se bude věnovat tématu logistiky kde Pavlov I. (2024) píše, že evidentní, že došlo k prodloužení dodacích lhůt spolu s nárůstem nákladů na dopravu. Například přeprava automobilů přes Kazachstán, Gruzii a Arménii vyžaduje použití různých druhů dopravy (železnice, námořní a silniční), což má za následek prodloužení dodacích lhůt a nákladů na přepravu. V případě Gruzie je námořní cesta levnější, ale časově náročnější.

- **Proces** celního odbavení Složitý proces celního odbavení, neoddělitelně spojený s nedávno zavedeným regulačním rámcem, se ukázal jako podstatná překážka. Tento jev byl patrný zejména v Kazachstánu a Arménii, kde se prodloužil proces celního odbavení, což ovlivnilo dodací lhůty vozů. Například v Kazachstánu byla značná část automobilů podrobena dodatečné certifikaci, což vedlo ke zvýšení času a finančních výdajů.
- **Certifikace** vozidel podle ruských norem se ukázala jako značná výzva, zejména s ohledem na ojeté vozy. Tato vozidla často vyžadovala dodatečné úpravy a podléhala povinným prohlídkám, které vyžadovaly značnou časovou investici. V případě Arménie a Gruzie byly problémy týkající se certifikace ojetých vozů obzvláště výrazné, protože značná část těchto vozidel pocházela z Evropy a vyžadovala potřebné úpravy.

Ve světle výzev, kterým čelí ruský automobilový trh v důsledku mezinárodních sankcí, se dodávky automobilů přes Kazachstán, Gruzii, Arménii a Bělorusko ukázaly jako významná strategie reakce. Bez ohledu na výzvy týkající se cel, certifikace a logistiky se tyto trasy ukázaly jako převládající kanály pro dovoz automobilů, čímž přispěly k částečnému vyrovnání deficitu a podpořily trvalou poptávku po automobilech. V budoucnu, s rozvojem infrastruktury a zlepšováním standardů kvality vozů dovážených přes tyto země, lze očekávat pokračující růst těchto importních kanálů, čímž se stanou nepostradatelnou součástí ruského automobilového trhu.

9.1 Výhody a nevýhody dovozu automobilů do Ruska přes země SNS

Po zahájení sankcí v roce 2022 se dovoz automobilů přes země SNS ukázal jako klíčová strategie pro ruský trh pro řešení převládajícího nedostatku zahraničních vozidel. Kazachstán, Arménie, Gruzie a Bělorusko se staly klíčovými tranzitními uzly, které usnadňují dovoz automobilů z Evropy, Japonska, USA a Jižní Koreje. Již v roce 2023 však účinnost těchto schémat začala klesat a do roku 2024 jejich ekonomická výhodnost prakticky zmizela.

1. Zpřísnění celního a legislativního rámce

V roce 2022 poskytovaly hlavní tranzitní země relativně mírné podmínky pro dovoz automobilů. V letech 2023-2024 však místní vlády začaly zavádět omezení. Tento jev lze přičíst několika faktorům:

- Ruská vláda vyvíjela tlak na omezení nelegálních dovozů automobilů.
- Vlády Kazachstánu, Arménie a Běloruska vyjádřily velký zájem o zvýšení svých daňových příjmů.
- Bylo prokázáno, že zvýšení počtu dovozců vytvořilo další zátěž pro celní orgány.

Země	Změny v celních pravidlech (2023–2024)	Důsledky pro dovozce
Rusko	Zvýšení poplatku za likvidaci, zvýšení DPH	Zvýšení nákladů na celní řízení, růst cen automobilů
Kazachstán	Zavedení limitu pro dovoz (1 auto ročně), složitější certifikace	Snížení dostupnosti vozidel, nárůst nákladů na certifikaci
Arménie	Zvýšení celních poplatků, omezení reexportu	Dražší auta, složitější dovoz a prodej v Rusku
Bělorusko	Zpřísnění kontroly certifikace, zvýšení daní	Zvýšení času pro dovoz a nárůst cen automobilů

Tabulka 13 Změny celních pravidel (2023–2024)

Zdroj: Tass.ru

Rozhodnutí vlády Republiky Kazachstán zavést omezení na dovoz automobilů soukromými osobami, které omezuje roční dovozní kvótu na maximálně jedno vozidlo na jednotlivce, mělo na dovozce obzvláště škodlivý dopad. Dříve bylo jednotlivcům povoleno hromadně dovážet auta, pokud je registrovali pro příbuzné, ale to bylo následně nezákonné. V důsledku toho byly ukončeny četné dovozní programy přes Kazachstán. Dále se zvýšil poplatek za likvidaci v Rusku, což vedlo ke zvýšení nákladů na dovoz automobilů o 300 000 až 500 000 rublů.

2. Zvýšení nákladů na dopravu

Primárním faktorem přispívajícím ke snížení ziskovosti dovozu automobilů byla eskalace dopravních nákladů. V roce 2022 byly ceny dopravy relativně nízké kvůli intenzivní konkurenci mezi logistickými společnostmi. V letech 2023–2024 se však náklady na přepravu automobilů výrazně zvýšily z následujících důvodů:

- Byl pozorován nárůst cen pohonných hmot. Například v Kazachstánu se cena benzínu zvýšila o 15-20 %.
- Současnou situaci lze charakterizovat nedostatkem logistických společností, což je jev, který lze přičíst zvýšenému tlaku sankcí.
- Zvýšení zatížení celních terminálů, což vedlo k prodloužení dodacích lhůt.
- Nárůst kurzu dolaru, což mělo za následek zvýšení nákladů na platby za mezinárodní přepravu.

Rok	Kazachstán (rub.)	Gruzie (rub.)	Arménie (rub.)
2022	50 000–70 000	80 000–100 000	100 000
2024	120 000–150 000	170 000–200 000	200 000

Tabulka 14 Srovnání nákladů na přepravu automobilů v letech 2022 a 2024 (v rublech)

Zdroj: Vedomsti.ru

10 NEJVÍCE POPTÁVANÉ MODELY AUTOMOBILŮ PO ODCHODU ZAHRANIČNÍCH ZNAČEK

Po uvalení mezinárodních sankcí a stažení zahraničních značek se ruští a čínští výrobci stali dominantními hráči na ruském trhu. Klíčovým faktorem rostoucí poptávky po čínských automobilech byla atraktivní cena a široká dostupnost těchto vozidel. V důsledku výše uvedeného vývoje začali čínští výrobci dodávat různé modely, mimo jiné Geely Coolray, Haval F7 a Chery Tiggo 7 Pro. Tyto modely úspěšně zaplňovaly segmenty, které dříve pokrývaly západní značky.

Pozoruhodným pozorováním byla výrazná konkurenceschopnost čínských vozů v kategoriích střední a prémiové třídy a také v segmentu elektromobilů. Zejména tento segment si získal pozornost spotřebitelů, kteří hledají cenově dostupné, a přitom vysoce kvalitní vozy. Dalším výrazným faktorem bylo zvýšení lokalizace výroby, což mělo za následek snížení výrobních nákladů a dostupnosti vozidel pro ruské občany.

Domácí automobily, včetně modelů LADA Vesta, LADA Granta a UAZ Patriot, si udržely svou oblibu mezi spotřebiteli, protože Rusové se snažili demonstrovat podporu domácím výrobcům tváří v tvář ekonomickým výzvám a omezené škále možností.

Srovnání popularity modelů před a po odchodu zahraničních výrobců:

Do roku 2022 byly na ruském trhu oblíbené zahraniční značky jako Volkswagen, Ford, Hyundai, Toyota, Kia, BMW a Mercedes-Benz. Tyto značky byly oblíbené zejména v segmentu osobních automobilů a SUV. Po odchodu těchto značek však jejich místa začali zaplňovat noví hráči, čím dál tím více se prosazovaly čínské automobily a domácí značky.

Došlo ke zvýšení poptávky po čínských automobilech, přičemž modely jako Geely Coolray, Haval F7 a BYD Tang se staly primárními kandidáty na zaplnění mezer po odchodu západních značek. Domácí vozy jako LADA Granta a LADA Vesta také zaznamenaly významný nárůst prodeje, a to navzdory jejich omezené popularitě v Rusku před tímto obdobím.

Například Volkswagen Tiguan, který dříve dominoval segmentu SUV, byl nahrazen modely jako Haval F7 a Chery Tiggo 7 a také domácí LADA Niva Legend, která se stala lídrem v segmentu terénních vozů.

Model automobilu	Prodeje v roce 2022 (ks)	Prodeje v roce 2023 (ks)	Prodeje v roce 2024 (ks)
LADA Granta	186 000	210 000	220 000
LADA Vesta	112 000	130 000	140 000
Geely Coolray	28 000	40 000	45 000
Haval F7	23 000	35 000	40 000
Chery Tiggo 7 Pro	18 000	28 000	35 000
BYD Tang	6 000	12 000	20 000

Tabulka 15 Čísla: prodeje nejpobulárnějších modelů v letech 2022–2024

Zdroj: Tass.ru

10.1 Nové nahrazující automobilové značky

- Je zřejmé, že přední automobilové značky jako Volkswagen, Ford, Toyota a BMW opustily trh a vytvořily tak volná místa ve specifických segmentech trhu, které byly dříve obsazeny Hyundai, Kia a Mercedes-Benz. Je zřejmé, že čínské značky, jako jsou Geely a Haval, se staly významnými konkurenty v automobilovém průmyslu a nabízejí cenově dostupné, ale vysoce kvalitní vozy, zejména v segmentech střední třídy a prémiových segmentů. Haval F7, Geely Coolray a BYD Tang začaly konkurovat SUV od Toyoty a Fordu.
- Hyundai a Kia: Dotyčné značky se specializují na poskytování cenově dostupných SUV a vozidel střední třídy. V kontextu čínských značek patří mezi významné uchazeče v kategorii SUV Chery Tiggo 7 a Geely Coolray.
- V segmentu prémiových automobilů se čínští výrobci jako BYD a Great Wall objevili jako významní konkurenti západním značkám, kteří nabízejí cenově dostupné prémiové modely za konkurenceschopné ceny, které jsou spotřebiteli stále více oblíbené.

Jak se změnila poptávka po ojetých automobilech?

Stahování zahraničních značek z trhu mělo značný vliv na poptávku po ojetých vozech. Po uvalení sankcí začali Rusové ve velkém nakupovat ojetá vozidla, aby nahradili modely, které zmizely. Na sekundárním trhu byla poptávka zejména po automobilech značek Hyundai, Kia, Ford a Volkswagen. I přes nárůst cen se tato vozidla nadále těšila značnému zájmu.

Tento jev byl dále umocněn eskalací cen ojetých vozidel v důsledku nedostatku nových modelů. V roce 2023 došlo k nárůstu cen ojetých vozů o 15 až 25 procent a v roce 2024 některé modely ještě podražily.

Následující studie porovná ceny ojetých vozů jak před zavedením sankcí, tak po něm.

Po zavedení sankcí došlo k nárůstu cen ojetých vozů v důsledku nedostatku nových vozů a narušení dodavatelského řetězce. Nejvýraznější eskalace cen byly zdokumentovány u prominentních modelů, jako jsou Hyundai Solaris, Kia Rio, Ford Focus a Volkswagen Polo, které vykázaly nárůst o 30–40 %.

Například: Volkswagen Polo, který měl do roku 2022 průměrné náklady 700 000 rublů, zaznamenal po uvalení sankcí prudký nárůst ceny na 900 000 až 1 000 000 rublů.

Rok	Prodeje ojetých automobilů (ks)	Průměrná cena (rub.)
2022	3 500 000	700 000
2023	4 200 000	900 000
2024	4 500 000	1 100 000

Tabulka 16 Kolik ojetých vozidel bylo prodáno v posledních dvou letech

Zdroj: Gazeta.ru

Davydovich, E.(2024) známý ruský auto bloger a veřejný činitel, který aktivně pokrývá automobilovou kulturu představuje prognózu poptávky po ojetých vozech na nadcházející roky. Očekává se, že trh s ojetými vozy bude v nadcházejících letech trvale růst. Očekává se, že v souvislosti s přetrvávajícími vysokými náklady na nová auta a průvodními obtížemi při jejich pořízení zůstane poptávka po ojetých vozech, zejména v segmentech nižší a střední třídy, silná. Například se odhaduje, že v roce 2025 se prodá přibližně 4,8 milionu ojetých vozů.

Očekává se, že přechod na nové mechanismy celního odbavení v Kazachstánu, Arménii a dalších zemích povede ke zvýšení poptávky po ojetých vozech z těchto zemí, což dále ovlivní trh.

Odchod zahraničních značek a následné změny v logistice měly významný dopad na ruský trh ojetých a nových vozů, což mělo za následek výrazný posun v dynamice trhu. Je evidentní, že čínské a domácí značky se staly významnými přispěvateli na ruský trh, čímž vytlačily dřívější dominanci západních značek. Odvětví ojetých automobilů prochází trvalou expanzí, přičemž poptávka po těchto vozidlech neustále a postupně roste.

10.2 Problémy vznikající při dovozu automobilů

S rozvojem šedých schémat dovozu automobilů na ruský trh se podvod s dokumentací stal jedním z největších výzev. Hlavní problémy vznikaly z těchto důvodů:

1. Padělání dokumentů:

Podvodníci používali padělané certifikáty shody, což umožnilo snížit clo při celním odbavení. To se týkalo zejména automobilů dovezených přes Kazachstán, Bělorusko a Arménii, které,

nemající požadované standardy, podváděly certifikační systém. V roce 2023 mělo přibližně 20 % automobilů dovezených z těchto zemí padělané dokumenty.

2. Manipulace s počtem najetých kilometrů:

Prodejci ojetých automobilů často používali nelegální způsoby "stočení" počtu najetých kilometrů. Například s použitím softwaru, pomocí kterého bylo možné změnit údaje na tachometru. To se týkalo jak importovaných vozidel, tak ruských automobilů, které se staly součástí šedých schémat dovozu. Tato vozidla se stala "pseudo-novými" s minimálním nájездem, ale se skutečným počtem kilometrů, který převyšoval deklarovaný.

3. Padělané ekologické certifikáty:

Certifikáty o shodě s ekologickými standardy Euro-5 a Euro-6 byly často padělané, což umožnilo vyhnout se dalším clům a daním při dovozu takových automobilů. Problémy s ekologickou certifikací se obzvláště týkaly automobilů dovezených přes třetí země. Například vozidla, která měla projít přísnými ekologickými testy, ve skutečnosti získala povolení k dovozu s padělanými certifikáty, což vedlo k ekologickým porušením.

10.2.1 Problémy s registrací automobilů dovezených přes šedé schémata

Značný počet vozidel dovezených v rámci šedých režimů nebylo možné v Rusku zaregistrovat. Byly uvedeny následující důvody:

V souvislosti s procesem ověřování VIN byly zjištěny následující problémy: Vozidla se změněnými nebo nečitelnými čísly VIN (Vehicle Identification Number) byla zpracována na celních úřadech. Systém „Avtokod“ neumožňoval registraci takových vozidel, což následně ztěžovalo jejich legalizaci. V roce 2023 mělo přibližně 15 % automobilů podobné problémy s registrací, zejména těch se záběhem, dovezených ze třetích zemí, jako je Arménie a Kazachstán. Je zřejmé, že v evidenci původu došlo k nepřesnosti. Je evidentní, že manipulace s doklady o původu vedla k registraci vozidel jako nových, přestože se ve skutečnosti jedná o ojetá auta. Tato praxe jim umožnila obejít daňový systém. V roce 2023 bylo zjištěno, že více než 10 % registrovaných vozidel z Kazachstánu a Arménie neodpovídá deklarovanému stavu nového vozidla.

Pokud jde o záležitosti certifikace a environmentálních norem, existují problémy, které je třeba řešit. Značná část vozidel nemohla projít povinnou ekologickou certifikací v Rusku z důvodu nesplnění ruských norem Euro-5 a Euro-6. Legalizace těchto vozidel, která jsou zařazena do nižší ekologické třídy, nebyla v zemi povolena. To vedlo k odmítnutí registrace přibližně 25 % automobilů dovezených prostřednictvím šedých schémat.

Rok	Nevyhovující ekologické standardy (Počet automobilů s problémy s ekologickými normami)	Padělané certifikáty (Počet automobilů s padělanými certifikáty)	Nevyhovující technický stav (Počet automobilů s technickými problémy)
2022	30 000	15 000	10 000
2023	20 000	7 000	8 000
2024	15 000	3 000	5 000

Tabulka 17 Kolik automobilů neprošlo certifikací nebo se setkalo s odmítnutím registrace
Zdroj: Rosstat.ru

- V roce 2023 30 % vozidel dovezených prostřednictvím kanálů šedého trhu úspěšně nezískalo certifikaci splňující požadované ekologické a technické normy.
- Odhaduje se, že přibližně 45 000 vozidel neprošlo registrací v důsledku nedodržení ekologických norem.
- Statistické údaje ukazují, že z 250 000 automobilů dovezených přes Kazachstán a Bělorusko v roce 2023 bylo přibližně 50 000 vozidel zadrženo ve fázi certifikace a registrace.
- Během procesu ověřování VIN bylo zadrženo přibližně 10 000 automobilů dovezených přes Bělorusko a Arménii.

10.3 Prodejci přivážející automobily ze zahraničí

V roce 2023 došlo k přibližně 10-15% nárůstu cen ojetých vozů, především v důsledku eskalace nákladů na certifikaci.

Ruští dealeri v posledních letech reagují na důsledky odchodu zahraničních značek zaměřením se na alternativní kanály dodávek automobilů. Tyto kanály zahrnují tranzitní body v Kazachstánu, Arménii, Bělorusku a dalších zemích SNS. Bez ohledu na převládající nejistotu a rizikové faktory spojené s šedými schémata tento trh nadále vykazuje růst a vývoj.

Následující významné prodejci:

1. AVTORUM

Společnost se v současné době zabývá aktivním doručováním automobilů přes území Kazachstánu a Arménie. V roce 2023 společnost dovezla 15 000 vozidel, převážně modelů Hyundai, Kia a Toyota, kromě čínských automobilů Geely. Společnost má prokazatelnou historii spolupráce s mnoha dodavateli v těchto zemích a důsledně se zavázala rozšiřovat rozsah

svých operací. AVTORUM poskytuje zákazníkům výběr ojetých vozidel i nových modelů, které nejsou v Rusku oficiálně dostupné. V roce 2023 se prodalo celkem 12 000 vozů, z toho 80 % bylo dovezeno nových a zbytek ojetý.

2. ROLF

Jeden z nejvýznamnějších ruských maloobchodních prodejců automobilů v posledních letech využíval k nákupu vozidel jak konvenční kanály, tak neformální dovozní strategie. V roce 2023 společnost usnadnila tranzit přibližně 18 000 vozidel přes Kazachstán a Bělorusko. Sortiment zahrnuje jak luxusní segment, včetně značek jako Audi a BMW, tak kategorii střední třídy, kam patří Hyundai a Kia. V roce 2023 se prodalo celkem 14 000 vozidel, z toho 78 % z dovozu. Zbývajících 22 % pocházelo z oficiálních kanálů.

3. AUTOGRAD

Autosalon, který působí v Moskvě a dalších velkých ruských městech, zahájil spolupráci se soukromými dovozci a zprostředkovateli za účelem dovozu ojetých vozů. V roce 2023 společnost dovezla přibližně 10 000 vozidel z Kazachstánu, Arménie a Běloruska. Primárním zaměřením výstavy byly automobily střední cenové kategorie, včetně značek jako Škoda, Volkswagen, Toyota a další. V roce 2023 se prodalo celkem 8 500 vozů, z toho 85 % bylo klasifikováno jako importovaná auta. Zbývajících 15 % tržeb bylo připsáno ojetým vozům.

10.4 Soukromé osoby, které se zabývají dovozem automobilů

Podle názoru Ildara (2024) populární ruský auto blogger známý svými podrobnými recenzemi ojetých vozidel soukromé osoby, které dovážejí automobily neoficiální cestou, hrají na ruském trhu významnou roli, zejména při absenci oficiálních dodávek zahraničních značek. Tito „dodavatelé“ často fungují jako autonomní zprostředkovatelé, kteří řídí přepravu a celní odbavení ojetých vozů z jiných zemí.

Následující část poskytne podrobný přehled schémat práce soukromých dodavatelů.

Využití autonomních zprostředkovatelů

Soukromé osoby, které vystupují jako nezávislí zprostředkovatelé, jsou schopni vyhledávat auta na zahraničních trzích, včetně mezinárodních aukcí, a následně je dovážet do Ruska. Tato schémata často zahrnují následující: vyhledávání vozů na základě požadavků klienta, organizování dopravy a pomoc s celním odbavením.

Využívání online platforem je fenoménem současnosti, který v posledních letech výrazně nabírá na síle.

Značný počet soukromých dodavatelů využívá online platformy jako médium pro komunikaci s potenciálními zákazníky. Vytváření skupin v rámci messengerových aplikací a sociálních sítí

je u této demografické skupiny běžnou praxí. V rámci těchto skupin jsou vypisovány nabídky a je organizována následná správa a přeprava vozidel.

Organizace programu využívá zahraniční kontakty.

V některých případech soukromí dodavatelé navázali spojení s mezinárodními partnery a jsou schopni zadávat objednávky vozidel předem. Poté jsou vozidla převezena do Ruska, kde projdou všemi fázemi celního odbavení a registrace.

Následující případové studie ilustrují úspěšné zadávání zakázek na zboží a služby od soukromých dodavatelů.

Předmětem zájmu je dovoz automobilů Toyota a Lexus do Arménie.

V roce 2023 byli soukromí dodavatelé zodpovědní za dovoz 4 000 vozidel, včetně modelů Toyota Camry, Lexus RX a Toyota Land Cruiser Prado. Tato vozidla byla úspěšně odbavena a zaregistrována a získala pozitivní zpětnou vazbu od zákazníků. Uzavření těchto transakcí usnadnily online platformy.

Předmětem zájmu je dovoz čínských vozů Geely a Chery.

V roce 2023 bylo prostřednictvím soukromých dodavatelů úspěšně dovezeno a prodáno přibližně 3 500 vozů čínských značek. Jednalo se o nové vozy s nájazdem do 20 000 kilometrů. Organizace dodávek probíhala přes území Kazachstánu a Arménie, přičemž všechna vozidla úspěšně prošla celním řízením.

Následující diskuse se zaměří na čínská a korejská auta.

Soukromí dodavatelé aktivně dovážejí ojetá auta, včetně čínských Geely a Haval a korejských Hyundai a Kia. Během roku 2023 bylo do Ruska dovezeno více než 5 000 těchto vozidel. Transakce byly usnadněny prostřednictvím automobilových trhů v Kazachstánu, Arménii a Bělorusku, přičemž většina vozidel byla pořízena na zakázku.

Soukromý dodavatel	Země dodávky	Objem automobilů (2023)	Oblíbené značky automobilů
Dodavatel č. 1	Kazachstán	8 000	Toyota, Lexus, BMW
Dodavatel č. 2	Arménie	5 000	Hyundai, Kia, Volkswagen
Dodavatel č. 3	Bělorusko	4 000	Nissan, Mitsubishi, Audi
Dodavatel č. 4	Kazachstán	3 000	Mercedes-Benz, Land Rover

Tabulka 18 Objemy dovozu automobilů přes soukromé dodavatele

Zdroj: Rosstat.ru

- V roce 2023 přesáhl počet ojetých vozů dovezených na ruský trh soukromými dodavateli 25 tisíc.
- Očekává se, že v roce 2024 se celkový počet dodávek zvýší na 30 000 vozů a současně se zvýší podíl čínských a korejských automobilů.

Soukromí dodavatelé nadále významně ovlivňují trh ojetých vozů v Rusku a nabízejí zákazníkům cenově dostupné a rozmanité možnosti.

10.4.1 Rozhovor s Edgarem o koupi Hyundai Sonata z Arménie

V tomto rozhovoru se zaměříme na případovou studii přítele Edgara, který si koupil Hyundai Sonata z Arménie prostřednictvím přepravce. V průběhu nákupu, celního odbavení a registrace se ukázalo, že existují určité údaje, které mohou být užitečné pro ty, kteří uvažují o tomto způsobu pořízení automobilu. Edgar se podělil o své zkušenosti s nákupem prostřednictvím šedých kanálů, které zahrnovaly pozitivní i negativní aspekty a také určitá rizika.

Interviewer: Edgare, mohl byste prosím upřesnit důvody vašeho rozhodnutí koupit Hyundai Sonata z Arménie?

Edgar: *Prvotním cílem pořízení automobilu bylo získat vozidlo, které bylo dobře vybavené, aniž by vynaložilo nadměrné výdaje. V té době byly značné problémy s dostupností automobilů v Rusku, zejména modelů, které mě zajímaly. Možnost nákupu přes Arménii byla zvažována vzhledem k tomu, že je považována za jednu z nejoblíbenějších a cenově dostupných metod dovozu automobilů do Ruska. Dále se mi podařilo identifikovat osoby zabývající se přepravou automobilů na klíč.*

Interviewer: Pověz, co všechno bylo potřeba pro vyřízení nákupu a celní odbavení auta?

Edgar: *Primárním postupem je identifikace spolehlivého dodavatele. V kontextu dopravní logistiky může zapojení specializovaných poskytovatelů služeb proces značně zefektivnit. Svěřením přepravních služeb třetí osobě je zákazník zbaven odpovědnosti za provedení různých kroků procesu, včetně nákupu vozidla, jeho dodání a požadovaného celního odbavení. Vozidlo bylo pořízeno za 2,2 milionu rublů v Arménii. To představovalo cenu ojetého automobilu v uspokojivém stavu, vybaveného řadou dalších funkcí. V Rusku by náklady na takové vozidlo činily přibližně 2,6 milionu rublů, i kdyby bylo možné jej lokalizovat.*

Interviewer: Jak probíhá proces celního odbavení a registrace?

Edgar: *Chápu, že primárním zdrojem obav jednotlivců je proces celního odbavení. Použití nosičů však tento proces značně usnadňuje. Odesílatel se nemusí starat o dokumentaci ani o zaplacení případného cla, ani o ujištění, že vozidlo úspěšně projde příslušnými celními*

kontrolami. Po příjezdu do Ruska bude zpřístupněna potřebná dokumentace a vozidlo lze zaregistrovat u GIBDD. V tomto konkrétním případě trvalo dodání vozidla do Moskvy přibližně dva až tři týdny.

Interviewer: Byly nějaké problémy nebo komplikace během koupě?

Edgar: *Toto tvrzení není zcela přesné. Proces se odvíjel řádným a efektivním způsobem. V souvislosti s čekací dobou došlo k menším problémům, protože přeprava z Arménie může být občas časově náročná. Celková zkušenost však byla uspokojivá. Je zřejmé, že registrační proces pro dovážená vozidla vyžaduje čekací dobu přibližně dva týdny. Jedná se o univerzální postup použitelný pro všechna vozidla vjíždějící do Arménie.*

Interviewer: Jak hodnotíš výhodnost této koupě?

Edgar: *Toto rozhodnutí se ukázalo jako finančně výhodné. Bylo spočítáno, že celkové výdaje byly přibližně o 400 000 rublů nižší než náklady na srovnatelný model v Ruské federaci. Vzhledem k původnímu stavu vozidla a poskytnutí záruky lze rozhodnutí o jeho pořízení považovat za uvážlivé. Pokud by se nákup uskutečnil oficiální cestou, finanční náklady by byly výrazně vyšší. Určitá míra manipulace s dokumenty byla skutečně nezbytná, ale ukázalo se, že se to vyplatilo.*

Interviewer: Edgare, rád bych vám poděkoval za obsáhlý rozhovor, který jste poskytli.

Edgar: *Je štěstí, že k události došlo. Nezbyvá než doufat, že zde popsané zkušenosti pomohou těm, kteří uvažují o koupi vozidla v Arménii.*

Názor na koupi auta Hyundai Sonata z Arménie:

Z finančního hlediska je zřejmé, že nákup vozidla za sníženou cenu 2,2 milionu rublů bylo finančně obezřetným rozhodnutím, vzhledem k tomu, že náklady v Rusku by byly 2,6 milionu rublů. Naopak jsem podstoupil značné riziko. Lze si představit, že vozidlo mohlo být převzato ve stavu, který se odchyluje od stanovených parametrů reklamy nebo ujištění dopravce. Inherentní riziko spojené s procesem je způsobeno nepředvídatelnou povahou výsledku, který je určen až při příjezdu vozidla. Nákup tohoto aktiva je rozhodnutí, se kterým jsem ambivalentní. I když existuje možnost finančního zisku, existuje také riziko značné ztráty.

10.5 Historie nákupu Jeep Grand Cherokee 2024 prostřednictvím paralelního dovozu

Ruský automobilový trh prošel po odchodu oficiálních prodejců zahraničních značek výraznými změnami. Nápadný příklad dopadů paralelních dovozů na spotřebitele lze nalézt na

případu mého otce Andreje Chuprynin, který si v létě 2024 koupil Jeep Grand Cherokee z roku 2024. Toto vozidlo bylo dovezeno z USA přes Kazachstán a prošlo ruským celním řízením.

Zrodem této studie bylo dlouhé období, během kterého můj otec uvažoval o koupi nového automobilu. Dostupné možnosti zahrnovaly BMW X5 a facelift ováný Mercedes-Benz třídy E 2023. Po dlouhém zvažování však padlo rozhodnutí pokračovat se značkou Jeep. V průběhu průzkumu trhu bylo zjištěno, že v Rusku již nejsou žádní oficiální prodejci této značky. Jedinou možností nákupu nového vozidla tedy bylo buď paralelní dovoz, nebo vyhledání vozidel, která již byla odbavena obchodníky zabývajícími se dovozem automobilů.

Jednou z těchto společností byla ROLF, významný hráč na ruském automobilovém trhu. Rodinný vůz, bílý Jeep Grand Cherokee, byl vybaven téměř maximálními specifikacemi, a to okamžitě upoutalo pozornost otce. Vzhledem ke značným zkušenostem, které prodejce nasbíral v automobilovém průmyslu (prodej vozidel se zabývá od roku 2002), byla před dokončením nákupu považována za nezbytnou komplexní prohlídku vozidla. Vzhledem ke svým vazbám v automobilovém průmyslu inicioval jednání s ředitelem ROLF s cílem zajistit co nejvýhodnější slevu na vozidlo. Po vleklých úvahách bylo dosaženo konsensu o podmínkách slevy a otec byl připraven převzít vozidlo. Než dospěl k definitivnímu závěru, požádal o radu specialistu na výběr vozu, který provedl důkladnou kontrolu vozidla, aby zjistil případné nehody, závady nebo nezveřejněné problémy.

Po důkladném šetření nebyla zjištěna žádná porušení a transakce byla uzavřena. Vozidlo bylo registrováno v Moskvě a proces nákupu byl dokončen bez incidentů. Po ujetí vzdálenosti 100 kilometrů se však na palubní desce vozidla začala projevovat řada chyb. Byly vzneseny obavy ohledně elektronických systémů, které vykazovaly známky poruchy. Otec se rozhodl vrátit vozidlo ROLF s okamžitou platností, aby mohl problém opravit.

Po důkladném diagnostickém vyhodnocení bylo zjištěno, že baterie byly vyměněny při dovozu vozidla z USA přes Kazachstán. Jeep Grand Cherokee 2024 je vybaven čtyřmi bateriemi: jedna je umístěna pod kapotou, zatímco druhá je umístěna pod sedadlem řidiče. Původní baterie byly odstraněny a nahrazeny levnějšími náhražkami. To vedlo k poruchám v elektronice vozidla a značným problémům s jeho softwarem.

Možnosti řešení problému byly následující:

1. Objednání originální baterie z USA. Tento proces by trval několik měsíců a vyžadoval by dodatečné náklady.
2. Získání dalších slev na vozidlo od ROLF, která by zahrnovala náklady na výměnu baterií.
3. Doporučuje se, aby se dotyčné vozidlo vzdalo jako celek, což umožní získat náhradu.

Andrei požádal o radu svého běžného automobilového elektrikáře, specialistu na složité elektrické systémy luxusních vozidel. Bylo navrženo, že problém může být rozsáhlejší než pouhá výměna baterií. Je důležité poznamenat, že vozidlo dovezené z USA vyžaduje softwarovou úpravu, protože systém je v angličtině a orientovaný na americké standardy. Proces přeprogramování by mohl potenciálně vést k výskytu dalších poruch. V důsledku toho nebyla zaručena účinnost implementovaného řešení problému.

Následně došlo k radikálnímu rozhodnutí: ROLF souhlasil s proplacením celé částky za vozidlo – 6,2 milionu rublů – což vedlo k ukončení transakce. I přes špetku sklíčenosti otec vytrval ve své snaze pořídit si Jeep Grand Cherokee a pevně se zavázal pořídit si vhodný model.



Obr. 5 Jeep Grand Cherokee 2024

Zdroj: Autor

10.5.1 Hledání nového auta a konečný nákup

Po zrušení původního nákupu Andrei našel druhý Jeep Grand Cherokee 2024, který byl již černý a který byl vybaven v maximální míře. Vozidlo mělo i ověřenou historii. Vozidlo bylo také dovezeno přes Kazachstán; na rozdíl od původního modelu však byly během tohoto procesu zachovány původní baterie. Tím bylo zajištěno, že byly odstraněny potenciální problémy s elektronikou vozidla.

Andrei byl konzultován i s odborným automobilovým inženýrem, který si vyžádal jeho odborný posudek na právní stav a technický stav vozidla. Toto odborné posouzení potvrdilo, že vůz je v souladu s právními a technickými předpisy.

Náklady na toto vozidlo však byly podstatně vyšší, činily přibližně 8 milionů rublů, což je o 1,3 milionu rublů více než předchozí neúspěšný nákup.

Akvizici opět umožnila společnost ROLF v Moskvě. Při této příležitosti byli manažeři méně ochotní nabídnout slevu, ale nakonec se otci podařilo vyjednat mírné snížení ceny.



Obr. 6 Jeep Grand Cherokee 2025

Zdroj: Autor

Závěry: riziko nákupu automobilů prostřednictvím paralelního dovozu

Tento případ ukazuje, že automobily dovezené z cizích zemí (především z USA, Evropy a Asie) přes Kazachstán, Gruzii, Arménii nebo Bělorusko mohou vykazovat skryté vady nebo úpravy, o kterých si prodejci nemusí být vědomi, nebo se o nich spotřebiteli rozhodnou zatajit. V případě prvního Jeepu Grand Cherokee se objevily problémy s výměnou baterií; je však důležité poznamenat, že mohou nastat i další problémy.

Aby se snížila finanční zátěž spojená s celním odbavením, může být nutné odstranit nebo vyměnit originální díly.

Bylo prokázáno, že změny softwaru způsobují technické problémy.

Srovnání provozních standardů v Rusku, USA a Evropě odhaluje řadu rozdílů. Patří mezi ně rozdíly v bezpečnostních systémech, klimatických podmínkách a typech paliva.

Problém nedostatku náhradních dílů, umocněný absencí oficiální podpory pro dovážené automobily, přináší značnou složitost jejich oprav a údržby.

Je nezbytně nutné, aby potenciální kupci automobilů prostřednictvím paralelního dovozu provedli před nákupem důkladnou kontrolu vozidel, přičemž náležitě zvážili všechny potenciální problémy a nezávisle ověřili integritu i předních prodejců, aniž by se spoléhali na externí kontrolní služby.

11 DŮSLEDKY ODCHODU EVROPSKÝCH AUTOMOBILOVÝCH VÝROBCŮ Z RUSKÉHO TRHU

Podle Alikhanovu A. (2025) automobilový trh v Rusku prošel v posledních letech významnými změnami v důsledku globálních geopolitických událostí, ekonomických sankcí a změn ve strategiích největších automobilek. Významný dopad na průmysl byl pozorován po masovém stažení evropských a amerických značek v roce 2022. Tento dynamický posun vyvolal zásadní restrukturalizaci trhu, která vyústila v nedostatek automobilů, eskalaci cen a aktivní rozvoj alternativních metod dodávek, jako je paralelní dovoz.

Před rokem 2022 vykazoval ruský automobilový trh úzké propojení s globální ekonomikou. Významní výrobci automobilů, jako jsou mimo jiné Volkswagen, Renault, Mercedes-Benz, BMW a Stellantis, měli v zemi fyzická zařízení, včetně továren, oficiálních zastoupení a rozsáhlé sítě prodejců. Uvalení sankcí, narušení logistických řetězců a omezení vývozu automobilů a komponentů však donutilo většinu evropských společností opustit ruský trh. Tato dynamika vyvolala řadu důsledků, včetně zavírání továren, eskalace cen automobilů a podstatného zmenšení modelového portfolia dostupného ruským spotřebitelům.

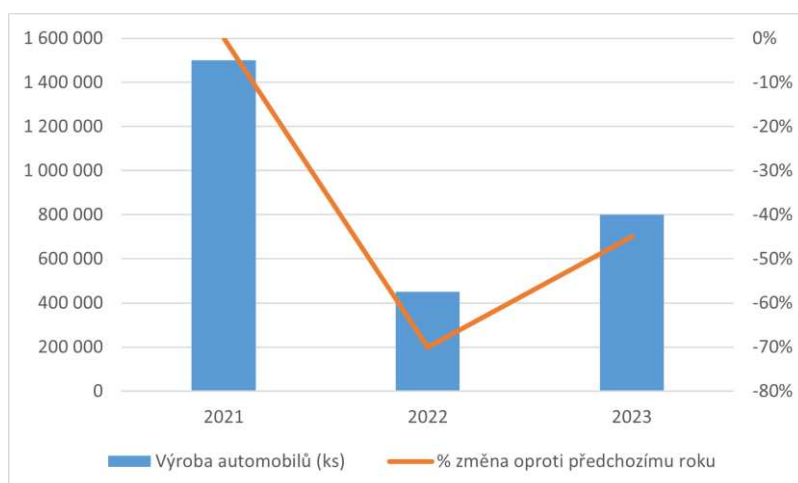
V souvislosti s náhlou změnou situace na trhu byli ruští prodejci automobilů a kupující nuceni hledat alternativní způsoby pořízení vozidel. Rozvoj paralelních dovozů, dodávky automobilů přes třetí země a aktivní vstup čínských výrobců na trh, to vše byly důsledky stažení evropských značek.

11.1 Důvody odchodu automobilových společností z Ruska

V roce 2022, v důsledku zahájení vojenských operací na Ukrajině a uvalení mezinárodních sankcí, se značný počet evropských výrobců automobilů rozhodl prodat z ruského trhu. Diskutovaný proces byl vyvolán kombinací různých faktorů:

- Následující část bude zkoumat vztah mezi sankcemi a geopolitickou situací. V reakci na uvalené sankce, které znesnadnily přístup k západním technologiím a financování, začalo mnoho automobilových společností omezovat svou přítomnost na ruském trhu. Sankce měly dvojitý dopad, a to jak zpomalení nabídky nových vozů, tak dodávek komponentů používaných při jejich výrobě. Tato situace vedla k dočasnému zastavení výroby v různých výrobních závodech v Rusku, včetně těch předních automobilových značek, jako jsou Volkswagen, BMW a Mercedes-Benz. Tyto společnosti byly nuceny buď ukončit činnost ve svých ruských závodech, nebo úplně zastavit výrobu.

- Politické a ekonomické tlaky evropských vlád a akcionářů. Evropské vlády zahájily opatření, která přiměla společnosti omezit své obchodní vztahy s Ruskem. Tento jev zasáhl i velké automobilové značky, které se rozhodly pozastavit své operace v Rusku, protože obchod v tomto regionu začal podléhat eskalujícím rizikům. Akcionáři těchto společností vyjádřili podporu rozhodnutí zastavit výrobu v Rusku, protože podnikání v regionu se stalo nerentabilním.
- Problémy s logistikou a zásobováním. Uvalení sankcí vedlo k tomu, že výrobcům automobilů ztížilo pořizování automobilových komponentů. Řada společností, včetně Renaultu, se potýkala s problémy týkajícími se nákupu náhradních dílů, což vedlo ke snížení efektivity výroby a prodloužení doby oprav vozidel. Pokračující nestabilita v globálních dodavatelských řetězcích, umocněná vnějšími geopolitickými faktory, má neblahý dopad na automobilový průmysl.



Tabulka 19 Pokles objemů výroby automobilů v Rusku (2021-2023)

Zdroj:Tass.ru

Po odchodu velkých západních výrobců automobilů jako Volkswagen, BMW, Mercedes-Benz, Renault a dalších z ruského trhu se objevil výrazný nedostatek nových vozidel. Pokles objemu výroby spojený s ukončením dodávek nových modelů evropských značek uspíšil eskalaci cen automobilů. V roce 2023 došlo v Rusku k 40-60% nárůstu cen nových vozů v závislosti na značce a modelu.

Růst cen lze přičíst dvěma faktorům: za prvé, vysoké poptávce po stávajících modelech; a za druhé nedostatek nových modelů. V důsledku toho se nákup nových vozidel stal finančně dostupný pouze pro omezenou část populace, což přimělo mnoho Rusů, aby prozkoumali alternativní možnosti na trhu ojetých vozů.

Ruský trh zároveň zaznamenal výrazný pokles poptávky po automobilech v důsledku zvýšené inflace a nestabilní ekonomiky. I přes zvýšení cen došlo v roce 2022 k 25% poklesu prodaných vozů, což svědčí o poklesu kupní síly obyvatelstva.

Rok	Průměrná cena (rub)	% změna oproti předchozímu roku
2021	1 100 000	0%
2022	1 600 000	45%
2023	1 800 000	13%

Tabulka 20 Průměrná cena nových automobilů v Rusku (2021-2023)

Zdroj: Kommersant.ru

Lisovskaya E. (2025) řekla, že odchod západních výrobců z ruského trhu došlo k prudkému nárůstu paralelních dovozů, což umožnilo do určité míry částečnou kompenzaci nedostatku nových vozů a následné uspokojení poptávky. Od roku 2022 prošel paralelní dovoz automobilů významným rozvojem, jehož výsledkem byly zvýšené dodávky vozidel ze zemí včetně Kazachstánu, Turecka, Uzbekistánu, Jižní Koreje a Číny.

Ukázalo se však, že paralelní dovoz má za následek zvýšení cen automobilů a komplikace se zárukami a servisem. V souvislosti s paralelními dovozy se spotřebitelé často setkávali s problémem neplatnosti záruk na automobily v rámci Ruské federace, což mělo za následek zvýšené náklady a složitost při pořizování náhradních dílů a oprav.

V roce 2023 tak paralelní dovoz tvořil přibližně 30 % z celkového objemu prodaných vozů. Paralelní dovoz se tak ukázal jako stěžejní prvek, usnadňující plnění požadavků trhu a zajišťující minimální úroveň dodávek nových vozů.

V souvislosti s rostoucími cenami nových vozidel a výzvami spojenými s paralelním dovozem ruští občané stále více hledali alternativní možnosti na trhu ojetých vozů. Tento vývoj vedl k výraznému nárůstu prodeje ojetých vozů, který v roce 2023 zaznamenal 20% nárůst.

V reakci na nedostatek nových automobilů začalo mnoho ruských motoristů nakupovat vozidla ze sekundárního trhu. To způsobilo strmý nárůst cen ojetých vozů, zejména u oblíbených modelů, jako jsou Toyota Camry, Hyundai Solaris, Kia Rio a další.

Růst trhu s ojetými vozy byl ovlivněn rozvojem služeb jako Avito, kde výrazně přibyly inzeráty na prodej ojetých vozů. V roce 2023 se sekundární trh stal pro většinu Rusů stěžejním aspektem, protože náklady na nákup ojetého vozu se staly finančně únosnější.

11.2 Problémy s pracovním trhem a ztrátou pracovních míst

Automobilový průmysl byl vystaven významným výzvám, včetně zavírání závodů, zastavení montážních linek automobilů a snížení výroby, což vedlo ke ztrátě značného počtu pracovních míst. Nepříznivě byli postiženi zejména zaměstnanci velkých společností, jako jsou Renault, Volkswagen a Mercedes-Benz, kdy firmy zavírají své závody nebo zcela zastaví výrobu v Rusku.

V roce 2022 zaznamenal ruský automobilový průmysl výrazný pokles, jehož výsledkem bylo propuštění více než 15 000 osob. Tento vývoj měl zásadní dopad na míru nezaměstnanosti v některých regionech. Trh práce měl dopad i na sektor automobilových služeb, kdy servisní střediska začala snižovat počet zaměstnanců kvůli poklesu počtu vozidel vyžadujících servis a současnému snížení pracovní zátěže.

Ztráta pracovních příležitostí navíc vedla ke snížení kapacity přístupu k vysoce kvalifikovaným odborníkům, což ovlivnilo úroveň servisu a oprav automobilů.

V souvislosti se stahováním evropských automobilek z ruského trhu stojí za pozornost zejména komentář jednoho z největších hráčů – koncernu Volkswagen. Režisérovo prohlášení zdůrazňuje dvojitý ekonomický a etický rozměr rozhodnutí, které bylo učiněno.

Komentář společnosti Volkswagen:

Herbert Diess, generální ředitel Volkswagen:

Vzhledem k velikosti společnosti – zaměstnává přibližně 7 000 lidí a provozuje tři továrny – a také vzhledem k její dlouhodobé přítomnosti v Rusku, kde má značný počet zákazníků, nebylo toto rozhodnutí bráno na lehkou váhu. Uvalení přísných sankcí je však pravděpodobně jediným zbývajícím opatřením, které je v současné době k dispozici.

Zdroj: Autonews.com

Můj komentář:

Vedení Volkswagenu zdůraznilo složitost odchodu z ruského trhu, zejména s ohledem na značné investice, počet zaměstnanců a dlouhodobou přítomnost v zemi. Výše uvedené prohlášení je evidentně spojeno s politickým a humanitárním kontextem, a umožňuje tak společnosti vykreslit svůj odchod jako povinné opatření, které si vyžádaly vnější okolnosti.

Zároveň tato strategie usnadňuje zachování příznivé celosvětové reputace a znamená věrnost evropským principům, a to i v případě, že čelí značným ekonomickým nevýhodám.

11.3 Finanční ztráty evropských automobilových výrobců

Podle Sokolov, M. (2025) strategické stažení předních evropských automobilových podniků z ruského trhu způsobilo těmto subjektům značné finanční ztráty. Příklady takových společností zahrnují Renault, Volkswagen a Mercedes-Benz.

V roce 2022 se Renault zbavil svého podílu v AvtoVAZ a jeho závodech v Moskvě a Togliatti za nominální částku 1 €, což společnosti umožnilo formálně opustit ruský trh. Toto rozhodnutí však vedlo k podstatným odpisům aktiv a výdajům spojeným s uzavřením závodů a likvidací jejich obchodních operací v zemi. V důsledku toho Renault utrpěl ztráty ve výši přibližně 2,3 miliardy eur, které zahrnovaly náklady související s náhradami zaměstnanců a plněním smluvních závazků s ruskými partnery. Kromě toho byla společnost nucena odepsat podstatnou část svých dlouhodobých aktiv, která zahrnovala jak výrobní kapacity, tak infrastrukturu navrženou tak, aby uspokojila ruský trh.

Skupina Volkswagen také utrpěla značné ztráty ve výši přibližně 1,3 miliardy eur. Primární příčina těchto ztrát byla připsána uzavření závodu v Kaluze, pozastavení výroby a zrušení prodeje, které dohromady představovaly přibližně 4–5 % celkového objemu prodeje společnosti. Přerušování prodeje na ruském trhu mělo významný vliv na hospodářské výsledky Volkswagenu, zejména vzhledem k tomu, že Rusko bylo pro společnost jedním z největších trhů ve východní Evropě.

Finanční ztráty, které Mercedes-Benz utrpěl, dosáhly přibližně 1,4 miliardy eur, což je částka, která zahrnuje náklady spojené s prodejem výrobních kapacit a likvidací jejich obchodních operací v Rusku. Mercedes navíc zaznamenal podstatný pokles svého tržního podílu v prémiovém automobilovém sektoru, což je vývoj, který měl negativní vliv na jeho dlouhodobou finanční životaschopnost. V souvislosti s rostoucími cenami prémiových vozů v jiných zemích existuje hypotéza, že Mercedes mohl zvýšit svůj podíl na trhu, pokud by nebyl vystaven sankcím a stažení z ruského trhu. Ukončení činnosti v Rusku mělo za následek ztráty, které měly významný dopad na přerozdělení zdrojů v rámci společnosti a změnu priorit podle regionů.

Přestože společnost Stellantis zaznamenala poměrně malé finanční neúspěchy, utrpěla značné ztráty ve výši desítek milionů eur. Tyto ztráty byly připsány zastavení provozu v některých výrobních závodech a přerušování dodávek vozidel do Ruska. Je pozoruhodné, že na ruském trhu

zaujímal společnost Stellantis významnou pozici v segmentu cenově dostupných vozidel a vozidel střední ceny. Po stažení velkých výrobců jako Peugeot a Citroën z trhu došlo k výraznému nárůstu přítomnosti čínských značek. BMW se potýkalo s finančními ztrátami ve výši přibližně 600 milionů eur v důsledku zastavení výroby v závodě v Kaluze, což bylo rozhodnutí, které mělo také nepříznivý dopad na objem prodeje. V roce 2022 BMW ukončilo výrobu automobilů v ruském závodě a převedlo část své výrobní kapacity do jiných zemí. Vzhledem k významu ruského trhu, zejména v segmentu řady X, pro společnost, bude mít rozhodnutí opustit tento trh pravděpodobně následný dopad na obchodní výsledky.

V kontextu finančních ztrát, které utrpěly evropské automobilky po jejich odchodu z ruského trhu, je vhodným příkladem případ Renaultu, západního výrobce, který byl zvláště vystaven ruskému trhu.

Komentář společnosti Renault:

Luca de Meo, generální ředitel Renault

V roce 2022 překonala výkonnost společnosti původní očekávání a výsledky překonaly jak její vlastní interní cíle, tak tržní projekce. Tento výkon svědčí o odhodlání a úsilí týmů skupiny Renault, navzdory výzvě, které představuje prodej našich operací v Rusku, polovodičová krize a inflace nákladů.

Zdroj: Today.rtl.lu

Můj komentář:

Renault utrpěl značné finanční ztráty v důsledku svého odchodu z ruského trhu. To zahrnovalo odpis aktiv ve výši 2,2 miliardy EUR a téměř 30% pokles tržeb během prvních šesti měsíců roku 2022. Navzdory těmto ztrátám společnost zdůraznila zlepšení své provozní marže a návrat k výplatě dividend, což naznačuje snahu prezentovat odchod z Ruska jako strategické rozhodnutí zaměřené na dlouhodobou stabilitu a přizpůsobení se novým tržním podmínkám. Tuto strategii lze interpretovat jako snahu o udržení důvěry investorů a upevnění jejich pozice na evropském trhu, zejména v oblasti elektromobility.

Automobily	Finanční ztráty (miliardy €)	Důvody ztrát
Renault	2,3	Prodej závodů a podílu v AvtoVAZu
Volkswagen	1,3	Uzavření závodu v Kaluze
Mercedes-Benz	1,4	Prodej výrobních kapacit
Stellantis	desítky milionů	Uzavření závodů a ukončení dodávek
BMW	0,6	Ukončení výroby v Kalugské oblasti

Tabulka 21 Finanční ztráty evropských automobilových výrobců v důsledku odchodu z Ruska

Zdroj: Today.rtl.lu

11.4 Vliv na výrobu automobilů a pracovní místa v Evropě

Zavedení mezinárodních sankcí a následné narušení ekonomických vztahů s Ruskem přimělo několik významných evropských výrobců automobilů zavést zásadní opatření, včetně snížení objemu výroby a uzavření továren specializovaných na ruský trh. Evropská asociace výrobců automobilů (ACEA) oznámila, že v roce 2022 klesl objem výroby automobilů v zemích EU o 4,6 % ve srovnání s rokem 2021. Tento pokles lze částečně přičíst zastavení dodávek do Ruska. Po prodeji svého podílu v AvtoVAZ a ukončení výroby v Rusku utrpěl Renault ztráty ve výši 2,2 miliardy eur. Moskevská továrna, která měla roční výrobní kapacitu přesahující 200 000 vozidel, ukončila činnost, což mělo za následek ukončení zaměstnání 4 500 osob a pozastavení činnosti u více než 20 dodavatelů automobilových komponentů. V souhrnu Renault zaznamenal pokles celosvětové produkce přibližně o 10 %.

V roce 2022 Volkswagen ukončil výrobu ve svých závodech v Rusku, včetně závodů v Kaluze a Petrohradu. Do té doby činila roční výrobní kapacita společnosti přibližně 200 000 vozů, včetně modelů Volkswagen Polo a Tiguan, které se na ruském trhu těšily velké oblibě. Finanční dopad ukončení výrobních činností se odhadoval na přibližně 1,5 miliardy eur. V důsledku toho byla společnost nucena omezit objem výroby ve svých dalších evropských závodech, což vedlo k dalším ztrátám ve výši 0,7 miliardy eur v důsledku přesměrování výrobních kapacit. Po uzavření závodu v Kaluze v roce 2022 utrpělo značné ztráty i BMW. V roce 2021 závod vyráběl více než 50 000 automobilů ročně. Po zastavení výroby byly finanční ztráty BMW odhadnuty na 600 milionů eur. Je nezbytně nutné zvážit finanční dopady ukončení dodávek autodílů a komponentů do Ruska, které dosáhly přibližně 400 milionů eur. Továrna v Rusku byla uzavřena, což vedlo k propuštění více než 2 000 zaměstnanců.

Komentář společnosti Mercedes-Benz:

Ola Källenius, generální ředitel Mercedes-Benz

Odchod z ruského trhu měl významný dopad nejen na úroveň výroby, ale také na úroveň zaměstnanosti v Evropě. Tváří v tvář výzvám způsobeným narušením dodavatelských řetězců a rostoucími náklady bylo provedeno komplexní vyhodnocení výrobních kapacit s cílem zvýšit provozní efektivitu a optimalizovat řízení pracovních sil. Tato opatření byla realizována s cílem zajistit trvalou konkurenceschopnost organizace.

Zdroj: výroční zpráva Daimler AG 2023 a veřejné vystoupení CEO

Můj komentář:

Odchod z ruského trhu znamenal pro Mercedes-Benz nejen ztrátu přímých prodejů, ale také významné výzvy v rámci celé evropské výrobní sítě. Výskyt problémů souvisejících se zajišťováním základních komponent vedl k zavedení prozatímního snížení výroby a nutnosti reorganizace pracovních rolí. Tato situace dokládá úzké propojení evropských automobilek s globálními výrobními řetězci a podtrhuje nutnost větší diverzifikace zdrojů a opevnění místní výroby v Evropě s cílem zvýšit odolnost vůči geopolitickým turbulencím.

Po formálním zastavení dodávek do Ruska byli evropští výrobci automobilů nuceni přizpůsobit své výrobní procesy novým trhům a překalibrovat své výrobní kapacity. Podle Evropské asociace výrobců automobilů (ACEA) klesl objem exportu automobilů z EU do Ruska v roce 2022 o 85 %. V roce 2021 dosáhl export automobilů do Ruské federace 3,2 milionu kusů. Toto číslo se však v roce 2022 snížilo na 480 000 kusů.

V roce 2022 utrpěl Mercedes-Benz ztráty ve výši 1,4 miliardy eur. Bylo to způsobeno řadou faktorů, včetně zastavení dodávek aut do Ruska a poklesu objemů prodejů v jiných zemích. V důsledku toho byla společnost nucena výrazně snížit objem výroby a pozastavit několik projektů na výrobu nových modelů. V souvislosti s poklesem dodávek do Ruska vykázal objem exportu aut z Německa v roce 2022 pokles o 14 %.

Fiat Chrysler Automobiles (FCA) dodal do Ruska v roce 2021 přibližně 100 000 vozidel; toto číslo se však v roce 2022 snížilo na 15 000 kusů. Finanční dopad zastavení dodávek na FCA

byl značný, ztráty dosahovaly přibližně 300 milionů eur. Společnost byla také nucena pozastavit část svých operací v továrnách v Itálii a přesměrovat výrobu na jiné trhy, což vedlo k dalším nákladům.

Výrazné ztráty utrpěl Peugeot také na ruském trhu. V roce 2021 společnost prodala v Rusku přibližně 50 000 vozů; v roce 2022 se však toto číslo snížilo o 80 %. V důsledku toho utrpěl Peugeot v důsledku zastavení dodávek ztráty ve výši 500 milionů eur. Společnost zahájila strategii přesměrování dodávek na alternativní trhy, což byl manévr, který vedl ke vzniku dodatečných nákladů spojených s adaptací modelů a rozšiřováním výrobních kapacit.

11.5 Pokusy evropských společností o přesměrování na jiné trhy

Astrov, V. (2025) píše že, po ukončení činnosti západních výrobců automobilů na ruském trhu byly evropské společnosti nuceny hledat alternativní způsoby kompenzace ztrát. Jednou ze strategií použitých k řešení tohoto problému bylo přesměrování zaměření podnikání na trhy Asie, Středního východu a Latinské Ameriky. V kontextu globálních ekonomických transformací se tyto regiony stávají pro výrobce automobilů stále atraktivnější. Tyto společnosti se snaží nejen udržet úroveň své produkce, ale také zachovat svůj podíl na trhu.

Cílem je zvýšit objem exportu do zemí Asie, Středního východu a Latinské Ameriky.

Stěžejním vývojem pro evropské výrobce automobilů bylo strategické zvýšení objemu exportu na trhy Asie, Středního východu a Latinské Ameriky. V posledních letech na těchto trzích vzrostla poptávka po automobilech, zejména po těch, která splňují ekologické a technologické normy přijaté v Evropě. Asijské země, jako je Čína a Indie, byly historicky primárními dovozci evropských automobilů. Po stažení západních automobilových značek z ruského trhu zažily tyto národy příliv evropských vozidel.

Evropští výrobci v poslední době zaměřili zvýšenou pozornost na indický automobilový sektor. Je to dáno tím, že Indie zažívá nejen nárůst domácí poptávky, ale také politiku státní podpory zaměřenou na zvyšování kvality a dostupnosti automobilů pro širokou veřejnost. V roce 2022 se objem dodávek vozů na indický trh zvýšil o 22 %, což činilo přibližně 450 tisíc vozů. Naproti tomu Čína se stala dominantním trhem pro přední německé výrobce automobilů, jako jsou Volkswagen a Mercedes-Benz. Tyto společnosti strategicky rozšířily své operace na čínském trhu, což vedlo k výraznému nárůstu dodávek o 18 % během roku 2022.

Růst vývozu na Blízký východ byl také významný. To je patrné zejména v zemích, jako je Saúdská Arábie, Spojené arabské emiráty a Katar, kde spotřebitelé nadále dávají přednost prémiovým vozidlům. V roce 2022 došlo k 20% nárůstu vývozu automobilů do těchto zemí,

což umožnilo evropským výrobcům kompenzovat ztráty vzniklé v důsledku poklesu ruského trhu.

Země	2021	2022	2023	2024	2025
Čína	200 000	234 000	270 000	320 000	350 000
Indie	150 000	183 000	220 000	265 000	290 000
Blízký východ	120 000	144 000	170 000	200 000	225 000
Saúdská Arábie	50 000	55 000	60 000	70 000	80 000
Spojené arabské emiráty	45 000	50 000	60 000	70 000	85 000
Latinská Amerika	80 000	100 000	120 000	140 000	160 000

Tabulka 22 Export automobilů do vybraných zemí (v tisících vozů)

Zdroj: Today.rtl.lu

Růst výroby elektromobilů a zaměření na „zelenou“ ekonomiku

Podle Jungu, F (2024) v posledních letech je patrný trend směrem k výrobě elektromobilů a hybridních vozidel. Rostoucí zájem o tato vozidla přímo souvisí s globálními ekologickými požadavky, zaváděním nových norem pro emise oxidu uhličitého a rostoucími požadavky spotřebitelů na ekologičtější dopravu. Evropští výrobci automobilů, včetně prominentních jmen, jako jsou Volkswagen, BMW a Mercedes-Benz, přijímají proaktivní opatření ke zvýšení podílu elektrických vozidel ve svých výrobních portfoliích. Toto strategické rozhodnutí je podpořeno uznáním bezprostředního významu tohoto konkrétního automobilového segmentu. Volkswagen například rozšířil výrobu elektromobilů a investoval do vývoje nových modelů, jako jsou Volkswagen ID.4 a ID.3, které si získaly oblibu nejen v Evropě, ale i v dalších regionech včetně Číny. Podle společnosti vzrostla výroba elektromobilů v roce 2022 o 28 % a v roce 2023 se očekává další růst o 35 %.

Těsně na druhém místě je Mercedes-Benz s vlastním aktivním vývojem elektromobilů. V roce 2022 společnost vyrobila více než 700 000 elektrických vozidel, což představuje přibližně 16 % její celkové produkce. V očekávání tohoto vývoje oznámil Mercedes-Benz svůj záměr rozšířit výrobu elektrických vozidel s cílem dosáhnout do roku 2025 30 % celkové produkce vozidel.

Navzdory rozšiřující se výrobě elektrických vozidel ne všechny společnosti plně přešly do tohoto odvětví. Například Porsche provedlo revizi své strategie v roce 2023 a dospělo k závěru, že již nebude pokračovat v rozšiřování nabídky svých elektrických vozidel. Toto rozhodnutí bylo učiněno v reakci na náročné ekonomické podmínky a nerentabilnost úplného přechodu na

elektrická vozidla. Porsche uvedlo, že hybridní vozy, včetně modelů Cayenne a Panamera, budou tvořit většinu jeho budoucího portfolia.

Společnost zjistila, že elektrická vozidla, přestože tvoří významnou součást její „zelené“ strategie, nezaručují investice na převládajícím trhu. Současně se společnost zavazuje k neustálému zdokonalování svých hybridních technologií se zaměřením na snižování emisí a úsporu paliva bez nutnosti kompletní výměny motoru.

11.6 Příklady adaptace společností na nové podmínky

Po uvalení ekonomických sankcí a vývoji mezinárodního politického prostředí se přední západní výrobci automobilů jako Renault, Volkswagen, Mercedes-Benz a BMW setkali na ruském trhu se značnými potížemi. Odchod většiny společností z ruského trhu byl nevyhnutelný a byla nutná nezbytná úprava jejich strategií a procesů, aby byly kompenzovány ztráty a zajištěn pokračující růst tváří v tvář novým ekonomickým podmínkám. Je zapotřebí důkladnější prozkoumání, aby bylo možné hlouběji porozumět způsobu, jakým se jednotlivé společnosti přizpůsobily novým podmínkám.

Renault: Následující esej prozkoumá strategii kompenzace odchodu z ruského trhu.

Po ukončení svých výrobních operací v Rusku se Renault nejen zbavil svého podílu v AvtoVAZ, ale také prošel zásadní změnou své strategie s ohledem na globální trhy. Strategickým cílem společnosti bylo upevnit svou pozici v Asii a zároveň implementovat novou výrobní strategii v Indii a severní Africe. Tato strategie zahrnovala zefektivnění výrobních procesů a lokalizaci výrobních činností. Tato opatření vedla ke snížení výrobních nákladů a lepší schopnosti reagovat na požadavky místního trhu.

Renault navíc zahájil strategickou spolupráci s místními společnostmi a státními investory v mnoha zemích. Tato partnerství usnadnila získávání finančních zdrojů, a tím umožnila rozvoj nových výrobních kapacit. V Turecku byla postavena nová montážní linka pro modely Renault Clio a Dokker, čímž se zvýšila výrobní kapacita o 15 %. Domácí výroba elektrických vozidel byla rozšířena, aby uspokojila rostoucí poptávku po ekologicky udržitelných vozidlech na evropských a asijských trzích.

Renault využil nové technologie a digitální inovace ke zlepšení svých výrobních procesů, čímž dosáhl úspory nákladů a zároveň podpořil rozvoj nových služeb mobility a sdílené dopravy ve vybraných zemích. Tento trend se stal klíčovým cílem společnosti, která předpokládá, že elektrická vozidla a digitální technologie budou v příštím desetiletí tvořit až 40 % celkových tržeb.

Volkswagen: Snížení výroby a investice do jiných směrů

Volkswagen, dlouholetý dominantní hráč na ruském trhu, zareagoval na převládající politické a ekonomické klima zavedením restrukturalizačních opatření a přesunem svých investic do jiných regionů. Kromě čínského trhu, který je pro Volkswagen stěžejní, se společnost díky vládní podpoře a rychlému rozvoji infrastruktury pro elektromobily soustředila na expanzi do jihovýchodní Asie, kde vznikají příznivé podmínky pro rozvoj automobilového průmyslu.

V roce 2022 Volkswagen přemístil část své výroby do Indonésie a Vietnamu, kde byly vybudovány nové závody na výrobu komponentů pro elektromobily. Účel těchto závodů je dvojitý: za prvé zajistit stabilní dodávky pro čínský a evropský trh a za druhé podpořit udržitelný rozvoj v těchto rozvíjejících se ekonomikách.

Volkswagen navíc zavedl strategie udržitelnosti ve všech fázích výroby, od získávání surovin až po výrobu a distribuci vozidel. V současném podnikatelském prostředí je kladen stále větší důraz na minimalizaci dopadů průmyslových aktivit na životní prostředí a také na využívání alternativních paliv. Tento vývoj dal podnět k zavedení nových technologií pro modifikaci výrobních procesů. Tyto technologické pokroky sehrály klíčovou roli při zajišťování energetické účinnosti výrobních závodů.

V oblasti elektromobility Volkswagen vytrval ve svém úsilí o inovaci a vývoj nových platforem, které usnadnily urychlenou a nákladově efektivní výrobu elektrických a hybridních vozidel. Společnost se také soustředila na vylepšení nabíjecí infrastruktury, což vedlo ke zvýšení dostupnosti elektrických vozidel pro širší veřejný sektor, a přispělo tak k růstu poptávky v Evropě a Číně.

Mercedes-Benz: Expanzní strategie v Číně a USA

Mercedes-Benz jako lídr v prémiovém segmentu reagoval na změny trhu intenzivním zaměřením na elektromobilitu a zelené technologie. Po svém odchodu z ruského trhu se společnost rozhodla zaměřit veškeré své úsilí na expanzi v Asii, přičemž Čína byla označena za klíčovou strategickou prioritu. S cílem dosáhnout vyšší efektivity výroby a snížit náklady začal Mercedes-Benz zavádět automatizované výrobní procesy a investovat do nových výrobních závodů zaměřených na elektromobily.

V roce 2022 stanovil Mercedes EQS nový standard v segmentu luxusních elektrických vozidel. Dotyčný model získal značnou pozornost jak v Asii, tak v USA, což je fenomén, který se shodoval s rostoucí poptávkou po prémiových elektrických vozidlech na posledně jmenovaném trhu. Důraz na digitální konektivitu vozidla a vysoký výkon byl identifikován jako klíčový faktor pro udržení pozice Mercedesu jako lídra v prémiovém segmentu.

Kromě Číny posílil Mercedes-Benz svou pozici také na americkém trhu, kde došlo k výraznému nárůstu prodeje vozů v roce 2022. Americký trh byl svědkem eskalace zájmu o SUV a elektrické modely, což uspíšilo rozšíření modelového portfolia o nové vozy, jako jsou SUV Mercedes EQB a EQS. Tato vozidla si získala oblibu díky svému výkonu a technologickým vlastnostem.

Mercedes-Benz navíc významně investoval do rozvoje nových výrobních závodů v USA se zvláštním zaměřením na výrobu elektrických vozidel. Tato strategická iniciativa přispěla ke zvýšení konkurenceschopnosti na americkém trhu a usnadnila přizpůsobení se vyvíjející se legislativě v oblasti životního prostředí.

BMW: Expanze na čínském a americkém trhu

BMW pokračovalo v rozšiřování své přítomnosti na čínském trhu, který se pro značku stal klíčovým zaměřením její globální strategie. V roce 2022 společnost zaznamenala 18% nárůst prodeje, tento vývoj byl podpořen rozšířeným portfoliem elektrických vozidel, včetně modelů jako BMW iX a BMW i4. Tento růst svědčí o trvalé preferenci elektrických vozidel mezi čínskými spotřebiteli, což je trend, který odráží rostoucí tendenci investovat do vozidel, která jsou udržitelnější a šetrnější k životnímu prostředí.

Kromě toho BMW dodrželo svůj závazek k rozvoji nabíjecí infrastruktury a inteligentních nabíjecích systémů s cílem zajistit efektivní nabíjení a usnadnit globální expanzi elektromobility. Společnost rozšířila počet nabíjecích stanic v Evropě a Asii, čímž zlepšila dostupnost elektromobilů pro širší demografickou skupinu.

V USA BMW pokračovalo v rozšiřování své výrobní kapacity a zajišťování místní výroby. Ukázalo se, že tato strategická iniciativa má mnohostranný dopad, včetně snížení výrobních nákladů, zrychlení dodacích lhůt vozidel a příspěvku k vytváření pracovních míst v místních výrobních závodech. BMW X7 a BMW řady 3 si získaly oblibu i na americkém trhu, kde jsou velmi dobře přijímány pro svůj luxusní design a vysokou úroveň komfortu. Kromě toho se BMW soustředilo na diverzifikaci svého produktového portfolia a představilo nové modely speciálně navržené tak, aby oslovily mladší demografické skupiny. Značka soustředila své úsilí na výrobu kompaktních elektrických vozidel s cílem usnadnit přístup mladých spotřebitelů v městských oblastech.

11.7 Ocenění účinnosti odchodu: kdo vyhrál, kdo prohrál

Po uvalení ekonomických sankcí a následném posunu v geopolitickém prostředí na globální scéně se přední západní výrobci automobilů jako Renault, Volkswagen, Mercedes-Benz a BMW potýkali s významnými problémy na ruském trhu. Odchod většiny společností z ruského

trhu byl nevyhnutelný a nutnost přizpůsobit své strategie a procesy kompenzaci ztrát a zajištění dalšího růstu v kontextu nové ekonomické reality.

Ekonomické sankce uvalené na Rusko měly významný dopad na automobilový průmysl. Tato opatření uložila omezení na nákup základních součástí pro výrobu automobilů, což vedlo k podstatnému narušení výrobních procesů. Řada západních výrobců automobilů se potýkala s nedostatkem základních součástek, včetně polovodičů, a s průvodním nárůstem výrobních nákladů. V roce 2022 došlo v Rusku k 60% poklesu prodeje aut. Uzavření trhů a zavedení sankcí posloužilo ke snížení atraktivity ruského trhu pro zahraniční automobilky. V důsledku toho hlavní výrobci automobilů, jako jsou Volkswagen, Renault, BMW a Mercedes-Benz, zahájili stažení z ruského trhu s cílem zmírnit rizika a přerozdělit zdroje na jiné rozvíjející se trhy, zejména Indii, Čínu a Severní Ameriku.

Primárním postupem pro západní společnosti bylo omezit výrobní kapacity a postupně se odpoutat od ruských továren. Volkswagen ukončil výrobu ve svém výrobním závodě v regionu Kaluga, který byl dříve jedním z nejvýznamnějších výrobních center v Rusku. Pokles objemu výroby umožnil společnosti snížit náklady; vedlo však také ke značné ztrátě pracovních míst. V reakci na tyto výzvy byly závody na výrobu automobilů částečně uzavřeny a zbývající kapacity byly přerozděleny do jiných geografických oblastí. Společnost však zcela neukončila výrobu. Místo toho bylo strategické zaměření společnosti zaměřeno na rozvoj nových technologií a výrobních kapacit v jiných zemích. Zejména Volkswagen posílil svou pozici v Číně, která se stala významným centrem výroby a prodeje automobilů.

Volkswagen prokázal svou schopnost rychle se přizpůsobit novým okolnostem. Po odchodu z ruského trhu společnost posílila svou pozici v Číně, která se stala významným centrem výroby a prodeje automobilů. V roce 2022 společnost zaznamenala 28% nárůst výroby elektrických vozidel, což je vývoj, který jí umožnil vyrovnat dopad poklesu ruského trhu. Kromě toho Volkswagen významně investoval do výstavby nových továren na elektromobily v Evropě a Asii. Tyto investice umožnily společnosti rozšířit modelovou řadu a upevnit pozici v segmentu elektrických vozidel. V roce 2022 společnost představila model ID.4, který se stal populárním jak v Evropě, tak v Číně, kde poptávka po elektromobilech stále roste.

Naproti tomu Renault se rozhodl prodat svůj podíl v AvtoVAZ a převést kontrolní podíl, což umožnilo společnosti minimalizovat ztráty, zatímco Renault pokračoval v kontaktu s ruským trhem a současně zaměřil své úsilí na další země. Společnost zejména rozšířila své výrobní kapacity v Indii, Turecku a severní Africe. V roce 2022 se objem výroby automobilů v Indii zvýšil o 25 %, což umožnilo částečnou kompenzaci ztráty objemů na ruském trhu. Kromě toho se společnost aktivně zabývá vývojem elektrických vozidel a představila nové modely, jako

jsou vylepšené Zoe a Megane E-Tech. Strategické plány společnosti pro rok 2023 zahrnovaly podstatné zvýšení výroby elektromobilů s předpokládaným růstem o 40 %.

Čína je pro Mercedes-Benz i nadále klíčovým trhem. V roce 2022 společnost zvýšila své dodávky do Číny o 25 %, na více než 700 000 vozů. Společnost pokračuje ve významných investicích do nových modelů, jako je Mercedes EQS, což vedlo nejen k trvalému růstu prodeje v Asii, ale slouží také k upevnění pozice společnosti v prémiovém automobilovém sektoru. Mercedes-Benz se zaměřuje na další rozšíření svého tržního podílu v Číně. V roce 2023 společnost očekává 20 % expanzi na čínském trhu. Mercedes-Benz navíc upřednostňuje rozšíření svého tržního podílu v USA, kde prodeje v roce 2022 vzrostly o 8 %, především díky zvýšené poptávce po SUV a elektrických vozidlech. V roce 2023 společnost plánuje zvýšit dodávky na americký trh o dalších 12 %.

BMW také aktivně rozvíjí své podnikání v Číně s 18% nárůstem dodávek v roce 2022. Čína se pro BMW stala největším trhem a společnost nadále investuje do výrobní kapacity a nových modelů, jako jsou BMW i4 a BMW iX, které se na čínském trhu osvědčily. Aby si společnost udržela konkurenceschopnost v rámci automobilového průmyslu, pokračovala v rozšiřování nabídky elektrických vozidel. V roce 2022 BMW také pokračovalo v rozvoji místní výroby v Číně, zvyšovalo dodávky a uvádělo na trh nové modely, které si získaly oblibu u spotřebitelů. Je zřejmé, že čínské společnosti, včetně prominentních jmen jako BYD, Geely a Great Wall, prokázaly výrazný nárůst svých doručovacích operací do Ruska, přičemž jako tranzitní místa využívají třetí země, jako je Kazachstán, Arménie a Bělorusko. V roce 2022 čínské značky zaznamenaly 100-150% nárůst dodávek na ruský trh. Je zřejmé, že čínské společnosti byly schopny nabídnout konkurenceschopné ceny a vozy s lepšími vlastnostmi, což jim umožnilo dosáhnout podstatného zvýšení jejich podílu na trhu.

V reakci na tuto výzvu ruští výrobci automobilů, jako je AvtoVAZ a GAZ Group, proaktivně řešili zjištěné nedostatky a v roce 2022 dosáhli 15 % a 25% nárůstu výroby. Nicméně kvalita výrobků byla často shledána nedostatkem, protože ruští výrobci čelili nedostatku komponentů a surovin, což vedlo ke zhoršení kvality automobilů a zvýšení cen. V důsledku toho byl ruský trh svědkem přechodu, kdy byly kvalitní vozy západních značek nahrazeny méně sofistikovanými modely domácí výroby. Tento přehled ukazuje, že západní výrobci automobilů, včetně Volkswagenu, Renaultu, BMW a Mercedes-Benz, se při svém rozhodnutí opustit ruský trh potýkali s významnými problémy. Tito výrobci se však současně soustředili na jiné mezinárodní trhy, což jim umožnilo přizpůsobit jejich strategické přístupy převládajícím okolnostem. Naproti tomu čínské společnosti prokázaly schopnost agilní adaptace, úspěšně se vypořádaly s výzvami vyplývajícími ze situace a dosáhly značné expanze na ruský trh. Tváří v

tvář stahování západních výrobců z ruského trhu se ruští výrobci automobilů snažili udržet si svou konkurenční pozici. Při tom se však setkali s problémy, především kvůli obavám o kvalitu výrobků a výrobní kapacitu.

11.8 Budoucnost evropského automobilového průmyslu bez Ruska

Oliver Schmidt (2025) uvádí že budoucnost evropského automobilového průmyslu při absenci ruské účasti závisí na mnoha faktorech, včetně podstatných posunů v geopolitickém prostředí, technologického pokroku a vzniku nových ekonomických skutečností vyvolaných globálními ekonomickými a politickými transformacemi. V současném automobilovém průmyslu jsou výrobci již zapojeni do procesu strategického přehodnocování a přizpůsobování svých obchodních modelů novým podmínkám. To zahrnuje posun směrem ke stabilnímu růstu a rozvoji v zemích, které nejsou postiženy sankcemi, a také průzkum nových a slibných trhů.

Pro většinu předních výrobců automobilů, včetně Volkswagenu, BMW, Mercedes-Benz, Renaultu a dalších, byl odchod z ruského trhu náročným rozhodnutím. Tento krok však vytvořil vyhlídky na další expanzi v dalších zemích, jako je Čína, Indie a USA. Přejít na elektrická vozidla, která stále více zaujímá přední místo v obchodních modelech evropských automobilek, byl jedním z hlavních faktorů ovlivňujících vývoj odvětví. To souvisí s politickými a ekologickými požadavky, ale také s rostoucí poptávkou spotřebitelů po ekologických a úsporných vozech.

Přejít na elektrická vozidla je považován za jednu z nejvýznamnějších a nejslibnějších strategií evropských výrobců automobilů v příštích 5–10 letech. Podle prognóz by počet elektromobilů na evropském trhu mohl do roku 2025 dosáhnout 3,6 milionu kusů, což by představovalo 25 % z celkového objemu výroby automobilů. Předpokládá se, že tento ukazatel bude vykazovat meziroční růst, přičemž prognózy naznačují, že do roku 2029 se očekává, že elektrická vozidla budou tvořit 35 % celkové produkce. Zavedení elektrických vozidel (EV) je připraveno mít mnohostranný dopad na životní prostředí s potenciálem zvýšit udržitelnost a současně urychlit růst prodeje a výrobních kapacit. Značný počet evropských výrobců automobilů vyčleňuje značné finanční prostředky na vývoj nových modelů elektrických vozidel, jejich výrobu a integraci pokročilých technologií. Pro ilustraci tohoto bodu uveďme příklad Volkswagenu, který v roce 2022 zvýšil objem výroby elektromobilů o 28 %. Toto strategické rozhodnutí umožnilo společnosti dosáhnout významného tržního

BMW a Mercedes-Benz navíc významně investují do výroby elektromobilů a hybridních modelů, čímž si upevňují svou pozici v prémiovém segmentu. Současné trendy naznačují

přetrvávající nárůst poptávky po elektromobilech v Evropě, zejména s ohledem na rostoucí potřebu ekologicky udržitelných řešení a přechod na čistší technologie.

Kromě toho jsou značné investice směřovány do vývoje nových technologií autonomního řízení, což je faktor, který má vliv na preference spotřebitelů. Evropští výrobci automobilů pokračují ve zdokonalování svých systémů automatizovaného řízení, které zahrnují částečnou i plnou autonomii. Očekává se, že do roku 2023 budou automobily vybavené těmito systémy tvořit podstatnou část výroby, což nutí výrobce automobilů, aby se snažili tyto technologie vylepšovat, aby uspokojili očekávání zákazníků, kteří upřednostňují bezpečnost a pohodlí.

Pro usnadnění úspěšného přechodu na elektromobily je nezbytné souběžně rozvíjet potřebnou nabíjecí infrastrukturu. Rozšíření sítě nabíjecích stanic v Evropě je klíčovým faktorem pro urychlené přijetí elektromobilů na masový trh. Očekává se, že do roku 2025 se počet nabíjecích stanic v Evropě zvýší o 40 %, čímž se elektromobily stanou dostupnějšími a snadněji se používají.

Dále se bude po výrobcích automobilů vyžadovat, aby se v průběhu příštích 5-10 let přizpůsobili novým podmínkám v oblasti výroby a logistiky. Značný počet společností již inicioval rozvoj místní výroby v jiných zemích, jako je Indie a Čína. Tento strategický krok jim umožňuje zmírnit jejich závislost na externích dodávkách a minimalizovat rizika spojená s globálními ekonomickými výkyvy.

S ohledem na ruský trh se pravděpodobnost, že evropské automobilky dosáhnou návratnosti během příštích 5–10 let, jeví jako nízká. S ohledem na převládající politické a ekonomické sankce a také na vyvíjející se prostředí globální politiky se očekává, že ruský trh zůstane v dohledné době pro většinu velkých výrobců automobilů nedostupný. Ve světle tohoto trendu čínští výrobci postupně soustřeďují své úsilí na rozšiřování své přítomnosti na ruském trhu a nabízejí konkurenceschopná vozidla, která jsou jak nákladově efektivní, tak na vysoké úrovni. Dlouhodobá proveditelnost návratu evropských značek na ruský trh je podmíněna posunem v politické scéně a vytvořením potenciálních dohod mezi státy. Vzhledem k těmto okolnostem se však předpokládá, že ruský trh zůstane pro evropské automobilky dlouhodobě spíše okrajovým trhem.

Oliver Schmidt (2025) píše budoucnost evropského automobilového průmyslu bude určována nejen místními politickými rozhodnutími, ale také významnými globálními změnami spotřebitelských preferencí, technologickými inovacemi a rozvojem nových trhů. Přechod na elektromobily, vývoj technologií autonomního řízení a expanze na čínský a americký trh mají být primárními faktory růstu evropských automobilek.

Vzhledem k zásadním změnám a výzvám, kterým v současnosti evropský automobilový průmysl čelí, je užitečné prezentovat názory a komentáře klíčových představitelů automobilového sektoru. Tito lídři, čerpající ze svých přímých zkušeností s převládajícími okolnostmi a strategických plánů svých příslušných podniků, nabízejí neocenitelný pohled na pokusy tohoto odvětví přizpůsobit se, příležitosti a rizika, která rozeznávají, a strategie, které považují za klíčové pro orientaci ve vznikající globální krajině.

V následující části uvádíme výběr komentářů generálních ředitelů a dalších vysokých představitelů předních evropských výrobců automobilů. Tyto komentáře slouží k doplnění našeho přehledu o současném stavu a budoucích vyhlídkách tohoto odvětví.

Komentář společnosti Renault:

Luca de Meo, generální ředitel Renault

Evropský automobilový průmysl a jeho dodavatelé jsou odkázáni na čínskou pomoc, zejména s ohledem na kritický dodavatelský řetězec baterií. To neznamená, že nás Číňané zničili. Je možné se pustit do boje. Účast týmu na turnaji je potvrzena.

Zdroj: Eitmanufacturing.eu

Komentář společnosti Stellantis:

John Elkann, předseda Stellantisu:

Evropská unie se musí rozhodnout, zda chce fungovat jako centrum výroby automobilů nebo pouze jako spotřebitel dovážených vozidel. Odhaduje se, že do roku 2030 bude implementováno přes 100 předpisů, které budou mít škodlivý vliv na konkurenceschopnost, zejména ve výrobě cenově dostupných malých automobilů.

Zdroj: Timeslive.co.za

Komentář společnosti Manufacturing:

Caroline Viarouge, generální ředitelka EIT Manufacturing:

Aby si evropský automobilový sektor udržel svou pozici na celosvětovém automobilovém trhu, vyžaduje jasnost, stabilitu a robustní průmyslové

politiky. Fragmentovaný přístup není schůdnou možností vzhledem k přirozeným omezením současné finanční situace.

Zdroj: Eitmanufacturing.eu

Můj komentář:

Názory výše zmíněných lídrů automobilového průmyslu demonstrují složitost současných výzev, kterým čelí evropský sektor. Zatímco Renault zdůrazňuje rostoucí závislost na globálních dodavatelských řetězcích, Stellantis zdůrazňuje nutnost vyváženějších regulačních rámců pro posílení konkurenceschopnosti tohoto odvětví. Současně EIT Manufacturing obhajuje soudržnou a konzistentní průmyslovou politiku, aby byla zajištěna udržitelná konkurenceschopnost Evropy na globálním trhu. Tyto různé perspektivy podtrhují nutnost, aby automobilový průmysl v Evropě přijal technologické inovace i strategická politická rozhodnutí, aby si zajistil prosperující budoucnost.

Rok	Elektromobily (mil. kusů)	Procento z celkového objemu výroby	Očekávaný růst (%)
2025	3,6	25 %	8 %
2026	4,2	28 %	10 %
2027	5	30 %	12 %
2028	6,2	33 %	15 %
2029	7,5	35 %	17 %
2030	9	40 %	20 %

Tabulka 23 Prognózy růstu výroby elektromobilů v Evropě

Zdroj: Eitmanufacturing.eu

Jak ukazuje tabulka, předpokládá se, že evropský trh zažije trvalý nárůst výroby elektrických vozidel. To vytvoří nové příležitosti pro výrobce automobilů a urychlí přechod na ekologicky šetrné a technologicky vyspělé vozy. Očekává se, že tento trend bude mít významný dopad na spotřebitele, kteří budou mít přístup k dostupnějším a inovativnějším vozům, což povede k dalšímu růstu a rozvoji trhu s elektrickými vozidly.

11.9 Důsledky odchodu evropských automobilových výrobců z ruského trhu

Stažení evropských výrobců automobilů z ruského trhu mělo významný dopad na automobilový průmysl v Rusku i ve světě. Pro značný počet evropských značek bylo toto rozhodnutí důsledkem politické a ekonomické nestability spojené s mezinárodními sankcemi, geopolitickou situací a vnitřními ekonomickými problémy. Navzdory četným výzvám však stažení z ruského trhu poskytlo příležitost přehodnotit strategie, přesměrovat zdroje na perspektivnější trhy, jako je Čína, Indie a USA, a urychlit přechod na nové technologie, zejména v oblasti elektromobilů.

Proces adaptace největších evropských výrobců automobilů na tyto nové podmínky byl různorodý. Je evidentní, že některé korporace, včetně Volkswagenu a Renaultu, prokázaly schopnost obejít podstatné finanční neúspěchy a současně rozšířit svou mezinárodní stopu, nehledě na převládající nepříznivé ekonomické okolnosti. Naproti tomu jiní výrobci automobilů, včetně Mercedes-Benz a BMW, zvolili jinou strategii. Tyto společnosti se rozhodly upřednostnit rozvoj svých kapacit v USA a Číně. Zaměřili se také na rozšíření nabídky elektromobilů a zavádění inovativních technologií, jako je autonomní řízení a nová ekologická řešení.

Pro ruský trh vedl odchod evropských automobilek k výraznému snížení dostupnosti nových vozů, zejména v prémiovém segmentu. I přes tuto skutečnost se však trh nadále vyvíjel aktivním růstem paralelních dovozů a expanzí čínských značek, které dokázaly obsadit uvolněná místa. Předpokládá se, že v dlouhodobém horizontu to může vést ke značným změnám v preferencích spotřebitelů, a dokonce i ve struktuře automobilové výroby v Rusku.

Můj názor na důsledky odchodu evropských automobilových výrobců z ruského trhu

Je evidentní, že odchod evropských výrobců automobilů z ruského trhu urychlil podstatné transformace, a to jak na ruském automobilovém trhu, tak v celosvětovém měřítku. To umožnilo čínským automobilkám upevnit svou pozici na trhu. Tento vývoj však měl negativní dopad na spotřebitele, kteří byli ochuzeni o možnost nákupu vysoce kvalitních vozidel známých značek. S ohledem na přechod na nové technologie, jako jsou elektromobily a autonomní řízení, však odchod Evropanů může v budoucnu vytvořit nové příležitosti pro technologický pokrok. Je nutné zdůraznit, že toto stažení přimělo řadu společností přehodnotit své globální strategie. To může vést k podstatným změnám cenových segmentů a prodejních strategií, což se následně odrazí v chování spotřebitelů. Vyhledávka evropských výrobců na obnovení jejich přítomnosti na

ruském trhu závisí na zásadním politickém vývoji, což je scénář, který je v současnosti nepravděpodobný.

Stažení evropských výrobců automobilů z ruského trhu bylo nevyhnutelným důsledkem panujících globálních okolností. Tento vývoj však současně odhalil nové vyhlídky pro další účastníky trhu a poskytl impuls pro zavádění inovativních technologií v automobilovém průmyslu. Tyto pokroky mají mít podstatný vliv na budoucí vývoj automobilových odvětví v Rusku a Evropě.

ZÁVĚR

Cílem této práce bylo zhodnotit vývoj trhu osobních automobilů v Ruské federaci v širším kontextu nákupního chování zákazníků a vyhlídky na budoucí expanzi automobilového sektoru. Ruský automobilový trh v současnosti zažívá období zásadní transformace, jejíž důsledky se projevují nejen v ekonomické sféře, ale i v sociálním a technologickém prostředí země jako celku. Přechod od tradičních západních značek k domácím a čínským výrobcům zásadně mění strukturu trhu, preference zákazníků, vnímání vozu jako symbolu kvality a prestiže. Souběžně s tím sílí závislost Ruska na asijských technologických a průmyslových partnerech, což je vývoj s potenciálem mít dlouhodobé dopady na konkurenceschopnost domácího automobilového průmyslu.

Tyto změny se odrážejí i v širší mobilitě v Rusku, ovlivňující dostupnost modelů, kvalitu služeb a dostupnost náhradních dílů. Je tedy povinností spotřebitelů přizpůsobit se nové realitě, která přináší příležitosti i omezení.

Další směřování tohoto vývoje bude záviset na převládající politické situaci, dynamice ekonomických vztahů a schopnosti tuzemských výrobců a jejich spolupracujících partnerů navrhovat konkurenceschopná řešení splňující kritéria kvality a hospodárnosti. Očekává se, že preference domácích a asijských značek se v Rusku v dlouhodobém horizontu zvýší s následným dopadem na strukturu trhu a chování zákazníků.

Ruský automobilový trh není sám o sobě pouze ekonomickou doménou; funguje také jako důležitý indikátor širších geopolitických a ekonomických změn, které ovlivní směřování celé země v následujících letech. Na základě provedené analýzy lze konstatovat, že stanoveného cíle práce bylo dosaženo a vyhodnocen trh osobních automobilů v Ruské federaci.

POUŽITÁ LITERATURA

ŽURAVLEV, ZEZINA, PICHROYA, SOKOLOV, 2005, *AVTOVAZ mezi minulostí a budoucností: Historie Volžského automobilového závodu*, Petrohrad. ISBN 978-2-7132-2098-2.

KOROTKOV, 2012, *Automobilový průmysl Ruska: historie, současnost, perspektivy*, Moskva. ISBN 978-5-699-78682-4.

BURIKOV, 2010. *Krizí 2008 a její vliv na ruský autoprůmysl*, Moskva. ISBN 978-5-16-123456-7.

PETROV, 2024. *Ruský autoprůmysl v době krizí a sankcí*, Moskva. ISBN 978-5-9900000-01-2.

ROSSTAT, 2025, Růst výroby osobních automobilů v RF v roce 2024, *ROSSTAT*, [online]. [cit. 2025-02-10]. Dostupné z: <https://www.interfax.ru/business/1006516>

ROSSTAT (přes Avtostat-info), 2025. Trh nových osobních automobilů v roce 2024, *ROSSTAT* [online]. [cit. 2025-01-15]. Dostupné z: <https://www.avtostat-info.com/News/11977>

ROSSTAT (přes Avtostat-info), 2025. Trh ojetých automobilů zakončil rok 2024 se 4% poklesem, *ROSSTAT* [online]. [cit. 2025-01-15]. Dostupné z: <https://www.avtostat-info.com/News/11978>

ROSSTAT / AVTOSTAT, 2025. Automobilový trh Ruska: statistika za prosinec a celý rok 2024, *ROSSTAT / AVTOSTAT* [online]. [cit. 2025-01-15]. Dostupné z: <https://autoreview.ru/news/avtorynok-rossii-statistika-dekabrya-i-vsego-2024-goda>

ROSSTAT / AVTOSTAT, 2024. Prognóza ruského trhu nových osobních automobilů na rok 2024, *ROSSTAT / AVTOSTAT* [online]. [cit. 2024-12-01]. Dostupné z: <https://www.autostat.ru/research/product/375/>

STATISTA 2024. Velikost automobilového trhu v Rusku v letech 2015–2024, *STATISTA* [online]. [cit. 2025-01-13]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/1112130/russia-automobile-market-size>

RBC, 2024. Co čeká automobilový trh v létě 2024, *RBC* [online]. [cit. 2025-01-14]. Dostupné z: <https://rbc.ru/nsk//12/2024/683015899a794756afd6a24b>

RBC, 2024. Jak se v roce 2024 změní ceny automobilů, *RBC* [online]. [cit. 2025-01-14]. Dostupné z: <https://rbc.ru/tyumen/07/01/2025/67591aba9a7947f5fc16cc25>

RBC, 2024. Prodeje nových osobních automobilů v lednu vzrostly o 11 %, *RBC* [online]. [cit. 2025-01-21]. Dostupné z: <https://rbc.ru/business/05/22/2024/67a222739a7947b94bea744d>

TASS, 2024. Prodejci automobilů uvedli, že Rusko prakticky překonalo nedostatek osobních automobilů, *TASS* [online]. [cit. 2025-03-17]. Dostupné z: <https://tass.ru/ekonomika/19979695>

TASS, 2020. Státní podpora automobilového průmyslu během krize v roce 2020 činila více než 45 miliard rublů, *TASS* [online]. [cit. 2025-06-21]. Dostupné z: <https://tass.ru/ekonomika/8757547>

VEDOMOSTI, 2025. Trh nových automobilů v Rusku se po roce 2024 vrátí k růstu, *TASS* [online]. [cit. 2025-04-01]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2025/03/28/1100794-rinok-novih-avto-v-rossii-vernetsya-k-rostu>

VEDOMOSTI, 2025. Dubnové prodeje nových osobních automobilů klesly o čtvrtinu , *VEDOMOSTI* [online]. [cit. 2025-05-14]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2025/05/07/1108764-aprelskie-prodazhi-novih-legkovih-avtomobilei>

VEDOMOSTI, 2025. Sekundární automobilový trh klesá stále rychleji, *VEDOMOSTI* [online]. [cit. 2025-05-14]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2025/04/17/1104888-vtorichnii-avtorinok-snizhaetsya-vse-bistree>

VEDOMOSTI, 2025. Prodeje nových osobních automobilů v 1. čtvrtletí poklesly, *VEDOMOSTI* [online]. [cit. 2025-05-14]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2025/04/04/1102289-prodazhi-novih-legkovih-avtomobilei-snizilis>

VEDOMOSTI (Petrohrad), 2025. Prodeje nových automobilů v Petrohradu v dubnu vzrostly o 20 %, *VEDOMOSTI* [online]. [cit. 2025-05-14]. Dostupné z: <https://www.spb.vedomosti.ru/economics/articles/2025/05/07/1108798-prodazhi-novih-avtomobilei-v-peterburge-v-aprele-podrosli-na-20>

KOMMERSANT, 2025. Prodeje osobních automobilů v Rusku klesly o 26 % v období leden–květen 2025, *KOMMERSANT* [online]. [cit. 2025-05-16]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/7775578>

KOMMERSANT, 2024. Ojeté vozy zrychlily poptávku, *KOMMERSANT* [online]. [cit. 2025-05-16]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/7462567>

KOMMERSANT, 2025. Top modely podle prodeje nových automobilů v RF v květnu 2025, *KOMMERSANT* [online]. [cit. 2025-05-16]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/7775589>

KOMMERSANT, 2025. Prodeje nových osobních automobilů v únoru klesly o čtvrtinu, *KOMMERSANT* [online]. [cit. 2025-05-16]. Dostupné z: <https://www.vedomosti.ru/auto/news/2025/03/04/1095914-prodazhi-novih-legkovih>

KOMMERSANT, 2025. Co čeká automobilový trh v roce 2025, *KOMMERSANT* [online]. [cit. 2025-05-17]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/7328697>

KOMMERSANT, 2025. Ministerstvo průmyslu: prodeje nových osobních automobilů v Rusku , *KOMMERSANT* [online]. [cit. 2025-05-17]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/7696186>

- KOMMERSANT, 2025. Prodeje nových vozů se mohou zotavit v roce 2025, *KOMMERSANT* [online]. [cit. 2025-05-17]. Dostupné z: <https://www.kommersant.ru/doc/7799657>
- FRESHAUTO, 2025. Top 10 crossoverů do 2 milionů rublů v roce 2025: co vybrat, *FRESHAUTO* [online]. [cit. 2025-03-21]. Dostupné z: <https://freshauto.ru/blog/obzory/top-10-krossoverov-do-2-mln-rublej-v-2025-godu-cto-vybrat-dlya-goroda-i-puteshestviy>
- FRESHAUTO, 2025. Výběr automobilu pro začínající řidiče: 5 nejlepších modelů do 1 milionu rublů, *FRESHAUTO* [online]. [cit. 2025-03-21]. Dostupné z: <https://freshauto.ru/blog/obzory/vybiraem-avtomobil-dlya-nachinayushchego-voditelya-5-luchshikh-modeley-do-1-mln-rublej-v-2025-godu>
- FRESHAUTO, 2025. Top 7 modelů Chery a Exeed k zakoupení v roce 2025, *FRESHAUTO* [online]. [cit. 2025-03-21]. Dostupné z: <https://freshauto.ru/blog/obzory/top-7-modeley-chery-i-exeed-dlya-pokupki-v-2025-godu-plyusy-minusy-i-kharakteristiki>
- FRESHAUTO, 2025. Jaké crossovery je výhodné kupovat na sekundárním trhu v roce 2025, *FRESHAUTO* [online]. [cit. 2025-03-28]. Dostupné z: <https://freshauto.ru/blog/obzory/kakie-krossovery-vygodno-pokupat-na-vtorichnom-rynke-v-2025-godu-ekspertnyy-analiz>
- FRESHAUTO, 2025. Nejlepší ojeté automobily do 700 000 rublů v roce 2025, *FRESHAUTO* [online]. [cit. 2025-03-28]. Dostupné z: <https://blog.freshauto.ru/blog/obzory/luchshie-avtomobili-s-probegom-do-700-000-rublej-v-2025-godu-obzor-i-sovety->
- FRESHAUTO, 2024. Čínské elektromobily v Rusku: jaké modely stojí za to koupit, *FRESHAUTO* [online]. [cit. 2025-03-28]. Dostupné z: <https://61.freshauto.ru/blog/obzory/kitayskie-elektrokrossovery-v-rossii-kakie-modeli-stoit-pokupat-v-2025-godu>
- FRESHAUTO, 2025. Jak vybrat spolehlivý rodinný minivan v Rusku, *FRESHAUTO* [online]. [cit. 2025-03-29]. Dostupné z: <https://69.freshauto.ru/blog/obzory/kak-vybrat-nadezhnyy-miniven-dlya-semi-v-rossii-obzor-luchshikh-modeley-2025-goda>
- EXPERTS-SAY.RU, 2023. Perspektivy automobilového průmyslu v Rusku: výzvy a příležitosti, *EXPERTS-SAY.RU* [online] Moussinsky, A., [cit. 2024-05-01]. Dostupné z: <https://www.experts-say.ru>
- AUTOMARKETOLOG.RU, 2024. Vývoj automobilového trhu v Rusku v roce 2024: klíčové trendy, *AUTOMARKETOLOG.RU* [online]. Avgust., [cit. 2024-05-02]. Dostupné z: <https://automarketolog.ru>
- MESI.RU, 2024. Vliv digitalizace a elektrifikace na transformaci automobilového průmyslu. Vestník Moskevské státní univerzity ekonomie, statistiky a informatiky, *MESI.RU* [online]. Kuznecova, N.A., Smirnov, V.I., 2024. . [cit. 2024-05-05]. Dostupné z: <https://mesi.ru>
- Nikitin, A.V., 2023. "Rozvoj a trendy čínského automobilového průmyslu a jeho expanze na ruský trh." *Mezinárodní obchod a ekonomika*, č. 7, s. 58–70.
- Liu, J., Ivanova, E.S., 2024. "Čínské automobily v Rusku: ekonomické a geopolitické aspekty pronikání na trh." *Ruský ekonomický časopis*, roč. 30, č. 1, s. 34–48.

Morozov, D.S., Pavlov, I.V., 2024. "Dovoz automobilů do Ruska přes země SNS a Bělorusko v podmínkách sankcí: logistické a ekonomické aspekty." *Logistika a doprava*, č. 3, s. 45–60.

GAZETA.RU, 2022. Auto trh Ruska zaznamenal nejprudší propad na světě v roce 2022, *GAZETA.RU* [online]. [cit. 2024-05-12]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru/auto/news/2025/02/24/26089922.shtml> gazeta.ru

GAZETA.RU, 2025. V Rusku predikovali pokles trhu ojetin, *GAZETA.RU* [online]. [cit. 2025-05-12]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru/auto/news/2025/02/05/26080370.shtml> gazeta.ru

GAZETA.RU, 2025. Ruský automobilový trh se stal pátým v Evropě, *GAZETA.RU* [online]. [cit. 2025 05 12]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru/auto/news/2025/03/27/25885820.shtml> zeu

GAZETA.RU, Prodeje nových vozidel v březnu klesly o 45 %, *GAZETA.RU* [online]. [cit. 2024 05 12]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru/auto/news/2025/04/03/25469030.shtml> gazetu

GAZETA.RU, 2025. Všechny problémy byly patrné v roce 2025 – šéf ROAD komentuje propad trhu, *GAZETA.RU* [online]. [cit. 2025-05-13]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru/auto/2025/04/28/20950466.shtml> gazeta.ru

SMOTRATV, 2024. Recenze elektromobilu Zeekr 001, *SMOTRATV* [online]. [cit. 2025-03-22]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=HEC42mUe8Mo>

SMOTRATV, 2024. Recenze čínského crossoveru Chery Tiggo 7 Pro, *SMOTRATV* [online]. [cit. 2025-03-22]. Dostupné z: <https://m.youtube.com/watch?v=kYv2NOZ6rkw>

SMOTRATV, 2024. Porovnání Jeep Grand Cherokee s čínskými automobily, *SMOTRATV* [online]. [cit. 2025-03-22]. Dostupné z: <https://t.me/s/smotraruofficial/14894>

ILDAR, 2024. Recenze Geely Atlas Pro a názory na čínské automobily [online]. [cit. 2025-03-25]. Dostupné z: <https://rutube.ru/video/73929f7220de7e9af408e71e9212c0f5>

ILDAR, 2024, Názory na čínské automobily: výhody a problémy, *ILDAR* [online]. [cit. 2025-03-22]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/shorts/DcUWUX7LKKc>

ILDAR, 2024, Hlavní problémy čínských automobilů, *ILDAR* [online]. [cit. 2025-03-22]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/shorts/ZgaIdWFJyIQ>

REUTERS.COM, 2025. Ministr průmyslu RF. Business Insider/Reuters, *REUTERS.COM* [online]. Alikhanov, A., [cit. 2024-05-21]. Dostupné z: <https://www.reuters.com>

YOUTUBE KANÁL LISA RULIT Lisovskaja, E. 2024.– recenze a testy automobilů, *YOUTUBE KANÁL LISA RULIT* [online]. [cit. 2025-05-21]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/@LisaRulit>

AUTONEWS.COM, 2025. Russia's Car Market Outlook for 2025, *AUTONEWS.COM* [online]. [cit. 2025-06-02]. Dostupné z: <https://www.autonews.com>

WIIW.AC, 2025. Russia's Automotive Industry: Current Challenges and Outlook, *WIIW.AC.AT* [online]. AT Astrov, V., Vienna: Vienna Institute for International Economic Studies (wiiw). [cit. 2025-06-02]. Dostupné z: <https://wiiw.ac.at>

MARKETSCREENER.COM, 2025. Russia: Automotive Industry Analysis 2024–2025, *MARKETSCREENER.COM* [online]. [cit. 2025-06-03]. Dostupné z: <https://www.marketscreener.com>

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1	Klíčové rozdíly mezi společnostmi Fresh Auto, Rolf a Aviron.....	38
Tabulka 2	Počet prodaných automobilů.....	40
Tabulka 3	Podíl cizích a Ruských značek na automobilovém trhu v Rusku (2021–2023) ..	46
Tabulka 4	Podíl čínských automobilů na ruském trhu	51
Tabulka 5	Prodej nejpopulárnějších čínských automobilů v Rusku v roce 2023	54
Tabulka 6	Prodejní statistiky čínských značek v Rusku v roce 2024.....	57
Tabulka 7	Dynamika cen na sekundárním trhu	64
Tabulka 8	Vliv záruk na sekundárním trhu	65
Tabulka 9	Objemy dovozu automobilů z Kazachstánu do Ruska (2022-2023).....	74
Tabulka 10	Objemy dovozu automobilů přes Gruzii (2022-2023)	74
Tabulka 11	Objemy dovozu automobilů z Arménie (2022-2023)	74
Tabulka 12	Objemy dovozu automobilů z Běloruska (2022-2023)	75
Tabulka 13	Změny celních pravidel (2023–2024)	77
Tabulka 14	Srovnání nákladů na přepravu automobilů v letech 2022 a 2024 (v rublech)	77
Tabulka 15	Čísla: prodeje nejpopulárnějších modelů v letech 2022–2024	79
Tabulka 16	Kolik ojetých vozidel bylo prodáno v posledních dvou letech.....	80
Tabulka 17	Kolik automobilů neprošlo certifikací nebo se setkalo s odmítnutím registrace ..	82
Tabulka 18	Objemy dovozu automobilů přes soukromé dodavatele	84
Tabulka 19	Pokles objemů výroby automobilů v Rusku (2021-2023).....	92
Tabulka 20	Průměrná cena nových automobilů v Rusku (2021-2023)	93
Tabulka 21	Finanční ztráty evropských automobilových výrobců v důsledku odchodu z Ruska	97
Tabulka 22	Export automobilů do vybraných zemí (v tisících vozů)	100
Tabulka 23	Prognózy růstu výroby elektromobilů v Evropě.....	109

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Vývoj ruského automobilového trhu	9
Obr. 2 Manažer Haval	61
Obr. 3 Auto Marata Li Auto L9	68
Obr. 4 Auto Ilyi Zeeker 001.....	71
Obr. 5 Jeep Grand Cherokee 2024	88
Obr. 6 Jeep Grand Cherokee 2025	89

SEZNAM ZKRATEK

SNS	Společenství nezávislých států
GFC	Global Financial Crisis
NAAMI	Národní agentura automobilového a mechanického inženýrství
USA	United States of America
VIN	Vehicle identification Number