



16 | Как кризис повлиял на ассортимент авторынка: модели, которых нам будет не хватать

19 | Рынок коммерческого транспорта начал расти: компании больше не могут откладывать покупку новой техники

21 | Появятся ли в ближайшем будущем на дорогах России беспилотные грузовики и автобусы?

Куда ниже

Российский автомобильный рынок падает уже четыре года подряд, едва ли не ежемесячно обновляя антирекорды. Впрочем, улучшение экономической ситуации и соображение, что «дальше падать некуда», дают многим экспертам повод смотреть в будущее с оптимизмом: рынок, по их мнению, достиг дна и вот-вот начнет расти. Некоторые их коллеги, однако, уверены в обратном.

— рынок —

О долгожданной стабилизации на российском автомобильном рынке говорят уже давно. Вот только волею судьбы дна рынок все никак не нащупает. По итогам ушедшего года продажи новых легковых машин сократились на 11% (до 1,42 млн шт.), а в январе текущего года рынок опять оказался в отрицательной зоне (–5% по сравнению с январем 2016-го). Всего же за последние четыре года авторынок упал более чем вдвое (в 2012 году в РФ было продано 2,9 млн новых машин — см. график на стр.14), и его сжатие, увы, продолжается.



Падению продаж автомобилей в России способствуют несколько ключевых факторов. Прежде всего это непрекращающийся рост цен на новые машины. После обвала ру-

бля в 2014 году цены на автомобили сразу подскочили на 30–50%. И рост продолжается до сих пор. Согласно данным компании «Автостат», за 2016 год розничные цены выросли

на 15–20%, притом что рубль уже не падал, а укреплялся по отношению к мировым валютам. Растут цены и в нынешнем году: согласно оценкам маркетологов, в среднем по рынку за

первые два месяца 2017 года они увеличились на 3–5%.

При растущих ценах продолжает падать покупательная способность населения. Приобретение автомоби-

ля — вторая по значимости покупка после жилья для среднестатистической семьи. В условиях продолжающейся экономической неопределенности люди откладывают намерение купить новую машину до лучших времен. «Январь 2017 года оказался одним из худших за последние десять лет: продано 77,9 тыс. автомобилей, ниже продажи были только в январе 2010 года», — констатирует Екатерина Григорьева, директор направления «Оценка и финансовый консалтинг» группы компаний SRG. «Падение продаж связано не только с падением доходов населения и существенным ростом стоимости новых автомобилей, но и также со спадом экономической активности коммерческих компаний и сокращением кредитования банковского сектора».

В условиях продолжающегося кризиса, особенно в последние месяцы, лучше всего чувствуют себя крупные игроки. Чем «камернее» производитель, тем меньше у него инструментов для стимулирования спроса, тогда как «большие» концерны могут позволить себе убыточные с точки зрения бизнеса маркетинговые акции: завоевать долю сейчас, а разобраться, что с ней делать, потом.

В первой десятке ведущих автомобильных марок только одна, Nissan, с уходом в –23% в ушедшем году показала падение продаж ниже рынка (см. график на стр.14). Остальные же закончили год с минимальными потерями, а некоторые даже продемонстрировали хоть и небольшой, но все же прирост продаж. Например, с падением всего 1% (266 тыс. авто) завершил год лидер рынка — российский бренд Lada. На втором и третьих местах — бренды Kia (149 тыс.) и Hyundai (145 тыс.), которые потеряли за год соответственно 9% и 10%. C14

www.volkswagen-commercial.ru

СПЕЦПАКЕТ PROF¹:
Ваше преимущество
до **141 000 руб.²**

Спецпредложение для настоящих профессионалов

Мы привыкли профессионально подходить к делу. Обладаем многолетним опытом. Знаем и учитываем потребности наших клиентов. Поэтому мы подготовили специальные пакеты «рабочих» опций PROF¹ на автомобили Volkswagen Transporter и Caddy по привлекательной цене. Наши автомобили не просто надежные, но еще и экономичные. Их отличает низкая общая стоимость владения и высокая остаточная стоимость. Работать с настоящим профессионалом не только приятно, но и выгодно!

Дополнительная информация — по телефону информационной линии Volkswagen 8-800-333-4441

¹Профи. ²Предложение действительно при приобретении новых моделей Caddy (фургон или фургон Maxi (Макси), двигатель 1.6 MPI, 81 кВт) и Transporter (шасси, фургон или пассажирский, двигатель 2.0 TDI, 75 кВт) со специальным пакетом опций у официального дилера. Указанное максимальное преимущество достигается при приобретении нового Volkswagen Transporter с пассажирским кузовом и со специальным пакетом опций. Срок действия предложения — с 01.01.2017 г. по 31.03.2017 г. Подробности у официальных дилеров Volkswagen; предложение ограничено. Реклама

Коммерческие автомобили

авто | коммерческий транспорт

Куда ниже

— рынок —

С13 Четвертое место досталось Renault (117 тыс.), которая окончила год с минимальными потерями — 3%. Следующая за ней Toyota (94 тыс.) также упала только на 4%. Занявший шестое место Volkswagen (74 тыс.) снизил продажи на 4%. АИАЗ, напротив, сумел нарастить продажи на 9% (до 55 тыс.). На 1% увеличил реализацию своих машин другой российский игрок — УАЗ (48 тыс.). Замыкающая десятку Skoda тоже окончила год с приростом 1% (55 тыс.).

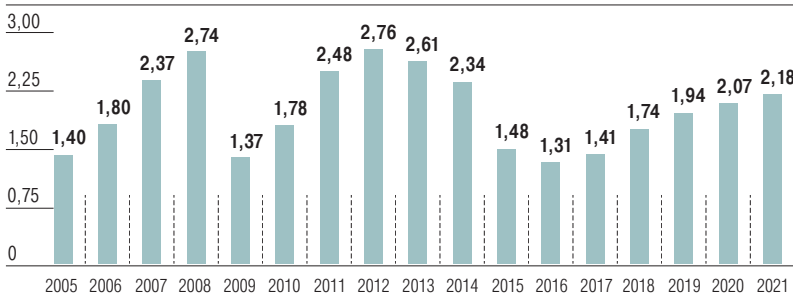
Удерживаться на плаву на российском автомобильном рынке в первую очередь удастся тем, кто имеет на территории РФ собственные производственные мощности высокой степени локализации, что дает больше возможностей сдерживать рост цен. Также в выигрыше оказались компании, которые смогли развивать модельный ряд в самых перспективных сегментах — бюджетных автомобилей В-класса и кроссоверов.

Неплохо чувствует себя и премиальный сегмент, потери которого меньше среднерыночных показателей: по данным «Автостата», продажи здесь упали на 7%, а общая доля автомобилей премиум-класса превысила 10%. При этом половина из 14 премиальных брендов оказалась в плюсе: существенно прибавили в продажах Alfa Romeo (+127%), Jaguar (+113%), Smart (+47%), Lexus (+19%), Cadillac (+11%).

Неудачниками года оказались Honda (–62%), Mitsubishi (–53%),

ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА НОВЫХ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ (млн шт.)

ИСТОЧНИК: PricewaterhouseCoopers.



Datsun (–41%), Suzuki (–30%). Продолжают сокращаться «французы»: Citroen и Peugeot снизились соответственно на 31% и 36%, некоторые «китайцы» (Geely, –61%), итальянский

Fiat (–43%), уходящий с российского рынка Chevrolet (–38%).

Что же касается первенства в «личном зачете», то в рейтинге самых популярных моделей также происходят

САМЫЕ ПРОДАВАЕМЫЕ МАРКИ НА РОССИЙСКОМ АВТОРЫНКЕ В 2016 ГОДУ

2016	2015	Марка	Продано в 2016 году (тыс. шт.)	ИСТОЧНИК: АЕБ.	Динамика (%)
1	1	Lada	266,3		▽ -1
2	2	Kia	149,6		▽ -9
3	3	Hyundai	145,3		▽ -10
4	4	Renault	117,2		▽ -3
5	5	Toyota	94,6		▽ -4
6	7	VW	74,2		▽ -5
7	6	Nissan	70,5		▽ -23
8	9	«ГАЗ»	55,8		▲ +9
9	8	Škoda	55,4		▲ +1
10	11	«УАЗ»	48,8		▲ +1
11	13	Ford	42,5		▲ +10
12	12	Mercedes-Benz	36,9		▽ -11
13	10	Chevrolet	30,5		▽ -39
14	16	BMW	27,5		0
15	20	Lexus	24,1		▲ +19
16	17	Mazda	21,5		▽ -21

интересные перестановки. По итогам ушедшего года впервые в истории российского авторынка на первое место пьедестала попала иномарка: самой продаваемой машиной в РФ в 2016 году стала корейская модель Hyundai Solaris (90,3 тыс.), которая сумела обогнать российскую Lada Granta (87,7 тыс.). Третье место с минимальным отрывом досталось также корейской модели — Kia Rio (87,6 тыс., см. таблицу 2). Насколько долго корейской машине удастся оставаться в лидерах — вопрос открытый. Конкуренция в массовом сегменте усиливается, шансы вернуть себе лидерство имеет АвтоВАЗ, который собирается в нынешнем году вывести на рынок несколько новых моделей.

Производственный план

Вместе с падением продаж продолжает снижаться и производство автомобилей в России. По данным PricewaterhouseCoopers (PwC), по результатам 2016 года производство легковых автомобилей в России сократилось на 7,4% и составило 1,1 млн шт.

Однако в ближайшее время прогноз в отношении производства новых автомобилей в стране скорее оптимистичный. Дело в том, что производственные мощности российских и иностранных локализованных автопроизводителей в РФ в настоящее время составляют примерно 3,1 млн шт. в год, и, таким образом, их загрузка по итогам года составила 36%. Из-за такой избыточности производственных мощностей мировые автопроизводители в большей степе-

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ МОДЕЛИ НА РОССИЙСКОМ АВТОРЫНКЕ В 2016 ГОДУ

2016	2015	Модель	Марка	Продано в 2016 году (тыс. шт.)	ИСТОЧНИК: АЕБ.	Изменение к 2015 году (тыс. шт.)
1	2	Solaris	Hyundai	90,4		▽ -25,8
2	1	Granta	Lada	87,7		▽ -32,5
3	3	Rio	Kia	87,6		▽ -9,4
4	—	Vesta	Lada	55,2		▲ 52,4
5	4	Polo	VW	47,7		▲ 2,3
6	5	Duster	Renault	44,0		▲ 0,1
7	14	RAV 4	Toyota	30,6		▲ 3,5
8	10	Niva	Chevrolet	29,8		▽ -1,5
9	6	Logan	Renault	29,6		▽ -11,7
10	7	Largus	Lada	29,3		▽ -9,6
11	11	Sandero	Renault	28,6		▽ -1,7
12	12	Camry	Toyota	28,1		▽ -2,1
13	9	4x4	Lada	27,3		▽ -8,0
14	16	Rapid	Škoda	25,9		▲ 1,4
15	—	Creta	Hyundai	21,9		—
16	18	Octavia A7	Škoda	21,8		▲ 0,4

ни будут ставить на развитие производства в России и продолжать сокращать импортные поставки. В текущем году PwC прогнозирует увеличение производства автомобилей примерно на 7% — до 1,2 млн шт., а в 2018-м — до 1,8 млн шт.

Более того, несмотря на нестабильное положение российского автомобильного рынка, несколько компаний планируют создать свои предприятия на территории России. Аналитики прогнозируют, что в общей сложности в течение ближайших пяти лет планируется увеличение производственных мощностей на 0,2 млн шт., до 3,3 млн шт., за счет ожидаемого открытия как минимум трех автозаводов. Речь идет

о заводе китайского автопроизводителя Great Wall в Тульской области, который будет рассчитан на выпуск 150 тыс. автомобилей в год. Другой крупный проект также принадлежит китайской компании — Lifan, которая в ближайшее время собирается создать свое предприятие в Липецкой области с возможностью выпуска 60 тыс. автомобилей в год. Еще один заметный проект — завод Mercedes-Benz. Компания уже объявила о подписании соглашения с российскими властями и заявила, что предприятие сможет выпускать до 25 тыс. автомобилей в год, а немецкие инвестиции в проект составят €250 млн.

Алексей Грамматчиков

Полный вперед

— pro —

Физики сказали бы, что российский автомобильный рынок находится в суперпозиции. Как одновременно и мертвый, и живой кот Шрёдингера, в нынешнем году он обязательно будет расти и обязательно будет падать. Именно такой вывод можно сделать, изучая диаметрально противоположные прогнозы экспертов. Аргументы обеих сторон убедительны. Итак, все будет хорошо?

Большинство игроков и наблюдателей российского автомобильного рынка, несмотря на продолжающееся снижение продаж, все же настроены оптимистично: они убеждены, что в ближайшие месяцы затяжное сжатие рынка остановится и он, пусть медленно, но все же пойдет вверх.

Представители Ассоциации европейских бизнеса (АЕБ) предсказывают, что в новом году рынок увеличится на 4%, до 1,48 млн автомобилей. «Очевидно, что рынок сейчас находится в финальном процессе поиска дна, — заявил на итоговой пресс-конференции ассоциации Йорг Шрайбер, председатель Комитета автопроизводителей АЕБ. — Очень вероятно, что в текущем году падение остановится и рынок пойдет в рост впервые за последние четыре года».

Представители международной аналитической компании PricewaterhouseCoopers (PwC) дают более оптимистичный прогноз. Они говорят, что по итогам 2017 года российский авторынок поднимется на 7%, а за период до 2021 года среднегодовой прирост продаж новых автомобилей составит 11% и через четыре года достигнет 2,2 млн единиц. По мнению аналитиков PwC, на продажи будет положительно влиять устойчивая цена на нефть: специалисты приводят прогноз Bloomberg,

согласно которому цена ее в текущем году поднимется в среднем до \$55 за баррель (с \$43 в ушедшем году). Также подъему рынка будет способствовать ожидаемый рост потребительской уверенности. «По результатам 2016 года индекс потребительской уверенности все еще остается на достаточно низком уровне (–8% в четвертом квартале 2016 года), но тем не менее наблюдается положительная динамика», — говорится в последнем отчете PwC.

«В 2017 году мы ожидаем роста рынка новых автомобилей до 1,5 млн штук, — прогнозирует начальник управления по работе с партнерами Юникредитбанка Денис Алферов. — При сохранении таких факторов в экономике, как инфляция, курс валюты, котировки нефти, рынок получит возможность реализовать отложенный спрос населения, который накопился за последние годы».

«По нашему мнению, в 2017 году рынка есть потенциал завершить четырехлетний период падения и вернуться к умеренному росту в 4–5%. Такой прогноз связан с ростом экономики в целом, снижением стоимости кредитных ресурсов и, соответственно, ростом сделок с участием банков. Немаловажным драйвером может выступить отложенный спрос, таким образом, общий размер рынка может составить 1,5 млн автомобилей», — соглашается Екатерина Григорьева, директор направления «Оценка и финансовый консалтинг» группы компаний SRG.

Участники рынка надеются и на поддержку государства. По словам представителей властных структур, на меры поддержки российского автопрома и автомобильного рынка в

У экспертов полярные мнения относительно будущего российского авторынка: ему предрекают и темное падение, и светлое развитие

2017 году из бюджета выделено около 55 млрд руб. При этом населению будет предложено покупать новые машины с помощью новых стимулирующих программ, таких как «Первый автомобиль» (субсидия 60 тыс. руб. при покупке первого автомобиля стоимостью до 800 тыс. руб. гражданам до 30 лет), «Семейный автомобиль» (субсидия 100 тыс. руб. на покупку автомобиля до 1 млн руб. для семей с тремя и более детьми в случае, если в семье нет автомобиля) и «Социальный работник» (субсидия 60 тыс. руб. для работников бюджетной сферы на покупку машины до 800 тыс. руб.).

Алексей Грамматчиков



— contra —

В соседнем материале уважаемые эксперты и игроки рынка убедительно доказали, что российский автомобильный рынок ждет светлое будущее. Теперь не менее уважаемые люди объяснят, почему, напротив, все будет плохо.

Многие маркетологи и участники рынка сомневаются в возможности роста продаж в ближайшее время. «Мы ожидаем, что объем рынка останется на уровне 2016 года, так как не видим предпосылок для изменения настроения покупателей, — говорит Микио Фуджита, заместитель гене-

рального директора ООО «Субару Мотор». — Российские покупатели сейчас предельно осторожны: экономическая обстановка в стране улучшилась, однако люди еще не уверены в том, что это надолго, и пока откладывают решение о покупке автомобиля. В этом году изменений рынка, скорее всего, не будет, но уже в 2018-м мы можем рассчитывать на рост продаж».

«Спрос на авторынке очень чувствителен к ценам и потребительским доходам, — соглашается Марк Гойхман, аналитик ГК TeleTrade. — Покупка машины — одно из первых, от чего люди отказываются в кризис. Реальные доходы населения падают более двух лет подряд. В

2016 году, по данным Росстата, они сократились на 5,9%».

Тянуть продажи автомобилей вниз будут и высокие ставки по кредитам. «Номинальные ставки по автокредитам сейчас начинаются от 8,5%, а реальные за счет включения дополнительных статей расходов скорее близки к 10% и выше, — указывает Сергей Мельников, главный аналитик Global FX. Это является прямым следствием жесткой денежно-кредитной политики ЦБ РФ — сейчас ключевая ставка держится на уровне 10% и снижаться, по заявлениям регулятора, пока не будет. Все это значит, что реальных предпосылок для повышения доступности автокредитов сейчас нет».

Наконец, неблагоприятным фактором для авторынка в текущем году может оставаться дальнейший рост цен на новые машины. Да, рубль сейчас укрепляется, но уровень его падения за последние два года все еще достаточен для того, чтобы продолжать толкать цены на автомобили вверх. Об этом говорят в том числе представители ведущих автоконцернов. «После падения рубля многие производители продавали автомобили себе в убыток, ведь если бы они подняли цены сразу в полтора-два раза, то продажи остановились бы окончательно. Сейчас компании продают машины хотя бы с нулевой или минимальной прибылью. Так что рассчитывать на снижение цен из-за текущего укрепления рубля вряд ли стоит», — объясняет Василий Мельников, PR-директор BMW в России. «Сегодня дорожает все: и производственные издержки, и новые технологии в автомобилях, и затраты на экологичность, — добавляет директор Škoda в России Ян Прохазка. — К тому же цены еще не отыграли падение рубля в 2014 году, так что в новом году их снижения не будет».

Алексей Грамматчиков

Реклама

От сложных задач к простым решениям

ЛИЗИНГ

+7 (495) 514-16-51, www.vtb-leasing.ru

АО ВТБ Лизинг

авто | коммерческий транспорт

«Главное — поддерживать бизнес в здоровой форме»

— мнение —

Глава марки Audi в России ЛЮБОМИР НАЙМАН рассказывает о том, какие модели следует выводить на российский рынок.

— В 2016 году российский рынок вновь не показал роста. Тем не менее дебют многих премиальных моделей был весьма успешным. Какие модели Audi показали хорошие результаты?
— В прошлом году мы вывели на российский рынок две новые модели Audi с приставкой performance: Audi RS 6 Avant и Audi RS 7 Sportback. Главная новинка Audi 2016 года — A5 Coupe. Российская презентация модели состоялась в конце прошлого года. Из ключевых нововведений — новое шасси, новые мощные двигатели, инновационные информационно-развлекательные и assistирующие системы. Уверен, что A5 Coupe ждет большое будущее в России. Стоит отметить и блестящие результаты, которые продемонстрировал Q7: автомобиль занял первую строчку в рейтинге продаж Audi в России по итогам 2016 года. Всего было продано более 5 тыс. единиц этой модели, что на 45% превышает результаты 2015 года.



— Судя по концепт-кару Q8, Audi продолжает расширять модельную линейку. Появится ли будущая модель в России и выйдет ли на российский рынок кроссовер Q2?
— Q8 станет первым представителем бренда в нише полноразмерных кроссоверов-купе. И он обязательно появится в России. Более того, отмечу, что российский рынок находит-

ся в числе наиболее приоритетных для Q8. Что касается Q2, то пока мы не планируем выводить эту модель на рынок. Тому есть целый ряд причин, в том числе экономического характера. Тем не менее мы продолжим анализировать рынок, и в случае соответствующих предпосылок решение может быть пересмотрено.
— Каковы ваши прогнозы на 2017 год: начнет ли расти российский рынок? И какие цели являются для марки Audi приоритетными в текущем году?
— Конец 2016 года позволяет говорить о некой стабилизации российского автомобильного рынка. Я думаю, что в этом году мы сможем увидеть даже небольшой рост. Конечно же, не стоит ожидать существенных изменений, но главное, что тенденция меняется в положительную сторону. Для нас одной из основных задач на 2017 год является поддержание бизнеса в «здоровой» форме. Важная задача на 2017 год — запуск новых моделей. В этом году нас ждут две яркие и стратегически важные премьеры: новый кроссовер Q5 и новое поколение седана представительского класса A8 — флагмана и визитной карточки бренда. Q5 появится в салонах дилеров уже в мае, A8 мы планируем представить осенью.

«Россия — крупнейший рынок в континентальной Европе»

— мнение —

Региональный директор Rolls-Royce Motor Cars в Европе и Южной Африке ДЖЕЙМС КРАЙТОН не замечает кризиса: россияне покупают даже кабриолеты.

— Как вы оцениваете результаты Rolls-Royce 2016 года в России?
— В 2016 году мы добились сильных результатов в России. Несмотря на непростые условия на рынке, мы продали более 100 автомобилей третий год подряд, закрепив за Россией статус крупнейшего рынка в континентальной Европе. Мы отметили высокий интерес к кабриолету Dawn — пожалуй, самому сексуальному Rolls-Royce в истории, притом что Россия не является традиционным рынком для автомобилей с открытым верхом. Количество заказов на Phantom II было просто феноменальным, особенно учитывая, что это был последний год перед сменой поколения. Это доказывает, что Phantom остается самым желанным предметом роскоши в мире.
— Видна ли связь между конъюнктурой автомобильного рынка в целом и продажами ультралюксовых автомобилей Rolls-Royce?
— Rolls-Royce — очень личная, эмоциональная, значимая покупка. Зачастую это инвестиция на всю



жизнь. С этой точки зрения мы больше относимся к рынку предметов роскоши, нежели автомобилей. Наши конкуренты — яхты, вертолеты, дорогие наручные часы и ювелирные изделия. Многие клиенты считают, что сейчас времена экономической неопределенности — пора инвестировать в эмоции. Высокий спрос на модели Rolls-Royce и рекордные результаты программы персонализации Bespoke это подтверждают.
— С поправкой на временное отсутствие в линейке модели

Phantom каковы ваши ожидания от 2017 года?
— 2017 год принесет новые вызовы, но мы уверены, «Дух экстаза» останется главным символом успеха. Ghost и Wraith будут ключевыми факторами развития бизнеса, а их темные двойники Black Badge, дебютировавшие в прошлом ноябре, укрепят успех этих моделей. Dawn продолжит пользоваться спросом у тех, кто любит путешествовать с открытым верхом. В целом мы заметили, что расширенное портфолио Rolls-Royce привлекло новую категорию молодых, успешных, амбициозных, требовательных клиентов. Эти люди заработали капитал на современных динамичных рынках и хотят вознаградить себя за успехи. Мы видим большой потенциал и в рынке Rolls-Royce с пробегом. В прошлом году мы открыли в Москве первый в Европе салон Provenance Pre-Owned и в 2017-м продолжим развивать этот сегмент. Учитывая сильное портфолио, интерес к программе персонализации Bespoke и высокий спрос на автомобили с пробегом Provenance Pre-Owned, мы убеждены, что 2017-й станет еще одним успешным годом для Rolls-Royce в России. И с нетерпением ждем дебюта нового поколения флагмана Rolls-Royce — Phantom VIII, который покажем уже в конце этого года.

«Без поддержки государства ситуация не стабилизируется»

— мнение —

Вице-президент «Nissan Восток» ДЖЕЙМС РАЙТ считает, что будущее за кроссоверами и внедорожниками.

— Довольны ли вы результатами Nissan в России в 2016 году?
— Это был сложный год, на протяжении которого мы все ждали сигналов о том, что автомобильный рынок начнет восстанавливаться. Чтобы адаптироваться к новым условиям, нам пришлось в конце 2015 — начале 2016 годов пересмотреть подход к представляемой в России модельной гамме: продажи Teana были остановлены, производство Tiida — заморожено. В то же время мы запустили проект по локальной сборке Qashqai и флагманского кроссовера Murano. Снижение объема продаж по итогам 2016 года по сравнению с 2015 годом связано в том числе с сокращением модельной линейки. При этом Nissan продолжает следовать своей долгосрочной



концепции развития в России — компания не убыточна, и мы занимаем седьмое место в общей «табели» объема продаж с долей рынка в 4,9%. Фокус продаж для Nissan на сегодняшний день сместился в сторону кроссоверов и внедорожников, собираемых локально. В качестве примера: продажи Nissan Qashqai, производство которого было запущено под Санкт-Петербургом в конце 2015 года, выросли за 12 месяцев на 2,5% — в абсолютных цифрах это 1988 автомоби-

лей. Qashqai и X-Trail входят в топ-25 бестселлеров в России и занимают 21-е и 22-е места соответственно.
— При каких условиях Tiida, Micra, Juke, Note и Teana могут вернуться на российский рынок?
— Micra точно не появится на российском рынке в обозримом будущем. Что касается остальных моделей, мы мониторим ситуацию на рынке и готовы быстро отреагировать, если изменится структура спроса.
— Каков ваш прогноз на 2017 год? Ваши основные цели и задачи?
— Заниматься прогнозами в текущих условиях — занятие неблагодарное. На наш взгляд, основным драйвером рынка в ближайшее время останутся государственные программы субсидирования. И в целом без поддержки государства рассчитывать на стабилизацию ситуации невозможно. Именно поэтому наша задача — максимально развивать локальное производство, предлагая нашим клиентам именно те автомобили, которые нужны им в данный момент.

«В 2017 году мы увидим улучшение на рынке»

— мнение —

Президент и главный исполнительный директор ООО «ММС Рус» НАОЯ НАКАМУРА уверен, что рынок вырастет минимум на 5%.

— Как вы оцениваете результаты 2016 года? Удалось выполнить намеченный план?
— Продажи Mitsubishi в 2016 году составили немногим меньше 17 тыс. автомобилей, что ниже уровня продаж 2015 года. Для нас это является прогнозируемым результатом из-за изменения нашей стратегии продаж на российском рынке, например временной приостановки продажи такой популярной модели, как ASX и других моделей.
— Стратегия Mitsubishi Motors сосредоточится на разработке внедорожников и кроссоверов совпадает с настроениями на российском рынке: популярность кроссоверов только растет. Вы считаете это долгосрочной тенденцией?



— Россия — это огромная страна, это различные пояса и разнообразный рельеф местности зачастую с преобладанием внедорожного типа покрытия. Если учитывать, что климат в стране бывает весьма суровым, а большинство людей предпочитают вести активный образ жизни, то автомобили SUV-сегмента просто незаменимы. Они обеспечивают максимальный комфорт и удобство в соответствии с индивидуальным запросом потребителя. А при наличии

большого выбора моделей на автомобильном рынке, который мы видим на данный момент, каждый может подобрать себе идеальный вариант. Mitsubishi является всемирно признанным лидером в сегменте автомобилей класса SUV. Мы производим и продаем надежные машины.
— Каковы ваши ожидания от 2017 года в России? Начнет ли автомобильный рынок расти?
— Этот год является первым, когда мы увидим улучшение ситуации на рынке. Российский рубль показывает стабильность, и автопроизводители могут более уверенно планировать производство и продажи. В то же время нельзя забывать о влиянии глобальных экономических факторов: их также необходимо принимать во внимание.
Я считаю, что в 2017 году мы увидим небольшой рост рынка — в пределах 5%. Но несмотря на это, мы планируем значительно усилить наши активности и больше инвестировать в продажи и маркетинг Mitsubishi.

прямая речь

Эксперты и аналитики отвечают на вопрос «Чего ждать в 2017 году?»



Екатерина Григорьева, директор направления «Оценка и финансовый консалтинг» группы компаний SRG:
— Последние восемь лет суммарный объем автопарка в России стабильно увеличивается, несмотря на сложную экономическую ситуацию. В 2008 году он оценивался в 38,25 млн шт., в 2012 году — в 45,25 млн шт., в 2015 году — в 51,64 млн шт., в 2016 году, по предварительным оценкам, — в 54 млн шт.

При этом средний возраст автомобилей — 12 лет 6 месяцев, довольно низкий показатель, свидетельствующий о большой доле новых машин.
Падение продаж за последнее время связано не только со снижением доходов населения и спадом экономической активности коммерческих компаний, но и с девальвацией рубля, а следовательно, ростом стоимости новых автомобилей и сокращением программ кредитования.
По нашему мнению, в 2017 году у рынка есть потенциал закончить четырехлетний период падения и вернуться к умеренному росту в 4–5%. Такой прогноз связан с ростом экономики в целом, снижением стоимости кредитных ресурсов и, соответственно, ростом сделок с участием банков, а также поддержкой отрасли со стороны государства (льготное автокредитование, программа обновления парка). Немаловажным драйвером может выступить отложенный спрос. Таким образом, общий размер рынка может составить 1,5 млн автомобилей.



Дмитрий Шиманов, генеральный директор исследовательской компании MAR Consult:
— Продолжение падения рынка связано с продолжающейся рецессией экономики в целом. Потребление автомобилей напрямую связано с индексом экономической активности, а он находится на уровне 2009 года. Тем временем рынок запасных частей испытывает сильный прирост: по нашей оценке — более 30%.

В 2017 году мы ожидаем рост автомобильного рынка на 10–12% в среднем сегменте и 7–8% — в премиальном. Тому есть несколько причин. Во-первых, мы ожидаем оживления экономики и уже в марте прогнозируем активизацию потребительского поведения. Если в 2016 году ВВП хоть незначительно, но упал, то в 2017 году рост ВВП прогнозирует не только правительство РФ, но и Международный банк реконструкции и развития. Во-вторых, за эти годы сформировался большой отложенный спрос на автомобили и недвижимость. Хочу напомнить, что 2011 год показал самый большой прирост многих отраслей, так как именно в этот год сработал отложенный спрос 2009 и 2010 годов. Такой же всплеск потребления мы прогнозируем в этом году. В-третьих, в 2017 году ожидается понижение ставки рефинансирования до 9%, а это, в свою очередь, повлечет подъем кредитования, которое является главным драйвером автомобильного рынка.

Годы кризиса повлияли на передел структуры рынка. Существенный рынок сделал корейский автопром, отыграв доли в разных сегментах у американских и японских производителей, а в экономсегменте — даже у российских производителей. Если выбирать, в какие акции вложить деньги, то это точно корейские автомобильные компании.



Александр Зиновьев, заместитель председателя правления ГК «Автоспеццентр»:
— Жаль, что в 2016 году не произошло планомерной стабилизации продаж. Мы, как и многие другие автодилеры, в кризис делаем значительные ставки на массовый сегмент, и нам бы не хотелось, чтобы рынок продолжал падать. В России сейчас происходит консолидация некоторых компаний: крупные мультибрендовые автодилеры приобретают более мелкие предприятия. При этом автосалоны не обязательно закрываются: некоторые из них переживают ребрендинг и продолжают функционировать в составе новых групп компаний. Мелкие игроки не могут сохранять рентабельность бизнеса и вынуждены объединяться с более крупными участниками рынка, передавая в их собственность значительную часть активов. Альтернативный сценарий — банкротство.

Кроме того, уход ряда автопроизводителей с рынка был очень ощутим для автодилеров. Компании, потерявшие прибыль от реализации новых автомобилей, были вынуждены в кратчайшие сроки переориентироваться на другие бренды, провести ребрендинг дилерских центров и активно набирать клиентскую базу. Сделать это смогли не все: для некоторых изменения рынка привели к потере значимой части прибыли и последующему банкротству. Начиная со второго квартала 2017 года возможен рост продаж новых автомобилей — все будет зависеть от ситуации на валютном рынке страны. Мы допускаем рост рынка на 5–6% по итогам следующего года за счет господдержки автопрома, которая распространится на легковые и коммерческие автомобили.

Страхование транспортных операторов

Отдел страхования транспортных операторов
127994, Россия, г. Москва, ул. Лесная, д. 41
8 (495) 234 36 14
toperators@ingos.ru
www.ingos.ru

СПАО «Ингосстрах», Лицензии ЦБ РФ без ограничения срока действия на осуществление страхования СИ № 0928, СЛ № 0928, ОС № 0928-03, ОС № 0928-04, ОС № 0928-05 и на осуществление перестрахования ПС № 0928, выданные 23.09.2015 г., ОС № 0928-02, выданная 28.09.2016 г.
Реклама

авто | коммерческий транспорт

Свято место пусто

Вслед за количественными потерями российский авторынок несет и качественные: его покидают не только отдельные модели, но и бренды целиком. Более того, уходят целые классы машин, на которые до кризиса был устойчивый спрос. Как изменилась структура предложения, выяснял **Георгий Алексеев**.

— маркетинг —

Бюджетный подход

Кризис на российском автомобильном рынке заставляет автопроизводителей сокращать модельный ряд. По подсчетам аналитического агентства «Автостат», два года назад на российском авторынке насчитывалось около 400 официально продающихся моделей. Сейчас их число сократилось больше чем на четверть: в общей сложности в салонах официальных дилеров можно найти менее 300 моделей новых машин.

Под сокращение в первую очередь подпадают модели тех сегментов, которые раньше считались нишевыми, иначе говоря, имели своего пусть не массового, но постоянного покупателя. Маркетологи разделяют российский автомобильный рынок на 11 ключевых сегментов. Но продажи сейчас концентрируются в основном в двух из них — это автомобили В-класса и SUV, которым, согласно последним данным компании «Автостат», сейчас суммарно принадлежит 80% рынка.

Популярность В-сегмента объясняется просто: эти машины дешевле. Их покупают те, кто в других условиях выбрал бы автомобиль выше классом. Предложение в этом сегменте богатое: незадолго до кризиса ведущие мировые концерны успели построить в России автозаводы, где сделали ставку на выпуск именно недорогих моделей В-класса.

В итоге этот сегмент имеет рекордную долю: по итогам ушедшего года она составляла 41,7% рынка. А лидируют в этой нише корейцы: Hyundai Solaris и Kia Rio. К другим ходовым



моделям этого сегмента относится российская Lada Granta, производимый в Тольятти Renault Logan, а также выпускаемые в Калуге немецкий Volkswagen Polo и чешская Skoda Rapid. Впрочем, и в этом сегменте есть потери: в прошлом году из дилерских центров исчезла модель Chevrolet Aveo: российский рынок покинул концерн General Motors.

Универсальный выбор

Второй преуспевающий сегмент российского авторынка — это кроссоверы и внедорожники (так называемые SUV — Sport Utility Vehicle). По итогам ушедшего года он занял 38,9%. Для сравнения: в 2007 году доля продаж машин этого типа со-

ставляла менее 10%. Взлет популярность SUV связан с их утилитарностью: машины с повышенным дорожным просветом и полным приводом в условиях плохих российских дорог и снежной зимы очень удобны. Правда, они дороже обычных легковушек, хотя автопроизводители и в этом сегменте умудряются выпускать модели «лоу кост». Яркий пример — Renault Duster, который сейчас занимает в сегменте SUV первое место и пользуется хорошим спросом прежде всего благодаря доступной цене.

Малышей обижают

Остальным автомобильным сегментам приходится нелегко. К их числу

относится, например, класс «малышей», или размерный класс А. Всего семь лет назад субкомпактные автомобили занимали заметные 6% российского рынка. Сейчас же их доля сократилась до 0,3%. В кризис автопроизводители не питают особых иллюзий по поводу перспектив продаж субкомпактных машин в России и закрывают их продажи. К числу «пострадавших» относятся и Chevrolet Spark, и японская Suzuki Splash, и французские «малыши» Peugeot 107 и Citroen C1. Спешно покидают сегмент и китайцы — Chery Kimo и Faw V2. Представленные на российском рынке модели А-класса, который некогда отличался богатым выбором, сейчас можно

СТРУКТУРА РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ ПО СЕГМЕНТАМ					ИСТОЧНИК: АЕБ, «АВТОСТАТ».
Сегмент	Доля (%)	Динамика (%)	Модель/лидер сегмента	Модель/лидер сегмента	Динамика (%)
B	41,4	▽ -8,6	Hyundai Solaris	90,4	▽ -22
SUV	38,9	▽ -5,6	Renault Duster	44,0	▲ +0,2
C	8,2	▽ -37,2	Škoda Octavia	21,8	▲ +1,8
D	5,3	▽ -14,3	Toyota Camry	28,1	▽ -6,9
LAV	2,3	▽ -26,4	Lada Largus VP	29,3	▽ -24,7
E	1,3	▽ -7,8	Mercedes E-Klasse	4,8	▽ -2,7
MPV	0,8	▽ -22,7	Kia Soul	7,3	▲ +22,6
Pickup	0,7	▽ -21,1	Toyota Hilux	3,7	▽ -2,4
F	0,4	▽ -21,8	Mercedes S-Klasse	1,8	▽ -38,9
A	0,3	▽ -42,5	Daewoo Matiz	1,8	▽ -60,2
Coupe Cabriolet	0,3	▽ -14,3	Mercedes C-Klasse	0,6	▲ +328,5

пересчитать по пальцам одной руки, и лидирует среди них узбекская Daewoo Matiz.

Семейный траур

Еще один исчезающий класс — минивэны (MPV, Multi-Purpose Vehicle). В свое время эти большие и вместительные семейные автомобили пусть и не пользовались бешеным спросом, но все же имели своего покупателя. Сейчас же от них отказываются даже самые преданные поклонники: по итогам прошлого года продажи в этом классе упали на 22,7% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Класс минивэнов вчистую проигрывает кроссоверам: те покупатели, которые могли бы позволить себе купить такую машину, предпочитают SUV. Внедорожники уступают минивэнам по вместительности, но более функциональны на российских дорогах.

Именно потому потери в классе минивэнов за последние два года велики: остановлены продажи Ford S-Max и Ford Galaxy, Fiat Freemont. Вследствие ухода GM покидают рынок и бывшие бестселлерами в своем классе семиместные компактные Chevrolet Orlando и Opel Zafira. Еще раньше с Россией распрощались полноразмерные MPV Renault Espace,

Mitsubishi Grandis, Volkswagen Sharan, Peugeot 807 и Citroen C8.

Партия в гольф

Обгоняет падение рынка и класс пикапов: за прошлый год продажи в нем упали на 21,1%, его доля составляет мизерные 0,7%. Жителям сел и деревень — целевой аудитории этого сегмента — такие машины в кризис не по карману. Не видя спроса, производитель уводит с российского рынка модели из этого сегмента. В частности, в прошлом году рынок покинули пикапы марки Nissan — Navarra и NP300.

Однако, пожалуй, наиболее заметное снижение продаж в размерном классе C, так называемом гольф-классе. Еще восемь лет назад он занимал 25% рынка. А сейчас его доля упала до рекордно низкой отметки — 8,2%. Так получилось потому, что в кризис этот сегмент оказался зажат в тиски. С одной стороны, на него наступают более дешевые и при этом все более вместительные автомобили В-класса. С другой — его атакует постоянно увеличивающаяся армия SUV, многие из которых вполне сопоставимы в цене с машинами гольф-класса. Жертвами этой необъявленной войны стали популярные в совсем недавнем прошлом Honda Civic, Peugeot 208 и Nissan Tiida.

Почившие с Bose

10 автомобилей, которым не нашлось места в новых российских реалиях и которые нам особенно жаль



— потери —

Chevrolet Cruze

Он был завсегдатаем любой сельской дискотеки, его багажник был рад принять сабвуфер любого диаметра, золотистые кресты Луи Шевроле на нем заботливо покрывались черным лаком, а аналогов задних фонарей из Китая было так много, что с кормы Chevrolet Cruze частенько путали аж с BMW! Он завоевывал сердца не только внешностью, но и доступной ценой — за Cruze просили меньше, чем за всех прямых конкурентов, но при этом его динамика, управляемость и уровень оснащения считались одними из эталонных в своем классе. Однако уход General Motors (GM) с российского рынка лишил этой крайне популярной машины десятки тысяч россиян.

Opel Astra

Хэтчбеки, универсалы, седаны, кабриолеты и «разогретые» спорткары серии OPC разлетались в России как горячие пирожки: в 2012–2013 годах дилеры передавали в руки клиентов по 40–50 тыс. машин ежегодно. Более того, после выхода новых поколений моделей старые остались в строю, все семейство было названо Astra Family, и обе генерации продавались одновременно. По данным агентства «Автостат», Opel Astra лишь на строчку ниже Hyundai Solaris в рейтинге популярности моделей на вторичном рынке за 2016 год. Еще раз скажем спасибо концерну GM за то, что под корень вырубил все «Астры» на российских территориях.

Peugeot 208

Продажи нового поколения модели, ставшего еще более стильным и интересным, стартовали в марте 2013 года — как раз тогда, когда все конкуренты удаляли модели класса В+ из своих прайс-листов. 208-й хорошо начал и разошелся по рукам полутора тысячи покупателей, но в 2015 году продажи упали до 108 экземпляров, что сделало его ввоз нерентабельным. Мы будем скучать по милому облику «французика» и его причудливой компоновке места водителя со вздымающейся поверх руля приборной панелью.



Mitsubishi ASX

Настоящий «японец», отчего и пострадал. ASX просто не мог не затронуть душу российского автомобилиста, ведь этот кроссовер был родом из самой Японии! Что это значит? В головах россиян — непревзойденные надежность и качество. Пусть сам он был не слишком продвинут в плане моторов и опций, но словосочетание «made in Japan» делало свое дело: в 2014 году было продано почти 22 тыс. машин. Однако именно японская сборка в итоге «прикончила» ASX: из-за падения курса рубля по отношению к иене кроссоверы прекратили поставлять в Россию в 2015-м. Надежда на возвращение еще есть, и именно она умрет последней.

Skoda Fabia

Входной билет в мир Skoda был недорогим — цены начинались от 409 тыс. руб., а примерно за 550 тыс. можно было приобрести машину с 6-ступенчатым «автоматом». Для любителей грунтовок предлагался вседорожный вариант Scout, а самым искушенным — «заряженная» Fabia RS с турбированным 180-сильным мотором. Чешский хэтчбек стоил меньше своих конкурентов, но не уступал им ни в оснащении, ни в азарте управления. Однако со сменой поколений в 2014 году производство модели в Калуге было прекращено, а третья генерация до нашей страны так и не доехала. Само собой, смысл ввозить RS из Европы также пропал.

Honda Civic

Были времена, когда очередь на «Цивики» выстраивалась длиною в год. Помимо японского качества и доступной цены покупателей манил разноликий подход к дизайну машины. Тем, кто не хотел выделяться, предлагался вполне заурядный седан, а яркие личности предпочитали более дорогой хэтчбек с космическим обликом. Самые искушенные выбирали Civic Type-R — легенду стритрейсинга и других гражданских гонок. Но курс иены сделал свое дело и в этом случае: модель стала непомерно дорога, и ввоз машин в Россию стал невыгодным. А жаль, ведь образ тех «Цивиков» надолго опередил свое время, и даже сейчас они смотрятся современными.

Ford S-Max

Минивэн обязательно должен быть скучным, вальяжным и медленным. Это в свое время взяли себе доказать в Ford при помощи модели S-Max. Машину особенно любили за ее спортивный характер, отличную управляемость и динамику. При этом S-Max обладал вместительным салоном, в который без проблем помещались до семи человек с большим количеством поклажи. При должном умении и аккуратности водителя люди и вещи в целости, сохранности да еще и с комфортом доставлялись из пункта в пункт. Поклонники этой модели до сих пор пишут в Ford гневные письма с требованием вернуть ее на российский рынок, но положительного ответа пока нет.

Mazda MX-5

Несколько упоминаний в Книге рекордов Гиннеса, управляемость, задний привод, жесткая всесезонная крыша и неизменный объем багажника — Mazda MX-5 была и остается уникальным автомобилем во всем мире. При помощи этого родстера японцы никогда не пытались заработать денег в России, они зарабатывали репутацию, что у них успешно получалось. Но теперь цена репутации сильно возросла, за что отдельное спасибо системе аварийного оповещения ЭРА-ГЛОНАСС, сертификация которой стоит непомерно дорого для машин, чьи продажи исчисляются штуками. В итоге новое поколение модели предпочло объехать Россию стороной.

Chevrolet Orlando

Этот пятидверный семиместный семейный компактен, возведенный на базе Chevrolet Cruze, заслуженно занимал лидирующее место в сегменте. Автомобиль с тремя рядами сидений по своей вместительности превосходил большинство своих конкурентов в данном классе, а багажник в 958 литров и вовсе не имел себе равных. При этом машина смотрелась достаточно стильно и выразительно. Самый квадратный минивэн стоил вполне доступных денег и лидировал по продажам в своем классе. Уход с рынка Orlando был обусловлен вовсе не падением спроса на минивэны, а спорным и не подпадающим логике поступком концерна GM.

DS 5

Садясь внутрь этого то ли огромного хэтчбека, то ли зализанного универсала, водитель ощущал себя пилотом реактивного истребителя. Эргономика и отделка салона, качество материалов и оригинальность в DS 5 были на таком высоком уровне, что с трудом верилось в его принадлежность к марке Citroen. Модель не пользовалась огромным спросом в России, более того, ее выбрали лишь немногие, но именно она могла привнести яркость в скучный серо-черный городской поток. Уходя, DS 5 оставил нам поверье: если модель снова вернется в Россию, на прилавках наших магазинов вновь будут лежать камамбер и пармезан.

Сергей Белоусов

авто | коммерческий транспорт

Много нового

Обзор самых интересных моделей, представленных на только что открывшемся для публики Женевском автосалоне — из числа тех, что будут доступны в России.

— новинки —

Range Rover Velar

Новая модель Range Rover Velar заняла нишу между компактным и легкомысленным Evoque (этот кроссовер есть даже в версии с мягкой складной крышей) и взрослым и серьезным Sport. И так ли важно, что новинкой она является только в маркетинговом плане, а по сути плоть от плоти Jaguar F-Pace? Обе модели построены на базе алюминиевой платформы IQ[Al], и даже размеры колесной базы у них одинаковые. Зато JLR добавил еще одного конкурента уважаемым и, что более важно, востребованным в России Porsche Macan, BMW X4 и Mercedes-Benz GLC Coupe.

Как и все современные представители Range Rover, новый пятиместный Velar эффектен снаружи (например, у него выдвигаемые ручки а-ля Aston Martin), но сядишь внутрь и начинаешь волноваться: где всё? Всё, включая большинство физических клавиш, заменено графическими панелями. Кнопка запуска двигателя оживляет два 10-дюймовых сенсорных монитора на центральной консоли (идут в базе), ярко вспыхивает полностью графическая приборная панель, а на кнопках руля загораются пиктограммы. Таким необычным решением и уже привычной для автомобилей JLR шайбой селектора трансмиссии владельцы нового кроссовера еще долго будут удивлять своих знакомых. Нежелательные побочные явления — отпечатки пальцев и необходимость научиться попадать в виртуальные кнопки во время движения.

Ошибиться с набором моторов в случае с RR Velar невозможно: версии D180, D240 и D300 — дизельные, P250 и P380 — бензиновые, цифры, как можно догадаться, означают мощность в лошадиных силах. Привод только полный, коробки исключительно автоматические. Возможность пофантазировать и увеличить прайс-лист на сотни тысяч позволят несколько вариантов внешнего вида и отделки салона, разные комплектации и наборы дополнительного оборудования. Минимальная стоимость уже объявлена — 3,88 млн руб. Выходит, новый «британец» дороже всех трех базовых «немцев». Самая богатая комплектация Velar First Edition обойдется в 7 218 000 руб., но и к ней можно докупить выдвигаемые подножки за почти 180 тыс.

Porsche Panamera Sport Turismo

По мнению маркетологов Porsche, их аудитория выросла до того, чтобы среди критериев выбора на первом месте у будущего владельца Panamera ST — только вдумайтесь! — оказался объем багажника! Честно говоря, представить себе таких клиентов сложно. Да и в чем преимущество? У хэтчбока багажник всего на 20 литров меньше, а со сложенными задними спинками и загрузкой до потолка выигрыш универсала составляет всего 50 литров (520 и 1390 литров соответственно). Если речь идет о гибридной версии 4 E-Hybrid Sport Turismo, то ее багажник и вовсе теснее на сотню литров. С точки зрения техники и оснащения Panamera ST ничем не отличается от хэтчбока Panamera.

Но дело в том, что универсалы, особенно премиальные, в России положено обходить стороной; BMW, например, отказалась от них полностью. Зато в Porsche принято выводить на российский рынок каждую модель и почти все возможные вариации двигателей к ней, а потому «сарай» Panamera Sport Turismo уже появился в продаже. За базовую версию Panamera 4 Sport Turismo просят 6 667 000 руб., а за топовую Panamera Turbo Sport Turismo — 10 308 000 руб. без учета дополнительного оборудования. Поставки машин начнутся в ноябре этого года, а конкуренцию им составят прежде всего универсалы Mercedes-Benz E-Class (от 3,26 млн до 3,41 млн руб.) и Audi A6 Avant с A6 Allroad Quattro (от 2,68 млн до 7,66 млн за версию RS 6 Avant Performance).

Bentley Continental Supersports

Что ни модель — то самая мощная и самая быстрая в истории. Это Bentley, и в Женеву британцы привезут очередное самое мощное и быстрое купе: Continental Supersports — достойное завершение карьеры для модели, которая сменит поколение уже в этом году. Помимо цельнометаллического кузова в Швейцарии дебютирует и версия со складной крышей. По-



казатели впечатляют, создатели поместили под капот спорткара огромный 6-литровый W12 мощностью 710 л. с. и 1017 Нм и окрестили новинки быстрыми серийными представителями класса четырехместных автомобилей: с места до сотни купе разогнается за 3,5 сек. и достигает 336 км/ч (3,9 сек. и 330 км/ч для открытой модификации соответственно).

Для придания стабильности на повышенных скоростях инженерам Bentley пришлось сделать машину более жесткой, опустить ее кузов чуть ниже для лучшей аэродинамики, изменить алгоритм работы системы управления тягой, а также слегка доработать внешность и придать ей больше агрессии. За обладание самым мощным Bentley в истории нужно будет отдать как минимум 17,5 млн руб.

Mercedes-Maybach G 650 Landulet

G 650 Landulet — товар штучный: внедорожник с оригинальным кузовом ландоле будет выпущен в количестве 99 экземпляров, большинство из которых отправятся на Ближний Восток. Однако немцы активно изучают спрос в России и даже назвали примерную стоимость внедорожного лимузина с откидывающейся задней частью крыши — 60 млн руб.

Чудовищно дорого, но другого такого автомобиля не существует. Для четырехместной модели выбрали самую роскошную «фамилию» — Mercedes-Maybach, и словесные намеки на родство с другими членами «семьи» Maybach подкреплены реальными делами. Так, сзади установлены самые дорогие кресла с массажем, которые только можно отыскать в прайс-листе Mercedes-Maybach S-Class, стеклянная перегородка с изменяемой прозрачностью между передним и задним рядами, развлекательная система с 10-дюймовыми мониторами, столики для гаджетов и напитков, подогреваемые и охлаждаемые подстаканники — в общем, полный комплект опций для комфортного передвижения... по бездорожью.

Это может показаться странным, но лимузин Mercedes-Maybach G 650 Landulet не растерял ни единого преимущества для штурма буераков: блокировки всех трех дифференциалов, мосты с бортовыми редукторами и, как следствие, огромный дорожный просвет (450 мм) с 22-дюймовыми колесами. Внедорожные возможности вкупе с шестилитровым V12 мощностью 630 л. с. и крутящим моментом

1000 Нм, впрочем, скорее всего, окажутся у владельцев автомобиля невостребованными: засадить в песок или болото около миллиона долларов — экстравагантный поступок даже для саудовских принцев.

Lexus LS 500h

Позиции Lexus в России сильны: за прошедший год доля продаж марки выросла с 1,5% до 1,7%, но кассу в основном делают внедорожники и кроссоверы. Седан LS уступает «большой немецкой тройке» (Mercedes-Benz S-Class, Audi A8 и BMW 7 Series), а в ближайшее время ему придется выдерживать конкуренцию и с новыми амбициозными «корейцами» (Genesis G90 и Kia Quoris).

Авторы нового поколения Lexus LS говорят, что попытались создать автомобиль с чистого листа, и если во внешности прослеживаются все дизайнерские тенденции марки последних лет, то внутри будто кто-то подслушал им эскиз салона Mercedes. Японских стилистов выдает центральная панель, визуально неразрывная от двери до двери, и огромный мультимедийный дисплей по центру, диагональ которого те же 12,3 дюйма, что и у S-Class. Совпадение?

В Женеву Lexus привез гибридную модификацию 500h неслучайно: в некоторых европейских странах, вроде Голландии или Швеции, на такие машины дают основательные скидки как при покупке, так и при расчете налогов. Есть небольшой бонус на владение такими машинами и в нашей стране — транспортный налог за лошадиные силы электрического двигателя не пла-



Skoda Kodiaq Scout и Sportline

Большой кроссовер от Skoda еще не начали продавать в России, а у него уже появились две особые версии, которые также обещали привезти к нам. Если со спортивной Sportline все более или менее понятно, то вторая модификация заставляет задуматься: насколько Kodiaq вообще кроссовер, если для него пришлось придумать вседорожную версию Scout, как для универсала Octavia?

И ведь рецепт совсем не изменился: серебристые накладки на бамперы и наружные зеркала заднего вида, другие колеса диаметром 19 дюймов и металлическая защита днища. Но если ту же «Октавию» в версии Scout приподнимают на несколько десятков миллиметров по сравнению с обычной, то дорожный просвет «скаутской» Kodiaq остался прежним. Зато увеличились углы въезда и съезда — спасибо иной форме тех самых северо-восточных накладок на бамперах.

Возможно, покупателей Skoda Kodiaq Scout подкупят немного иные настройки режима off-road полноприводной трансмиссии, но скорее им больше придется по душе версия Sportline, которая предлагает чуть более суровый внешний вид для большого кроссовера, способного перевозить до семи пассажиров.

Mazda CX-5

Компактный кроссовер от Mazda — локомотив продаж марки не только у нас, но и во всем мире. По данным Ассоциации европейского бизнеса, в 2016 году CX-5 стала самой продаваемой «Маздой» в России и вошла в список 25 самых популярных моделей. Неудивительно, что новое поколение автомобиля так похоже на старое — кардинально менять то, что хорошо продается, опасно для бизнеса.

Однако создатели советуют присмотреться внимательнее к каждой детали, намекая на проработанную ими плодотворную работу. Большинство изменений в Mazda CX-5 придется осязать. Например, центральный тоннель, на котором расположен рычаг трансмиссии, выглядит так же, но на деле он поднят на шесть сантиметров — так оказалось удобнее для водителя. Монитор мультимедийной системы теперь возвышается над передней панелью — так меньше отвлекаешься от дороги во время движения. Архитектуру новых кресел можно оценить только в поездке, так же как и лучшую обзорность, увеличенную жесткость

кузова, эргономику и другие не особенно заметные, но важные, по мнению японцев, доработки.

Главной изюминкой нового кроссовера станет система G-Vectoring Control (GVC) — уникальная система управления тягой двигателя, позволяющая максимально использовать возможности шин. Такая уже стоит на базовых комплектациях новых Mazda3 и Mazda6, а вскоре будет присутствовать на всех моделях марки без исключения, включая мини-вэны и родстеры.

Skoda Rapid

В 2016 году Skoda смогла продать в России почти на 1,5 тыс. больше «Рapidов», чем в 2015-м. Эта модель оказалась популярнее Lada Kalina и Priora, поэтому заказы на представленные в Женеве обновленные Rapid начнут принимать уже в апреле. Лифтбэк очень долго выходил на российский рынок из-за налаживания производства в Калуге, но с его рестайлинговым вариантом затгивать смысла нет, ведь обновлений — кот наплакал.

Теперь для модели стал доступен биксеноновый головной свет со светодиодными дневными ходовыми огнями. По сомнительному решению маркетологов на уходящих машинах дальний был только галогенный, а биксенон нельзя было заказать даже за доплату. Более того, появились датчик включения ближнего света и опциональная система управления дальним светом.

Именно эти новшества, а не видоизмененные противотуманки, новая светодиодная полоска в задних фонарях и чуть иное оформление салона делают Skoda Rapid привлекательнее для покупателей. Как приятный бонус — фоновая подсветка интерьера и модернизированные мультимедийные комплексы Swing и Amundsen (увеличена диагональ и добавлена функция SmartLink+), если, конечно, будет желание за это доплатить.

Kia Picanto

В автомобильной России осталось не так уж много представителей малого класса: один из них, Smart, слишком дорог, другой, Ravon R2, слишком примитивен. Зато Kia не оставляет надежды и упорно продвигает третьего представителя малого класса среди жителей мегаполисов. Надо признать, корейцам это удается. За первые два месяца 2017 года продажи Picanto выросли почти на 50%, а в Женеве стоит новое поколение компактного городского хэтчбока, которое для большей привлекательности облачили в наряд GT-Line.

Несмотря на размеры, новый Kia Picanto оснастили по-взрослому: теперь тут есть 7-дюймовый экран мультимедийной системы с поддержкой Apple CarPlay и Android Auto, камера заднего вида и даже беспроводная зарядка для продвинутых мобильных телефонов.

Инженеры со своей стороны пообещали «пикантной» новинке увеличенный объем багажника, улучшенную управляемость и даже невиданную доселе на машинах такого типа функцию управления вектором тяги, о которой мы привыкли слышать лишь в контексте автомобилей несколькими классами выше. Однако бесплатный сыр, как говорится... Скорее всего, все эти опции будут доступны только в топовой комплектации или даже за доплату. Вопрос о продажах нового хэтчбока Picanto в России пока остается открытым.

Volvo XC60

Примерив новые фирменные фары «молот Тор», новый Volvo XC60 стал почти уменьшенной копией старшего кроссовера XC90. Но только почти, ведь в новой модели серии 60 реализована функция полуавтономного вождения. Она не заменит водителя, а лишь поможет избежать аварии в некоторых ситуациях — при обгоне по встречной полосе и перестроении на соседнюю полосу, самостоятельно «отвернув» от потенциального препятствия. Модернизированный комплекс City Safety от Volvo также позволит экстренно объехать пешехода или животное, если система автономного экстренного торможения не успевает замедлить автомобиль.

Но все фишки безопасности нового XC60 могут померкнуть в глазах российского покупателя, ибо скоро модели Volvo серии 60 (платформа SPA) начнут производить на заводе в Чэнду, расположенном в китайской провинции Сычуань. Шведы уже заверили всех в том, что качество сборки не пострадает, что все машины созданы Швецией и так далее. Но мы-то помним, как за последние экземпляры седанов Camry японской сборки шли настоящие баталии: за ними выстраивались очереди, несмотря на то что седаны «made in Japan» были дорожее питерских, и никакие слова Toyota о неизменном качестве не помогали.

Сергей Белоусов



авто | коммерческий транспорт

Подъемные силы

Ситуация на рынке коммерческого транспорта дает повод для осторожного оптимизма. Итоги 2016 года таковы: перестал сокращаться сегмент LCV, увеличился спрос на грузовую технику. По мнению участников рынка, это позволяет говорить, что дно достигнуто и начинается подъем.

— рынок —

«Легкая» стабильность

Сегмент легкого коммерческого транспорта (техники с полной массой до 6 тонн) за 2016 год в цифровом выражении практически не изменился: 84 442 реализованных автомобилей и падение продаж на 0,4%, причем, с заметным ростом спроса в декабре. Однако за это время произошло серьезное изменение структуры рынка со сменой лидеров.

На первом месте прогнозируемо остался Горьковский автозавод (ГАЗ) — чуть больше 40 тыс. (+8,8%) реализованных автомобилей. Покупатели распробовали модель «ГАЗель Next» и отдали ей предпочтение. Почти 19 тыс. Next обрели новых владельцев, обеспечив 40% роста и попутно обрушив продажи «ГАЗелей Бизнес»: бортовых ГАЗ-3302 на 13,5%, фургонов ГАЗ-2705 — на 37%. Похоже, ГАЗ может праздновать победу — новое поколение вездесущей «ГАЗели» удалось на славу. Единственная модификация «ГАЗели Бизнес», которая пока не сдает позиций, — это 13-местный ГАЗ-3221, являющийся хорошим вариантом служебного микроавтобуса. Впрочем, рост продаж на 37%, то есть чуть более чем на 5 тыс. автомобилей, не так уж и много.

На втором месте удержался Ульяновский автозавод (УАЗ). Впрочем, с учетом 18,5 тыс. проданных автомобилей это было не так уж и сложно, хотя падение на 7% все же ощутимо. Кстати, виновником этого стал опять-таки ГАЗ: главный провал УАЗа — это полноприводная пассажирская «буханка» УАЗ-2206 (–42,6%), в то время как рост продаж горьковского аналога ГАЗ-2705 составил 37%.

На третье место внезапно вышел Волжский автозавод (ВАЗ), который никогда не претендовал на лавры ведущего производителя коммерческого транспорта. Тем не менее хорошие продажи (чуть менее 6,5 тыс. единиц, +6,3%) «Лады Ларгус» позволили Вазу в 2016 году войти в топ-3 LCV-сегмента.

И снова возвращаемся к ГАЗу, который пусть косвенно, но умудрился ударить своим поколением Next по продажам Mercedes в целом и Mercedes Sprinter Classic в частности. Эта модель выпускается у нас только в версии цельнометаллического фургона (ЦМФ) и микроавтобусов на его базе, причем в одном из цехов ГАЗа. Благодаря бренду и приемлемой стоимости Sprinter Classic в 2015 году уверенно занимал четвертую строчку по продажам в классе, попутно обеспечивая Mercedes место в топ-3 класса LCV. Однако анонсированный в начале 2016 года выход модификации ЦМФ «ГАЗель Next» заставил многих воздержаться от покупки «немца» и дожидаться новинки ГАЗа. Итог: продано чуть более 6,5 тыс. Sprinter Classic — падение на 22%.

На фоне санкций-антисанкций прекрасно чувствует себя Ford: 5 тыс. реализованных автомобилей. Не последнюю роль в этом сыграла сборка в Елабуге модели Ford Transit — 4,9 тыс. ед. (+28%) на общем фоне, единственного современного «европейца» российского происхождения.



«ГАЗон NEXT»



Isuzu Elf

К сожалению, весьма сильно разнятся данные по продажам автомобилей Volkswagen: от 4614 ед. до 5255 ед. Однако эти цифры в любом случае означают рост продаж на уровне 45%, что для концерна, выпускающего не дешевую технику, является отличным показателем.

Продажи остальных игроков оказывают гораздо меньшее влияние на ситуацию в сегменте. Сдает свои позиции итало-французское «трио»: Fiat — около 2 тыс. ед. (–35%), Peugeot — около 1,5 тыс. ед. (–10%), Citroen — около 1,2 тыс. ед. (–15%), опять же из-за возросшей конкуренции ГАЗа. В то же время отсутствие в линейке нижегородцев «тяжелых» модификаций позволило повысить продажи автомобилей Hyundai — 1,50 тыс. ед. (+25%) — и Iveco — 1,15 тыс. ед. (+12%).

Так что победа малотоннажников слейблом «Сделано в России» над их импортными аналогами очевидна.

Грузовой рост

В отличие от сегмента легкого коммерческого транспорта, рынок грузовиков в 2016 году продемонстрировал уверенный рост на 11%, до

52 518 ед. Судя по всему, кризис в этом сегменте закончился. Причем выросла как доля продаж российских грузовиков — 14,8%, так и импортной техники — 4,4%.

Безоговорочным лидером грузового сегмента остается Камский автозавод (КамАЗ). Им реализовано более 20 тыс. ед. техники: 15-процентный рост к показателям 2015 года еще больше увеличил и без того огромный отрыв от основных конкурентов. В топ-15 самых популярных машин попали сразу шесть моделей. И хотя самыми продаваемыми по-прежнему остаются заслуженные рабочие лошади КамАЗ-6511 — 4953 ед. (–4%) — и КамАЗ-4311 — 4694 ед. (+14%), настоящим фаворитом линейки «КамАЗ» стоит признать новое поколение 5490. После долгой раскачки модель, созданная с использованием кабины и агрегатов Mercedes-Benz, нашла дорогу к сердцам перевозчиков: реализованные 2277 ед. техники обеспечили 157-процентный рост продаж.

Вторую позицию традиционно занимает Горьковский автозавод (ГАЗ). В 2016 году был поставлен на учет более 8 тыс. грузовиков

«ГАЗ». В отличие от «КамАЗа», горьковская новинка «ГАЗон Next» была сразу принята покупателями на ура — более 4,5 тыс. ед. (+50%), уверенно вытесняя с конвейера своего предшественника ГАЗ-3309 — меньше 1 тыс. ед. (–21%). Пока еще держится полноприводный ГАЗ-3308 «Садко» — 1,35 тыс. ед. (–1,5%), но и его положение в ожидании вездехода на базе «ГАЗон Next» довольно шатко.

Третье место все еще удерживает Минский автозавод (МАЗ). Даже с учетом спорной модели МАЗ-6312, которая числится за компанией МАЗ-МАН, было зарегистрировано чуть более 3 тыс. ед. (–9%). Для минчан это тревожный звонок: нет уверенности в том, что положение смогут исправить СП с европейскими и китайскими кузовостроителями, которые сейчас активно создаются на МАЗе. Да и новейшее поколение грузовиков, построенное вокруг двигателей экологического класса «Евро-6», вряд ли будет иметь много поклонников в России из-за высокой стоимости этих моторов.

Компания «Исузу РУС» производящая в Ульяновске грузовики Isuzu, в очередной раз отстояла четвертое

место: 2586 переданных заказчику автомобилей, семипроцентный рост продаж. Лидерами модельного ряда являются Isuzu ELF (NPR) — 959 ед. (+6%) — и Isuzu ELF (NQR) — 915 ед. В 2016 году семейство ELF обзавелось полноприводной модификацией, что также увеличило интерес к марке. Кроме того, неплохо идут продажи среднетоннажников Isuzu Forward — 640 ед. (+23,8%), не подпадающих под весовые ограничения, активно вводимые властями крупных городов.

Scania передала перевозчикам 2,51 тыс. ед. (+1%), из которых модель Scania G — 1 тыс. ед. (+52%). При этом продажи моделей Scania P и Scania R снизились до 841 ед. (–15%) и 672 ед. (–24%) соответственно.

Пошли в гору и продажи MAN — 2,20 тыс. ед. (+22%). Семейство MAN TGS — 1,86 тыс. ед. (+14,7) — даже возглавляет топ продаваемых моделей зарубежных компаний. Опередили его только «ГАЗон Next» и четыре «КамАЗа».

Немного отстал от него Mercedes-Benz со своими 2060 проданными грузовиками, из которых 1728 ед. (+24,2) составляет семейство Actros.

К числу компаний, которые реализовали больше 1 тыс. ед. техники, принадлежит и Volvo — около 1,7 тыс. ед. (+60%). В лидерах — семейство Volvo FH: 1219 ед. и рост в 247%. Своеобразный рекорд года в грузовом сегменте.

Завершает список «тысячников» компания Hyundai — чуть более 1,4 тыс. ед. и падение на 31%. Эта ситуация — прямое следствие перехода корейцев от системы дистрибуторов к самостоятельному распространению техники на территории России. Структурные изменения редко проходят болезненно, так что для реального понимания положения бренда на рынке стоит подождать следующего года.

Стоит особо отметить и Уральский автозавод («Урал»), статистика по которому из-за высокой доли техники, поставляемой в силовые ведомства, не подлежит точному учету. Ориентировочно «Урал» реализовал от 2075 ед. (+1,5%) до 2664 ед. (+2,2%) в основном модели Урал-4320. Можно ожидать и сюрпризов в связи с выходом на рынок в конце 2016-го нового семейства «Урал Next».

Андрей Филиппов

Без остановки



НефАЗ-5299

— рынок —

Резкий рост российского рынка пассажирского транспорта по итогам 2016 года — один из главных сюрпризов автомобильной индустрии. Что это было — срочное освоение остатков бюджета или реальный рост спроса, должны показать итоги первого квартала 2017 года.

Сводная статистика по сегменту пассажирского транспорта за 2016 год привела многих экспертов в замешательство: итоговый рост в 21%, до 10 782 единиц, не ожидал никто. А уж данные декабря 2016 года, когда продажи увеличились на 91%, и вовсе кажутся фантастичными. Чтобы понять, за счет чего это стало возможным, нуж-

но обратиться к статистике по отдельным маркам.

Как и в других категориях, среди производителей автобусов смена лидера не произошло: Павловский автобусный завод (ПААЗ) легко удержал свою позицию, произведя чуть меньше 6 тыс. ед. (+10%). К сожалению, для пассажиров это не сулит ничего хорошего: основная продукция, сходящая с конвейера ПААЗа, — все то же устаревшее во всех смыслах семейство 3205: на него приходится две трети выпущенных машин, и доля его выросла на 11%. Ни более современное семейство 3204, ни тем более «ГАЗ Next» аналогичной вместимости составить конкуренцию 3205 не могут из-за высокой стоимости.



МАЗ-232

Прекрасно обстоят дела у Ликинского автобусного завода (ЛиАЗ). Более 1,8 тыс. ед. (+76%) городских автобусов — это серьезно. Кроме традиционного низкопольного 12-метрового ЛиАЗ-5292 — 797 ед. (+36%) — очень хорошо пошел новый 9-метровый «ЛиАЗ Cursor» — 738 ед. — и возобновились поставки сочлененных ЛиАЗ-6213 — 127 ед. Разумеется, столь высокими показателями ЛиАЗ обязан обновлению автопарка Москвы и области, но и другие регионы начинают оживать.

Неоднозначные данные по Нефтекамскому автозаводу, занимающему третье место в рейтинге продаж. По разным источникам было реализовано то ли 1057 ед. (–6,5%), то ли 606 ед. (–0,5%). Причем в первом случае при положительной разнице в 500 ед. падение в процентном со-

отношении оказалось большим. Вероятнее всего, некоторые не принимают в расчет так называемые вахтовки — автобусы на грузовом шасси с отдельным пассажирским салоном. Впрочем, даже 606 автобусов семейства 5299 — неплохие цифры для предприятия, техника которого расходуется в основном в нескольких регионах.

Чуть больше 800 (+54%) автобусов поставил в Россию Минский автозавод (МАЗ). За такую динамику белорусам стоит благодарить свои машины с низким полом: 12-метровый городской низкопольник второго поколения МАЗ-203 — 479 ед. (+178,5%), его собрата первого поколения МАЗ-103 — 174 ед. — и 9-метровый МАЗ-206 — 132 ед. Кроме то-



ГАЗ Vector NEXT

го, МАЗ, пожалуй, единственный производитель автобусов, поголовно устанавливающий на свою технику надежные моторы Mercedes-Benz, отчего покупатели зачастую и выбирают минские машины.

На пятом месте рейтинга — Курганский автобусный завод (КАВЗ) — 366 ед. (+25%). Для завода, имеющего в своей производственной линейке всего одно семейство — «Аврора», выпускаемое в короткой — КАВЗ-4235 — и длинной — КАВЗ-4238 — версиях, это прекрасный показатель. Из этой парочки в 2016 году большим спросом пользовались междугородники КАВЗ-4238 — 296 ед. (+40%).

Завершает перечень предприятий, пополнивших в минувшем году автопарки значительным количеством автобусов, компания

Volgabus — 276 ед. (+0,5%). Немного неожиданным в данном случае является то, что походу сделала модель Volgabus 5270G, оснащенная моторами, работающими на природном газе (метан), — 172 ед. (+35%).

А вот ситуация с импортными автобусами складывается хуже: их продано всего 283 ед. (–29%), причем речи о каких-либо машинах, кроме междугородных и туристических, теперь и вовсе не идет.

Лучшими среди «иностранцев» оказались китайские компании: Yutong — 57 ед. (+533%) — и King Long — 52 ед. (+73%). На том же уровне, хоть и с падением завершил год Irisbus — 51 ед. (–12%).

Андрей Филиппов

авто | коммерческий транспорт

Терпеть нет сил

Рост продаж коммерческого транспорта, к сожалению, не связан с повышением покупательной способности его потребителей. Дело в другом. Компании больше не могут откладывать покупки в ожидании улучшения экономической ситуации: не обновлять автопарк значит навредить бизнесу.

— аналитика —

Коммерческие автомобили — инструмент бизнеса. Их покупка для любого предприятия долгосрочные инвестиции. Основная причина существенного падения продаж коммерческих машин в последние годы — это неблагоприятный инвестиционный климат: есть ли смысл вкладывать деньги в бизнес, если не знаешь, что будет завтра?

Прогнозируемость экономической ситуации за последние 12 месяцев не улучшилась, однако рынок грузовиков, LCV и пассажирского транспорта начал расти — почему? К сожалению, не потому, что бизнес увидел новые возможности. Компании вынуждены покупать новую технику не для того, чтобы развиваться, а для того, чтобы удержаться на плаву: устаревший и требующий постоянного ремонта автопарк способен остановить ключевые бизнес-процессы.

«Последние два года темпы обновления парка грузовых транспортных средств были очень низкими. В результате у предприятий сформировался дефицит качественного подвижного состава. Поэтому многие покупатели сейчас принимают решение о приобретении новых грузовиков», — говорит директор по операциям логистической компании FM Logistic Александр Павлов. — Например, наша компания в конце прошлого года разместила пробный заказ на пять автомобилей Iveco

Stralis с холодильным оборудованием и гидравлическим подъемным механизмом, которые поступят в наше распоряжение в середине марта. А к ноябрю текущего года мы рассчитываем пополнить парк как минимум 40 грузовиками грузоподъемностью до 20 тонн».

«После начала кризиса мы не могли позволить себе обновление в течение двух лет», — рассказывает технический директор логистической компании Asstra AG Вадим Плотноков. — Но в нашей компании рассматривается возможность обновления парка в 2017 году. Очень надеемся, что в 2017 году нам удастся произвести обновление автопарка, которое требуется исключительно из-за возросших в разы затрат на обслуживание старого подвижного состава».

Участники рынка говорят, что основными потребителями коммерческих автомобилей в России сейчас являются прежде всего транспортные подразделения крупных грузо-перевозчиков и крупных сетевых ритейлеров. Кроме того, коммерческий транспорт востребован производственными компаниями, которые доставляют продукцию собственным транспортом. Подписывают спрос и некоторые быстрорастущие сектора бизнеса, связанные с перевозками. Например, это интернет-торговля, обороты которой в России растут, несмотря на кризис, и развитие которой требует все новых машин. Например, представители логистической компании ПЭК заявля-

ют, что в ушедшем году приобрели более 200 коммерческих автомобилей для развития городских сервисов доставки.

При этом потребитель в последнее время более благосклонно относится к перспективам покупки коммерческих машин российского производства. Рост курса рубля сделал приобретение российских машин особенно привлекательным. «Важнейшим фактором роста продаж российских грузовиков является их привлекательная цена. Например, стоимость автомобилей „КамАЗ“ на 1,5–2 млн руб. ниже, чем аналогичных тягачей европейских производителей. При этом „КамАЗы“ конкурентоспособны в качестве», — говорит Важа Такидзе, заместитель генерального директора транспортного парка логистической компании ПЭК. — Для магистральных перевозок мы эксплуатируем грузовики КамАЗ-5490, которые собираются на базе комплектующих Daimler Mercedes. Обслуживание эти машины могут проходить в сервисных центрах Mercedes-Benz, что очень удобно, так как не во всех регионах нашей страны есть представительства КамАЗа».

Потребители рынка коммерческого транспорта надеются на реальное улучшение экономической ситуации в стране и на развитие своего бизнеса. Иначе нынешний рост продаж коммерческих автомобилей окажется временным.

Алексей Граммачиков

Недострой



— спецтехника —

В России запущен целый ряд крупных строительных проектов — мост через Керченский пролив, газопровод «Сила Сибири», морской порт в Ямало-Ненецком АО, а следовательно, спрос на специальную технику должен расти. Но нет: за 2016 год этот сегмент продемонстрировал падение на 10%. Как так вышло и почему нынешняя ситуация все же может пойти на благо, выяснял АНДРЕЙ ФИЛИППОВ.

Основные потери в 2016 году понес сегмент колесных экскаваторов — он просел на 26%. Гусеничные экскаваторы потеряли 22%, экскаваторы-погрузчики — 18%, гусеничные тракторы и колесные погрузчики — 3%. Результат особенно странный с учетом того, что именно такие машины в том числе должны использоваться на масштабных государственных строительных проектах. Разгадка проста: еще недавно подавляющее большинство такого рода техники закупалось за рубежом. Изменившийся курс сделал эти машины неподъемно дорогими, а заодно стимулировал российских производителей. На это, разумеется, требуется время — но потребители негласно согласились подождать.

К настоящему моменту до 80% импортного оборудования уже име-

ют аналоги в РФ: Концерн «Тракторные заводы» осваивает производство радиаторов, КамАЗ разрабатывает новый мотор, ЯМЗ уже выпускает рядные двигатели, применяемые на погрузчиках «Амкор», грейдерах «Брянский арсенал», экскаваторах ТВЭКС. Кроме того, начат выпуск башенных кранов GIRAFFE грузоподъемностью 40 т специально для возведения АЭС, а компания «Крановые технологии» анонсировала выпуск крана TDK-12.400 с грузоподъемностью 12,5 т, которая обеспечивается на всей длине стрелы.

Прогнозируемый рост на 6% в сегменте землеройных и дорожно-строительных машин в совокупности с существенным сокращением импорта экскаваторов в РФ (–70% в некоторых сегментах) дают дополнительную надежду отечественным производителям.

Немаловажным фактором, который может сыграть в 2017 году, является снижение курса китайского юаня. Из-за этого строительная техника из Поднебесной очень скоро может вернуться на наш рынок. И если для компаний Shantui и Liugong, которые в 2016 году сильно просели в продажах, это действительно будет поводом восстановить свои позиции, то для компании XGMA, входящей в состав крупнейшего китайского концерна CCR и являющейся сейчас единственным поставщиком до-

Рынок спецтехники замер в ожидании бурного роста на фоне масштабных государственныхстроек

рожной техники, представляющим во всех регионах РФ полную линейку грунтовых и асфальтовых катков, это будет скорее уверенный рост.

Кроме того, до 65% кранов, находящихся в эксплуатации, импортного производства. Пока обновлять их пока никто не спешит, но ситуация может измениться. А ведь многие ведущие «крановщики» предлагают на нашем рынке не только подъемные машины, но и другую технику из своего модельного ряда. И продавая ее «пакетом» тем, кто стремится иметь однобрендовый парк, могут составить конкуренцию российским компаниям.

Впрочем, пока производители импортной техники оптимизмом поделиться не могут. Единственные, кто смог выйти «из минуса», это производители погрузчиков и автогрейдеров. Первые прибавили к продажам 6%, а вторые целых 8%!

По-прежнему спросом пользуются компактные погрузчики на гусеничном ходу и колесные мини-погрузчики New Holland. В сегменте экскаваторов есть спрос на корейский Doosan, входящий в концерн Daewoo. Не забыты «американцы» — Caterpillar и Terex, а также «японцы» — Hitachi и Komatsu.

За чужой счет

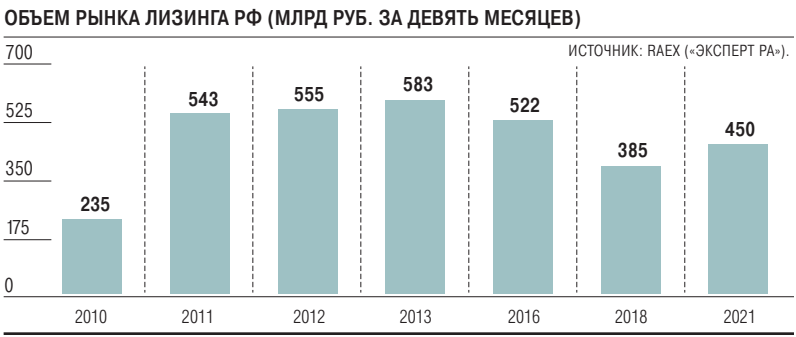
— финансы —

Лизинг становится в России все более популярным, особенно в сегменте коммерческого транспорта. С чем связан повышенный интерес к этому инструменту — с государственными мерами поддержки или структурными изменениями всей лизинговой отрасли, выяснял ГЕОРГИЙ АЛЕКСЕЕВ.

Сфера лизинговых услуг всегда остро реагировала на экономические трудности. За последние два года, согласно данным RAEX («Эксперт РА»), общие объемы лизинговых сделок в России упали более чем на треть. Однако в последнее время негатив сменился позитивом: по итогам девяти месяцев текущего года объем российского лизингового рынка составил 450 млрд руб., что на 17% больше, чем за аналогичный период 2015 года (см. график).

Драйвером развития лизингового рынка остается автомобильный транспорт. Согласно данным RAEX, лизинг легковых и грузовых автомобилей в 2016 году занимал более 40% объема рынка, остальные доли делили между собой авиационный и железнодорожный транспорт, а также лизинг спецтехники. Особенно уверенно лизинг набирает обороты в области продажи грузовиков. Если в кризисном 2013 году в лизинг приобреталось 44% грузовиков, то в 2014-м — уже 56%. В 2016 году этот показатель превысил 60%, а в наступившем году доля лизинговых продаж грузовиков может превысить 70%.

Причин столь динамичного роста доли и объемов лизинга несколько. С одной стороны, компании поняли, что без обновления автопарка выжить в нынешних условиях трудно. Ведь старые и часто ломающиеся машины могут поставить под угрозу деятельность любого предприятия, чье развитие хотя бы косвенно связано с автомобильными перевозками.



С другой стороны, компаниям все сложнее найти свободные средства для крупных вложений в обновление автопарка. Тут-то и становится особенно актуальным лизинг, поскольку он имеет ряд несомненных преимуществ как форма приобретения авто. Не зря лизинг называют финансовой арендой: покупатель первоначально платит лишь небольшой взнос за приобретаемую технику, после чего в течение оговоренного времени вносит остаток средств за автомобиль, которым он уже пользуется. При этом приобретаемые автомобили числятся на балансе лизингодателя. Это позволяет клиенту существенно сэкономить на налогах.

Наконец, важным фактором роста популярности лизинга стало заметное усовершенствование этого вида финансовых услуг. Начать с того, что в ушедшем году большую роль в развитии лизинга сыграло государство. Последний год ознаменовался беспрецедентной господдержкой лизинговых программ, подразумевающей существенную компенсацию из бюджета затрат пользователей лизинговых схем — до 10% от стоимости автомобиля.

Совершенствуют свои услуги и лизинговые компании. Например, становятся все более гибкими сроки предоставления автомобилей в лизинг. Если раньше компании предоставляли их на два-три года, то сейчас средний срок лизинга вырос до трех-пяти лет. Снижается и ми-

нимальный аванс лизинговых сделок: сейчас он опустился до 10–15% от первоначальной стоимости автомобиля. Заметно снижаются и процентные ставки по лизинговому выплатам: если в начале ушедшего года ставка 20% была распространенным явлением на лизинговом рынке, то сейчас и ставка 15% многим кажется завышенной.

Дополнительный стимул развитию лизингового бизнеса в России призвана дать грядущая реформа этой отрасли. В частности, в ближайшее время предполагается изменение схемы взаимодействия участников рынка с регулятором в лице Центрального банка РФ: все лизинговые компании должны будут перейти на отчетность по стандартам МСФО, регулятор будет более пристально следить за ключевыми показателями работы лизинговых компаний. Также помимо других реформ уже в текущем году предполагается создание так называемых саморегулируемых организаций, которые будут определять правила работы на рынке лизинга. Участники рынка говорят о том, что реформы лизинговой отрасли могут сделать этот рынок еще более прозрачным, клиентоориентированным и привлекательным для инвестиций. Таким образом, в ближайшем будущем рынок лизинга автомобилей продолжит рост: по предварительным оценкам, в текущем году его объемы могут увеличиться на 15–20%.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

Александр Михайлов, главный исполнительный директор ПАО «Европлан»:

— Рынок коммерческого транспорта регулярно растет. Прирост наблюдался и в 2016 году, как следствие, наблюдался рост в сфере финансовых услуг данного сегмента. По экспертному мнению поставщиков коммерческой техники, лизинг пользуется подавляющей популярностью. Благодаря своей простоте, функциональности, скорости и оптимизации налогового бремени данный продукт уже давно вытеснил с рынка классический кредит.

Во-первых, лизинг — официальный и эффективный способ налогового планирования. Основное преимущество — в экономии на налогах, так как все расходы относятся на себестоимость, возврат НДС в большем объеме. Лизинговый платеж полностью относится на расходы в бухгалтерском учете. А при банковском кредите учитываются

только проценты по кредиту. Во-вторых, поскольку транспорт является высоколиквидным имуществом, лизинговые компании имеют пониженные риски по сделкам с данным



Быть эффективным — значит быть первым!

Эффективность — основа успешного бизнеса. Мы понимаем это, поэтому постарались сделать вашу покупку максимально выгодной.

- Представляем вам пакетное предложение по привлекательной цене:
- Седельный тягач Actros 1841 LS с оптимальным оснащением для перевозок по России
 - Система управления автопарком FleetBoard* (оборудование и годовая подписка на основные сервисы)
 - Сервисный контракт «Расширенный Плюс» (2-й год гарантии на весь автомобиль)
 - Бесплатный курс водительского мастерства

Все это позволит вам серьезно уменьшить расходы как при покупке, так и в процессе эксплуатации техники. Время зарабатывать экономно! Старт продаж — февраль 2017 года!

Подробную информацию можно узнать у официальных дилеров грузовой техники «Мерседес-Бенц». Узнайте адрес ближайшего к вам дилера на сайте www.trucks.mercedes-benz.ru или по телефону 8 800 444-04-45 (звонок по России бесплатный).

Реклама. * «Флитборд» — телематическая система, предназначенная для повышения эффективности управления автопарком. ** Грузовики, которым доверяют. ProfitTruck (сокр. от profitable truck) — прибыльный грузовик. Количество автомобилей и сроки проведения акции ограничены. Обращаем ваше внимание на то, что данное предложение носит исключительно информационный характер и ни при каких условиях не является публичной офертой, определяемой положениями статьи 437 Гражданского кодекса Российской Федерации.



авто | коммерческий транспорт

Деньги в обороте

Каждая компания, для которой автомобильная техника — рабочий инструмент, стремится регулярно обновлять автопарк: машины в ремонте прибыль не приносят. Можно ли покупать новые автомобили, не вынимая из оборота значительные средства и не прибегая к кредитованию? Можно, если воспользоваться таким инструментом, как лизинг.

— финансы —

В зарубежной практике лизинг коммерческой техники — явление не просто привычное, а скорее чуть ли не обязательное для предприятий. Простой пример: по данным агентства Experian Automotive, в США третья часть сделок на всем автомобильном рынке проводится с участием лизинговых инструментов. В сегменте коммерческой техники же этот показатель превышает 70%.

В России лизинг до сих пор история, не до конца понятная для бизнесменов. Не во всех секторах экономики, впрочем — в авиации, например, большинство игроков, включая национального перевозчика, используют лизинговые схемы при покупке новых судов. А вот компании, эксплуатирующие коммерческий транспорт, в большинстве своем предпочитают работать по старинке: покупать технику, «вынимая» оборотные средства, или кредитоваться в банках.

Между тем с точки зрения эффективности лизинг — едва ли не лучший финансовый инструмент, которым можно воспользоваться при обновлении автопарка. Его главные плюсы — отсутствие необходимо-

сти выводить из оборота значительные средства и возможность более эффективно планировать затраты компании. Ну и, конечно, тот факт, что техника остается на балансе лизинговой компании: лизингополучатель не должен вести учет амортизации, а лизинговые платежи включаются в себестоимость — средства на их уплату формируются до образования облагаемой налогом прибыли. Кроме того, получение финансирования не требует залога или другого обеспечения.

Еще интереснее, что с точки зрения доступности и простоты оформления лизинг значительно выигрывает у традиционного кредитования. «По сравнению с кредитованием лизинговая схема является более лояльной с точки зрения принятия рисков, так как лизингодатель — собственник имущества и имеет больше прав на имущество по сравнению с банком, который является лишь залогодержателем, — поясняет директор по рискам компании «Газпромбанк Лизинг» Руслан Музафаров. — При рассмотрении заявок на финансирование лизинговых сделок наша компания руководствуется сбалансированной комплексной системой принятия риска как на финансовое состояние потенциального лизингополучателя, так и на предмет лизинга. С точки зрения текущего бизнеса анализируются вид деятельности клиента, сроки работы на рынке, динамика финансовых показателей, перспективы бизнеса (контракты). С точки зрения предмета лизинга анализируются его характеристики, ликвидность и стоимость на рынке. По результатам анализа принимается решение о возможности финансирования сделки, и в случае положительного решения вырабатываются окончательные условия ее реализации. Таким образом, лизинговая компания является более



Максим Агаджанов, генеральный директор «Газпромбанк Лизинг»

— Изначально мы разработали программу «Стандарт» для наших действующих клиентов. На сегодняшний день основными клиентами компании «Газпромбанк Лизинг» являются компании крупного и крупнейшего бизнеса. Для них мы проводим крупные, сложноструктурированные индивидуальные сделки. Но в процессе работы мы поняли, что эти же клиенты нуждаются в продукте лизинга, который бы им позволил быстро входить в сделки, являющиеся не основными для компании и не такими крупными. Например, пополнение парка коммерческих или представительских автомобилей, наращивание техники грузовых перевозок. Продукт «Стандарт» оказался очень успешным для решения таких задач, и мы повысили не только лояльность наших существующих клиентов, но и стали получать новых крупных клиентов, которые пришли к нам за быстрым и эффективным решением по небольшой сделке и доверили нам в будущем разработку многомиллиардных проектов.

гибким кредитором по сравнению с банком и может предлагать более привлекательные условия, соблюдая риск-ориентированный подход. Например, в «Газпромбанк Лизинг» даже небольшой клиент (с выручкой от 200 млн руб.) может претендовать на лизинговое финансирование».

Ключевое отличие лизинга от кредита, по словам господина Музафарова, состоит в том, что лизинговая компания стремится установить равноправные, партнерские отношения с клиентом, тогда как банки чаще всего работают с компаниями по принципу «старшего брата». «В на-

шей практике был случай, когда действующий клиент пришел с наполеоновскими планами, даже нанял инвестиционного консультанта, — говорит господин Музафаров. — Но в ходе экспертизы инвестиционного проекта была выявлена критическая ошибка, заложенная в расчет. После того как мы озвучили это клиенту и помогли разобраться в модели, клиент принял решение отказаться от проекта. В наших интересах помочь клиенту скорректировать инвестиционные планы и выбрать более сбалансированную модель развития. Мы не стремимся максимизировать

лизинговые платежи для скорейшего возврата инвестиций. Если мы понимаем, что клиенту будет комфортно регулярно вносить определенную сумму — а значит, случись у него проблемы, он не сможет вовремя и качественно отремонтировать технику или отправить ее на техническое обслуживание, мы предлагаем ему иные варианты».

Дополнительно сэкономить, обратившись к лизингу, на сегодняшний день позволяет и государство: компании имеют право воспользоваться государственной программой льготного автолизинга. Она направлена на стимулирование продаж новой коммерческой колесной техники, произведенной на территории России. Программа позволяет получить скидку размером до 10% на каждое транспортное средство, приобретаемое в лизинг. Максимальная экономия составит до 500 тыс. руб. на один автомобиль. На реализацию госпрограммы правительством направлено 10 млрд руб., при этом участие в ней смогут принять только уполномоченные лизинговые компании, в число которых вошел и «Газпромбанк Лизинг».

«Последние несколько лет государственные программы поддержки автомобильного рынка очень хорошо себя зарекомендовали. По подсчетам экспертов, в этом году почти каждый второй новый легковой автомобиль продавался в России с помощью различных госпрограмм. У коммерческого транспорта, на который распространялось действие программы льготного автолизинга, чуть менее впечатляющие показатели. Однако в этом сегменте скрыт большой потенциал роста, и мы со своей стороны готовы сделать все от нас зависящее, чтобы реализация госпрограммы в 2017 году была максимально эффективной», — отметил генеральный директор «Газпромбанк Лизинг» Максим Агаджанов. Кроме того, «Газпромбанк Лизинг» предлагает дополнительный инструмент для лизинга коммерческого транспорта — программу «Стандарт», которая позволяет приобрести грузовой автотранспорт на выгодных условиях. Объем финансирования составляет до 300 млн руб., аванс — от 7,5% от стоимости предмета лизинга, а срок договора лизинга — до пяти лет.

Алексей Тихоновский

НЕ ТОЛЬКО ЛИЗИНГ
МОЖНО ПОЛУЧИТЬ БОЛЬШЕ
С «ГАЗПРОМБАНК ЛИЗИНГ»



10 МЛРД РУБ. СУБСИДИЙ
ОТ ГОСУДАРСТВА



ЭКОНОМИЯ ДО 500 ТЫС. РУБ.
НА АВТО



СКИДКА ДО 10% НА КАЖДЫЙ
АВТОМОБИЛЬ

ПРОДУКТ «СТАНДАРТ»

НА КАКИХ УСЛОВИЯХ



ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОЕКТОВ
ДО 300 МЛН РУБ.



АВАНС ОТ 7,5% И БОЛЬШЕ



СРОК ДОГОВОРА ДО 5 ЛЕТ

ДЛЯ КОГО



ВОЗРАСТ КОМПАНИИ — ОТ 2 ЛЕТ



ВЫРУЧКА ОТ 200 МЛН РУБ. В ГОД

Тяжелые мысли

— мнение —

Эксперты и участники рынка рассказали „Ъ“ о ситуации на рынке тяжелого транспорта и о том, чего стоит ожидать от этого сегмента. Вывод таков: структура рынка заметно меняется, а интенсивного роста ждать не следует при любых раскладах.



Александр Дьяконов, директор по транспорту компании FM Logistic:

— Более 65% коммерческих автомобилей имеют срок эксплуатации свыше 15 лет. При этом примерно 6% коммерческого транспорта, или около 3 млн машин, относится к малотоннажному (LCV), и это во многом связано с нашей географией доставки: на большие расстояния отправляют крупнотоннажные автомобили. Однако в Московской области ситуация иная: более половины транспортных потоков здесь представлено сегментом LCV. Это связано с ограничениями по массе при движении по МКАД, ТТК и другим трассам. Аналогичная ситуация в Казани и Санкт-Петербурге, что объясняется не только пропускным режимом в городах, но и ограничениями на федеральных дорогах, с контролем массы автомобиля на стационарных и передвижных пунктах весового контроля. В ближайшее время этот тренд по увеличению малотоннажного транспорта будет шире распространяться по всей территории России.



Дэйв Эванс, генеральный директор логистической компании Polar Logistics Russia:

— Рынок грузовых автомобилей, который включает в себя несколько видов транспорта (среднетоннажные — от 3,5 до 16 тонн — и крупнотоннажные — более 16 тонн — автомобили), традиционно интересен автотранспортным компаниям и крупным логистическим операторам. Негативное влияние на рынок грузовых автомобилей продолжает оказывать начавшееся еще в 2015 году снижение объемов грузоперевозок автомобильным транспортом, а также снижение активности строительных компаний. Определенные сектора рынка растут благодаря увеличению спроса на технику, которая используется для того, чтобы быстро выполнять грузозачно-разгрузочные работы при выполнении сложных логистических проектов. Кроме того, мы видим, что в последние месяцы резко вырос спрос на КамАЗ-5490. Этот седельный тягач с кабиной повышенного комфорта, немецким двигателем и высокой грузоподъемностью, разработанный по европейским стандартам, который действительно решает полноценную задачу по перевозке генеральных и сборных грузов.



Сергей Харитонов, директор по развитию JCB в России:

— Недостаток государственного финансирования в строительной сфере и введение в феврале 2016 года утилизационного сбора серьезно повлияли на снижение рынка. Больше всего упали продажи таких видов спецтехники, как мини- и колесные экскаваторы: существенный процент от их стоимости уходит на утилизационный сбор — к примеру, по мини-экскаваторам он достигает до 15%. Недорогие типы строительной техники пользуются стабильным спросом. В частности, это можно сказать о мини-погрузчиках с бортовым поворотом. А телекопические погрузчики даже показали внушительный рост — порядка 30%. Интерес строительных компаний к этим машинам повышается благодаря их универсальности и multifunctionality.



Исии Соносукэ, руководитель в России и СНГ компании Hitachi Construction Machinery:

— На рынке спецтехники в докризисный период (2013–2014 годы) основную долю (более 50%) клиентов в общей структуре продаж занимали компании из сферы строительства инфраструктуры. Покупатели из нефтегазовой отрасли составляли только пятую часть от всего объема продаж. За последние два года произошли значительные изменения. За счет того что развитие нефтегазового сектора поддерживается государством, доля покупателей из этой сферы бизнеса увеличилась и сейчас составляет около одной трети. А доля строительных компаний сократилась примерно на 40%. Также мы отмечаем двукратный рост клиентов из сферы горно-го бизнеса. Среди других трендов можно отметить активизацию рынка аренды. Во-первых, увеличилось число клиентов, приобретающих технику с целью сдачи в аренду. Это связано с тем, что многие компании не торопятся покупать новые машины, так как ситуация с наличием работ/подрядов нестабильная. Во-вторых, те компании, которые имеют большой парк собственной техники, начали также сдавать ее в аренду, чтобы она не простаивала.



Олег Гребенько, менеджер по развитию проекта Gas & Oil Logistics логистической компании Asstra AG:

— Транспортные средства — это дорогостоящие активы, которые должны обеспечивать рентабельность вложенных средств, а в настоящее время рынок транспортных услуг лежит на дне и многие компании работают с минимальными маржами, а некоторые даже убыточны. Наша компания выиграла ряд транспортных тендеров по внутрироссийским перевозкам на долгосрочные контракты (три-пять лет). Когда мы рассчитывали нашу экономику, то ориентировались на технику импортного производства (мы работаем с такими марками, как Scania, Mercedes, Volvo, MAN, Renault, Hino, Iveco). Сегодня приходит пора обновлять парк, но заказчики не хотят и не готовы пересмотреть цены, которые прописаны у нас в контрактах, в сторону повышения, а мы, соответственно, уже не можем позволить себе закупать дорогостоящие иномарки, ведь в этом случае деятельность компании станет убыточной. Мы нашли выход из ситуации: приобрели новые тягачи КамАЗ-5490 российского производства на импортных комплектующих с субсидией 10% и приемлемой ценой.

авто | коммерческий транспорт

Бесчеловеческий фактор

Кадровый вопрос — один из самых сложных на рынке транспортных перевозок, подтвердить это может любой, кто хоть раз пытался нанять водителя. И дело здесь не только в национальном менталитете — в Европе эта проблема не менее актуальна. Именно поэтому настойчиво ведется поиск решения, как сделать промышленный грузовой беспилотник. Правда, пока оно не найдено.

— технологии —

Сложности выбора

Грузовик, самостоятельно, без участия человека развозящий товары, — мечта любого бизнесмена. Но хотя о проектах создания беспилотной техники говорится уже больше десяти лет, готовых к серийному производству прототипов до сих пор нет.

Почему так? Прежде всего потому, что до сих пор не ясно, каким должен быть грузовик на автопилоте. По аналогии с авиацией — нужно ли делать полноценный беспилотник, функционирующий без участия человека? Или ограничиться мощным автопилотом, способным взять на себя большую часть работы, но бесполезным в отсутствие оператора?

Не поможете?

Второй вариант кажется менее перспективным: зачем ограничиваться полумерами? Однако он представляется более реалистичным, и очевидно, что он требует меньших за-

трат. Потому неудивительно, что ведущие игроки рынка сосредоточили свои усилия именно на нем.

К примеру, Mercedes-Benz внедряет системы автоматизированного управления на свои серийные грузовики, позволяя автопоездам работать по «системе многих единиц», когда сразу несколько машин образуют «состав», где дистанция между «вагонами» регулируется автоматически. Автоматика при таком режиме движения выполняет функции активного помощника водителя.

Одновременно с этим ведутся разработки совершенно новых грузовиков и автобусов, где уже не роботизированная система, а человек выполняет функции помощника — своего рода оператора автоматической станции, который следит за тем, чтобы не было сбоев, но не ведет активного управления работой техники.

Активно работают в этом направлении и российские предприятия. Так, КамАЗ оснащает свои гру-



Mercedes-Benz Urban eTruck

зовики ADAS-системами (Advanced Driver Assistance Systems — системы содействия водителю). Планов в проекте много. Первыми потребители должны увидеть модели грузовых автомобилей «КамАЗ» с ADAS-системами начальных уровней — «Предупреждение», «Предотвращение» и «Удержание в полосе». Во вторую очередь на «КамАЗах» будут внедрены функции автономного и дистанционно-автономного движения для работы на закрытых территориях. А после этого должны появиться «КамАЗы» с ADAS-системами уровней Highway Pilot, City Pilot и Autopilot. Предполагается, что в будущем они смогут стать полноценно автоматизированными автономными транспортными единицами.

Проект будет реализовываться поэтапно: серийный выпуск «КамАЗов» с ADAS-системами начальных уровней планируется начать уже в 2017 году, появление грузовиков с функциями автономного и дистанционно-автономного движения ожидается в 2019–2020 годах, с ADAS-системами продвинутых уровней — с 2022 года.

Любопытно, что обкатка систем идет не на перспективных моделях нового поколения 5490, а на старом семействе. Ведь именно оно пользуется наибольшим спросом на рынке грузовиков благодаря соотношению «цена-качество», и возможность внедрения ADAS-систем именно на него говорит о том, что завод действительно считает эти разработки перспективными.

КамАЗ, в частности, уже обсуждал вопросы поставки беспилотников с представителями Магнитогорского металлургического комбината. Предприятие собирается заказать у завода не только серийные тяжелые самосвалы на шасси КамАЗ-65801 с грузоподъемностью 45 тыс. кг, но и версии с возможностью автоматизированного управления на его базе. В таком сотрудничестве заинтересован и сам КамАЗ: практический опыт использования беспилотников в глубоких карьерах, работах на заминированных территориях и территориях, охваченных огнем, — лучшая реклама для новинок.

Своими силами

Второй путь развития беспилотников — полноценная разработка техники, рассчитанной только на автоматическое управление. Отличительная особенность таких машин — отсутствие каких-либо органов управления для водителя. Более того, кабины в них нет, а взаимодействие всех конечных устройств (например, между приводом, системой управления рулевыми осями, тормозами и т. п.) осуществляет компьютер.

Подобные разработки ведутся и в России: компания Volgabuss уже некоторое время испытывает прототипы «робобусов». Речь идет о проекте Matreshka от компании BMG, представляющем собой модульную систему беспилотного транспорта.

Этому проекту чуть больше года, но компания успела анонсировать машины семейства M2P1 в пассажирской модификации M2B8 и грузовой M2C6, а также представить следующее поколение M4. Внешне эти две модели схожи разве что габаритной длиной — 4 тыс. мм. Но у M4 нет остекления торцов, он утратил прямоугольную форму, свойственную автобусам.

Первые «Матрешки» изготовлены именно в пассажирской версии, как наиболее сложной в плане выполнения требований безопасности. Двигатель установлен электрический, зарядка АКБ производится раз в сутки, этого хватает на 180 км — вполне достаточно с учетом того, что сейчас «Матрешка» способна «запоминать» маршруты до 25 км. Вместо лобового и заднего стекол планируется установка интерактивных экранов: рекламных щитов или других медийных поверхностей. А когда дело

дойдет до массового использования, возможен монтаж дисплеев, обеспечивающих иллюзию «сквозного просмотра». То есть на задний модуль будет транслироваться то, что происходит впереди — это должно облегчить жизнь для других участников движения.

Несмотря на то что «Матрешка» рассчитана на перевозку 8–12 пассажиров со скоростью до 30 км/ч, считать ее полноценным автобусом и даже микроавтобусом пока нельзя. Беспилотник на данном этапе не готов выйти на городские улицы с их непредсказуемым трафиком. Ближайшая перспектива — работа на закрытых территориях технопарков, крупных выставочных комплексов или предприятий, аэропортов и т. п., где минимизирована возможность непредвиденных ситуаций. Поэтому сейчас все произведенные экземпляры работают в тестовом режиме на полигоне в «Сколково».

Несмотря на то что «Матрешка» все еще проект, в 2017 году планируется выпустить не менее 50 беспилотников и, доработав их, использовать при обслуживании ЧМ-2018 по футболу в Казани. А в 2018 году наладить полноценное серийное производство — не менее 1 тыс. ед. Ориентировочная стоимость опытной «Матрешки» — 6,5–10 млн руб., а серийной машины — 3,5 млн руб.

Впрочем, это не предел, поскольку «Матрешки» планируется предла-



Mercedes-Benz Future Bus

гать не как отдельно взятую единицу, а как часть единого транспортного комплекса с системой управления автомобилем, системой управления парком, оптимизацией всех компонентов и внедрением всех этих систем в городскую инфраструктуру. Насколько такой подход еще поднимет цену, даже трудно предположить.

Кроме того, над подобной системой совместно работают НАМИ, КамАЗ и «Яндекс», который отвечает за инфраструктуру. Проект под названием ШАТЛ аналогичен проекту Matreshka в плане перспективности и сложности воплощения.

Отдельный аспект в истории с беспилотниками — это правовой статус. Формально ни в российских, ни в западных законах запрета на беспилотные автомобили нет. Вот только как научить автопилот останавливаться по требованию сотрудника полиции и кто будет передавать ему документы? И это лишь один нюанс — чтобы беспилотники действительно смогли появиться на трассах и в городах, нужно доработать нормативную базу.

Эти работы занимают немало времени. Именно потому многие компании, занимающиеся такими работками, переключаются на узкого сегмента создания беспилотных грузовиков на продумывание глобальных

инфраструктурных проектов, частью которых являются и автопилоты.

Пример подобной идеи — проект компании Ford по созданию собственной автономной службы доставки. Концепт сервиса Autolivery, предусматривающий совместное использование беспилотных фургонов и дронов, способных изменить логистическую инфраструктуру городов, был представлен на выставке мобильной индустрии Mobile World Congress в Барселоне (Испания). Его идея в том, что беспилотник подвозит груз к максимально близкой к адресу точке маршрута, а дрон делает «последний шаг», доставляя товар в недоступные для автомобиля места, к примеру на верхние этажи высоких зданий, или туда, где парковка запрещена.

Смело и креативно, вот только данный проект выглядит еще более сложным, чем Matreshka, поэтому запуск его запланирован на 2021 год. Именно тогда Ford планирует создать «полностью автономный автомобиль, соответствующий категории 4 по классификации SAE для коммерческого использования в сервисах райдшеринга и оказания услуг в сфере логистики».

Впрочем, подобные проекты есть и у других компаний, так что возможность увидеть в окне дрона с коробкой пиццы может представиться и раньше.

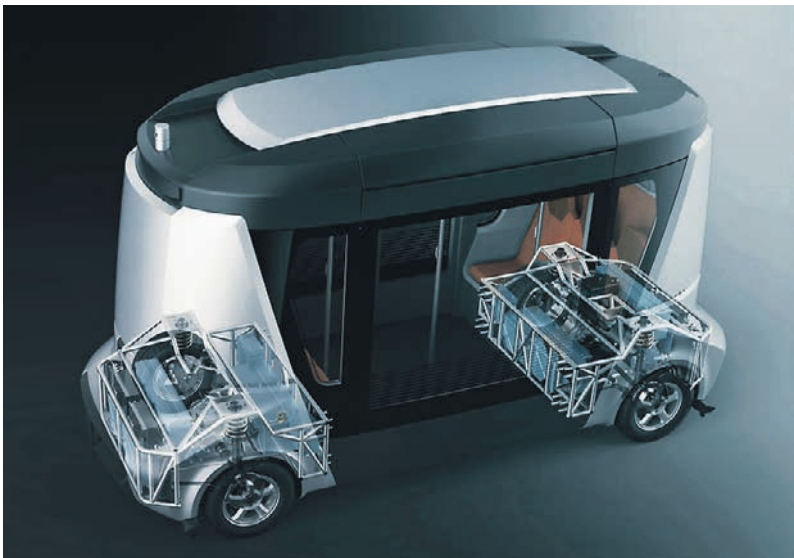
Андрей Филиппов



КамАЗ-5350. Первый беспилотный «КамАЗ» создан на шасси трехосного полноприводного грузовика модели 5350, оснащенного двигателем КамАЗ-740.622-280 и АКП ZF. Для обеспечения работы машины в различных режимах автономного движения на нее были установлены: радары, лидар-активный оптический сенсор, испускающий лазерные лучи в сторону цели во время движения транспорта, видеорекамеры, системы связи и бортовые компьютеры. Кроме того, был создан переносной пульт дистанционного управления в виде джойстика и монитора, на который выводятся изображения с камер. В проекте беспилотника кроме КамАЗа участвуют ОАО «ВИСТ Групп» и Cognitive Technologies.



Mercedes-Benz Actros. Исходным объектом для постройки перспективного беспилотника Daimler AG, представленного в свое время как Mercedes-Benz Future Truck 2025, был седельный тягач Mercedes-Benz Actros 1845 с 449-сильным двигателем и 12-ступенчатой АКП Mercedes PowerShift 3. Отличия прототипа от серийной машины заключались в использовании системы Highway Pilot, которая, в свою очередь, объединяла в себе работу: системы контроля дистанции, вспомогательной системы Stop-and-Go, системы торможения Active Break Assist 3, системы контроля за полосой движения, трехмерные карты для системы Predictive Powertrain Control, а также телематические продукты управления транспортом FleetBoard. Особенность Highway Pilot — возможность обмена данными со всеми автомобилями, оснащенными подобной системой. В настоящий момент по всему миру колесят 365 тыс. автомобилей концерна Daimler Truck, оснащенных системами FleetBoard (Евразия) и Detroit Connect (Америка), потенциально готовых объединиться в единую сеть, и тестирование системы, пока в ограниченном режиме, уже активно ведется на обычных дорогах Германии.



Проект Matreshka. В основе проекта Matreshka лежит составная конструкция. Центральная часть представляет собой пассажирский (смарт-бус), грузовой или даже коммунальный модуль и является определяющей назначения беспилотника в данный момент. Спереди и сзади расположены два компактных энергетических модуля, представляющих собой элементы подвески, в которую вписаны 60-киловаттный электродвигатель (собственного производства, что немаловажно) и АКБ. Они полностью взаимозаменяемые, так что при необходимости модуль с севшей батареей можно оперативно заменить на аналогичный и спокойно продолжить работу на маршруте.

СКАНДИНАВСКАЯ МОЩЬ

МАКСИМАЛЬНАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

VOLVO FH ВИКИНГ

В год 90-летия концерна Volvo мы с гордостью представляем лимитированную серию Volvo FH Викинг.

Узнайте, как стать его владельцем, на www.volvotrucks.ru

Бесплатная линия Volvo: 8 (800) 100 34 40

Реклама АО(Н) Воьво Босток

Volvo Trucks. Создавая будущее

G-PROFI ENGINE OIL



РЕКЛАМА

АДАПТАЦИЯ К ЛЮБОЙ СИТУАЦИИ

G-PROFI — СЕРИЯ МОТОРНЫХ МАСЕЛ ВЫСШИХ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ДЛЯ ДИЗЕЛЬНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ.

ОДОБРЕНО*: MB 228.51, CUMMINS CES 20081, MAN M3477/M3271-1/ M3677, VOLVO VDS-4, RENAULT TRUCKS VI RLD-3, MACK EO-O PP.

СООТВЕТСТВУЮТ ТРЕБОВАНИЯМ СПЕЦИФИКАЦИЙ*: ACEA E6/E7/E9, VOLVO CNG, RENAULT TRUCKS RXD/ RGD, MACK EO-N PP/ EO-M PLUS, MTU TYPE 3.1, JASO DH-2, CATERPILLAR ECF-3, DEUTZ DQC-IV-10LA.

ЛИЦЕНЗИРОВАНЫ ПО API CJ-4/SN*, CI-4/SL.

БЛАГОДАРЯ УНИКАЛЬНОЙ АДАПТИВНОЙ ФОРМУЛЕ МАСЛА **G-PROFI** ПОДСТРАИВАЮТСЯ ПОД РАЗЛИЧНЫЕ УСЛОВИЯ РАБОТЫ ДВИГАТЕЛЯ, В НУЖНЫЙ МОМЕНТ АКТИВИРУЯ НЕОБХОДИМЫЕ ПРИСАДКИ И ОБЕСПЕЧИВАЯ МАКСИМАЛЬНУЮ ЗАЩИТУ ДВИГАТЕЛЯ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ УСЛОВИЯХ ЭКСПЛУАТАЦИИ.



www.g-energy.org



* G-PROFI MSJ 5W-30