



же данные приводят и другие участники рынка. Например, Азат Тимерханов из «Автостата» оценивает долю кредитных продаж в 49%. По словам директора филиала финансовых услуг компании «Рольф» Ольги Бойко, на долю кредитных продаж новых автомобилей в ее сети пришлось 50,78%, что символически больше прошлогодних 50,34%.

Относительная доля кредитных покупок растет незначительно, но в денежном выражении россияне берут в банках все больше, что связано с увеличением средней цены автомобиля. Речь идет о сотнях миллиардов — каждый месяц банки выдают на покупку автомобилей в среднем по 50 млрд руб. По данным НКБИ, за три квартала банки выдали 427,8 млрд руб. против 346,6 млрд руб. за аналогичный период прошлого года.

Но если раньше кредиты брали в основном на покупку с использованием программ льготного автокредитования, то сейчас клиенты чаще ориентируются на специальные фирменные программы автопроизводителей, которые предлагают более выгодные ставки на покупку автомобиля своей марки. За весь 2018 год ставки по кредитам выросли не более чем на 1%, что связано с изменением ключевой ставки, которая в течение года повышалась дважды.

Госпрограммы — не главный драйвер

На программы поддержки автопрома в 2018 году государство выделило 34,4 млрд руб., что вдвое меньше по сравнению с 2017 годом. Из этих денег только 7,5 млрд руб. пошло на субсидирование покупок для частных автомобилистов, причем только по прог-

раммам «Первый автомобиль» и «Семейный автомобиль». Остальные деньги пошли на стимулирование рынка коммерческого транспорта и различные компенсации производителям.

В 2016 году на адресные программы поддержки спроса потратили почти 25 млрд руб., но с прошлого года государство начало снижать объемы помощи рынку. По мере перехода рынка к естественному росту потребность в стимулировании продаж государством стала уменьшаться, отмечает Виктория Синичкина.

Однако даже в таком виде госпрограммы помогали рынку в начале 2018-го, добавляет Азат Тимерханов: «Программы „Первый / семейный автомобиль“ не действуют с мая 2018 года, кроме Дальнего Востока. В первом полугодии прошлого года их влияние было ощутимо — за этот период рынок вырос на 18%. А вот во втором полугодии — на 8%». Снижение спроса в бюджетном сегменте после окончания программ отмечает и Владимир Мирошников.

1,5 млн за средний автомобиль

По оценкам агентства «Автостат», средневзвешенная цена нового легкового автомобиля в России в 2018 году составила 1,43 млн руб., что на 7,5% больше, чем в 2017 году. Средняя стоимость отечественного автомобиля составила

625 тыс. руб., а моделей иностранных марок — 1,65 млн руб. Наиболее заметные коррекции цен произошли в конце года, когда производители начали закладывать в прайс-листы грядущее повышение НДС.

Увеличение стоимости покупки не говорит о росте благосостояния, считает Алексей Гопкало, процент покупателей моделей бизнес-класса остается низким. С ним согласен и Азат Тимерханов: «Это не финансовая стабильность — рынок рос за счет отложенного спроса, который сформировался за время кризиса». В дальнейшем цены будут только расти, уверяет Виктория Синичкина: «Нет оснований полагать, что цены на новые автомобили будут снижаться в связи с повышением ставки НДС и нестабильной макроэкономической ситуацией». Алексей Гопкало предполагает рост цен на 3–5% в течение 2019 года.

Выбор уж не тот

В прошлом году правительство определилось с формой сотрудничества с автопроизводителями. Вместо заканчивающихся соглашений о промсборке, которые давали автокомпаниям льготы при локализации производства, чиновники предложили заключать специальные инвестиционные контракты (СПИК), в рамках которых четко описывались размеры инвести-

ций, объемы научно-исследовательских работ и производственные планы. На сегодня СПИК уже подписали АвтоВАЗ, ГАЗ и Hyundai-Kia.

Новая схема работы может привести к возникновению объединений, в рамках которых компании будут выпускать технически идентичные автомобили. И это вполне соответствует предварительной редакции стратегии развития автопрома до 2025 года, которая предусматривает существование шести-восьми новых платформ, на каждой из которых будет выпускаться по 200 тыс. легковых автомобилей, причем со значительной долей российского инжиниринга. Продавать автомобили без локального производства в России все труднее, что доказывает опыт мелких независимых брендов. Не исключено, что с рынка уйдут и более заметные производители. Например, компания Ford, меняющая стратегию на всем европейском рынке, может отказаться от своих производственных площадок во Всеволожске и Набережных Челнах, что будет означать фактический уход бренда с массового рынка. Модели локальной сборки уже сейчас не пользуются заметным спросом, а о подписании СПИК в компании пока не заявляли.

Рынок замедляется

На состояние рынка в 2019 году в большей степени будет влиять экономическая и политическая обстановка, но пока предпосылок для резкого роста или падения нет, считают эксперты. «Увеличение НДС и возможное ужесточение санкций США создают существенные риски и неопределенности на рынке, в особенности в первом квартале», — говорит председатель комитета автопроизводителей АЕБ Йорг Шрайбер. Однако при условии неизменности правительственной политики эксперт ожидает небольшой устойчивый рост в течение года: «Наш прогноз на 2019 год по рынку пассажирских и легких коммерческих автомобилей составлен с небольшим улучшением до 1,87 млн единиц, что на 3,6% больше».

Эксперт «Автостата» Азат Тимерханов ожидает возможных колебаний до 5% в обе стороны. Владимир Мирошников из компании «Рольф» придерживается консервативного сценария с сохранением нынешних объемов: «В первой половине года автомобильный рынок продемонстрирует отрицательную динамику, а во второй может начаться восстановление спроса» ●

Продавать автомобили без локального производства в России все труднее, что доказывает опыт мелких независимых брендов