

авто | коммерческий транспорт

Автомобильный рынок включил заднюю

Российский автомобильный рынок осенью ускорил скатывание вниз. Неожиданное и значительное падение продаж в октябре заставило аналитиков пересмотреть прогнозы итогов года: по их мнению, он будет характеризоваться заметными отрицательными значениями. Не очень оптимистично эксперты смотрят и на год будущий, полагая, что при отсутствии масштабной государственной поддержки рынок, скорее всего, продолжит падать.

— аналитика —

Осень с традиционно высоким спросом на новые автомобили в текущем году сильно разочаровывает российских участников авторынка. Если в сентябре падение было еле заметным (-0,2%), то в октябре продажи ускорили движение вниз и показали -5,2% по сравнению с октябрём прошлого года, упав до отметки 152,05 тыс. шт. — эти данные приводит Ассоциация европейского бизнеса (АЕБ). Таким образом, рынок плавно падает девятый месяц подряд после незначительного всплеска спроса в январе (+0,6%). По словам председателя ассоциации Йорга Шрайбера, рынок находится на пути медленного, но продолжительной эрозии. «Так нужного сейчас роста продаж, который был достигнут в 2017–2018 годах, сейчас нет», — констатирует он.

Денег нет, но вы держитесь

Участники рынка и эксперты согласны во мнении, что продажи новых автомобилей падают из-за снижающейся покупательской способности населения, ухудшающейся макроэкономической ситуации, завершения ряда программ господдержки, а также повышения цен, которое подталкивает вверх недавнее повышение НДС, низкий курс рубля и инфляция. «В России по итогам первого полугодия 2019 года реальные доходы снизились на 0,4%, а реальные располагаемые — на 1,3%, — указывает старший аналитик международной страховой компании Coaface в России Анна Кокорева. — В связи с сокращением доходов поменялось поведение потребителей. Граждане отказываются от дорогих и крупных покупок, предпочитают иметь бере-

жения на случай ухудшения ситуации в стране. Не способствуют продажам автомобилей и ставки по кредитам, средняя величина которых сейчас составляет 10%».

«Среди ключевых факторов, влияющих сегодня на рынок, можно отметить сокращение программ господдержки и рост цен на автомобили, — говорит председатель правления автомобильной группы «Авилон» Андрей Павлович. — По нашим данным, розничная стоимость машин с начала года выросла от 2% до 6%».

Тревогу вызывает тот факт, что обычно на середину осени приходится всплеск покупательской активности. «Октябрь традиционно считается месяцем высоких продаж, однако сейчас мы наблюдаем невысокую активность авторынка в целом, — сетует генеральный директор ГК «Автоспеццентр» Денис Петрунин. — Одновременно на ситуацию повлияло то, что в сентябре дистрибуторы закрывали третий квартал и забрали в этот месяц часть продаж октября».

Надо отметить, что автопроизводители переживают сложные времена не только в России. «Депрессия испытывает не только отечественный авторынок: в Северной Америке продажи машин по итогам третьего квартала 2019 года упали на 4%, а в Германии рост за тот же период составил всего 0,1%, — говорит госпожа Кокорева. — Рост цен на базовые материалы вследствие торговой войны между США и Китаем сжимает маржу автопроизводителей и заставляет их либо повышать цены на продукцию, либо мириться с падением доходов. В Европе, например, замедление темпов экономического роста в странах Еврозоны, неяс-



Российский автомобильный рынок, вопреки ожиданиям, раньше срока впал в зимнюю спячку

ные перспективы «Брексита» и торговые войны тревожат производителей авто все сильнее, а ухудшение экономических перспектив заставляет потребителей сокращать расходы и откладывать покупку новых машин до лучших времен. Чистая прибыль предприятий европейского автопрома за последний год упала на 12%, это можно считать результатом ухудшения климата в мировом автопроме в целом».

Минус на плюс

Осеннее падение продаж ударило по большинству лидеров российского автомобильного рынка. Так, если у ведущего игрока Lada в последние месяцы динамика реализации продукции была положительной, то в октябре реализация упала на 6%. Со-

кращение продаж Lada связано с завершением действия программы господдержки, большая часть лимитов по которой пришлась именно на АвтоВАЗ, — объясняет Денис Петрунин. — Те, кто хотел купить Lada, успели сделать это, пока действовала программа, и ажиотаж вокруг бренда спал».

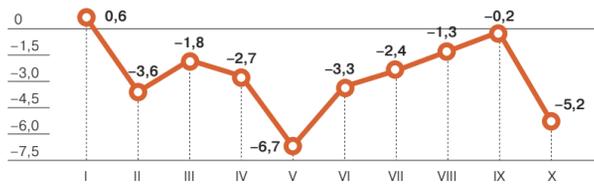
Впрочем, аналитики прогнозируют, что, скорее всего, Lada в ближайшее время сумеет переломить негативный тренд. «Хотя в октябре продажи АвтоВАЗа значительно снизились, есть все основания полагать, что итоги года автоконцерн отметит ростом продаж, — указывает ведущий аналитик инвестиционной компании QBF Олег Богданов. — Стоит обратить внимание, что по итогам десяти месяцев 2019 года марке удалось увеличить продажи на 1,5% по сравнению с тем же периодом прошлого года. С 2017-го концерн АвтоВАЗ стабильно занимает более 20% авторынка, среди причин популярности отечественных авто стоит назвать их относительно низкую стоимость. Кроме того, доступность отличается сервисное обслуживание автомобилей Lada».

Наряду с Lada в октябре заметное снижение продаж — на 4% — показал бренд Kia, на 7% и 6% соответственно упали марки Volkswagen и Toyota. Лидером же падения среди ведущих игроков стал Nissan, чьи продажи обвалились на 60%, что связано с корректировкой маркетинговой стратегии бренда и выводом с рынка такой массовой модели компании, как Nissan Almera. Также на 17% снизились продажи Mitsubishi, в премиальном сегменте в отрицательной зоне находятся Land Rover (-3%), Genesis (-8%), Cadillac (-38%), Infiniti (-49%). «Марка Mitsubishi ищет свою нишу, находясь в сегменте кроссоверов или городских внедорожников, и сталкивается при этом с большой конкуренцией со стороны Renault и Nissan, — комментирует исполнительный директор компании «CTRL Лизинг» Александр Усов. — Что же касается премиального сегмента, то, например, Land Rover страдает от того, что в России уменьшается доля среднего класса. Те, кто мог позволить себе приобрести эти автомобили в 2015–2017 годах, сейчас скорее находятся в выборе кроссовера в сегменте до 2,5 млн руб. При этом не стоит забывать, что на эти машины распространяется налог на роскошь».

Однако на фоне общего падения есть на российском рынке и счастливицы: некоторым компаниям даже в неблагоприятной обстановке удается наращивать продажи. К ним, например, относится марка Renault, продажи которой в октябре выросли на внушительные 12%. Skoda сумела поднять реализацию своих машин еще больше — на 17%, а в премиальном сегменте на газ жмут Mercedes-Benz и BMW, показавшие рост на 15% и 19% соответственно. «На увеличении продаж автомобилей Renault сказались, в частности, выход на рынок Arkana, которая сама по себе демонстрирует неплохие продажи, а кроме того, положительно влияет на динамику остальных моделей Renault, подогревая покупательскую заинтересованность в этой марке, — отмечает Андрей Павлович. — В ближайшем будущем схожий пример мы, возможно, будем наблюдать и у бренда Skoda: с выходом нового Skoda Kargoq продажи автомобилей этой марки смогут подняться».

ИЗМЕНЕНИЕ ПРОДАЖ НОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ В 2019 ГОДУ (% ПО СРАВНЕНИЮ С АНАЛОГИЧНЫМИ ПЕРИОДАМИ 2018 ГОДА)

ИСТОЧНИК: АЕБ



Успех некоторых брендов в премиальном сегменте участники рынка также объясняют активным обновлением модельного ряда. «Хорошие показатели бренда BMW также обеспечиваются выходом новых моделей, например новой модификации третьей серии, а также дополнительными скидками, мотивационными программами от представителей и автодилеров, — продолжает Андрей Павлович. — Что же касается Mercedes-Benz, то для этой компании российский рынок является приоритетным, компания ведет здесь сдержанную ценовую политику, а в ближайшее время у этой марки ожидается выход большого количества новинок, что положительно отразится на продажах и в следующем году: это и GLE-купе, GLB, дизельный G-класс, GLA, электрический EQC и рестайлинг E-класс, а также полноформатная и очень популярная в России версия внедорожника GLS».

Наконец, текущий год ознаменован весьма активным наступлением на российский авторынок китайских автопроизводителей. В октябре внушительными темпами продолжал наращивать продажи китайский бренд Haval (+323%), впечатляющие показатели демонстрируют также китайские Geely и Changan (плюс 139% и 119% соответственно). Взлет Haval наблюдатели объясняют динамичным развитием производства этой марки на российском заводе под Тулою, потенциальная мощность которого составляет 150 тыс. автомобилей в год.

Продажи топ-30 марок авто в РФ в октябре 2019

Марка	Продажи в октябре 2019 г.	Продажи в октябре 2018 г.	Изменение (%)
Lada	30237	32005	-6
KIA	20141	21002	-4
Hyundai	15827	15820	0
Renault	13670	12154	12
VW	9253	9928	-7
Skoda	8903	7614	17
Toyota	7887	8424	-6
GAZ ком. авто	6530	5457	20
UAZ	3924	4059	-3
Mercedes-Benz	3787	3300	15
BMW	3700	3105	19
Mitsubishi	3528	4238	-17
Nissan	2832	7094	-60
Mazda	2532	2563	-1
Chevrolet	2001	2812	-29
Lexus	1927	1742	11
Datsun	1751	2134	-18
Haval	1514	358	323
Audi	1503	1478	2
Ford ком.авто	1050	1031	2
Geely	919	384	139
Suzuki	869	621	40
Land Rover	853	877	-3
Volvo	844	728	16
VW ком.авто	743	690	8
Subaru	701	678	3
Chery	676	505	34
Porsche	579	506	14
Changan	407	186	119
Peugeot	405	434	-7
Итого	152 057	160 425	-5,2

Источники: АЕБ.

«При условии, что на рынке классические бренды становятся все дороже (к примеру, автомобили класса В преодолели психологический порог в 1 млн руб.), клиент стремится найти оптимальное сочетание условий «цена-качество», — комментирует президент Росгосстрах-банка Алексей Токарев. — Интерес к китайским автомобилям вызван ростом их качества при сохранении относительно доступной цены».

Тревога за будущее

Осеннее падение продаж новых машин заставляет аналитиков и игроков рынка пересматривать свои прогнозы по поводу итогов текущего года. Например, если в начале 2019-го комитет автопроизводителей АЕБ предсказывал, что продажи новых авто в РФ вырастут на 3,6%, до 1,87 млн единиц, то в сейчас его представители говорят, что по итогам 2019 года в стране может быть продано не более 1,76 млн машин, что на 2,2% ниже уровня 2018-го.

«Падение продаж новых автомобилей по итогам года составит 2,5–3,1%, — прогнозирует Алексей Токарев. — В оставшиеся месяцы даже с учетом традиционного сезона специальных предложений и увеличения предновогоднего спроса трудно будет вывести продажи на уровень прошлого года. Чтобы достигнуть прошлогодних показателей, продажи в ноябре–декабре должны вырасти на 10% к прошлому году, что в текущих условиях практически нереализуемо».

Некоторые игроки прогнозируют, что по итогам текущего года у авторынка будет еще более жесткая посадка. «До конца года объем рынка продолжит сокращаться, наш прогноз: -5–7% по итогам года, — считает Денис Петрунин. — При этом резких скачков цен перед Новым годом не будет. Рынок будет плоским. А вот в следующем году ожидается традиционный рост цен на автомобили, связанный со сменой календарного года. Индексация утилизационного сбора также сыграет свою роль в этом процессе».

Участники рынка ностальгируют по завершенным государственным программам поддержки и в очередной раз призывают регулятора помочь авторынку в надвигающийся тяжелый период. «Поддержка авторынку, безусловно, важна, но, на наш взгляд, не существует какого-либо единственно верного инструмента, который мог бы остановить сползание продаж авто в России, — считает Андрей Павлович. — Это должны быть комплекс мер и совместная работа и дилеров, и импортеров, и государства. Так, например, кредит и субсидия хоть и дают рынку прирост, но не столь значительный, как хотелось бы. Однако стоит признать, что поддержка особенно важна для массового сегмента авторынка, который наиболее чувствителен к росту и изменению цен».

Алексей Грамматчиков

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ГРУЗ

ИНГОССТРАХ



Страхование ответственности перевозчиков и экспедиторов стало частью бизнес-процессов компаний и активно используется всеми участниками рынка: от крупных транспортно-логистических организаций до малых перевозчиков и ИП, в распоряжении которых находятся всего 1–2 машины. Такой полис необходим для защиты транспортных и экспедиторских компаний от незапланированных финансовых издержек, связанных с обязанностью возместить ущерб, причиненный третьему лицу, например владельцу груза. О востребованных рынком программах и актуальных рисках рассказывает ведущий специалист отдела страхования грузовых перевозок компании «Ингосстрах» Андрей Игольников.

Еще 5–7 лет назад львиную долю страхователей рынка составляли крупные транспортные компании с большими парками машин и разветвленной географией перевозок. Сегодня в орбиту страхования включились все перевозчики, в том числе представители среднего и малого бизнеса. Несмотря на разные объемы работ, бюджеты и возможности, все они стремятся застраховать свою ответственность и компенсировать финансовые риски. Для небольших перевозчиков такое страхование жизненно необходимо в буквальном смысле слова, поскольку даже единичный случай утраты или повреждения груза вследствие ДТП или кражи может обернуться миллионными убытками и поставить бизнес на грань выживания.

ДОРОГИЕ РИСКИ

Следуя в русле рыночного спроса, «Ингосстрах» предлагает страховые программы, учитывающие особенности конкретного перевозчика и груза. Есть варианты с полным покрытием, они включают в себя страхование ответственности перевозчика за груз и содержат широкий перечень рисков, таких как пожар, повреждение водой, хищение, ДТП, произошедшее по вине перевозчика или третьего лица.

А также рисков утраты или повреждения груза вследствие смещения, падения с платформы, нарушения температурного режима, проведения погрузочно-разгрузочных работ и т.п. Такие программы востребованы перевозчиками, которые располагают собственными или арендованными транспортными парками. Для экспедиторских компаний, помимо вышеперечисленных, актуальными также являются риски мошеннических действий со стороны привлекаемых субконтракторов. Это довольно сложный сектор страховых работ, требующий опыта и профессиональных компетенций. Программу страхования рисков мошенничества на российском рынке предлагают единичные компании, в число которых входит «Ингосстрах».

ОСОБЫЙ КОНТРОЛЬ

Еще одна нетипичная для рынка сервисная услуга, которую предоставляет «Ингосстрах» связана с работой специализированного отдела, который занимается только урегулированием убытков по рискам ответственности перевозчиков и экспедиторов. Его наличие позволяет нам гарантировать высокое качество урегулирования убытков, в том числе быстрый выезд сюрвейеров, а также сокращает сроки рассмотрения заявок и выплаты страховых возмещений.

Гибкие условия программ дают возможность застраховать и только отдельные, наиболее «дорогие» риски, например пожар, кражу, ограбление и разбойное нападение, или те события, которые чаще всего случаются при перевозке грузов, например дорожно-транспортное происшествие. Такие программы позволяют любому нашему клиенту сформировать актуальную защиту в рамках его бюджета.

Для таких грузов, как электроника, мобильные телефоны, алкоголь, сигареты, страхование рисков хищения является одним из самых востребованных. Но случаются и кражи других товаров. Так, «Ингосстрах» недавно выплатил более 3 млн рублей по факту кражи груза конфет во время перевозки.

УБЫТКИ И ВЫПЛАТЫ

Статистика страховых случаев свидетельствует, что наряду с кражами и мошенничествами довольно часто происходят различные повреждения грузов в процессе транспортировки, а также на этапе погрузки-разгрузки. Среди наиболее крупных убытков можно отметить компенсацию в размере 55,9 млн рублей за повреждение оборудования — буровой установки при погрузочных работах в корейском порту. А также выплату 8,3 млн рублей за повреждение автокрана при перевозке и 2,8 млн рублей — по факту утраты сборного груза. «Ингосстрах» обеспечивает защитой все виды грузов, в том числе сборные, а также страхует мультимодальные перевозки в рамках единой программы. Если клиенту необходимо снизить цену полиса, не меняя список застрахованных рисков, ему предлагаются различные варианты франшизы.

ОНЛАЙН-СЕРВИС И НЕ ТОЛЬКО

Рассчитать стоимость стандартной программы с максимально сбалансированным набором рисков перевозчики могут в режиме онлайн, для этого на сайте «Ингосстрах» предусмотрен специальный сервис. Там же можно оставить заявку на расчет стоимости и оформление договора. Если произошел страховой случай, вам назначается персональный менеджер из отдела урегулирования убытков, который будет с вами на связи в режиме 24/7 и поможет решить все возникающие вопросы, а также проконсультирует, как вести себя в сложных ситуациях. «Ингосстрах» имеет разветвленную сеть представительств по всей стране, что значительно упрощает процесс коммуникации для компаний в отдаленных от федерального центра регионах и позволяет ускорить документооборот. Стандартную программу страхования можно оформить за один рабочий день. Если требуется составление уникального договора с учетом индивидуальных условий, максимальный срок оформления, включая все согласования, обычно не превышает 5–6 рабочих дней.