

Недотянул: из-за чего российский автомобильный рынок раньше времени впал в анабиоз | 18

А

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Авто | Коммерческий транспорт

Вторник 19 ноября 2019 №212 (6692 с момента возобновления издания)

kommersant.ru

19 Гонка за лидерами: что происходит с сегментом коммерческого и специального транспорта

19 Mazda MX-30 и другие значимые новинки Токийского автосалона



Остаточная стоимость трехлетних автомобилей на вторичном рынке за последний год немного снизилась, но скоро она опять устремится вверх из-за сокращающегося спроса на рынке новых машин. При этом в рейтинге марок, которые лучше всего сохраняют цены после трех-летней эксплуатации, на первые места вырвались корейские бренды. Такие данные приводятся в недавнем исследовании онлайн-сервиса «Правильная цена» и аналитической компании «Автостат Инфо».

Лучшие из оставшихся

— аналитика —

Трехлетние автомобили массового сегмента на вторичном рынке по итогам первых трех кварталов 2019 года потеряли в среднем 28% от своей первоначальной цены, утверждают авторы исследования (копия есть у „Ъ“). Оно охватывало 21 марку и 87 моделей массового сегмента автомобильного рынка и 13 марок и 75 моделей премиального сектора. Аналитики, сравнив прайс-листы на новые машины в 2016 году с их ценами на вторичном рынке в настоящее время, сделали выводы о том, как изменилась стоимость подержанных автомобилей за последний год, и выяснили, какие марки и модели машин сейчас меньше теряют в цене.

Затишье перед ростом

По данным исследования, по итогам первых трех кварталов 2019 года остаточная стоимость трехлетних автомобилей с пробегом в России немного упала: снижение к показателям прошлого года составило 0,2%. «Связано это с тем, что по большинству марок рост цен на новые автомобили в 2016 году происходил не такими высокими темпами, как в конце 2014-го и в 2015-м», — говорит генеральный директор проекта «Правильная цена» Татьяна Абрамова.

Аналитики вспоминают, что еще два года назад ситуация была совсем другой. «В 2017 году мы наблюдали резкий рост остаточной стоимости трехлетних автомобилей в России, тогда выборка нашего исследования охватывала машины 2014 года выпуска, — рассказывает госпожа Абрамова. — Осенью 2014-го автобизнес столкнулся с резким скачком цен на новые машины из-за роста курса валют. Этот скачок не мог не отразиться на вторичном рынке, на котором вслед за ценами на новые автомобили поднялись и цены на машины с пробегом. В результате люди, которые обновили свой автопарк в первые три квартала 2014 года по цене до подорожания, не просто не потеряли при перепродаже автомобилей с пробегом, но и заработали. По некоторым модификациям остаточная стоимость трехлетних автомобилей в 2017 году превышала 100%».

Сейчас ситуация иная: остаточная стоимость автомобилей медленно снижается. «Тенденция изменилась в 2018-м, когда мы работали с выборкой новых автомобилей 2015 года выпуска, — продолжает госпожа Абрамова. — Анализируя данные по автомобилям 2015 года выпуска, мы наблюдали заметное снижение остаточной стоимости трехлетних автомобилей с пробегом относительно результата прошлогоднего исследования для большинства моделей в рейтинге. Это связано с тем, что в 2015-м цены на новые машины росли менее агрессивно. По итогам же исследования в текущем году мы видим, что остаточная стоимость предсказуемо выравнивается и колебания в целом уже не столь амплитудны».

Рейтинг остаточной стоимости трехлетних подержанных автомобилей премиального сегмента по происхождению марки

№	Происхождение марки	Марка	Остаточная стоимость в 2019 году (% от цены нового авто)
1	Японские	Lexus	77,20
2		Infiniti	64,46
В среднем японские			70,73
1	Европейские	Volvo	77,73
2		Porsche	75,59
3		MINI	75,20
4		Audi	68,20
5		Mercedes-Benz	67,05
6		Land Rover	66,71
7		BMW	65,25
8		Jaguar	52,82
В среднем европейские			67,67
1	Американские	Jeep	74,26
2		Cadillac	63,46
В среднем американские			67,34
1	Корейские	Genesis	44,21
В среднем корейские			44,21
В среднем премиальные			67,70

Источник: «Правильная цена», «Автостат Инфо».



Покупателям подержанных машин лучше потролиться, а продавцам, напротив, не спешить: остаточная цена трехлетних автомобилей упала перед тем, как устремиться вверх вслед за падением спроса на новые машины

Впрочем, тренд к сокращению остаточной цены подержанных автомобилей в ближайшее время, скорее всего, изменится, их стоимость на вторичном рынке будет расти. «В случае снижения объема продаж новых автомобилей в ближайшие годы и, как следствие, уменьшения сегмента „молодых“ автомобилей с пробегом в перспективе трех-пяти лет есть вероятность, что остаточная стоимость трехлетних автомобилей может подрасти за счет превышения на вторичном рынке спроса над предложением», — считает госпожа Абрамова.

«Повышение стоимости новых автомобилей, а также снижение покупательной способности вынуждают часть потребителей отказываться от приобретения нового автомобиля в пользу относительно свежего с пробегом, — соглашается президент Росгосстрах-банка Алексей Токарев. — Таким образом, рост спроса в этом сегменте ожидаемо провоцирует повышение цены».

Корейцы — в лидерах

Список подержанных трехлетних машин с самой высокой остаточной стоимостью в текущем году возглавили корейские марки: за три года эксплуатации эти машины сохраняют в среднем 78,13% от начальной цены. Японские бренды, остаточная стоимость которых в текущем году составила 73,96%, опустились на второе место. Третью позицию (70,69%) традиционно занимают российские автомобильные марки. Далее идут

Рейтинг остаточной стоимости трехлетних подержанных автомобилей премиального сегмента по моделям

№	Марка	Модель	Остаточная стоимость в 2019 году (% от цены нового авто)
1	Volvo	V40 Cross Country	87,98
2	Audi	Q7	83,40
3	Lexus	RX	81,41
4	Audi	TT	81,36
5	Volvo	S60 Cross Country	79,72
6	Volvo	S60	79,54
7	Lexus	ES	79,52
8	Volvo	XC70	78,76
9	Audi	A4 Allroad	78,65
10	Volvo	XC60	78,54
11	Porsche	Panamera	78,15
12	Porsche	911	77,85
13	Jeep	Grand Cherokee	77,43
14	Mini	Cooper Clubman	77,20
15	Lexus	LX	76,73
16	BMW	3 GT	76,20
17	Lexus	NX	76,14
18	MINI	Cooper	75,90
19	Land Rover	Discovery Sport	75,41
20	Volvo	XC90	74,94

Источник: «Правильная цена», «Автостат Инфо».

европейские и американские бренды (68,23% и 68,19%), а замыкают список китайские автомобили, которые за три года службы теряют более трети начальной стоимости (67,03%).

«На наш взгляд, корейские бренды очень удачно выступили во время кризиса 2014 года, заморозив цены на новые автомобили и не повышая их, как другие производители, — объясняет успех лидера госпожа Абрамова. — Таким образом, популярность „корейцев“ начала расти за счет соотношения „цена-качество“, и в результате им удалось за последние несколько лет удвоить свою долю на рынке. Рост популярности корейских марок у российских покупателей закономерно повысил их ликвидность на вторичном рынке и, соответственно, показатель остаточной стоимости».

«В лидерах вторичного рынка действительно остаются такие корейские марки, как Hyundai и Kia, — продолжает генеральный директор компании GetTransfer Александр Сапов. — Объясняется это тем, что корейские модели при своей изначально доступной цене сохраняют высокую остаточную стоимость. Например, популярность Solaris на вторичном рынке во многом объясняется тем, что автомобиль является бестселлером на первичном: модель уже восемь лет производится в России и хорошо знакома покупателям. Правда, при покупке подержанных Solaris или Rio есть риск нарваться на машины из такси, поэтому надо обращать внимание на пробег: у частного владельца он обычно составляет не более 15–20 тыс. км в год».

Нужно отметить, что европейским автопроизводителям статистику по остаточной стоимости сильно портят плохие показатели

ли французских марок Peugeot и Citroen, а к «китайцам» потребитель все еще относится с недоверием. «Китайские автомобили — это в первую очередь неизвестность: как они будут себя вести даже через год-два после покупки, поэтому при равной цене на вторичном рынке покупатель скорее предпочтет ту же

отечественную Lada», — отмечает исполнительный директор компании «CTRL Лизинг» Александр Усов.

Расплата за роскошь

Рассматривая самые ликвидные на вторичном рынке конкретные модели, можно увидеть, что первые места здесь также занимают корейские машины: шесть позиций из первых десяти. В частности, на первом месте находится Hyundai Solaris, который за три года потерял в цене всего чуть более 10% (89,69%), на втором месте идет Kia Soul (88,38%). А вот на третье место взобрался японский кроссовер Mazda CX-5 с остаточной стоимостью 87,43%. Из европейских марок лучшие показатели ликвидности у таких моделей, как Skoda Rapid и Skoda Octavia, которые попали соответственно на 6-е и 12-е места (85,22% и 81,27%). Также в первой двадцатке самых ликвидных трехлеток оказалась марка Renault с моделями Sandero Stepway и Kaptur, которые с остаточной стоимостью 81% и 80,59% попали на 13-е и 15-е места.

В премиальном сегменте подержанные автомобили традиционно гораздо существеннее теряют в цене на вторичном рынке по сравнению с машинами массового класса. Здесь наилучшую остаточную стоимость удерживают уже японские бренды (Lexus и Infiniti), которые за три года в среднем сохраняют 70,73% стоимости. У европейских же марок особенно высокие показатели сохранности стоимости оказались у Volvo (77,73%), Porsche (75,59%), Mini (75,2%). А корей-

ская премиальная марка Genesis оказалась на последнем месте с показателем всего 44,21% (см. таблицу 3). «Для премиум-марок важную роль играет история бренда, которая у Genesis пока еще не столь богата по сравнению с конкурентами — этим объясняется пока низкая остаточная стоимость этих автомобилей», — комментирует Алексей Токарев.

Что же касается самых ликвидных моделей премиального сектора, то вершущ рейтинг тут неожиданно оказалась модель Volvo V40 Cross Country, остаточная стоимость которой достигла 87,98%, далее идут Audi Q7 (83,4%) и Lexus RX. «Высокие показатели остаточной стоимости для модели V40 Cross Country связаны с выходом в 2016 году рестайлинговой версии, — объясняет Татьяна Абрамова. — Стоимость обновленной модели была выше задействованной в нашем исследовании модели в рестайлинговом кузове почти на 30%. Соответственно, как и в примере с кризисом 2014 года, цена на вторичном рынке на дорестайлинг поползла вверх, что и обеспечило очень высокий уровень остаточной стоимости модели в исследовании. В следующем году в выборку попадет уже обновленный кузов модели V40 Cross Country, рыночная стоимость которого будет сравниваться с изначально более высокой стоимостью нового автомобиля. Это дает основания утверждать, что в 2020 году остаточная стоимость Volvo V40 Cross Country будет заметно ниже результата 2019 года».

Алексей Грамматчиков

GAZelle

25 YEARS

ВЫГОДА до

308 000 Р*

4,6

ТОННЫ

10% скидка по ЛИЗИНГУ²

150 000 Р скидка по TRADE-IN³

СЕРВИС-КОНТРАКТ в лизинг

ГАРАНТИЯ 3 года или 200 000 км

Зимняя резина В КОМПЛЕКТЕ⁴

azgaz.ru

8-800-700-0-747

Звонки по России бесплатны

1) Указанный размер максимальной выгоды складывается при приобретении автомобиля ГАЗ-С41R92-80 1/PRO(Н), 5GA, 8BA, 8KA, 4AA стоимостью 1471 тыс. руб. с помощью следующих программ: по «Фирменной лизинговой программе» скидка в размере 158 520 руб. предоставляется Клиенту, приобретающему данный автомобиль в лизинг через ООО «Элемент Лизинг». Требования, предъявляемые к заемщику, определяются лизинговой компанией-партнером. Скидка на автомобиль по «Фирменной лизинговой программе» предоставляется только в случае приобретения Клиентом Сервисного контракта — пакета услуг по плановому техническому обслуживанию автомобиля; по «Фирменной программе обновления — 2019» скидка в размере 150 тыс. руб. предоставляется Клиенту, сдающему по схеме «трейд-ин» коммерческий (владение от 6 мес.) или легковой автомобиль (владение от 1 года) не старше 2000 года выпуска. Программы действуют до 31.12.2019 или до исчерпания бюджета на их проведение. Не является публичной офертой. Подробности — в Дилерских центрах «ГАЗ». 2) По «Фирменной лизинговой программе» скидка 10 % предоставляется Клиенту, приобретающему данный автомобиль в лизинг через ООО «Элемент Лизинг». Скидка на автомобиль по «Фирменной лизинговой программе» предоставляется только в случае приобретения Клиентом Сервисного контракта — пакета услуг по плановому техническому обслуживанию автомобиля. Требования, предъявляемые к заемщику, определяются лизинговой компанией-партнером. Программа действует до 31.12.2019 или до исчерпания бюджета на ее проведение. Количество автомобилей ограничено. 3) При приобретении автомобиля «ГАЗель NEXT» предоставляется скидка 150 тыс. руб. по «Фирменной программе обновления — 2019» Клиенту, сдающему по схеме «трейд-ин» коммерческий (владение от 6 мес.) или легковой автомобиль (владение от 1 года) не старше 2000 года выпуска. Программа действует до 31.12.2019 или до исчерпания бюджета на ее проведение. Количество автомобилей ограничено. 4) При приобретении автомобиля марки «ГАЗ» (модели ГАЗ-3302XX, ГАЗ-2705XX, ГАЗ-3221XX, ГАЗ-A2XRXX, ГАЗ-A3XRXX, ГАЗ-A6XRXX, ГАЗ-C4XR92, ГАЗ-C4XR02) у дилера ГАЗ одновременно с комплектом шипованных шин Cordiant Business** CW2 185/75R16C (6 шт.), клиенту предоставляется скидка на автомобиль в размере стоимости вышеуказанного комплекта шин. Акция действует для физических лиц и индивидуальных предпринимателей и распространяется на автомобили, приобретенные через дилеров (кроме дилеров в городах: Махачкала, Нальчик, Владикавказ, Аксай, Сочи, Минеральные Воды, Волгоград, Ставрополь, Новороссийск, Пятигорск, Краснодар, Грозный, Ростов-на-Дону, Славянск-на-Кубани, Астрахань, Калининград) в период до 31.12.2019 г. или до исчерпания бюджета акции. Количество комплектов шин ограничено. Подробности по суммированию акции с другими фирменными программами и прочим условиями — в Дилерских центрах «ГАЗ». Не является публичной офертой. *25 years — 25 лет. **«Бизнес». РЕКЛАМА.

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 октяб­рем 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 медленной, 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 Соаface в России Анна Кокорева.— В связи с сокращением доходов поменялось поведение потребителей. Граждане отказываются от дорогих и крупных покупок, предпочитая 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».

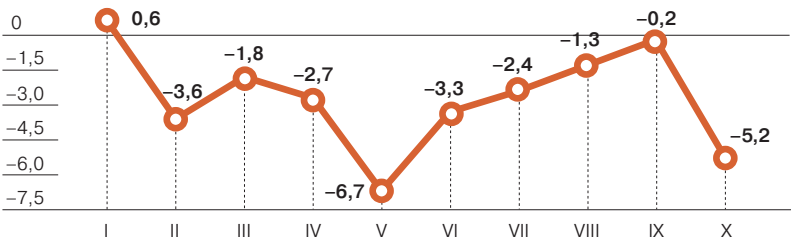
Впрочем, аналитики прогнозируют, что, скорее всего, Lada в ближайшее время сумеет переломить негативный тренд. «Хотя в октябре продажи АвтоВАЗа значительно снизились, есть все основания полагать, что итоги года автоконцерн отметит ростом продаж, — указывает ведущий аналитик инвестиционной компании QBF 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 называть их относительно низкую стоимость. Кроме того, доступностью 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 уходом с рынка такой массовой модели компании, как Nissan Almera. Также на 17% снизились продажи Mitsubishi, в премиальном секторе 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 счастливички: 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 представителя 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 полно-размерная 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
GA3 комм. 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

Источник: 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 увеличении 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 ожидаем традиционного роста цен на автомобили, связанного 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



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.

ИНГОССТРАХ

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 страхового возмещения.

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 перевозчиков 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 представительства 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.

авто | коммерческий транспорт

Токийский дрейфт

Главное автошоу Страны восходящего солнца, кажется, ушло в глубокий и неуправляемый занос. Минули времена, когда на многочисленных стендах было не протолкнуться от желающих увидеть очередной электроконцепт или футуристическую идею, до которой могли додуматься только японцы. Теперь Токийский салон — это пара павильонов, разделенных 15-минутной поездкой на автобусе-шаттле либо получасовой прогулкой, и скромное число интересных новинок. Все самые важные из них рассмотрел корреспондент **Петр Ястребов**.

— новинки —

Mazda MX-30

Один из главных экспонатов выставки. Во-первых, Mazda представила на выставке серийную модель, а не концепт. Во-вторых, новинка стала первым массовым электрокаром компании из Хиросимы. А в-третьих, на MX-30 уже принимают предзаказы. Правда, цена пока не названа — узнаем мы ее, скорее всего, ближе к середине лета.

Никакой футуристики — электромобиль Mazda выглядит как самый обычный кроссовер городского класса. И тем самым он удивляет намного сильнее, чем конкуренты, стремящиеся за счет невероятных форм подчеркнуть свою «зеленую» исключительность. Из нестандартных решений разве что задние двери, открывающиеся против движения, в стиле роторного RX-8. В остальном это типичный продукт дизайна Kodo.

В салоне тоже ничего революционного — привычное по последним моделям марки внутреннее убранство с экологичными акцентами вроде использования пробкового дерева и переработанных материалов в отделке.

Зато инженеры обещают, что на ходу MX-30 будет очень хорош по меркам «электричек». Причем не за счет силовой установки: около 145 л. с. и 200 км запаса хода — стандартные показатели для класса. Зато благодаря жесткому креплению всех электрокомпонентов к силовой структуре кузова и адаптированной системе GVC, улучшающей отклик автомобиля на команды водителя, новая Mazda будет рулиться не хуже, чем стандартные модели марки. А система динамиков, имитирующих звуки работы двигателя внутренне-

го стогания, поможет водителю поверить, что он гонит на все сто.

Nissan Ariya

Концепт, по заверениям представителей марки, весьма близок к серийному воплощению. Правда, верится в это с трудом: новый язык дизайна Nissan предлагает чересчур смелые снаружи и лаконичные внутри для конвейера формы.

Новинка будет первым Nissan, построенным на специальной платформе для электромобилей. Она позволяет ограничить свесы до минимума, а значит, при длине электрокара 4600 мм его салон будет очень просторным.

В движении новинку приводят два электромотора — по одному на ось. И хотя характеристики не обнародованы, ожидается, что разгон с места до 100 км/ч будет занимать менее 5 сек., а запас хода составит порядка 480 км. Потраченную энергию можно будет быстро восполнить за счет системы зарядки CHAdeMO.

Nissan Ariya оснащен системой ProPILOT 2.0, объединяющей возможности системы навигации и автономного вождения. Это значит, что водитель в определенные моменты движения по магистралям сможет передать управление электронике и превратиться в пассажира. Ну а если такого желания нет, электрический полный привод позволит получать максимум удовольствия от управления автомобилем в любых условиях при минимуме усилий за счет моментального перераспределения крутящего момента на каждое колесо в отдельности.

Mitsubishi MI-TECH Concept

По мнению Mitsubishi, именно гибридный багги станет живым олицетворением удовольствия от вожде-

ния. Насколько живым, впрочем, пока не ясно, и неизвестно, велики ли у него шансы оказаться на конвейере. Хотя, если судить по другим моделям марки, возможностей перейти в серию у багги, пусть и в несколько более реалистичном виде, больше, чем может показаться.

В отличие от многих других экспонатов, представленных в Токио, MI-TECH Concept является не электрокаром, а подзаряжаемым гибридом. Силовая установка включает четыре электромотора и газотурбинный двигатель, работающий как генератор. Преимущество последнего в том, что он может работать на разных видах топлива — дизеле, керосине, спирте.

Благодаря электромоторам реализована и система полного привода, которая позволяет очень многое на бездорожье — при необходимости даже крутиться волчком вокруг собственной оси за счет встречного вращения правых и левых колес.

Как и должно быть у багги, передняя панель в салоне очень лаконична. Впрочем, нужно ли что-нибудь еще, если лобовое стекло превращено в мегаэкран с дополненной реальностью?

Lexus LF-30

Еще один концепт, пожалуй, самый далекий от серийного воплощения. Хотя представители Lexus обещают, что первый электромобиль марки появится уже совсем скоро, а к 2025 году в гамме будут присутствовать электроверсии всех моделей, LF-30 вряд ли станет их прообразом — скорее он представляется фантазией на тему будущего.

Фантазия эта ладно скроена — сотканный из нереальных в серийном производстве элементов кузов с двумя дверьми типа крыло чайки умело



Концепт-кар Lexus LF-30 вряд ли окажется на конвейере, но к 2025 году японская компания обещает выпустить электроверсии всех без исключения своих моделей

скрывает пятиметровую длину. Салон рассчитан на четверых, причем он скорее напоминает внутренности космолета, чем транспортного средства, которое должно передвигаться по асфальту. К удобству пассажиров второго ряда — заднее стекло, которое, по сути, является большим экраном сдвоенной реальностью.

Компания заявляет, что четыре электромотора совокупной мощностью 544 л. с. позволяют LF-30 ускоряться с места до 100 км/ч за 3,8 сек. и разгоняться до максимальных 200 км/ч. Запас хода тоже очень достойный — 500 км. Даже жаль, что шансов проверить все эти заявления на дороге нет.

Subaru Levorg

Универсал прибыл на шоу в статусе прототипа, но по факту при переходе в серию вряд ли внешне сильно изменится, если изменится вовсе: внешне Levorg выглядит как готовый к конвейеру автомо-

биль. Готов ли к тому же интерьер автомобиля — сказать сложно: публике его не показали — салон был надежно скрыт за затемненными стеклами, а фотографии или изображения японская компания не обнародовала.

Впрочем, по опыту салоны в автомобилях Subaru далеко не самое главное. Гораздо важнее, что универсал переедет на платформу Subaru Global Platform, что должно гарантировать лучшую управляемость и еще больше эмоций от управления автомобилем. Кроме того, за счет использования нового оппозитного турбомотора объемом 1,8 л с непосредственным впрыском должна повыситься и динамика.

Инженеры поработали над активной безопасностью — ее будет обеспечивать усовершенствованная система EyeSight, которая получит стереокамеру с увеличенным углом обзора и четыре радара в переднем и заднем бамперах. Совместно они смогут надежнее замечать потенциальную опасность и раньше давать команду на автоматическое торможение даже в условиях ограниченного обзора. Старт продаж

универсала нового поколения намечен на вторую половину 2020 года.

Toyota GranAce

Что же показал главный японский бренд? С одной стороны — много всего. С десяток беспилотников, которые находятся даже не на стадии концепта, а на стадии идеи. Среди них выделяются спортивный родстер, беспилотный автобус e-Palette и... самоходная метла. Как часто бывает с идеями, конкретной информации о них нет практически никакой.

С другой стороны, реальная новинка была лишь одна — люксовая версия минивэна HiAce под названием GranAce. Салон выделяется высококачественной кожаной обивкой с ромбовидной строчкой и отделкой деревом. Всего предусмотрено шесть посадочных мест. В движении бизнесвэн приводит 2,8-литровый дизель в сочетании с шестидиапазонным автоматом. Продажи новинки в Японии стартовали сразу после презентации, в то время как в России практически синхронно стал доступен «легковой» вариант HiAce с девятью посадочными местами.

Около ноля

— аналитика —

Итоги десяти месяцев продаж техники коммерческого назначения можно коротко охарактеризовать фразой «без изменений». Как следует из данных аналитического агентства «Автостат», в России было реализовано 89 223 автомобиля сегмента LCV, что на 1,2% ниже, чем в 2018 году. Аналогичная ситуация и среди большегрузов — 63 038 единиц техники и падение на 2,5%. Стоит отметить, что, несмотря на это, во втором полугодии продажи грузовиков подарили надежду на позитивное завершение года.

В малом весе

В желтой майке лидера сегмента LCV по-прежнему находится ГАЗ. Нижегородцам удалось продать 39 992 единицы (–0,2%) новой техники и занять с этим показателем без малого 45% всего рынка. Флагманская модель ГАЗель NEXT во всех своих ипостасях разошлась тиражом 22 953 единицы (–1,3%). Причем не совсем понятно, попали ли в статистику каркасно-панельные автобусы ГАЗ-А64R42, которых за десять месяцев было выпущено несколько сотен.

За серебро активно борется УАЗ — 13 787 единиц (–1,7%). Вот только орудие борьбы, возможно, Ульяновцам стоило бы заменить. Флагман продаж марки — бессмертная «буханка» УАЗ-3909 (6356 автомобилей, –1,2%). Машина устаревает с каждым днем, но совокупность потребительских качеств до сих пор позволяет ей находить своих покупателей и занимать пятую строчку в топ-10 моделей.

Бронзовый призер десяти месяцев — Ford. Сконцентрировавшись на производстве коммерческих автомобилей, CP Ford Sollers уверенно завоевывает все большую часть рынка: 10 317 единиц (+19%), или 11,5% всего сегмента, — это уже серьезно. Флагманский Ford Transit разошелся по дорогам тиражом 9980 машин (+22,2%) — это вторая строчка в топ-10 марок и рост продаж в октябре на уровне 58%.

Четвертое место занимает Lada — 9193 единицы (+5%). Популярная

Lada Largus VU с результатом 7713 машины (+6,4%) прочно удерживает четвертую строчку. Спрос на модель есть, в своей нише она практически монополист, так что потеснить ее вряд ли у кого-то получится.

Замыкает пятерку лидеров Volkswagen — 4530 единиц (+3,4%). Семейство Caravelle, как и раньше, занимает девятую строчку топ-10 — 1964 единицы (–10%).

Большой формат

В стане больших грузовиков также никаких открытий: безусловным и недостижимым лидером остается КамАЗ. За десять месяцев было реализовано 21 876 автомобилей (+9%), что составляет 34,7% всего сегмента. КамАЗ-43118 с результатом 5218 единиц (+0,3%) уже который месяц возглавляет модельный топ, притом что объяснить столь длительный ажиотаж вокруг полноприводного шасси не берутся даже аналитики.

Заслуженное «серебро» достается компании ГАЗ — 7002 единицы (+4,4%). ГАЗон NEXT, который еще недавно демонстрировал уверенный рост, остановился на второй строчке топ-10 — 4864 единиц (+4,7%).

Volvo сумела отстоять свое законное третье место — 4499 единиц (–13,7%), а на четвертое внезапно ворвался MAN — 3956 машин (–1,5%). Флагманский MAN TGX по итогам десяти месяцев занимает седьмую строчку в топ-10 самых популярных моделей — 2112 автомобилей (–4%), а компанию ему теперь составляет и MAN TGS — 1669 единиц (+0,5%) с девятой строчки списка.

Марка Scania спустилась на пятое место — 3907 машин (–19,5%). Ее модель Scania R замыкает топ-10 с результатом 1192 единицы (–37,0%).

С лудьми на борту

Автобусный сегмент российский рынок чувствует себя удивительно хорошо. За десять месяцев было реализовано 11 009 единиц техники (не считая категории M2), что на 7,5% больше, чем за аналогичный период 2018 года.

Как и прежде, первое место прочно удерживает за собой ПАЗ — 6322 единицы (+11,5%), что составляет 57,4% всего рынка новых автобусов.

Бессменный лидер рынка в целом и предприятия в частности ПАЗ-3205 и его модификации были отгружены перевозчикам в количестве 2868 штук (+0,5%) — это больше, чем в общем поставили на рынок два ближайших конкурента. Благодаря низкой цене, сочетающейся с простой и выносливостью конструкции, модель жестко отменяет все попытки заменить ее более современными автобусами. Впрочем, постепенно растет популярность самой современной машины модельного ряда ПАЗ «Вектор NEXT» (ПАЗ-3204) — 2096 единиц (+14,2%), занимающей вторую строчку в топ популярных моделей.

На втором месте — ЛиАЗ с результатом 1233 проданные машины (–2,1%). Погоду заводу делают расположившийся на пятой строчке топ-10 моделей 12-метровый ЛиАЗ-5292 (563 автобуса, +41,8%) и сочлененный ЛиАЗ-6213 (458 машин, +101,8%), занявший шестую строчку.

«Бронзу» по-прежнему удерживает НефАЗ — 1102 автобуса (+40,9%). Единая нумерация НефАЗ-5299, охватывающая практически весь модельный ряд предприятия, позволила модели расположиться на третьем месте в топ-10 (954 единицы, +58,2%). Остальное приходится на вахтовки, пользующиеся устойчивым спросом у нефтяников и газовиков.

Четвертое место занимает китайский Yutong — 481 единица (+4,8%). Серьезный рост продаж — на 71,7% — пришелся на октябрь. Лидер продаж Yutong 6119 (352 автобуса, –7,4%) обеспечил модели седьмое место в топ-10. На данный момент компания — безусловный лидер в сегменте междугородных и туристских автобусов, и никакой серьезной конкуренции у нее ни со стороны «китайцев», ни со стороны отечественного автопрома, ни тем более «европейцев» не видно.

На пятом месте расположился Volgabus — 360 единиц (–27,4%), а шестую позицию отвоевал КАвЗ — 319 автобусов (+23,6%). Похоже, перевозчиков по-прежнему вполне устраивает КАвЗ-4238, замыкающий топ-10 популярных моделей — 221 единица (+7,3%).

Андрей Филиппов

ИНГОССТРАХ

Время для жизни

www.ingos.ru

Отдел страхования грузовых перевозок
Москва, ул. Лесная, д. 41
8 495 234 36 14
toperators@ingos.ru

Страхование транспортных операторов

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, ОС № 0928-02, выданная 28.09.2016, Реклама.



Sprinter Tourist. Войдите в зону комфорта

Оказавшись в салоне Sprinter Tourist, Вы захотите остаться как можно дольше, ведь это зона настоящего комфорта. Автомобиль полностью готов к путешествиям любой длительности. Ваши пассажиры смогут удобно расположиться в креслах повышенной комфортности, зарядить свой телефон за собственным столиком, а мягкая подсветка и премиальная обивка салона сделают поездку приятной во всех отношениях.

от 4 300 000 ₽*

* Указана рекомендованная розничная цена с НДС на автомобиль Sprinter Tourist в базовой комплектации, актуальная на 01.11.2019. На иллюстрации могут быть изображены принадлежности и элементы дополнительной комплектации, не входящие в базовый объем поставки указанной модели автомобиля. Для получения актуальной информации обращайтесь к официальным дилерам Mercedes-Benz или по телефону 8-800-200-02-06. Предоставленная информация и изображения носят информационно-справочный характер и не являются офертой или публичной офертой. Vans. Born to run. — Коммерческие автомобили. Всегда в движении. Tourist — Туристический автобус.

Mercedes-Benz
Vans. Born to run.

