

авто | коммерческий транспорт

Грузовики решили затормозить

Продажи коммерческих автомобилей в России падают. Удержать рынок от слишком глубокого падения призваны меры государственной поддержки, однако пока они в первую очередь направлены на стимулирования спроса на автомобили российского производства.

— аналитика —

Российский рынок коммерческих автомобилей продолжает жать на тормоз: по оценкам аналитического агентства «Автостат», в ушедшем году продажи новых грузовиков в РФ составили 80,7 тыс. единиц, что на 2% меньше, чем в 2018-м. Немного лучше, но все же непросто складывается обстановка на рынке легких коммерческих авто (LCV): по данным того же «Автостата», в 2019 году продажи этих машин составили 112,1 тыс. единиц, что равно показателям 2018-го. Таким образом, восстановление рынка коммерческих авто после обвала 2014 года остановилось и он опять едет вниз.

В начале 2020 года реализация коммерческих авто немного оживилась: в январе и феврале продажи грузовиков в России поднялись на 18% и на 0,8% соответственно (до 6,1 тыс. и 5,8 тыс.), LCV в свою очередь, в январе поднялись на 7% (до 7,6 тыс.), однако в феврале снова сократились на 8%, до 7,4 тыс. штук. По результатам же текущего года рынок коммерческих машин, скорее всего, снова окажется в отрицательной зоне, в том числе из-за ослабления рубля и последующего роста цен.

«Да, с декабря по февраль продажи коммерческих авто увеличились, но в декабре причиной тому были стабильная ситуация на внутреннем рынке и ожидание повышения утилизационного сбора, которое подстегивало многие автопарки успеть купить грузовые автомобили до повышения сбора. В январе же и феврале многие производители грузовой техники смогли сдержать цены на грузовики с помощью заключения специальных инвестиционных контрактов и внутренней корпоративной поддержки. Однако в марте текущего года февральский рост на 0,8% может обернуться сильным падением. И причиной тому будет нестабильная ситуация на валютном и фондовом рынках», — говорит Эдуард Миронов, директор по закупкам транспортных услуг логистической компании FM Logistic.

Условия господдержки

В отличие от легковых авто, коммерческие машины — это инструмент ведения бизнеса, и ослабление их продаж связано с общей экономической обстановкой, которая сейчас еще больше усложняется в связи с ослаблением рубля, распространением коронавируса, падением бирж и замедлением деловой активности. «Продажи коммерческих авто продолжают падать, поскольку с каждым годом усиливается нагрузка на покупателей. В январе 2019 года увеличилась ставка НДС, а в январе 2020-го повысились утилизационный сбор. Кроме того, ежегодно растут тарифы в системе „Платон“, а также снижается деловая активность в стране», — говорит Андрей Попов, директор департамента продаж



ИЛЮСТРАЦИЯ: FACTORYNEWS.RU

грузовых автомобилей ООО „ФАВ-Восточная Европа“. — Ослабление рубля негативно скажется на реализации машин, так как доля импортных комплектующих, в том числе в автомобилях российского производства, достаточно высока.

«Сокращение спроса на коммерческие машины имеет прямую связь со снижением деловой активности в сфере грузоперевозок, — соглашается Максим Шишко, руководитель департамента коммерческого транспорта ГК „Автоспеццентр“. — Падают объемы перевозок и тарифы, в связи с этим участники рынка используют имеющиеся автомобили и откладывают плановое обновление и расширение автопарка. В 2020 году, в отличие от 2014–2015 годов, рост курса доллара пока не спровоцировал такого активного всплеска спроса. Мы связываем это с резистентностью к подобным колебаниям, выработавшейся у потребителей в последние нестабильные годы, а также с отсутствием у них свободных денежных средств. Кроме того, спрос на коммерческий транспорт в последние годы стал сильно зависеть от программ государственной поддержки».

В нынешних условиях рынок коммерческих авто может упасть на 10–20%, остановить его еще более активное сползание вниз призваны государственные меры поддержки. Власти уже объявили, что и в нынешнем году планируют использовать два ключевых инструмента для поддержания продаж

коммерческих автомобилей — это субсидированный лизинг и компенсация утилизационного сбора. В частности, представители Минпромторга уже объявили, что в текущем году на поддержку лизинговых программ будет выделено столько же, сколько и в прошлые годы, то есть около 10 млрд руб., и участники таких лизинговых программ, как «Российский фермер», «Российский тягач», «Свое дело», могут получить из бюджета компенсацию до 12,5% по лизинговым платежам (но не больше 625 тыс. руб. на один автомобиль). По оценкам Центра экономического прогнозирования Газпромбанка, выделенных средств хватит на субсидирование 20–30 тыс. единиц коммерческой техники, то есть 10–15% от всего рынка, что станет ощутимой поддержкой в нынешних непростых условиях.

Другая мера государственной поддержки рынка направлена на помощь производству автомобилей на территории РФ. Речь идет о компенсации утилизационного сбора, который был введен в России еще в 2012 году одновременно с вступлением РФ в ВТО и стал замаскированным приемом защиты внутреннего рынка грузовиков от импорта. В 2020 году утилизационный сбор был увеличен, но если на легковые авто он поднят на внушительные 145%, то для грузовиков ставки взлетели не так высоко: самое большое увеличение на 67% произошло на седельные тягачи. Но и с учетом этих изменений размер утилизационного сбора на один грузовой автомобиль сейчас составляет вну-

шительные 300–450 тыс. руб. И эту значимую сумму производитель может не выплачивать полностью или частично в зависимости от степени локализации своей продукции — для этого Минпромторгом сейчас вводится специальная система начисления баллов: чем выше локализация продукции, тем больше баллов начисляется и выше бюджетная компенсация за выплаты по утильбору.

По оценкам Центра экономического прогнозирования Газпромбанка, в текущем году на компенсацию утилизационного сбора будет выделено 250–300 млрд руб., что также станет существенной поддержкой. Любые субсидии, уменьшающие расходы транспортного оператора, улучшают его экономику и снижают цены на услуги транспорта, увеличивая их потребление бизнесом и конечным потребителем, — говорит Алексей Лещенко, директор по развитию лизинговой компании „CTRL Лизинг“. — Очевидно, что субсидирование приобретения продукции отечественных производителей вызывает в экономике России мультипликативный эффект, оказывая благотворное влияние на всю цепочку продаж. Государство сейчас двигается именно по этому пути, привлекая выделение субсидий именно к уровню локализации производства».

Российское доминирование

Господдержка, адресованная в первую очередь российским производителям, приводит к тому, что именно они во многом сейчас определяют ландшафт российского рынка коммерческих машин. Так, в нише грузовых авто лидирующие позиции занимают российские КамАЗ и ГАЗ, они вместе с российским «Уралом» в совокупности сегодня держат почти 40% всех продаж. Более того, у российских грузовиков сейчас получается двигаться вверх против общего движения рынка вниз — в частности, КамАЗ за последний год увеличил продажи на 7%, до 27,6 тыс. машин, ГАЗ — на 6%, до 8,8 тыс., «Урал» поднялся на 5,5%, до 3,1 тыс. Зарубежные же бренды во многом из-за заградительных мер властей все оказались в минусе: у занимающей в общем зачете третье место марки Volvo реализация сократилась на 11%, до 5,65 тыс. машин, идущая следом Scania и вовсе обрушилась на 16%, до 5,62 тыс. Рекордным падением для рынка оканчила ушедший год японская Isuzu: ее показатели упали на 20%, до 3 тыс. единиц.

В сегменте LCV главенство традиционных российских производителей даже более существенное: ГАЗ, УАЗ и Lada в совокупности держат 70% рынка. Однако прибавки в продажах здесь не столь значимые: ГАЗ в прошлом году сумел вырасти только на 3% (50,6 тыс. единиц), примерно на 3% прибавила марка Lada (до 11 тыс.), УАЗ и вовсе упал почти на 4%, до 17,3 тыс. единиц. Зато марка Ford (она производит LCV на совместной предприятии с Sollers с соответствующей компенсацией за утилизационный сбор) увеличила продажи на внушительные 13%, до 12,9 тыс. единиц. Одновременно увеличивают скорость французы, которые смогли продать машин на 15% больше (3,1 тыс.), а недавно запустившая на калининградском «Автогоре» сборку своих LCV корейская марка Hyundai сканнула в продажах аж на 28%, до 2,6 тыс.

Зеленые инициативы

Дополнительный импульс развитию российского рынка коммерческих авто призваны

дать также новые инициативы российских властей, которые предлагают ограничить и даже запретить коммерческие автомобили, которые не отвечают современным экологическим требованиям. Так, замминистра промышленности и торговли РФ Александр Морозов недавно заявил о намерении направить в ближайшее время в Минтранс предложение о том, чтобы с 1 января 2021 года поднять базовую ставку налога на грузовики, отвечающие стандартам «Евро-3» и ниже. Некоторые депутаты предлагают еще сильнее затянуть гайки: глава комитета Госдумы по транспорту и строительству Евгений Москвичев призывает и вовсе запретить такой автотранспорт. «Давайте скажем „нет“ через два года автомобилям, которые работают на коммерческой основе с экологическим классом „Евро-0“ и „Евро-1“, давайте мы их в историю сдадим», — предложил недавно парламентарий.

Внешне предлагаемые ограничения смотрятся органично в трендах общемировой экологической борьбы, однако сложность в том, что парк грузовиков в РФ очень устаревший: по данным «Автостата», средний возраст грузовиков в стране составляет около 20 лет. Из 3,8 млн зарегистрированных машин 62,9%, или 2,36 млн, не отвечают элементарным нормам выброса «Евро-2». Только 0,4% автопарка, или 165,6 тыс. авто, соответствуют нормам «Евро-5», 13,3% — «Евро-4» — и 10,9% — нормам «Евро-3». Немного лучше, но все же не кардинально ситуация в нише LCV: тут ниже норм «Евро-2» уже находится 42,9% всего автопарка и более четверти машин соответствуют «Евро-4» и выше. Получается, что под повышенное налогообложение машин, которые имеют выбросы «Евро-3» и ниже, могут подпасть более 80% всех эксплуатируемых в России грузовиков и 70% LCV.

Сами автопроизводители, как российские, так и иностранные, поддерживают экологические инициативы властей — например, недавно с официальным заявлением в поддержку этих мер выступили представители Ассоциации европейского бизнеса. Эта позиция понятна, так как очевидно, что наложенные ограничения на старые машины будут стимулировать продажи новых. Однако связанный с коммерческим транспортом бизнес резко протестует против таких идей. «У многих перевозчиков автомобиль — это единственное средство дохода, и денег на новый у них просто нет», — говорит Дмитрий Себстьян, коммерческий директор транспортной компании „Трансфера-96“. — Связанный с автоперевозками бизнес и так в последнее время обкладывают новыми платежами, связанными, например, с передвижными пунктами весового контроля, ужесточением использования тахографов. В нынешних условиях такие ограничительные меры приведут только к усугублению и без того тяжелой ситуации для малого бизнеса».

По мнению Олега Гребенько, заместителя директора операционного управления по спецтранспорту группы компаний АстрА, если государство действительно заботится об экологии, то логичным было бы поддерживать использование газомоторных автомобилей. Однако сейчас развитие автомобилей на газе в России сталкивается с такими сложностями, как высокая цена первоначальных инвестиций и острая нехватка инфраструктуры для заправки таких машин газовым топливом.

Андрей Ушаков

Авторынок пошел в занос

— аналитика —

с13 Исходя из того, что средний уровень локализации в российском автопроме — примерно 40%, а доллар вырос уже на 20%, мы можем ожидать среднего роста цен на локализованные автомобили около 12%, — говорит Валерий Емельянов, аналитик инвестиционной компании „Фридом Финанс“. — В наименьшей степени это коснется модельного ряда АвтоВАЗа, а также собираемых в России Renault и Nissan. Они могут подорожать на 5–8%. Это не убьет рынок, но отсекает покупателей, для которых переплата за бюджетные модели в 100–150 тыс. руб. окажется существенной. Так что под ценовым давлением окажутся не отдельные бренды, а конкретные предприятия. Например, модельный ряд производимых на „Автофрамосе“ авто с его долей локализации под 80% будет продаваться лучше, чем у конкурентов. А калининградский „Автотор“, имеющий порядка 20% локализации (производит Kia Sportage, Ceed и Cerato, Hyundai Elantra и Sonata), скорее всего, просядет по продажам сильнее других заводов».

Что же касается премиального класса, то, скорее всего, спрос здесь

пострадает меньше всего, так как для покупателей таких машин рост цен будет не столь критичным. «Рынок бизнес-класса и премиальный сегмент по традиции будут жить своей жизнью», — продолжает Валерий Емельянов. — Рост цен там будет максимальным и может достигать 20%, но не исключено, что на этом фоне продажи в этом сегменте рынка не упадут, а даже вырастут».

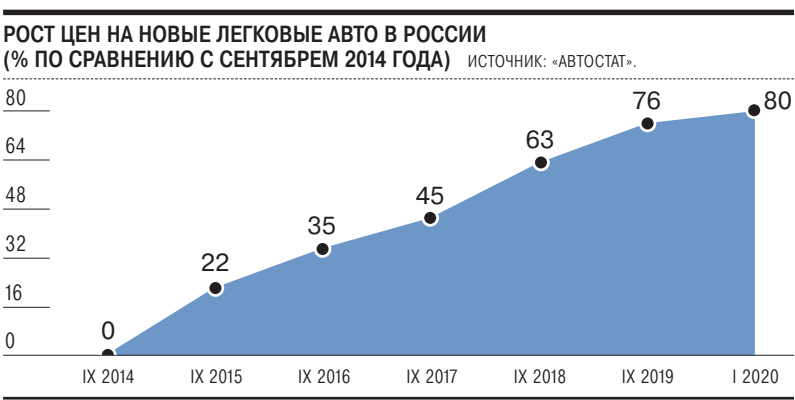
Производственный карантин

Помимо роста цен на российский авторынок будет негативно влиять и общая ситуация в мировом автопроме, производственные процессы которого оказываются парализованными из-за пандемии коронавируса. По злой иронии исторический очаг эпидемии китайский город Ухань является крупнейшим центром автопрома КНР, где расположены не только заводы таких мировых автогигантов, как General Motors, Nissan, Honda, Renault, Peugeot—Citroen, но и еще много предприятий, связанных с выпуском автомобильных комплектующих, которые потом отправляются на автомобильные заводы в разных уголках планеты. Сейчас эти предприятия начинают возвращаться к работе.

А вот в Европе волна остановки автомобильных заводов только началась: об остановке своих конвейеров на карантин в Маранелло один из первых объявил итальянский производитель спорткаров Ferrari, вслед за ним другой итальянский бренд, Lamborghini, приостановил конвейер своего предприятия в Сант-Агата-Болоньезе. Сейчас о производственных каникулах объявили уже большинство автопроизводителей в Старом Свете: Volkswagen, Renault, Volvo, Peugeot—Citroen временно закрывают свои заводы во Франции, Швеции, Великобритании, Польше, Испании, Германии.

В России тоже уже можно говорить о влиянии пандемии на сбой производственных процессов. Один из крупнейших российских производителей автобусов — завод «Волгабас», который расположен в Собинском районе Владимирской области (входит в холдинг «Баулин Моторс Групп»), вынужден был отправить в отпуск более 300 своих сотрудников из-за перебоев с поставками комплектующих из Китая. Зависимость от китайских компонентов признают и другие российские автопроизводители — например, на АвтоВАЗе еще в феврале создали оперативный штаб, который оценивает потенциальные риски для поставок и вырабатывает сценарии действий в случае негативного развития ситуации. А российский производитель грузовиков КамАЗ признает, что в конце марта и в апреле возможна корректировка производственных планов компании, если ситуация с поставками деталей из КНР не наладится.

«Риск сбоя поставок комплектующих реален, особенно если импортуются готовые изделия или их узлы. Впрочем, у российского производителя, как правило, есть определен-



ный запас импортных компонентов и определенный объем деталей в транзите и у поставщиков», — говорит Евгений Горелик, управляющий директор НПП «Италма» (один из ведущих российских производителей автокомпонентов).

«Опыт прошлых чрезвычайных ситуаций в глобальной экономике показал, что запас комплектующих на российских автомобильных заводах находится на уровне не менее месяца, а у поставщиков — до двух месяцев», — соглашается Павел Грибов, доцент кафедры экономической безопасности Института права и национальной безопасности РАН-ХиГС. — Таким образом, зона риска наступает в апреле-мае. Однако, учитывая динамику борьбы с коронавирусом в Китае, к этому периоду поставки могут возобновиться в достаточном объеме, хотя сейчас угроза перебоев поставок уже возникает с европейских заводов».

Вновь падение

Новые проблемы способны еще больше затормозить российский авторынок, который в последние годы и без того был нестабильным: после обвала рубля в 2014 году и последующего сжатия спроса почти в два раз в

2017-м продажи новых машин в России вроде бы опять поехали вверх, увеличившись на 12% и 13% в 2017-м и 2018-м. Однако в 2019 году продажи снова покатились вниз, сократившись на 2,3%, до 1,76 млн машин (см. график 2). В начале текущего года Комитет автопроизводителей АЕБ прогнозировал дальнейшее снижение российского авторынка на 2%, однако падение курса национальной валюты может привести к более значимому падению — на 10–15%, до 1,65 млн машин.

Существуют и более пессимистичные прогнозы — например, аналитики «Автостата» предсказывают, что при падении стоимости нефти до \$30 за баррель российский авторынок может рухнуть более чем на 30%, до 1,08 млн машин, то есть до начала 1990-х годов. «Сейчас ситуацию на рынке можно сравнить с осенью 2014 года», — считает Денис Петрунин. — Тогда ажиотажный спрос на автомобили на фоне ожидающегося роста цен продержался полгода, к февралю 2015-го спрос был удовлетворен, в 2015–2016 годах рынок сокращался и только в 2017 году продемонстрировал рост. Сейчас возможен похожий сценарий, но ажиотаж будет меньше, поскольку закредитованность насе-

ления выше, свободных денег у людей меньше. Так что после краткосрочного всплеска покупательской активности и удовлетворения спроса на рынке возможно затишье и сокращение авторынка в 2020 году на 12–15%. При этом, вероятно, спрос частично сместится с новых автомобилей на автомобили с пробегом, которые также вырастут в цене вслед за новыми».

Впрочем, все мировые рынки сейчас едут вниз: по данным международной консалтинговой компании LMC Automotive, мировой авторынок по итогам февраля упал почти на 20%, до 5,077 млн легковых и легких коммерческих автомобилей. При этом на крупнейшем мировом авторынке Китая, на который эпидемия обрушилась в конце января, спрос на автомобили был практически парализован: спрос по итогам февраля здесь упал на 80,4%. Не исключено, что Европу и Россию может ждать похожая удручающая статистика падения продаж из-за усиления антивирусного карантина и стремления населения не выходить из дома.

«Скорее всего, основные игроки авторынка будут ожидать уровня стабилизации курса рубля и сравнивать с заложенными в бизнес-планы параметрами, а далее уже принимать решения», — отмечает Алексей Токарев, президент и председатель правления РТС-банка. — Хотя вполне возможный сценарий ближайшего времени — это резкое падение спроса по причине простого отсутствия желания посещения автодилеров. Это хорошо видно по динамике продаж в других странах, где реализуется сценарий массового карантина и ограничения на передвижения населения. Очевидно, что покупка автомобиля в такой ситуации уходит на дальний план в приоритетах людей».

Владимир Арапов

