

ОТРАСЛЕВЫЕ СЮЖЕТЫ

**ВЛИЯНИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ
НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛЕГКОВЫХ
АВТОМОБИЛЕЙ**

Институт «Центр развития»
Бутов А.М.

Влияние распространения коронавирусной инфекции на российский рынок легковых автомобилей

Российский рынок легковых автомобилей стал одним из самых пострадавших в результате ситуации с пандемией коронавирусной инфекции. Во-первых, резко обострились противоречия и сложности, которые сложились периодом ранее. Во-вторых, в условиях неопределенности, режима самоизоляции и торговых ограничений, а также «провала» в доходах, потребитель массово отказывается от уже запланированных покупок автомобилей. Так, в соответствии с данными Ассоциации европейского бизнеса, результат апреля 2020 года оказался на 72,4% ниже полученного в тот же месяц годом ранее. В надежде преодолеть возникшие трудности игроки авторынка активно апеллируют к помощи государства.

На начало 2020 года отечественный рынок легковых автомобилей уже долгое время находился в стадии явного спада продаж. Так, если на своем пике, в 2012 году, рынок показал результат в 2758,5 тыс. проданных автомобилей, то в 2018 году аналогичный показатель был равен лишь 1672,0 тыс. автомобилей¹.

По данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), по итогам 2019 года в России было продано на 2,3% меньше новых легковых автомобилей, чем в 2018 году. При этом в структуре продаж доминирует и даже демонстрирует тенденцию к увеличению своей доли сегмент дешевых бюджетных моделей. В соответствии с отчетом АЕБ, в 2019 году по количеству продаж лидировали две российские модели LADA Granta и LADA Vesta. В первую тройку вошла также недорогая KIA Rio. При этом в целом, прежде всего за счет ценовых преимуществ, отечественный бренд LADA сумел увеличить свою долю в сегменте легких и легких коммерческих автомобилей с 20,0 до 20,6%. Все это говорит об определяющем

влиянии на российском рынке ценового фактора, что лишний раз подтверждает текущую слабость спроса со стороны отечественных потребителей.

Итоги первых двух месяцев 2020 года вполне указывали на то, что описанная тенденция будет сохраняться на рынке и дальше. Так, в соответствии с предоставленной АЕБ статистикой, в январе-феврале этого года было продано на 0,5% меньше автомобилей, чем в аналогичный период прошлого года. При этом в феврале 2020 года ускорились темпы сокращения объемов продаж: в этот месяц было реализовано на 2% меньше автомобилей, чем в феврале 2019 года. Тем неожиданной оказался результат марта, когда продажи выросли на 4% по отношению к аналогичному показателю, но годом ранее. При этом объем реализации, достигнутый в марте, смог обеспечить позитивную динамику продаж в целом по итогам первого квартала 2020 года, результат которого оказался на 1,8% выше показанного в январе-марте 2019 года.

Однако комментируя эту статистику, эксперты АЕБ подчеркивали, что результат марта 2020 года не отражает реальных тенденций российского рынка и, соответственно, не станет для него переломным. Увеличение продаж в марте в АЕБ связали ослаблением рубля по отношению к евро и доллару США: потребители спешили приобрести автомобиль по старым, еще не учитывающим изменившийся курс национальной валюты. Со стороны же экспертного сообщества поступили единодушные комментарии, что март 2020 года пошел по сценарию декабря 2014 года, когда «все автосалоны опустели, а частные гаражи заполнились под завязку»².

Ситуация резко изменилась в конце марта, когда в России в полной мере заработали инициированные правительством и связанные с распространением в стране COVID-19 ограничительные меры. В результате еще до начала апреля продажи автомобилей

¹ <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2020/04/20/828512-prodazhi-novih-avtomobilei-mogut-upast-vdvoe-iz-za-koronavirusa>

² <https://universeofcars.ru/aeb-statistika-prodazh-avtomobilej-v-rf-mart-2020/>

и дилерские операции были одновременно прерваны, поскольку руководством страны было объявлено о введении до конца апреля 2020 года режима нерабочих дней и самоизоляции. Как следствие, была приостановлена работа автосборочных предприятий и автосалонов.

Уже 4 апреля Ассоциация Европейского Бизнеса направила в адрес правительства РФ обращение, которое содержало предложение о целом комплексе мер, нацеленных на поддержку автопрома. Основными среди них были названы отсрочка введения дифференциации выплаты промышленных субсидий в зависимости от уровня локализации автомобилей и рекомендация отказаться от дальнейшего повышения ставок утилизационного сбора, которое Минпромторг планировал провести в 2021–2022 годах³.

Стоит заметить, что взывая с поступающих на российский рынок автомобилей утилизационный сбор и возвращая его в форме субсидий предприятиям, которые собирают автомобили в России, государство, с одной стороны, позволяет последним получить дополнительные преимущества на внутреннем рынке, а с другой, стимулирует иностранные концерны открывать или расширять их производственные активы в нашей стране.

Таким образом, обострилось противоречие между регулятором и игроками авторынка. Первый стремился с помощью описанных мер совокупно увеличить глубину локализации открытых в России автосборочных предприятий и повысить эффективность средств, выделяемых на поддержку автопрома. Вторые заявляли, что сейчас выработанные и реализуемые правительством решения просто не сработают. Так, издание «Коммерсантъ», со ссылкой на свои источники, писало, что в настоящий момент компании думают не об инвестициях, а о выживании, и дополнительная нагрузка

лишь приведет к росту цен на автомобили, что еще больше затормозит спрос на технику⁴.

Тем не менее, несмотря на очевидную слабость спроса, о повышении цен на свою продукцию на российском рынке с 1 апреля 2020 года заявили почти все крупные бренды. Так, например, еще 27 марта издание РБК сообщило, что с 1 апреля весь модельный ряд LADA подорожает в среднем на 5–10 тысяч рублей (+1%). Письмо с инструкциями к тому моменту уже было разослано дилерам. В итоге, по данным аналитического агентства «Автостат», цены на свою продукцию подняли в первой половине апреля сразу 20 автомобильных брендов. Уровень увеличения цен варьировался в зависимости от марки: с максимального у узбекского Ravon (рост на 8–11,5%) до минимума у южнокорейского Hyundai (рост на 0,6%). Как заявил исполнительный директор агентства «Автостат» Сергей Удалов, произошедший рост цен был связан с изменением курсов основных валют по отношению к рублю⁵. Он же отмечал: «По скорости роста цен – компании будут смотреть на спрос и количество продаж. И соответственно, балансировать между тем, чтобы машины вообще продавались, и тем, чтобы не создавать большие убытки, слишком увеличив цены на них. Что же касается оценки того, насколько вообще могут вырасти цены на машины, то сейчас это оценить практически невозможно. Ясно одно – стоимость машин будет расти».

Однако независимо от того, увеличились цены на новые автомобили или нет, уже в конце марта, из-за режима самоизоляции и закрытия всех дилерских центров продажи практически встали. А эксперты заговорили о том, что по итогам апреля 2020 года российский авторынок будет в глубоком минусе. На это указывал опыт других стран: китайский рынок сократился на 79% еще в феврале,

³ <https://www.kommersant.ru/doc/4317999>

⁴ <https://www.kommersant.ru/doc/4323796>

⁵ <https://autoreview.ru/news/avtorynok-rossii-itogi-pervogo-kvartala-1#!comment=1598876>

а в марте на 85% упали продажи автомобилей в Италии, на 72% – во Франции и на 69% – в Испании⁶.

Как сообщило издание «Коммерсантъ», положение отечественного авторынка обсудили на совещании у вице-преьера Юрия Борисова в середине апреля. Ссылаясь на слова экспертов, «Коммерсантъ» отметил, что даже открытие дилерских центров не решит проблему отсутствия спроса, поскольку большинство клиентов не готовы в условиях неопределенности покупать автомобили. Также звучало мнение, что в условиях высокой за кредитованности населения и проблем малого и среднего бизнеса действующие программы льготного автокредитования и лизинга также вряд ли окажут значительный эффект, с точки зрения решения задачи поддержки продаж⁷.

В целом к этому времени в экспертной среде уже напрямую стали говорить, с одной стороны, о высоком уровне неопределенности, в котором оказался российский авторынок, а с другой, об ожидании существенного падения объемов продаж по итогам 2020 года.

Первой на эту тему высказалась компания Boston Consulting Group (BCG), давшая сразу три сценария развития ситуации с российским авторынком в 2020 году. Оптимистичный сценарий предусматривает 20%-ное падение рынка – до уровня в 1,4 млн проданных автомобилей, пессимистичный – двукратное – до 0,9 млн единиц техники. Наиболее вероятным BCG был назван третий, промежуточный сценарий, подразумевающий сокращение продаж на 26–37%, до 1,1–1,3 млн штук. Директор московского офиса BCG Эдуард Черкин пояснил, что падение спроса на легковые автомобили ожидается в апреле и мае. При этом он отметил, что «диле-

ры, которые ослабнут или не справятся с управлением кризисом ликвидности, рискуют уйти с рынка». Восстановления спроса связано с прохождением пика текущего кризиса, когда дилерам и автопроизводителям придется удовлетворять «резко растущие потребности клиентов» и обеспечивать готовность заказов⁸.

Однако со стороны экспертов было высказано мнение и о том, что даже окончание эпидемии не вызовет быстрого восстановления продаж автомобилей. Так, например, руководитель управления инвестиционных стратегий «БКС Брокер» Виктор Бондарович сказал, что «у населения, потерявшего работу, пока нет денег на технику, только на продукты, лекарства и коммуналку». По его оценкам, в результате сложившейся на рынке ситуации, его может покинуть до трети от суммарного количества имевшихся на нем дилеров⁹.

Картину дополняют итоги проведенной аналитическим агентством «Автостат» онлайн-конференции «AUTOSTAT Analytic Day: прогноз авторынка 2020 в условиях неопределенности»¹⁰, которая состоялась 23 апреля. На открытии конференции выступил директор аналитического агентства Сергей Целиков. Выделяя основные, влияющие на авторынок экономические факторы, он разделил их на две группы: до марта 2020 года и после. К первой группе были отнесены стоимость нефти, курс рубля, покупательская способность населения, численность экономически активного населения, цены на автомобили и ряд других. Что касается второй группы, ее, по мнению Целикова, уже с апреля 2020 года сформировал фактор, связанный с пандемией коронавируса, который повлек за собой ограничение на ведение деятельности предприятий и

⁶ Там же.

⁷ <https://www.kommersant.ru/doc/4323796>

⁸ <https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2020/04/20/828512-prodazhi-novih-avtomobilei-mogut-upast-vdvoe-iz-za-koronavirusaw>

⁹ Там же.

¹⁰ <https://www.autostat.ru/press-releases/43803/>

запрет на перемещения, закрытие границ регионов и городов, разрыв цепочек поставок. В итоге директор «Автостата» высказал мнение о том, что это кризис «не одного года». Что же касается прогноза по авторынку на 2020 год, позиция «Автостата» близка к высказанной ВСГ: падение продаж новых автомобилей произойдет на 30–50%, автомобилей с пробегом – на 15–30%. При этом глубина падения будет зависеть от многих факторов, в том числе и от господдержки отрасли.

Позже, 12 мая 2020 года, Ассоциация европейского бизнеса опубликовала результаты продаж автомобилей в РФ за апрель 2020 года: в соответствии с данными АЕБ, в России в апреле было продано 38 922 легковых автомобилей, что на 72,4% меньше, чем в тот же период 2019 года. Комментируя полученные данные, председатель Комитета автопроизводителей АЕБ Йорг Шрайбер заявил, что российская автомобильная промышленность столкнулась с крупнейшим месячным падением розничных продаж за всю историю статистических данных, собираемых ассоциацией. Он также отметил, что «черный апрель» 2020 года нанес сильнейший удар по ликвидности дилеров, а в среднесрочной перспективе — даже по их устойчивости¹¹.

Как мы уже знаем, в мае режим связанных с распространением коронавирусной инфекции ограничений был продлен. Соответственно, можно ожидать, что повторится тот негативный результат, который российский авторынок показал в апреле. Однако нужно учитывать, что в своем воздействии на основных игроков рынка – производителей и автодилеров – действующие ограничения оказывают кумулятивный, накопительный эффект. Даже после прекращения мер, введенных правительством, многим компаниям

будет сложно восстановить свою деятельность. В особенности это касается автодилеров, которые, как правило, имеют меньшую финансовую устойчивость по сравнению с гигантскими автопроизводящими корпорациями. В этих условиях рынок в первую очередь начинают интересовать два фактора: продолжительность введенных ограничений и возможная поддержка со стороны государства. Еще в конце апреля на конференции «Автостата» говорилось о том, что большинство дилеров заявляют о полном прекращении или снижении продаж на 80–90% и сокращении сервиса на 30–40%. Обсуждая сложившееся положение, представители дилерских холдингов заявили, что разрабатывают собственные сценарии выхода из текущего кризиса. В первую очередь это касается сокращения затрат на ФОТ (при возможном сохранении персонала), а также на маркетинг и рекламу. Что касается последнего, говорилось, что большинство дилеров сократило расходы на маркетинг в онлайн до 80% и перевело рекламу в соцсети. При этом был сделан акцент на том, что «дилеры в один голос говорят, что еще надеются на помощь государства»¹².

На конференции высказывались сомнения о возможности самостоятельного восстановления рынка. В значительном объеме покупки автомобилей на российском рынке совершают в кредит. Как писало в январе 2020 года РБК, со ссылкой на Национальное бюро кредитных историй (НБКИ) и «Автостат», по итогам 2019 года на заемные средства россияне приобрели 45% от общего числа купленных новых автомобилей¹³. Статистика первого квартала этого года однозначно указывала, что в России произошел рост выдачи кредитов как на новые автомобили (на 11% по сравнению с первым кварталом 2019 года), так и на автомобили с пробегом

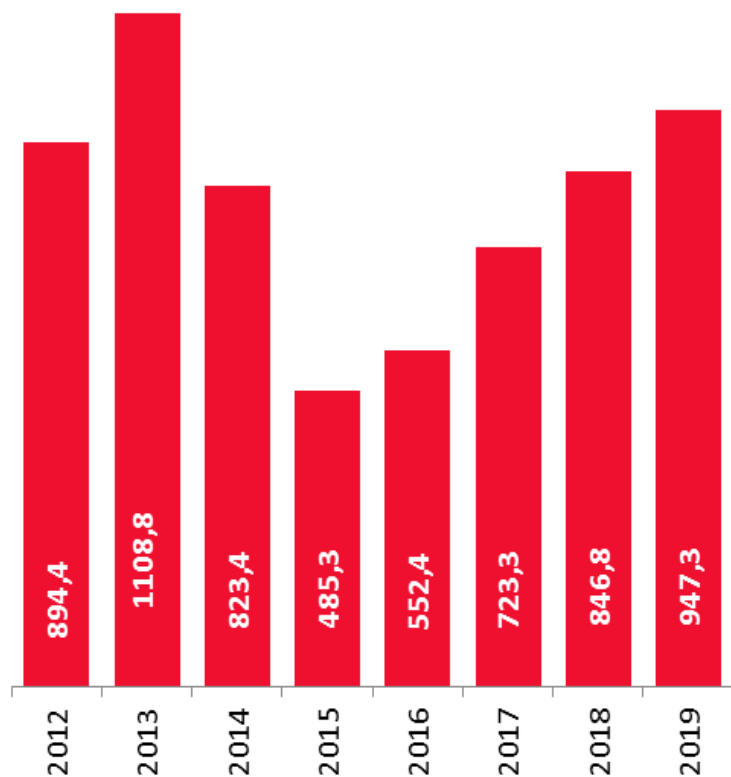
¹¹ <https://aebus.ru/upload/iblock/9d4/rus-car-sales-in-april-2020.pdf>

¹² <https://www.autostat.ru/press-releases/43803/>

¹³ <https://www.rbc.ru/finances/28/01/2020/5e2edc469a79473e38baac28>

(на 14% по сравнению с первым кварталом 2019 года)¹⁴. Таким образом, покупки автомобилей в кредит вплоть до апреля 2020 года являлись основным драйвером продаж (см. рис. 1).

Рис. 1. Динамика выдачи новых автокредитов, тыс. ед.



Источник: НБКИ.

¹⁴ <https://www.autostat.ru/press-releases/43803/>

¹⁵ <http://www.kremlin.ru/events/president/news/63274>

¹⁶ https://www.kommersant.ru/doc/4333038?from=doc_vrez

На той же конференции «Автостата» представители банковского сектора однозначно заявили, что ожидают сокращения объемов автокредитования и рост просрочки по выплатам. Очевидно, что даже несмотря на заявления о том, что условия предоставления заемных средств ужесточаться не будут, кредиты не будут выдавать тем, кто потеряет работу, и доля одобренных займов однозначно снизится. Соответствующим образом это скажется и на итоговых рыночных показателях.

В этих условиях дополнительное значение приобретает помощь со стороны государства. Именно об этом шла речь на совещании по вопросу поддержки автопрома, которое провел президент Владимир Путин 24 апреля. Однако в итоге озвученные главой государства решения коснулись преимущественно автоконцернов. В частности, 12 автопроизводителей России вошли в перечень системообразующих предприятий, для которых предусмотрен специальный льготный кредит на пополнение оборотных средств¹⁵. Дополнительно было заявлено о расширении закупок автомобилей для государственных нужд.

Решения правительства оправданы, поскольку трудности автоконцернов очевидны. Так, например, в связи с недостатком спроса на автомобили, об остановке производства с 28 апреля по 18 мая объявил «АвтоВАЗ»¹⁶. Однако дилеры, как уже было сказано, оказались в еще более жестких условиях. На этом фоне мы видим резкую активизацию ассоциации «Российские автомобильные дилеры» (РОАД), объединяющей такие предприятия). Заявив, что в апреле 2020 года автодилеры недополучили около 280 млрд руб. выручки, РОАД направила обращение главе крупнейшего территориального рынка России – мэру Москвы Сергею Собянину – с просьбой разрешить официальным дилерским центрам



начать продажи автомобилей¹⁷. А затем, заручившись поддержкой Минпромторга, обратилась к правительству с просьбой распространить меры господдержки на все официальные дилерские предприятия, не относящиеся к малому и среднему бизнесу¹⁸.

Подводя итог сказанному, мы делаем вывод, что связанная с коронавирусом ситуация оказала серьезное влияние на российский авторынок, в том числе усугубив те проблемы, которые были до пандемии. Для игроков этой сферы дополнительный стресс представляет неопределенность ситуации в целом, результат которой мы видим в большом разбросе прогнозных оценок, которые эксперты дают даже на ближайшую перспективу. В таких условиях закономерно, что представители производителей и автодилеров стремятся апеллировать к государству в ожидании определенности и реальных мер поддержки.

¹⁷ <http://www.asroad.org/road-obratilas-k-meru-moskvy-sergeyu-sobyaninu/>

¹⁸ <http://www.asroad.org/minpromtorg-podderzhit-avtodilerov-posle-ih-zhaloby-na-mery-gospodderzhki/>