



Влияние распространения коронавирусной инфекции на российский рынок легковых автомобилей

Автор: Бутов А. М.

Российский рынок легковых автомобилей стал одним из тех, на которых ситуация с пандемией коронавирусной инфекции сказалась наиболее сильно. Во-первых, резко обострились те противоречия и сложности, которые сложились в предшествовавший пандемии период. Во-вторых, в условиях неопределенности и связанного с введенным правительством режимом 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 рассматриваемого рынка активно апеллируют к помощи государства.

По состоянию на начало 2020 года отечественный рынок легковых автомобилей уже продолжительный период 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 первенствующую тройку вошла также недорогая KIA Rio. При этом в целом, прежде всего за счет имеющихся ценовых преимуществ, отечественный бренд LADA сумел увеличить свою долю в сегменте легких и легких коммерческих автомобилей с 20,0 до 20,6%. Все сказанное говорит об определяющем влиянии на российском рынке ценового фактора, что является лишним подтверждением текущей слабости 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 текущего года было продано на 0,5% меньше автомобилей, чем в аналогичный период прошлого года. При этом в феврале 2020 года произошло ускорение темпов сокращения объемов продаж: в этот месяц было реализовано на 2% меньше автомобилей, чем в феврале 2019 года. Тем неожиданной оказался результат марта, когда

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

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. Наблюдавшееся в марте увеличение продаж в АЕБ связали с ожидаемым из-за произошедшего в том же месяце ослабления рубля по отношению к евро и доллару США ростом спроса со стороны потребителей, спешащих приобрести автомобиль по старым, еще не учитывающим изменившийся курс национальной валюты ценам. 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 и дилерские операции были одномоментно 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.

Здесь нужно сказать, что, взывая с поступающих на российский рынок автомобилей утилизационный сбор и возвращая его в форме субсидий тем предприятиям, которые осуществляют сборку автомобилей 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, в спровоцированных пандемией сложностях обострилось противоречие между регулятором, желающим посредством описанных мер совокупно увеличить глубину локализации открытых в России автосборочных предприятий и повысить эффективность средств, выделяемых на поддержку автопрома, и самими игроками рассматриваемого рынка, которые заявили, что на сегодняшний момент 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.

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

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

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

Тем не менее, несмотря на очевидную слабость спроса, о повышении цен на свою продукцию на российском рынке с 1 апреля 2020 года объявили практически 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 на эту тему 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 прокомментировал 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, когда из-за режима самоизоляции и закрытия всех дилерских центров продажи практически встали, 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, а в марте на 85% упали продажи автомобилей в Италии, на 72% – во Франции и на 69% – в Испании⁶.

Как сообщило издание «Коммерсантъ», положение, в котором оказался отечественный авторынок, было рассмотрено на состоявшемся в середине апреля совещании у вице-преьера российского правительства Юрия Борисова. Ссылаясь на мнение обсуждавших итоги прошедшего совещания экспертов, «Коммерсантъ» отметил, что даже открытие дилерских центров не решит проблему отсутствия спроса, поскольку большинство клиентов не готовы в условиях неопределенности покупать автомобили. Также было высказано мнение, что в условиях высокой закредитованности 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. Как пояснил сделанный прогноз директор московского офиса BCG Эдуард Черкин, падение спроса на легковые автомобили ожидается в апреле и мае. При этом он отметил, что «дилеры, которые ослабнут или не справятся с управлением кризисом

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

⁶ Там же.

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

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, Сергей Целиков разделил их на две группы: до марта 2020 года и после. К первой группе им 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, сформировал в полной мере проявившийся в России с апреля 2020 года фактор, связанный с пандемией коронавируса, который повлек за собой ограничение на ведение деятельности предприятий и запрет на перемещения в пространстве, закрытие границ регионов и городов, разрыв цепочек поставок. В итоге директор «Автостата» высказал мысль, что это кризис «не одного года». Что же касается прогноза по авторынку на 2020 год, позиция «Автостата» близка к высказанной VCG: падение продаж новых автомобилей 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. Им также было отмечено, 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, мы вправе 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 – сохраняющиеся ограничения оказывают кумулятивный, накапливающийся эффект. Даже при прекращении действия тех мер, которые были введены правительством,

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/>

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

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.

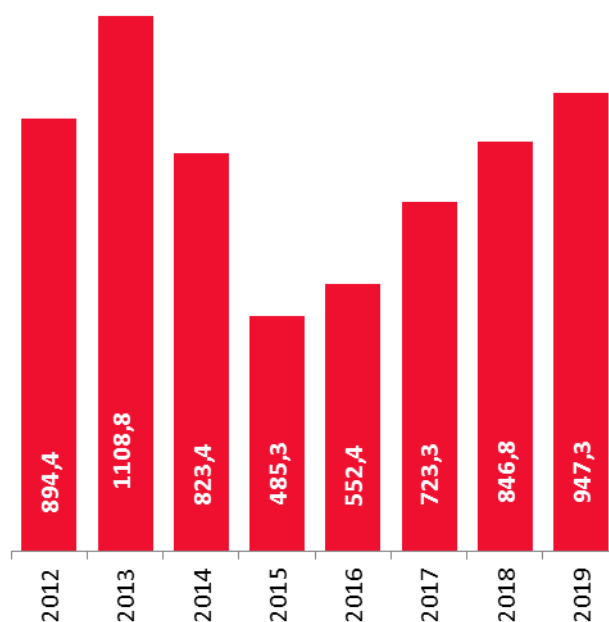
Еще в конце апреля на упоминавшийся нами выше конференции «Автостата» говорилось о том, что большинство дилеров заявляют о полном прекращении или снижении продаж на 80–90% и сокращении сервиса на 30–40%. Обсуждая сложившееся положение, представители дилерских холдингов заявили, что разрабатывают собственные 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 по поводу возможности самостоятельного восстановления рынка. В значительном объеме покупки автомобилей осуществляются на российском рынке в кредит. Как писало в январе 2020 года со ссылкой на Национальное бюро кредитных историй (НБКИ) и «Автостат» издание РБК, по итогам 2019 года на заемные средства россияне приобрели 45% от общего числа купленных новых автомобилей¹³. Статистика первого квартала текущего года однозначно указывала на то, 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 (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).

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

В этих условиях дополнительную значимость приобретает помощь со

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



Источник: НБКИ.

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

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

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

стороны государства. Именно об этом шла речь на совещании по вопросу поддержки автопрома, которое провел В.В. Путин 24 апреля. Однако в итоге озвученные Президентом 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 мы уже сказали, оказались в еще более жестких условиях. На этом фоне мы видим резкую активизацию объединяющей такие предприятия ассоциации «Российские автомобильные дилеры» (РОАД), которая, заявив, что в апреле 2020 года автодилеры недополучили около 280 млрд руб. выручки, во-первых, направила обращение главе крупнейшего территориального рынка России – мэру Москвы Сергею Собянину – с просьбой разрешить официальным дилерским центрам начать продажи автомобилей¹⁷, а во-вторых, заручившись поддержкой Минпромторга, обратилась к правительству с просьбой распространить меры господдержки на все официальные дилерские предприятия, не относящиеся к малому и среднему бизнесу¹⁸.

Подытоживая все сказанное выше, мы делаем вывод, что связанная с коронавирусом ситуация оказала очень серьезное влияние на российский авторынок, в том числе усугубив те проблемы, которые он имел и помимо нее. Для игроков рассматриваемой сферы дополнительный стресс представляет неопределенность ситуации в целом, результат которой мы видим в большом разбросе прогнозных оценок, высказываемых экспертным сообществом даже на ближайшую перспективу. В таких условиях выглядит закономерным, что представители производителей и автодилеров стремятся апеллировать к государству, ища у последнего одновременно определенности и реальных мер поддержки.

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

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

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/>