

Транспортно-логистические услуги

ПАРТНЕР ПРОЕКТА



Коммерческие автомобили

Реклама

РЫНОЧНЫЙ РАСКЛАД | Рост объемов доставки не привел к всплеску продаж LCV

Вызванный пандемией COVID-19 **БУМ** онлайн-торговли и курьерской **ДОСТАВКИ** не смог спасти от **ПАДЕНИЯ** рынок легких коммерческих автомобилей (LCV) — хорошо **ПРОДАЮТСЯ** в основном фургоны **МЕДИЦИНСКОГО** назначения.

Вирус тормозит фургоны



фото: Getty Images Russia

РУСЛАН АРТЕМОВ

Ограничения и запреты на передвижение граждан на пике пандемии коронавируса вызвали рост дистанционного обслуживания и интернет-торговли. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли, рынок онлайн-ритейла в РФ в первом полугодии 2020 года составил 1,654 трлн руб.,

а рекордная доля e-commerce превысила 10% от общего оборота розницы. Логичным следствием стала беспрецедентная загруженность служб доставки. Так, в частности, глава «Почты России» Максим Акимов на июльской встрече с президентом страны говорил о взрывном росте в тысячу процентов на услуги своей компании.

Кроме того, карантин, выяснили аналитики онлайн-сер-

виса «Авито Услуги», вызвал и «драматический» рост спроса на 70% у россиян на переезды, связанные со сменой места проживания и транспортировкой мебели, а также домашнего скарба.

«Люди переоценили отношение к дому и уюту, включились в улучшение жилищных условий во время и после самоизоляции. Многие пользуются льготными условиями по ипотеке, улучшают жилищные

условия и переезжают. В свою очередь, бизнес подстраивается под изменяющиеся условия: кто-то «мигрирует» в более подходящее помещение, другие меняют бизнес-модель, и им вместо офиса теперь требуется склад, третьи пользуются моментом и переезжают в более привлекательные места на более гибких условиях», — констатирует Артем Кумпель, управляющий директор «Авито Услуги».

ДВИЖЕНИЕ ВНИЗ

В этих условиях, казалось бы, поймать волну должны были и транспортные компании, а с ними и производители коммерческих автомобилей. Если еду и посылки можно доверить пешим гонцам и посыльным на велосипедах и самокатах, то для доставки крупных, негабаритных и специфических грузов без техники не обой-

Рыночный расклад

«Появился запрос на максимальную автоматизацию бизнес-процессов»



фото: пресс-служба

Генеральный директор ГК «Деловые Линии» **ФАРИД МАДАНИ** — о том, как цифровизация стала главным преимуществом на рынке транспортных услуг.

Во время пандемии вопрос цифровизации встал особенно остро — срочно понадобился весь спектр услуг онлайн и появился запрос на максимальную автоматизацию бизнес-процессов. К началу 2020 года у ГК «Деловые Линии» уже было автоматизировано более 60% логистических операций. Наш технологический задел очень пригодился в кризисной ситуации и даже позволил предложить клиентам новые продукты. Так, мы внедрили возможность анализа персональной отчетности по сохранности грузов и срокам перевозки, а также видеосвязь с менеджером в личном кабинете. Кроме того, мы не зависим от того, откуда работают наши сотрудники, — клиенты получают качественную услугу. Работает удаленное управление доставкой, благодаря которому менеджеры справляются с повышенным потоком заявок.

Важно помнить, что платформы логистических компаний хороши тогда, когда свободно интегрируются с системами клиентов. В ГК «Деловые Линии» клиент может встроиться в нашу систему и получить не только опции по грузоперевозкам, но и аналитические инструменты для своего собственного бизнеса, сделанные с использованием математического моделирования, методов процессного управления и искусственного интеллекта.

Уверен, что рынок не только восстановится, но и покажет рост. Многие компании во время пандемии были вынуждены отказываться от собственных складов и теперь решают к ним не возвращаться — это хороший задел для развития комплексных услуг логистических компаний. ■

13,9%

составило снижение продаж LCV в России за три квартала 2020 года по сравнению с аналогичным периодом 2019-го, по данным АЕБ

← 1

Производители легкового коммерческого транспорта лишь в сентябре балансировали между отрицательной и положительной динамикой продаж. Председатель Комитета автопроизводителей АЕБ Томас Штерцель объясняет это тем, что сентябрь — традиционно удачный месяц для автомобильного рынка. По итогам же трех кварталов нынешнего года, свидетельствует статистика АЕБ, продажи моделей LCV падали даже ощутимо сильнее, чем объемы реализации многих легковых автомобилей, а в целом рынок просел на 13,9%, или на 176 587 единиц, по сравнению с аналогичным периодом 2019 года.

Главными разнонаправленными факторами, определяющими ситуацию на российском рынке, председатель Комитета автопроизводителей АЕБ называет отложенный спрос и слабеющий рубль, снижение туристической активности и меры государственной поддержки. В этой ситуации минимальную положительную динамику за период с января по сентябрь 2020 года показали лишь Mercedes-Benz и Ford. Согласно отчету АЕБ, клиентом Mercedes было передано 1154 автомобиля с трехлучевой звездой (плюс 6% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года).

«На автомобильном рынке наблюдается высокая волатильность, — свидетельствует Мартин Пфаннкухен, директор по маркетингу и продажам малотоннажных автомобилей АО «Мерседес-Бенц Рус». — Однако малотоннажное подразделение Mercedes-Benz предлагает продукцию для долгосрочного планирования и с достаточно привлекательной стоимостью владения. Благодаря этим отличительным чертам наш продуктовый портфель меньше подвержен флуктуациям на рынке». Как бы там ни было, но «портфель» производителя похудел. Из него не так давно «выпал» автомобиль Sprinter Classic, который собирался в Нижнем Новгороде и который можно было заказать в самых разнообразных версиях — грузового такси, пассажирской маршрутки, корпоративного автобуса, передвижного офиса и технической мастерской. А наиболее популярной моделью стал цельнометаллический фургон массой 3,5 т Sprinter Limited Edition. Произошедшие перемены в модельном ряду представители компании связывают, однако, не с



Фото: Александр Музыченко/Коммерсантъ

пандемией, а со «стратегией по обеспечению долгосрочного присутствия на глобальном рынке». Впрочем, эффект от коронавируса все же есть. По словам Мартина Пфаннкухена, в компании отметили определенный рост спроса на локально конвертируемые автомобили скорой медицинской помощи. Но и только.

СП Ford Sollers реализовало за это время 8816 автомобилей, что на 2% больше, чем за тот же период 2019 года. Положительный результат в данном случае связан, скорее всего, с точечным маркетингом. Компания полностью прекратила выпуск, так и импорт некогда популярных легковых моделей, включая Focus, Mondeo и Fiesta, а также кроссоверов EcoSport, Kuga и Explorer. На текущий момент у Ford в России одна ударная сила — линейка семейства Transit, в котором можно найти грузовички с платформой и фургоны разной вместительности, рефрижераторы и микроавтобусы, всего более 140 спецверсий. Есть даже особые варианты исполнения для охотников, рыболовов и любителей лошадей. Но никакой существенной трансформации в линейке бренда, связанной с коронавирусом и всплесками той же онлайн-торговли, не произошло.

Показатели комтранса Hyundai — всего 147 единиц (минус 44% за девять месяцев). 31 747 автомобилей удалось реализовать группе ГАЗ, но по сравнению с девятью месяцами 2019 года это тоже меньше — на 25%. В пресс-службе компании констатируют снижение спроса во всех сегментах рынка, но наиболее пострадавшим называют сегмент микроавтобусов. Весной и в первые месяцы лета компании-пассажироперевозчики остановили закупку техники из-за резкого

снижения объемов перевозок, но и после снятия карантина не выходят на прошлогодние объемы из-за сложного финансового состояния.

УСКОРЕНИЕ ОТ ГОСУДАРСТВА

На поддержку спроса в коммерческом транспорте работала госпрограмма льготного лизинга, но в октябре она закончилась. Ее продление на ноябрь-декабрь в компании ГАЗ считают крайне необходимым, чтобы снизить падение в конце года.

В компании убеждены, что инвестиционная активность потребителей не восстановится сама по себе и в следующем году. Чтобы переломить негативные тренды на рынке, необходимо возвращать программу обновления парка, доказавшую свою эффективность в предыдущие кризисы. Пока же ГАЗ прилагает самостоятельные усилия стимулировать спрос, не останавливая запуск новых моделей, которые позволят занять новые ниши на рынке. В этом году производитель вывел на рынок низкопольный микроавтобус «ГАЗель City» и новые модификации внедорожника «Садко NEXT». До конца года начнется серийный выпуск бескапотного среднетоннажника «Валдай NEXT». Кстати, спрос со стороны компаний, занятых интернет-торговлей, оказал сколько-либо ощутимое воздействие лишь на сегмент цельнометаллических фургонов. Однако действительно прямым ответом на пандемию со стороны ГАЗа можно назвать лишь новую линейку медицинских моделей: модульный автомобиль скорой помощи, мобильный кабинет для вакцинации и скорая с мультимедийными коммуникационными системами. ■

← Пандемия вызвала рост интернет-торговли и волну переездов горожан за город

«ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ» (18+)

Тематическое приложение к «Ежедневной деловой газете РБК»

Является неотъемлемой частью «Ежедневной деловой газеты РБК» № 84 (3251) от 3 ноября 2020 г.

Распространяется в составе газеты

Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+

Рекламно-информационный проект: ООО «Фольксваген Груп Рус»;

«Volkswagen Коммерческие автомобили в России», ООО «Деловые Линии»

Учредитель: ООО «БизнесПресс»

Издатель: ООО «БизнесПресс»

Директор ИД РБК+: Ирина Митрофанова

Главный редактор партнерских проектов РБК+: Наталья Кулакова

Редактор РБК+ «Транспортно-логистические услуги»: Юрий Львов

Выпускающий редактор:

Андрей Уткин

Руководитель дизайн-департамента: Евгения Дацко

Дизайнеры: Дмитрий Иванов, Сергей Пивоваров

Фоторедактор: Алена Кондюрина

Корректоры: Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко

И.о. главного редактора газеты: Петр Геннадьевич Канаев

Рекламная служба: 8 (495) 363-11-11, доб. 1342

Коммерческий директор издательства РБК+: Анна Брук

Директор по продажам РБК+: Евгения Карлина

Директор по производству: Надежда Фомина

Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1

От первого лица

О новых сервисах автодилеров РБК + рассказал **АНДРЕЙ ТИХОНОВ**, руководитель отдела продаж марки «VOLKSWAGEN КОММЕРЧЕСКИЕ АВТОМОБИЛИ».

«Наступит день, когда покупка автомобиля перейдет в онлайн полностью»

Во время пандемии COVID-19 резко сократилась деловая активность. Как это отразилось на продажах коммерческого транспорта?

Действительно, текущий год добавил вызовов всему рынку: в целом общие продажи коммерческих автомобилей сократились на 20% за этот год. Несмотря на это, мы видим и позитивные тренды в развитии коммерческих сегментов, и один из них, безусловно, продажи онлайн и услуги доставки. Так, мы отмечаем повышенный спрос на модели Crafter, Caddy и Transporter. В то же время продажи сентября показали, что рынок практически полностью восстановился в своем спросе как в коммерческом сегменте, так и в сегменте «лайф» (продажи автомобилей гражданам для личного пользования. — РБК+). Кроме того, вывод на рынок нового поколения бестселлеров марки — Multivan и Caravelle — в этом году спровоцировал повышенный спрос со стороны наших клиентов к этим автомобилям. Сейчас марка прилагает все усилия, чтобы максимально быстро доставить заказанные автомобили и не заставлять клиентов ждать.

Услуги онлайн — главный тренд-2020. Насколько актуальна продажа через интернет таких дорогих товаров, как автомобили? Готов ли к этому потребитель?

Этот год показал, что крайне важно быстро реагировать на меняющуюся среду и действовать на опережение. Сложившиеся реалии диктуют свои условия, к которым адаптируется как бизнес, так и клиенты, поэтому марка «Volkswagen Коммерческие автомобили» перевела часть своих услуг в онлайн-формат. Благодаря этому марке удалось сохранить лояльность клиентов и продолжать оказывать им поддержку в эти непростые времена.

Например, с помощью сервиса онлайн-оплаты на официальном сайте марки можно выбрать и оплатить любую модель, имеющуюся в наличии, а также выбрать способ финансирования и подать заявку на кредит или лизинг. Кроме того, возможно получить автомобиль, не выходя из дома, благодаря сервису дистанционной выдачи, который подразумевает виртуальный осмотр



автомобиля на 360 градусов, аналогичный стандартному процессу выдачи в дилерском центре. Действующие клиенты марки могут воспользоваться услугой бесконтактной приемки автомобилей на сервисное обслуживание: записаться, согласовать объем работ и отслеживать их статус можно удаленно с помощью мобильного приложения Volkswagen Service. Автомобиль доставят в сервис и привезут обратно по указанному адресу, а оплатить услуги можно онлайн. Это удобно для клиента, безопасно и экономит время.

Насколько востребованы услуги по бесконтактному сервису автомобилей?

И до 2020 года бизнес развивался вместе с ИТ-системами: возникали услуги, которые обязательно были доступны онлайн. С наступлением пандемии появились новые сервисы, которые отвечают требованиям текущей мировой ситуации. Конечно, при создании услуг возникали сомнения по поводу реакции и опасений со стороны клиентов. Однако услуги оказались весьма востребованы, и ими пользуются все больше и больше благодаря установившимся доверительным отношениям между клиентом и дилерским предприятием, прозрачности в используемых ИТ-системах и заинтересованности в сохранении партнерских отношений на долгие годы.

“**Особенно важен «бесшовный» процесс перехода из онлайн-среды в офлайн и обратно»**

Как вы считаете, онлайн-услуги по продаже, приемке в сервис и выдаче автомобилей — это временное явление на период пандемии или новая культура авторынка?

Поведение клиентов за последние годы существенно изменилось. Развитие интернет-сервисов повышает комфорт и возможности для приобретения автомобилей. Зачастую процесс покупки начинается в интернете, а заканчивается в дилерском центре, поэтому крайне важно обеспечить высокое качество оказания услуг как офлайн, так и онлайн. Особенно важен «бесшовный» процесс перехода из онлайн-среды в офлайн и обратно. Предполагаем, что наступит день, когда покуп-

ка автомобиля перейдет в онлайн полностью.

Глобальный тренд на онлайн-услуги еще в большей степени затронул все сферы бизнеса, и автомобильный рынок, конечно, не исключение. Все больше компаний переносят свои услуги в онлайн, это касается не только клиентских сервисов, но и отраслевых мероприятий. К примеру, осенью не состоялась международная выставка коммерческого транспорта в Ганновере, но марка «Volkswagen Коммерческие автомобили» воссоздала свой выставочный стенд в интерактивном цифровом формате, постаравшись максимально сохранить ощущение личного присутствия. В 2020 году все, что раньше было доступно лишь при личном посещении выставки, стало возможным по одному клику.

Потребитель привыкает к пользованию личным кабинетом на портале «Volkswagen Коммерческие автомобили». Какие перспективы могут быть у этого и других интернет-сервисов, давайте представим ближайшее будущее, лет через пять? А более отдаленное?

Действующие клиенты марки уже могут записаться на сервис, оплатить обслуживание, доставить автомобиль на сервис от дома или офиса и получить обратно, а также приобрести с доставкой запасные части и аксессуары к своему автомобилю. В ближайшем будущем марка планирует запустить онлайн-получение кредита, оценку текущего автомобиля и возможности сдачи автомобиля по программе Trade-in, доставку нового автомобиля, заказанного онлайн, — в общем, весь спектр услуг, который сделает процесс покупки для клиентов максимально комфортным и выгодным.

Онлайн-формат для услуг развивается каждый год очень быстрыми темпами, и сейчас мы можем с уверенностью говорить: чем качественнее будут онлайн-сервисы для клиента, тем больше клиентов будут выбирать этот канал продаж как основной. В то же время мы развиваем наши услуги, и клиенты марки могут быть уверены: как бы они ни решили приобретать автомобиль, они встретят высокие стандарты обслуживания «Volkswagen Коммерческие автомобили» как в онлайн-формате, так и офлайн. ■

Решение

Москва переходит на ток

В столице России создан самый большой в мире парк электробусов, а через десять лет, как обещают городские власти, общественного транспорта с двигателями внутреннего сгорания в мегаполисе не останется вообще.

АЛЕКСАНДР СТАВРОВ

24 августа 2020 года по улицам российской столицы проехал последний троллейбус. Заменить троллейбус должен электробус, признанный «Автомобилем года в России» в 2019 году.

Первые электробусы появились в столице осенью 2018 года, а уже в прошлом году на московских маршрутах курсировали в общей сложности 300 новых машин. 9 октября текущего года вышел на линию от станции метро «Озерная» до станции метро «Октябрьская» 500-й по счету образец. Сегодня электробусы обслуживают 36 маршрутов. По статистике Мосгортранса, с момента своего появления они перевезли свыше 55 млн пассажиров, прео-

долев более 22 млн км. До конца года штат столичных электробусов должен вырасти до 600 машин, о чем недавно на своей странице во «ВКонтакте» сообщил Сергей Собянин. Мэр при этом подчеркнул, что ни в одном европейском мегаполисе такого количества электробусов нет, поскольку «мы не позади должны быть, а впереди, формировать моду и создавать экологические тренды». К концу 2023 года планируется увеличить парк электробусов до 2,3 тыс. единиц, что составит треть наземного транспорта столицы. А он, к слову, к 2030 году должен «позеленеть» полностью, то есть никаких двигателей внутреннего сгорания.

«Когда мы говорим о преимуществах электрического транспорта, то мы в первую очередь подразумеваем

его плюсы в больших городах, — поясняет Ия Гордеева, председатель Ассоциации развития электромобильного, беспилотного и подключенного транспорта и инфраструктуры. — Автомобили с двигателями внутреннего сгорания, по разным оценкам, дают до 95% загазованности в городах. Замена обычных автобусов на электробусы — это, пожалуй, лучшее на сегодняшний день решение».

ПЛЮСЫ С НЕБОЛЬШИМИ МИНУСАМИ

Впрочем, опыт эксплуатации в условиях российских морозов заставил дооснастить машины первого поколения дизельным автономным обогревателем. А его работа, увы, не обходится без все тех же вредных выхлопов. Батарея электробуса справиться с задачей обогрева салона зимой и охлаждения его летом не в состоянии. Да и батареи, как на мобильных телефонах, уверены скептики, живут гораздо меньше заявленного срока.

«Мне лично очень жалко троллейбусы, — признается автоэксперт Игорь Моржаретто. — Но от троллейбусов отказались все европейские города. Потому что их маневренность сильно ограничена, а содержание контактной сети затратно». Ия Гордеева призывает учитывать и эстетический резон: «Серьезный недостаток троллейбусов также в том, что их провода портят внешний вид города. В Санкт-Петербурге, как выяснили в свое время местные урбанисты, нет ни одной точки на Невском проспекте, где троллейбусные провода не перекрывали бы перспективу».

В пользу электробусов, которые сейчас для столицы собираются на принадлежащем КамАЗу заводе «Нефаз» и площадках группы ГАЗ, называют, кроме того, их комфортабельность и современное оснащение. Уровень шума и вибрации в его салоне на 30% ниже по сравнению с автобусами. Электробус намного дружелюбнее к пассажирам, число которых на его борту может достигать до 85. В салоне есть мягкие панели, на которые приятно опираться, пандус для инвалидов и места для слабовидящих. А еще салон оборудован климат-контролем, USB-разъемами для зарядки мобильных устройств и медиаэкранами. Электробус нравится и водителям, которым не надо возиться со штангами, как на троллейбусах. Они также могут контролировать работу машины прямо с планшета на приборной панели. Запас энергии, достаточный для преодоления 40–50 км, электробусы пополняют в течение 6–10 минут с помощью быстрых зарядных станций на конечных остановках.

ЭКОЛОГИЧНОСТЬ ДЛЯ БОГАТЫХ

Конструкция электробусов все время совершенствуется, и за новые удобства придется платить. И платить, по мнению Игоря Моржаретто, неоправданно дорого: «В одном из сообщений московского правительства указывались планы потратить 17 млрд руб. на 300 машин. Получается, что цена электробуса, пусть и с техническим обслуживанием, достигнет 57 млн. Цена одного троллейбуса была около 20 млн руб. Стоимость современного автобуса начинается от 8 млн руб., работающего на газомоторном топливе — от 10 млн. Кстати, этот вид транспорта почему-то не считается приоритетным, хотя в целом ряде стран именно его сочли оптимальным по соотношению экологичности и экономической эффективности».

Стратегически, отмечает руководитель технической поддержки компании «Total Россия» Роман Корчагин, могут быть востребованы и иные пути развития транспорта, нежели электрификация. «В стратегии развития Total, которая охватывает период до 2035 года, особый акцент делается на разработках в области водородной энергетики. Эта технология может стать реальной и мощной альтернативой электрификации автомобилей», — отмечает эксперт. По его словам, использование нового топлива, уменьшение геометрических размеров двигателей в перспективе даст впечатляющий и, возможно, превосходящий экологический эффект, чем от электрификации. «И эта технология придаст новый импульс развитию компаний, которые занимаются горяче-смазочными материалами. Впрочем, и у электромобилей есть мотор-редукторы, которым требуется смазка. Есть батареи, которым нужны системы и жидкости для охлаждения. Total еще два года назад подготовил и представил собственную линейку смазок и жидкостей для электрифицированных и гибридных транспортных средств», — добавляет Роман Корчагин.

Так или иначе, сегодня использование электробусов, настаивают московские власти, экономически целесообразно: производители отвечают за функциональность подвижного состава и зарядных станций в течение 15 лет, а также берут на себя все риски и расходы по закупке комплектующих. Электробусы, как и электрокары вообще, сегодня дороже транспортных средств с традиционной тягой, но километр пробега на электричестве на порядок дешевле, отмечает Ия Гордеева. Экономия, напоминает она, дает и техническое обслуживание: в электромобиле на 30% меньше деталей, чем в машине с двигателем внутреннего сгорания. ■



TOTAL RUBIA
МОТОРНЫЕ МАСЛА

Сила внутри
Моторное масло для работы в жестких условиях

Защита от коррозии, износа и образования отложений
Мощная экономия топлива до 3%

TOTAL
Committed to Better Energy™

* Реклама. Мы делаем энергию лучше.

2,3
тыс.

электробусов, по плану правительства Москвы, будут обслуживать городские маршруты к 2023 году. Это треть наземного пассажирского транспорта столицы