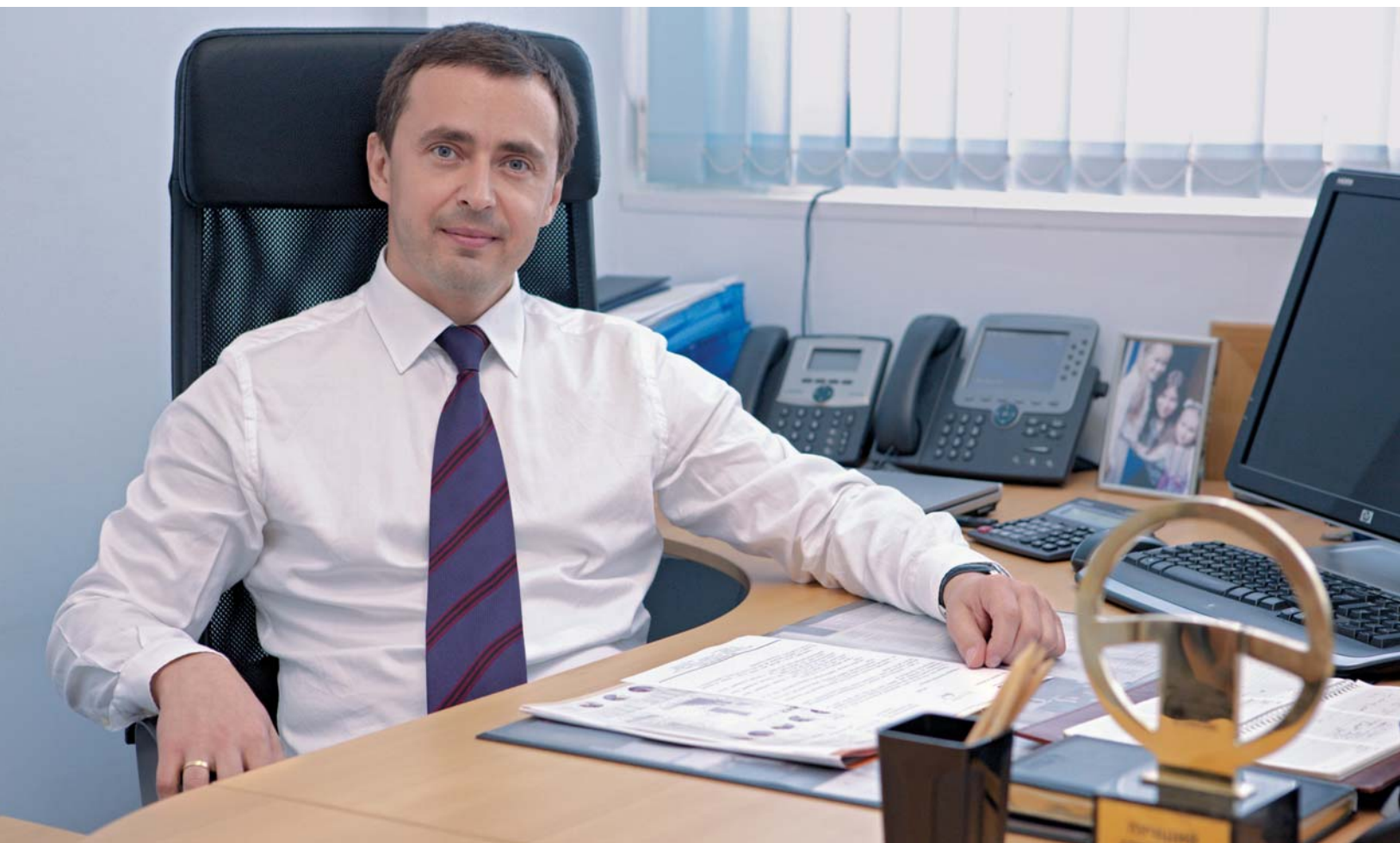


СРЕДНЕТОННАЖНАЯ СПЕЦИФИКА

В «КТ» № 2/2014 вниманию читателей был предложен достаточно подробный отчет о статистике производства и продаж коммерческих автомобилей в РФ в 2013 году. Однако положение дел в сегменте среднетоннажных грузовиков осталось практически «за кадром». За комментариями мы обратились к одному из активных участников этого рынка в лице Юрия Зорина, исполнительного директора ООО «Хино Моторс Сэйлс», официального дистрибьютора HINO в России. Речь, понятно, зашла и о стратегии японской компании на рынке РФ.

Александр АЛЕНИН



■ **Юрий Владимирович, обрисуйте, пожалуйста, в общих чертах ситуацию в сегменте среднетоннажных грузовиков в России.**

– Начнем с того, что рынок среднетоннажного автотранспорта имеет свою специфику. Если проанализировать его динамику, используя данные отчетов НАПИ (Национальное агентство промышленной

информации) за период 2011-2013 гг., то картина получается следующая. Доля среднетоннажного сегмента из года в год остается примерно одинаковой. В 2011 и в 2012 годах она составила 25% от общей регистрации грузовых автомобилей. В 2013-м рынок коммерческого транспорта упал относительно 2012 года на 16%, а доля среднетоннажного сегмента увели-

чилась и составила 28% (против 25% в 2012 году). Тенденция говорит о том, что на один проданный среднетоннажник (MDT – MediumDutyTruck) приходится примерно три грузовика тяжелого класса (HDT – HeavyDutyTruck).

Для России эта картина имеет исторические предпосылки:

– огромная территория, перевозка грузов по которой возмож-

на только с использованием тяжелой магистральной техники;

– многочисленные строительные проекты, которые требуют привлечения и закупки большого парка тяжелых грузовых автомобилей;

– государственная и финансовая поддержка российского производителя – ОАО «КАМАЗ», доля которого в сегменте HDT составляет почти 40% и др. факторы.

Если анализировать среднетоннажный сегмент в разрезе конкретных брендов, то динамика у всех примерно одинаковая. К сожалению, у большинства она отрицательная ввиду объективных причин: стагнация в экономике России, введение утилизационного сбора для автопроизводителей, устаревание парка корпоративных автомобилей, целевая финансовая поддержка только российских производителей и т.д.

Что касается ООО «Хино Моторс Сэйлс», то мы представлены в этом сегменте двумя моделями: HINO 300-й серии (полная масса 7,5 т) и HINO 500-й серии (полная масса 12 т). Серия 300 доступна в двух комплектациях – стандарт (STD) и люкс (DLX), с тремя вариантами длины шасси – от 612 до 730 см и двумя вариантами кабины – однорядной и двухрядной. Шасси 300-й серии для российского рынка производятся на заводе в Японии, в г. Хамура, префектура Токио. Эта модель является бестселлером компании и получила награду в номинации «Грузовик года» ежегодного конкурса «Лучший коммерческий автомобиль года

в России». В 2013-м, по данным АЕВ, было продано 1126 автомобилей 300-й серии. Это больше половины всех проданных грузовиков HINO в прошлом году.

Модельный ряд GD (HINO 500-й серии) представлен семью моделями с четырьмя вариантами длины шасси (678, 740, 824 и 874 см), три из которых доступны как с рессорной, так и с пневматической подвеской задней оси. Динамика продаж этой модели свидетельствует о положительном темпе роста и, соответственно, правильной стратегии компании в вопросах формирования модельного ряда. В 2011-м было продано 266 ед. В 2012-м этот показатель удалось увеличить на 91%, отгрузив российским покупателям 509 ед. В 2013-м, несмотря на падения рынка грузового автотранспорта, объем продаж удалось сохранить на уровне 2012 года.

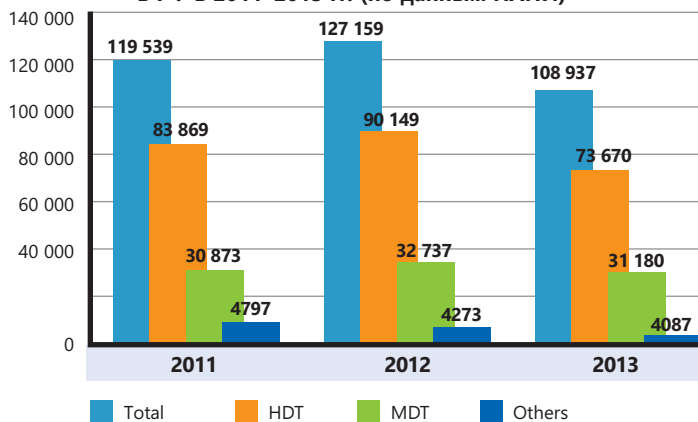
■ Какие кузова/надстройки чаще всего устанавливаются на модели среднетоннажного сегмента?

– Для начала давайте определим границы среднетоннажного



Представитель 300-й серии – автомобиль выездной аварийно-технической службы. Полная масса 3,5 т, двигатель: 150-сильная рядная «четверка» объемом 4 л (Евро-4), 5-ступенчатая МКП. Изотермическая надстройка произведена и установлена официальным кузовостроителем ООО «Центртранстехмаш»

ДИНАМИКА РЫНКА ГРУЗОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ в РФ в 2011–2013 гг. (по данным НАПИ)



сегмента. Если использовать критерии, принятые Ассоциацией европейского бизнеса, то этот сегмент включает все коммерческие автомобили полной массой от 6 до 16 тонн. Данная категория машин в основном используется корпоративными и частными клиентами для грузоперевозок с коротким и средним плечом, для выполнения строительных, монтажных работ. Нередко эти автомобили эксплуатируются в жи-

лично-коммунальной сфере. Низкий расход топлива, низкая цена, различные конфигурации и объемы надстроек, низкая стоимость владения по сравнению с автомобилями крупнотоннажного сегмента заставили многих автопроизводителей иметь в своей линейке по меньшей мере две модификации коммерческого транспорта в сегменте MDT.

Области и направления бизнеса, где применяются грузо-

М И М О Е З Д О М

РЫНОК СРЕДНЕТОННАЖНИКОВ

По данным отчёта НАПИ, автомобилей, произведенных Группой «ГАЗ» в 2012 году, было зарегистрировано 12 132 ед., что на 2,3% больше, чем в 2013-м. ООО «ХендэКомТрансРус» увеличило свои показатели на 15,6% по сравнению с аналогичным показателем 2012-го. Компания представлена в этом сегменте преимущественно моделью Нуун-

dai HD78 полной массой 7,5 т. ООО «ФУЗО КАМАЗ Тракс Рус» со среднетоннажником Fuso Canter показала негативную динамику. Падение составило 58% (в 2013-м зарегистрировано 1200 ед., а в 2012-м – 1897 ед.).

Японский бренд Isuzu, представленный в этом сегменте моделью NPR75 полной массой 7,5 т и NQR90

полной массой 9,5 т, показывает на российском рынке хорошие результаты. За прошлый год покупателям отгрузили чуть более 1000 автомобилей, что почти в три раза больше, чем в 2012-м. Причина бурного роста прежде всего связана с обновлением модельного ряда, увеличением межсервисного интервала и грамотной ценовой политикой

локального производителя японских шасси.

На этом фоне европейские производители слабо представлены в этом сегменте. Суммарная доля MAN, Mercedes-Benz, Volvo, Renault, IVECO и DAF составила всего 6% от общего количества зарегистрированных автомобилей в среднетоннажном сегменте в 2013 году.



сантехника, электротовары и электроприборы, различная техника и многое другое. Нередко предпочтение среднетоннажным грузовикам отдают небольшие частные предприниматели или некрупные логистические фирмы, которые готовы перевезти груз в любое место по вашему запросу. Часто можно встретить автомобили сегмента MDT и в коммунальном хозяйстве.

Надстройки на шасси среднетоннажного сегмента имеют свою специфику. В основном на шасси этих серий заказывают стандартные бортовые платформы или бортовые платформы с тентом. Это одна из самых доступных и популярных надстроек ввиду своей универсальности и дешевизны. Борты обычно производят из алюминия или стали, и установка надстройки осуществляется на территории кузовостроителя. Также покупатели отдают предпочтение изотермическим фургонам и фургонам-рефрижераторам. Суммарная доля таких надстроек не превышает 30% в общих продажах автомобилей среднетоннажного сегмента. Изотермический фургон или рефрижераторную установку в основном используют для перевозки продуктов питания или скоропортящихся товаров. Качественный изотермический фургон не требует установки рефрижераторного оборудования или любого другого оборудования для поддержания температуры внутри фургона. Как правило, предпочтение изотермическому кузову

отдают тогда, когда рефрижераторный фургон использовать неэкономично по затратам, а груз обладает невысокими температурными требованиями к перевозке.

■ Какую долю в продажах новых среднетоннажных грузовиков занимает ваша компания? Какая модель среднетоннажника является бестселлером вашей марки?

– Как уже отмечалось, объем рынка среднетоннажников не такой большой, как, например, рынок легких и тяжелых грузовиков. Существует определенный компромисс при выборе той или иной модели в этом сегменте, и многое зависит от конкретных запросов и предпочтений покупателя, с одной стороны и от грамотной работы персонала, дилерского центра – с другой.

По данным отчета НАПИ, на рынке грузового автотранспорта в 2013 году ООО «Хино Моторс Сэйлс» заняло долю в 1,8%, увеличив этот показатель на 0,5% по сравнению с 2012-м. В среднетоннажном сегменте наша доля составила 5,061%. В 2012-м этот показатель был равен 4,67%. Это свидетельствует о положительной динамике роста продаж автомобилей HINO в сегменте MDT. Общий объем реализации среднетоннажных грузовиков составил 1606 ед. (300-й серии – 1126 ед., 500-й серии – 480 ед.). Для сравнения: в 2012-м было реализовано 1557 ед., в том числе 1048 ед. 300-й серии и 509 ед. 500-й серии.

Лидером продаж не только в среднетоннажном сегменте, но и среди всех моделей HINO, представленных на российском рынке, является 300-я серия. Модель идеально подходит под российские условия эксплуатации, о чем свидетельствует постоянный рост темпов продаж. В общих объемах реализации грузовиков HINO в 2013 году эта модель занимает долю в 51%.

■ Каковы планы по реализации среднетоннажных грузовиков в 2014 году?

– Поскольку цель и кредо нашей компании – устойчивый рост и развитие, мы рассчитываем увеличивать объем продаж автомобилей HINO во всех рыночных сегментах: легкотоннажном, среднетоннажном и крупнотоннажном. Что касается среднетоннажного сегмента, то для сохранения и роста текущих позиций мы в 2014 году модернизировали серию HINO 500, получив сертификат на использование двухосного прицепа в составе автопоезда. Отныне у клиентов появилась возможность увеличить объем перевозимого груза, что позволит снизить количество ездов и уменьшить транспортные издержки.

Планы по продажам на 2014 год умеренно консервативные. Мы рассчитываем реализовать 2700 автомобилей, сохранив при этом долю среднетоннажных грузовиков выше 50% в общем объеме реализации автомобилей HINO на территории России. ■

вики среднетоннажного сегмента, очень разнообразны. Это могут быть компании пищевой отрасли, осуществляющие доставку продуктов питания в магазины городов, муниципальных и районных центров. Компании, которые специализируются на транспортировке различных грузов общего или бытового назначения: мебель,

Серия 500: отныне клиентам HINO доступны среднетоннажные грузовики модельного ряда GD и GH с двухосным прицепом. Использование прицепа позволяет увеличить массу транспортируемого груза и снизить общие затраты на грузоперевозку

