Коммерсантъ
Санкт-Петербург

Цветные тематические страницы №16–20 являются составной частью газеты«Коммерсантъ».

Рег. №01243 22 декабря 1997 года. Распространяются только в составе газеты.

Подписчики получат цветные тематические страницы:«Дом», «Телеком»,«Банк»,«Страхование», «Стиль»,«Рождество»и другие.

авто

www.kommersant.ru/region/spb **Понедельник 21 декабря 2009** №238/П (№4293 с момента возобновления издания)

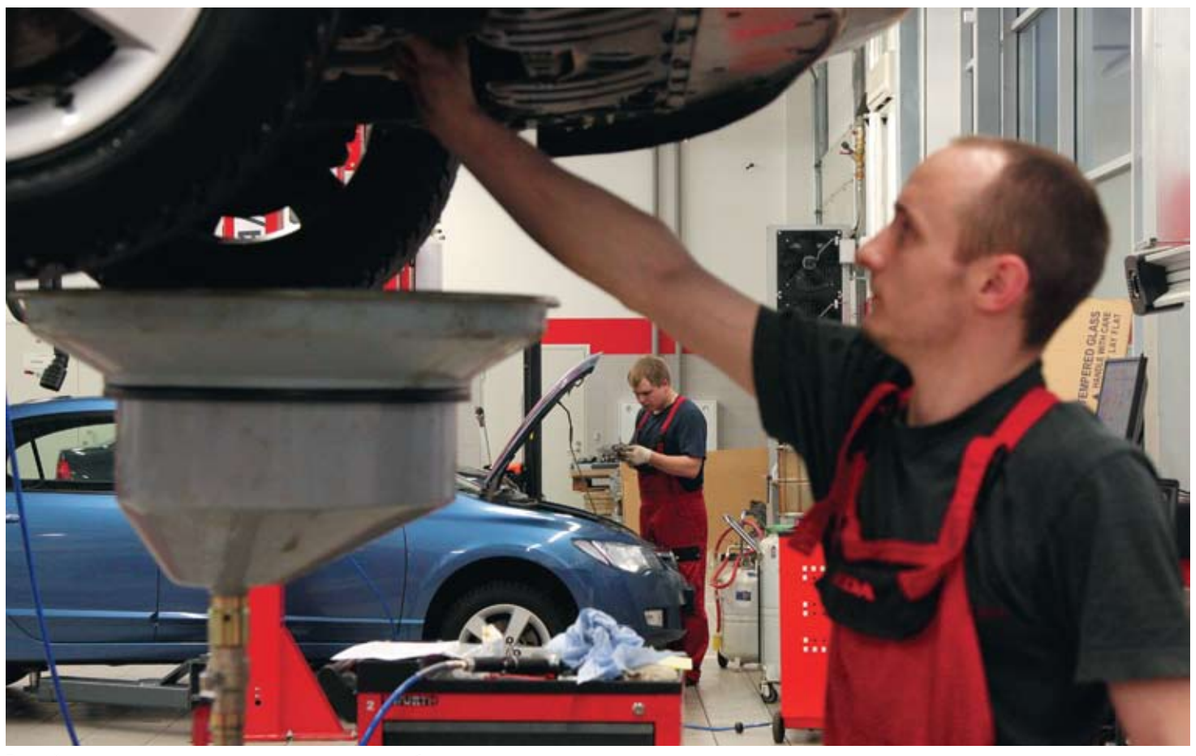
Российские автодилеры хотят больше зарабатывать не только на торговле подержанными автомобилями, но и на их обслуживании. В результате резкого спада продаж новых автомобилей парк гарантийных машин, обслуживание которых уже сейчас формирует более 50% доходов дилеров, в перспективе будет так же стремительно сокращаться. Дилерам придется побороться за владельцев постгарантийных авто прежде всего с независимыми сервисами, услуги которых сейчас значительно дешевле. Справиться с этой задачей, считают эксперты, поможет лишь снижение цен на запчасти, а в отдельных случаях и использование в ремонте неоригинальных деталей.

Без гарантии

Дилеры хотят заняться гаражным бизнесом

тенденция

Заводская гарантия на новые автомобили составляет в среднем три года. В кризис некоторые дилеры обещают гарантию на пять лет. Но она, утверждают эксперты, действует на ограниченное число узлов и агрегатов, поломка которых в течение даже пяти лет маловероятна. Как ожидается, по итогам этого года в России будет продано около 1,5 млн новых авто. Таким образом, к концу декабря парк гарантийных машин в стране будет составлять максимум 3,5 млн машин. Но если в 2007 году в России ежемесячно в среднем продавалось около 200 тыс. новых автомобилей, в 2008 году — 270 тыс. авто, то в этом году лишь около 120 тыс. машин. То есть в течение следующего года гарантийный парк автомобилей в России будет в среднем сокращаться на 80 тыс. машин в месяц. И если спрос на новые авто не начнет расти, то за счет стремительного роста в предыдущие периоды скорость выбытия гарантийных авто со временем будет только нарастать.



Российские автодилеры решили взять в свои руки и бизнес независимых сервисов ФОТО ВИКТОРА ОЛЕГОВА

Вместе с тем многие дилеры до осени прошлого года активно наращивали сервисные мощности в расчете на дальнейший рост рынка. Основания для этого были. Так в конце 2007 года компания Ernst & Young опубликовала прогноз, согласно которому в 2008 году в России могло быть продано 3,25 млн новых автомобилей, а в 2009 году — 3,59 млн новых машин. А по оптимистичному сценарию PricewaterhouseCoopers, в прошлом году в России могло быть продано примерно 3,75 млн новых машин, в этом — почти 4,5 млн авто и более 5 млн авто в 2010 году. Таким образом, дилеры потеряли в своих ожиданиях более чем вдвое, поэтому у некоторых компаний сервисные мощности существенно недозагружены.

В связи с резким сокращением продаж новых автомобилей дилеры уже давно обратили внимание на подержанные авто, вводя программы по их скупке у населения и последующей перепродаже. Так, по данным аналитического агентства «Автостат», в январе — июне этого года в России было реализовано примерно 1,7 млн подержанных авто, что всего на 10% меньше, чем в первом полугодии 2008 года. Это резко контрастирует почти с двукратным сокращением продаж новых авто. Но останавливаться только на торговле автомобильным «секонд хэндом» дилеры не намерены, теперь они хотят побороться и за рынок обслуживания постгарантийных машин. Ведь именно сервис, а не продажи авто сейчас формирует основные доходы дилеров. Если до кризиса на сервис приходилось 20–30% прибыли дилеров, то сейчас этот показатель может превышать 50%, а в ряде случаев приближается к 80% и выше. Но с учетом сокращения парка гарантийных авто, которые прежде и загружали сервисные мощности официальных дилеров, ограничиваться только такими машинами уже не получится. Потому что в условиях, когда многие владельцы машин стремятся экономить, они, зачастую пренебрегая гарантией, отправляются обслуживать свои авто в независимые сервисные станции, чьи услуги обходятся дешевле. Именно с ними дилерам теперь придется конкурировать за массу клиентов, которые владеют машинами, чья гарантия уже закончилась.

Для этого дилерам придется снижать цены или предоставлять скидки, считают эксперты. Кроме того, если раньше дилеры принимали на сервис автомобили не старше 5–6 лет, то сейчас готовы брать машины и в возрасте до 9 лет, говорит Эдуард Калимуллин, заместитель директора по послепродажному обслуживанию автоцентра «Атлант-М Лахта». Олег Хусаенов, генеральный директор холдинга «Атлант-М», считает, что некоторые дилеры также могут прибегнуть к использованию неоригинальных запчастей.

Впрочем, некоторые компании, чтобы не конкурировать с независимыми сервисами, хотят с ними сотрудничать. Недавно группа «Рольф» запустила проект «Белый сервис». Он предполагает совместную работу «Рольфа» и сервисных станций по обслуживанию постгарантийных машин. За часть дохода самостоятельных сервисов «Рольф» готов передать им бренд, обучить персонал, обеспечить маркетинговую поддержку и отвечать за поставки запчастей. До конца февраля следующего года «Рольф» намерен открыть по России около 30 станций под брендом «Белый сервис». Примечательно, что отставать от дилеров не хотят и импортеры. Так, в российском представительстве компании Ford говорят, что импортер готов рассматривать возможности авторизации независимых сервисов. Прежде получить лицензию компании Ford на официальное обслуживание этих автомобилей, не занимаясь их торговлей, было невозможно. «На сегодняшний день рынок по обслуживанию постгарантийных автомобилей является одним из самых быстрорастущих рыночных сегментов в России, и по прогнозам в ближайшие три года он увеличится на 50 процентов», — объясняет Дмитрий Солдаткин, руководитель компании We Love Parts (входит в группу «Рольф» и специализируется на дистрибуции запасных частей). Эдуард Калимуллин считает, что в итоге доля постгарантийных автомобилей в общем объеме обслуживаемых дилерами может увеличиться до 40%, против 10–15% в докризисные времена.

МАКСИМ ВЕРТМАН

страница 18

Сергей Фивейский: «В этих условиях для новых автомобильных предприятий встает вопрос о целесообразности их существования»

страница 19

Всеволод Хмыров: «Ответственность за утилизацию старых машин должны нести автопроизводители»

страница 20

Тюнинг на замену

Владельцы дорогих иномарок не спешат менять машины, но тратятся на их обновление

ЕВГЕНИЙ ПЕРЕВЕРЗЕВ

РЕКЛАМА

BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

BLANCPAIN WOMEN. С 2006 ГОДА.

"Ultra-slim"
(мод. 3300A-3728-52B)

WWW.BLANCPAIN.COM

Imperial

Санкт-Петербург, Думская ул. 2, т. (812) 333-34-90, ул. Маяковского 1, т. (812) 273-51-59
Невский пр. 20, т. (812) 312-09-21, П.С., Большой пр. 46, т. (812) 235-07-66
П.С., Большой пр. 57, т. (812) 232-93-85, Владимирский пр. 3, т. (812) 713-22-84
Невский пр. 44 (Grand Palace), т. (812) 571-36-78
Москва, ул. Б. Якиманка 22, т. (495) 995-21-76, www.imperial-ltd.ru

авто

«В этих условиях для новых автомобильных предприятий встает вопрос о целесообразности их существования»

интервью

Петербургская автомобильная промышленность в наибольшей степени пострадала от кризиса. Как она пережила уходящий год и что ее ждет в будущем, в интервью „Ъ“ рассказали первый заместитель председателя комитета экономического развития промышленной политики и торговли (КЭРППиТ) Петербурга СЕРГЕЙ ФИВЕЙСКИЙ и генеральный директор петербургского завода GM ХАНС-ЮРГЕН МИШЕЛЬ.

НИКИТА ИНФАНТЬЕВ

Сергей Фивейский

НИКИТА ИНФАНТЬЕВ

Ханс-Юрген Мишель

— Каковы, на ваш взгляд, итоги уходящего года для петербургской автомобильной промышленности?

Сергей Фивейский: Год был тяжелейшим для автопрома всего мира и петербургской автомобильной промышленности в частности. Причем для нашего города падение продаж на автомобильном рынке стало наиболее болезненным по сравнению с регионами, где автомобильная промышленность более развита. Потому что петербургские автомобильные заводы недавно стали запускаться. И именно в тот период, когда они только начали выстраивать свою работу, происходит резкое сокращение спроса на автомобили. В этих условиях для новых автомобильных предприятий вообще встает вопрос о целесообразности их существования. Это вопрос, который задавали все штаб-квартиры автомобильных компаний руководителям местных производств. В этом смысле совсем не случайными выглядели остановки производства на всех наших автомобильных предприятиях. Так получилось, что ни одному петербургскому автомобильному предприятию в этом году не удалось наладить стабильную, цикличную работу, где объемы производства играют главную роль в вопросе рентабельности. Сейчас срок окупаемости петербургских автомобильных проектов отодвинулся из-за кризиса очень значительно. Падение общего объема производства по всем нашим заводам составит к концу года порядка 50 процентов по отношению к прошлогоднему показателю. Если в прошлом году Toyota и GM выпустили около 47 тыс. авто, то в этом году уже вместе с Nissan они соберут, по нашим оценкам, порядка 20 тыс. машин. По предварительным данным, за 11 месяцев 2009 года объем производства автомобилей в Санкт-Петербурге сократился до 36,8 процента к уровню аналогичного периода прошлого года и составил 16,4 тыс. штук. Это очень серьезное падение. Однако следует отметить, что в последние месяцы наметилась тенденция роста объемов производства. Так, если в августе было произведено 400 автомобилей, то уже в сентябре и октябре 1,3 тысячи и 1,5 тысячи соответственно, а в ноябре — 5,5 тысячи. Но все же в итоге автомобильные предприятия Петербурга по итогам года выйдут максимум на 10–20 процентов от того, что у них было запланировано. И этот показатель очень далек от точки безубыточности. То есть это по-прежнему проекты будущего.

Ханс-Юрген Мишель: Год был непростым. Но несмотря на это, нам удалось сохранить весь персонал, это около 750 человек. Мы запустили производство нового Chevrolet Cruze и сейчас готовимся к запуску Opel Astra. Серийный выпуск Astra в Петербурге запланирован на следующий год, но о точных сроках пока говорить рано.

— Завод GM продолжит выпускать внедорожники Chevrolet Captiva и Opel Antara?

Х.-Ю. М.: Производство этих автомобилей возобновлено и будет продолжаться. Мы активно выпускали Captiva и Antara до середины этого года, но потом из-за снижения спроса на них и необходимости сконцентрироваться на запуске Cruze выпуск этих внедорожников на нашем предприятии был приостановлен. Сейчас наши складские запасы Captiva и Antara распроданы, налажено и производство Cruze, поэтому мы вновь вернулись к мелкосерийному выпуску внедорожников. Наш завод может собирать их по 4–6 автомобилей в час. Мы уверены, что этот сегмент в России вскоре восстановится. Линия по сборке Cruze, на которой в следующем году будет собираться и Astra, рассчитана на производство 12–14 автомобилей в час. Но реальные объемы производства зависят, прежде всего, от спроса. Работать на склад неэффективно с точки зрения затрат.

С. Ф.: Подчеркну, что ни один из петербургских автомобильных заводов сейчас не работает на склад. Все производят в соответствии со спросом, а спрос, как известно, обвалился в среднем на 50 процентов. В итоге автомобили выпускаются единицами тысяч в год. Эти объемы являются убыточными для автомобильных предприятий. Ведь исходя из их планов, мы ожидали, что в этом году, по сравнению с прошлым, рост объемов производства автомобилей в городе увеличится в разы, а он в разы сократился. Планировалось, что заводы будут работать двенадцать месяцев в году и как минимум в две смены.

— Кстати, завод GM сейчас работает в одну смену. В связи с запуском производства Opel Astra на предприятии будет введена вторая смена?

Х.-Ю. М.: Да, планируется, что для сборки Opel Astra на заводе будет введена вторая смена. В лучшем случае это произойдет в середине следующего года, в худшем — мы запустим производство Astra, но продолжим работать в одну смену. Решение о запуске второй смены может быть принято в конце этого или в начале следующего года. В случае положительного решения нам предстоит нанять и обучить еще 300–400 человек.

С. Ф.: Надо сказать, что в условиях низкого спроса у предприятий как раз есть время на освоение новых моделей. Потому что когда спрос растет, заводы ничем другим не занимаются кроме как удовлетворением растущих потребностей рынка в стандартном продукте. То есть сейчас то время, когда предприятия могут потратить силы и средства на освоение новых моделей, и это делают все заводы.

— Недавно стало известно, что на заводе GM вводятся так называемые непроизводственные дни, чтобы не только иметь возможность освоить производство Opel Astra, но и снизить объемы выпуска Chevrolet Cruze. Но дилеры GM говорят, что на эту модель есть даже небольшая очередь. Зачем в этих условиях сокращать ее выпуск?

Х.-Ю. М.: Когда на том или ином рынке начинается производство совершенно новой модели, то ожидания, связанные со спросом на нее, как правило, завышенные. Но в существующей экономической ситуации мы были довольно консервативны в своих оценках перспектив Chevrolet Cruze на российском рынке. Поэтому решение о вводе на предприятии непроизводственных дней существовало с самого начала. Сейчас мы понимаем, что модель можно было выпускать в несколько больших объемах. Но все комплектующие для сборки Cruze везутся из Кореи. С момента размещения заказа на их поставку до фактической отгрузки проходит 13–14 недель. Это обстоятельство оказывает влияние на гибкость нашего производства. Я хочу отметить, что такая ситуация с производством Cruze еще раз доказывает экономическую целесообразность локализации производства, и мы сейчас активно работаем в этом направлении.

— Когда, на ваш взгляд, иностранные производители автомобильных компонентов вновь начнут приходить на российский и, в частности, петербургский рынок?

С. Ф.: Все заинтересованные иностранные производители автомобильных компонентов следят за петербургским автомобильным кластером, но реальных инвестиций делается не так много, как хотелось бы. Но мы ожидаем, что этот процесс активизируется в следующем году. Что касается российских компаний, то, как показывает проводимый автомобильными заводами мониторинг, качество деталей и уровень организации производства у большинства локальных поставщиков компонентов не соответствуют запрашиваемым требованиям.

Х.-Ю. М.: Мы уже номинировали несколько российских производителей автомобильных компонентов и учим их работать согласно нашим стандартам и требованиям. Пока я не могу назвать эти компании, потому что в настоящее время мы еще ведем переговоры.

— В апреле в Ленобласти открылось совместное производство по выпуску штампованных автокомпонентов испанской компании Gestamp и российской «Северстали». Тогда они объявили, что в мае будущего года начнут поставлять свою продукцию на завод GM. О планах поставлять вам штамповку говорят и в компании Magna, которая также строит свой завод в Петербурге. С этими двумя производителями у вас уже действительно существуют договоренности?

Х.-Ю. М.: Мы ведем переговоры со многими поставщиками, но я бы сейчас не хотел говорить о каких-то конкретных контрактах. В отношении Gestamp и Magna у нас такая же политика, как и в отношении потенциальных российских поставщиков. И надо понимать, что не все переговоры завершаются подписанием контрактов.

— Даже если речь идет о глобальных поставщиках, которые работают с GM и в других странах мира?

Х.-Ю. М.: Приведу пример. Если какой-то наш поставщик в Европе вдруг решит перенести свое производство хотя бы на 200 метров, ему вновь придется проходить все необходимые процедуры, чтобы стать нашим поставщиком. Это верно и в отношении новых заводов в России, которые принадлежат крупным иностранным компаниями — глобальным поставщиками GM. Зато когда мы заключаем контракт с российским производителем автомобильных компонентов, то он может претендовать и на поставки своей продукции на другие заводы компании в Европе, так как соответствует всем требованиям и стандартам GM.

— Компания «Северсталь» хочет, чтобы ее совместные с Gestamp российские заводы для производства штампованных деталей использовали российский металлопрокат. Такие решения потенциальный поставщик должен согласовывать с потенциальным заводом-покупателем?

Х.-Ю. М.: Мы предоставляем нашим поставщикам спецификации по металлу и другому сырью. Нам не важно, где оно произведено, главное, чтобы сырье соответствовало нашим спецификациям. Например, многие наши поставщики в Европе закупают сырье в России.

— Удастся ли, на ваш взгляд, петербургским автомобильным заводам довести уровень локализации производства до необходимых показателей в установленные сроки?

С. Ф.: Кризис, безусловно, скорректировал планы по локализации. Низкие объемы производства автомобилей петербургскими заводами не позволяют иностранным компаниям осуществлять рентабельное производство комплектующих. Поэтому мы предложили Минпромторгу продлить на полтора-два года сроки локализации производства на петербургских автомобильных заводах. Но при этом мы также предложили установить более жесткие и конкретные критерии достижения автомобильными заводами города необходимого уровня локализации. И здесь важно понимать, что локализация может заключаться не только в том, чтобы определенный процент автомобильных комплектующих производился в России только для местных автосборочных предприятий иностранных компаний. Если определенные автокомпоненты российского производства будут использоваться и на предприятиях автомобильных концернов где-то за рубежом, то это тоже может им зачитываться в качестве процента локализации в России. Такая возможность тоже обсуждается.

— Просят ли петербургские автомобильные заводы дополнительных мер поддержки от правительства города?

С. Ф.: Да, КЭРППиТ проводит необходимый мониторинг потребностей автомобильных заводов города. Например, в этом году компания Nissan получила от нашего комитета компенсацию в размере около 1 млн рублей за понесенные затраты в ходе подготовки кадров. Также совместно с GM, МРЦ и Политехом реализован проект по обучению сотрудников малых компаний-производителей автомобильных компонентов. В этом году обучение по курсу прошли 20 специалистов. Актуальным является вопрос расширения портфеля заказов вузов города на выполнение научных и исследовательских работ по заказу иностранных автоконцернов. Кроме того, летом компания Nissan обратилась к нам с предложением по введению региональной программы льготного автокредитования на покупку автомобилей петербургской сборки. Сейчас мы находимся в стадии анализа эффективности таких мер. Мы общались с комитетом финансов на эту тему, чтобы понять возможности городского бюджета. Принципиальная реализация данных предложений возможна, но это приведет к образованию выпадающих доходов бюджета Петербурга, а также к образованию его дополнительных расходов. Поэтому пока в городской бюджет на следующий год деньги на это не заложены. Однако мы готовы вернуться к этому вопросу с учетом, в том числе, опыта Нижнего Новгорода по ГАЗу. Но нужно отметить, что доля ГАЗа в бюджете Нижнего Новгорода существенно выше, чем всех наших автомобильных заводов вместе взятых в бюджете Петербурга. Тем не менее мы продолжаем обсуждение этого вопроса.

— Речь идет только о субсидировании кредитов на покупку автомобилей Nissan петербургской сборки?

С. Ф.: Нет, если такая программа будет принята, то она, очевидно, должна касаться всех автомобильных предприятий города.

— Обсуждается выделение субсидий на покупку автомобилей петербургской сборки только в Петербурге или по всей России?

С. Ф.: И так и так можно, но Петербург в приоритете.

— И когда можно ожидать решения городского правительства по инициативе Nissan?

С. Ф.: В следующем году.

— Каким, на ваш взгляд, будет следующий год для петербургской автомобильной промышленности?

С. Ф.: Перспективы на следующий год неоднозначны. Тенденции 2009 года без соответствующей поддержки государства могут продолжиться в 2010 году — рост определяется спросом. Если поддержка спроса будет оказана и станет эффективной, то можно ожидать роста производства. На рост потребительского спроса, например, оказывает влияние рост реальных денежных доходов населения. В течение последних месяцев мы наблюдали увеличение реальных денежных доходов населения в пределах 2 процентов ежемесячно. В ноябре, впервые за 2009 год, уровень реальных денежных доходов превысил уровень аналогичного периода прошлого года и составил 100,9 процентов к январю — ноябрю прошлого года. При сохранении указанной тенденции в следующем году можно ожидать оживление потребительского спроса, в том числе и на товары длительного пользования, такие как автомобили.

— Ранее сообщалось, что завод GM может одновременно выпускать пять моделей, сейчас их четыре, вслед за Opel Astra на заводе может быть запущена какая-то еще модель, возможно, седан Opel Insignia?

Х.-Ю. М.: Планы запустить на заводе производство пятой модели были и остаются. Но что это будет за модель и когда она может быть запущена, говорить рано.

— В рамках переговоров Сбербанка и Magna с компанией GM о покупке 55 процентов Opel, предполагалось также, что российско-канадский консорциум приобретет и петербургский завод GM. Пока шли эти переговоры, предприятие каким-то образом готовилось к продаже?

Х.-Ю. М.: Нет. Но предприятие с ознакомительным визитом посещали представители Сбербанка и Magna. Все это никак не повлияло на работу завода, он продолжал функционировать в плановом режиме.

— А объявленная в начале ноября профсоюзом завода так называемая итальянская забастовка повлияла на его работу?

Х.-Ю. М.: Мы не заметили никаких действий профсоюза, которые могли бы оказать влияние на работу предприятия. Если кто-то объясняет плановые остановки завода результатом забастовки, то это странно.

— Но глава профсоюза Евгений Иванов был уволен именно в ходе этой итальянской забастовки и считает, что пострадал именно за нее...

Х.-Ю. М.: Связи здесь нет. Я не хотел бы говорить о причинах увольнения Евгения Иванова, так как это вопрос конфиденциальности взаимоотношений работника и работодателя. Важно, что все в рамках правового поля.

МАКСИМ ВЕРТМАН

Реклама ЗАО ФК «Балтинвест»
Балтинвест
лизинговая компания
www.baltleasing.ru
НА ПЕРЕДОВОЙ ИНВЕСТИЦИЙ
• Первоначальный взнос от 20%
• Удорожание от 7,5 %
• Срок до 48 месяцев

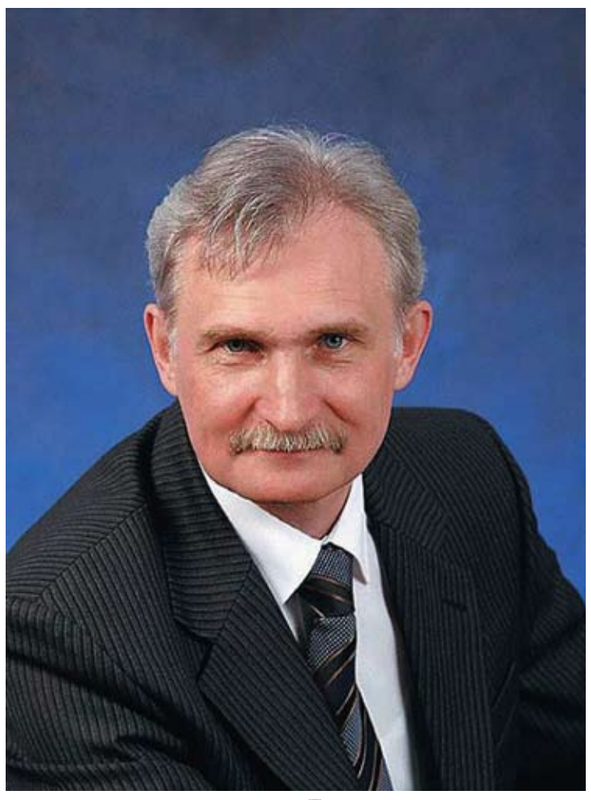
*специальная программа «Балтинвест — Авто»
Санкт — Петербург, ул. Профессора Попова, д. 23, офис 200, тел.: 325 64 83, 325 89 51

РОСГОССТРАХ
РОСГОССТРАХ
ПОД КРЫЛОМ СИЛЬНОЙ КОМПАНИИ
8 (800) 200 0 900
0530 МТС, Билайн, Мегафон
www.rgs.ru
на правах рекламы
ВЫПЛАТЫ В НЕДЕЛЮ 1 МИЛЛИАРД РУБЛЕЙ*
*Общие средневзвешенные данные по страховым выплатам за 2008 год страховыми обществами группы компаний Росгосстрах
ОАО «Росгосстрах», лицензия С № 0001 77 выдана ФССН 15.09.05, ООО «РГС - Аккорд», лицензия С № 2309 03 выдана ФССН 04.10.06, ООО «РГС - Дальний Восток», лицензия С № 0468 25 выдана ФССН 11.05.06, ООО «РГС - Поволжье», лицензия С № 0665 52 выдана ФССН 11.05.06, ООО «РГС - Северо-Запад», лицензия С № 0451 78 выдана ФССН 02.02.07, ООО «РГС - Сибирь», лицензия С № 2474 54 выдана ФССН 11.05.06, ООО «РГС - Столица», лицензия С № 0977 50 выдана ФССН 11.05.06, ООО «РГС - Татарстан», лицензия С № 2382 16 выдана ФССН 11.05.06, ООО «РГС - Урал», лицензия С № 2366 72 выдана ФССН 11.05.06, ООО «РГС - Центр», лицензия С № 1096 33 выдана ФССН 11.05.06, ООО «РГС - Юг», лицензия С № 1374 61 выдана ФССН 17.05.06. ООО «РГС-МЕДИЦИНА», лицензия С №3676 77, выдана ФССН 10.10.05, ООО «СК «РГС-ЖИЗНЬ», лицензия С №3984 77, выдана ФССН 11.11.05 г.

«Ответственность за утилизацию старых машин должны нести автопроизводители»

интервью

С 1 января 2010 года должна стартовать государственная программа по утилизации старых авто. Она будет реализовываться в 19 регионах РФ, включая Петербург и Ленобласть. Предполагается, что при сдаче в утилизацию автомобиля старше 10 лет его владелец получит ваучер на 50 тыс. рублей, который сможет предоставить дилеру при покупке новой машины российской сборки. Минпромторг рассчитывает в следующем году утилизировать в России 200 тыс. авто, на это в бюджет заложено 10 млрд рублей. О принципах и проблемах реализации этой программы в Петербурге в интервью „Ъ“ рассказал начальник управления по работе с отходами правительства Петербурга ВСЕВОЛОД ХМЫРОВ, ответственный за старт программы в городе.



— Сейчас правительство РФ готовит постановление о реализации программы по утилизации подержанных авто, регионы направляли свои предложения. Какие инициативы направил Петербург?

— В проекте постановления написано, что для снятия с учета подержанных авто и их последующей сдачи в утилизацию отделения МРЭО будут функционировать при каждом пункте сбора старых машин. Нам кажется целесообразнее, если сотрудники МРЭО осуществляли бы свои функции в рамках выездных действий. Кроме того, операции МРЭО не обязательно делать человеку в погонах. Этим по доверенности могут заниматься коммерческие организации. Для этого существуют все необходимые механизмы. В постановлении также отсутствуют положения о нормах безопасности переработки авто. Есть требования к пунктам переработки, которые нам как раз кажутся избыточными, но не прописано, как их стимулировать к осуществлению безопасной утилизации. И самое главное. В проекте постановления отсутствуют механизмы компенсаций переработчикам за утилизацию автомобилей. На это необходимо изыскивать средства, потому что комплексная утилизация авто сейчас убыточна. Расчетная цена доплаты для переработчиков за каждый автомобиль должна составлять около 3,5 тыс. рублей. На сегодняшний день предполагается, что эти деньги будет платить человек, сдающий машину. Но нелогично заставлять население платить, так как это не создает перерабатывающий комплекс, систему. Проще уменьшить сумму сертификатов на те же 3,5 тыс. рублей и отдавать эти деньги переработчикам. Если деньги для компенсаций переработчикам не будут найдены, то компенсировать свои затраты они будут серой экономикой.

— То есть утилизация, на ваш взгляд, деятельность исключительно дотационная?

— Сегодня выгодна только сдача черного металла, его легче перерабатывать, чем добывать руду. Все остальное — пластик, резина и прочее — убыточно. Все это вычленяется и в лучшем случае хоронится на специальных полигонах, а в худшем просто бросается. В городе есть целые шинные отвалы. Одним словом, все, что перерабатывать невыгодно, ищите на свалках. Ведь сейчас вся статистика по текущей переработке — черная. Чтобы переработка была не черной, ее нужно сделать прибыльной. Для этого переработчикам кто-то должен платить. Это либо правительство (читай — население), либо сами производители автомобилей. И я глубоко убежден, что ответственность за переработку своего товара должен нести его производитель. Так происходит во всем мире, кроме нашей страны.

— Как это работает?

— Еще вчера необходимо было создать общий для автопроизводителей фонд, куда они будут отчислять средства для выплат предприятиям, которые будут утилизировать их машины. Кроме того, нужен закон об упаковке, о вторичных ресурсах, он лежит в Государственной думе. Там должно быть написано, что каждый производитель должен сразу предусматривать порядок утилизации. Все понимают, что это очевидные вещи. Но пока такого закона нет, нет и залоговых стоимостей. Ответственность за утилизацию отходов у нас пока возложена на их «образователей», а «образователь» обходится с отходами так, как это дешевле ему.

— Но если появятся залоговые стоимости за последующую утилизацию, это также может привести к росту цен на товары и автомобили в частности?

— Если производитель не хочет делать наценку, он сам будет собирать свою продукцию для последующей переработки и использовать вторичные ресурсы. В этом случае производители будут делать такой товар, который будет легко утилизировать. А можно сделать и наценку, но тогда потерять в продажах. Но это уже не наши проблемы.

— То есть если закон об упаковке и вторичных ресурсах будет принят, автопроизводители будут создавать в России фонды для оплаты утилизации своих машин?

— Конечно. Эта система работает по всему миру. Она признана и понятна экономически.

— А кто будет управлять таким фондом?

— Ассоциации.

— О каком размере отчислений на каждый автомобиль в такой специальный фонд может идти речь?

— Это вопрос рынка. Все зависит от цены на вторсырье. Например, в ряде западных стран еще недавно закупочная цена тонны макулатуры составляла $140, сейчас она составляет $62. К тому же, чем лучше выстроен процесс сдачи и утилизации, тем ниже цена и, соответственно, отчисления.

— Пока нет соответствующего закона и мало ясности в вопросе компенсаций переработчикам, город каким-то образом может их поддержать?

— Конечно. Это касается прежде всего налогообложения и арендной платы. Существуют также программы поддержки малого бизнеса. В рамках этой программы можно получать льготные кредиты.

— А госзаказ на вторичные ресурсы, о котором говорят многие переработчики, — это мера?

— Без этого тоже невозможно. Потому что если мы говорим об экологии, то использование вторичных ресурсов должно быть в приоритете. И правительство должно быть провайдером этого дела. Вторичные ресурсы должны иметь приоритет на конкурсах, тогда бизнес будет заинтересован в их использовании. Например, мы обсуждаем в КБДХ использование присадок при строительстве дорог.

— Предприятий по переработке автомобилей в городе достаточно для реализации программы утилизации?

— Да. Свое участие в пилотной программе уже подтвердили такие переработчики лома, как ЗАО «Авантек», чей завод находится в Ленобласти, ЗАО «Вторчермет», ООО «Севзапсталь», ООО «Гранит». Среди переработчиков резины — ЗАО «Эласт», ООО «Интегра», ООО «Экопромтехнологии». Утилизацией аккумуляторов хотят заняться ГУП «Экострой» и ООО «Эргопроект». Принимать технические жидкости будет ГУП «Полигон „Красный Бор“». Переработкой стекла займутся ООО «ВМР» и ОАО «Российская стекольная компания», переработкой пластмасс — ГУП «Экострой» и ОАО «Пластполимер». Все эти предприятия ежегодно могут перерабатывать по 100 тыс. автомобилей.

— А сколько всего в городе автомобилей, подпадающих под программу утилизации?

— По нашим данным, в Петербурге и Ленобласти утилизации подлежат около 160 тыс. авто. Сколько еще автохлама сейчас стоит в гаражах, оценить невозможно. На наш взгляд, в первую очередь, на переработку потекут именно эти автомобили, которые уже не на ходу. Правда, с тех, что еще на ходу, люди наверняка перед сдачей в утилизацию будут снимать все что можно. И после этого они тоже, наверное, едва ли будут на ходу.

— Петербург запросил в Минпромторге квоту на утилизацию в следующем году 40 тыс. авто. Как выводилась эта цифра?

— Мы исходили из средних показателей продаж автомобилей в Петербурге. В этом и следующем годах в городе будет продано около 150 тыс. авто. Одна треть из них — автомобили отечественного производства, которые подпадают под программу. Но это приблизительные расчеты. Недавно количество регионов, в которых будет реализовываться эта программа, увеличилось почти вдвое. Поэтому наша квота в итоге будет, вероятно, все же меньше, чем 40 тыс. авто.

— Дилеры будут участвовать в этой программе по желанию?

— Обязать их никто не может. Это вопрос стимулирования. Всем должно быть выгодно.

— Но для них она пока непонятна...

— Казалось бы, для них это сделано. Но, по сути, не для них. Это сделано для автомобильных заводов. Дилеры покупают машины у заводов. Так кому этот сертификат нужен — заводу или дилеру? Сертификат будет компенсировать «выпавшие доходы производителя». Дилеров также беспокоит, что компенсацию из бюджета невозможно будет получить, если есть задолженность по налогам или даже их переплата. На мой взгляд, компенсации, наоборот, необходимо будет выплачивать быстрее, чтобы у дилеров были деньги на оплату налогов.

— Деньги дилерам будут идти через региональный бюджет или федеральный?

— Пока неизвестно. Надо дождаться подписания постановления правительства, где все будет прописано. Практика показывает, что проекты постановлений зачастую кардинально отличаются от их конечной версии. Там могут появиться принципиальные правки, неслучайно Минпромторг собирал предположения у регионов. Сейчас всем заинтересованным сторонам важно понимать, что в рамках этой программы государство будет давать, а не забирать деньги.

МАКСИМ ВЕРТМАН

КОНТЕКСТ

Nissan увеличит количество моделей, выпускаемых в Петербурге

Петербургский завод Nissan собирается расширить выпускаемый предприятием модельный ряд в конце следующего — начале 2011 года, заявил на днях генеральный директор «Ниссан Мотор Рус» Франсуа Гупиль де Буйе. Однако решение о том, какая это будет модель, на сегодняшний день еще не принято. При этом глава «Ниссан Мотор Рус» заверил, что в среднесрочной перспективе модельный ряд Nissan российского производства будет расширяться «еще сильнее». Господин Гупиль де Буйе также добавил, что расширение модельного ряда на заводе в Санкт-Петербурге будет идти параллельно с развитием локализации и поиском местных поставщиков. По его словам, уровень локализации автомобилей Nissan российского производства в течение нескольких лет планируется довести до 50%. Петербургский завод Nissan запустил производство в начале июня этого года. Сейчас предприятие выпускает седаны Teana и кроссоверы X-Trail. Цена российской Teana начинается от 892 тыс. рублей, в максимальной комплектации автомобиль стоит 1,3 млн рублей. Это на 8–10% дешевле японских Teana, которые компания продавала до начала их производства в Петербурге, даже с учетом скидок. Но для X-Trail компания выбрала другую ценовую политику. Сперва петербургские X-Trail должны были стоить от 1,147 млн рублей до 1,378 млн рублей. При этом стоимость японских X-Trail, которые продавались в России до начала их производства в Петербурге, хотя и со скидками, начиналась от 873 тыс. рублей. Но позже компания решила исправить такой ценовой разрыв и понизила цены в среднем на 100 тыс. рублей. В итоге дилеры сейчас продают российские X-Trail от 1,049 млн рублей до 1,289 млн рублей.

В июне этого года генеральный директор «Ниссан Мануфэкчуринг Рус» Фудзио Хосака сказал, что на предприятии может начаться выпуск автомобилей Renault. Но представители городской администрации говорят, что компания уже отказалась от этой идеи и третья модель, которую освоит предприятие, также будет выпускаться под брендом Nissan. Мощности завода рассчитаны на выпуск 50 тыс. авто в год. Но сейчас, по оценке участников рынка, он выпускает лишь 300–500 авто в месяц. **Михаил Серов**

СТРАХОВАЯ ГРУППА МСК

МСК МОСКОВСКАЯ СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Специальное предложение на КАСКО

ЭКОНОМИЯ до 35%

при пролонгации БЕЗУБЫТОЧНОГО полиса ЛЮБОЙ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ.

Выплаты без справок из ГИБДД до 30 000 рублей.

(812) 324-03-00

www.mosinsur.ru

Санкт-Петербург, ул. 2-ая Советская, д.27/2

Лицензия С № 3259 77 ФССН РФ

Санкт-Петербургский филиал ОАО «МСК». Реклама

МСК МСК-СТАНДАРТ МСК-ДИРЕКТ МСК-ЛАЙФ МОСКВА РЕ SOVITA ПСК

Кризис сделал каско лучше

О том, как за кризисный год изменился рынок автострахования рассказывает руководитель Северо-Западного дивизиона Группы Ренессанс страхование Павел Муретов.

Руководитель Северо-западного дивизиона Группы Ренессанс страхование Павел Муретов

— Как сказался текущий финансовый кризис на страховой отрасли в целом и вашей компании непосредственно?

— Влияние мирового кризиса ощутимо во всех секторах экономики, и страхование, к сожалению, не стало исключением. По итогам 9 месяцев сборы на российском страховом рынке снизились на 9%. В первую очередь такая динамика обусловлена снижением объемов кредитования и как следствия бизнеса, поступавшего через этот канал, а также ростом спроса на бюджетосберегающие опции, что, соответственно, влияет на суммарные показатели по сборам. Тем не менее, ни мировой финансовый кризис, ни снижение объемов бизнеса, поступающего через банковский канал, не помешали Группе Ренессанс страхование успешно реализовать, поставленные задачи — повышение эффективности бизнеса и прибыльности каждого из его направлений. Для этого мы снизили издержки, сократили инвестиционные бюджеты, приостановили агрессивный рост. Сегодня на повестке дня вопрос выживания бизнесов, а не соревнований, кто больше.

— Какие направления работы страховых компаний оказались наиболее подвержены влиянию финансового кризиса?

— Из-за замедления рынка автокредитования сократились и продажи новых машин, по данным Ассоциации европейского бизнеса, только в первом полугодии снижение составило почти 50%. Тем не менее, не стоит забывать, что кредиты выдавались на несколько лет, поэтому существенного сокращения рынка не произошло. Кроме того, в период нестабильности люди стали внимательнее относиться к потенциальным рискам, связанным с их имуществом. За счет этого начала расти доля страхования подержанных машин. При этом из-за снижения продаж новых авто сместились акценты и в работе дилеров. Теперь их бизнес в большей степени зависит от качества работы станций техобслуживания, от ремонта машин, а не от объемов продаж. В результате роста конкуренции в этом сегменте заметно возрос уровень сервиса, а соотношение цены и качества услуг стало более адекватным. В конечном итоге от этих процессов клиенты только выигрывают.

— Какие варианты экономии предлагает Группа Ренессанс страхование?

До недавнего времени у большинства страховых компаний были относительно одинаковые продукты, которые, по сравнению с предложениями на развитых рынках, были примитивными и не отвечали требованиям отдельных клиентских групп. Выбирать можно было только между брендами, ценой и степенью надежности компаний. Теперь же участники рынка перешли к сервисной конкуренции, также широкое распространение получили бюджетосберегающие опции и франшизы. Мы недавно расширили возможности их применения, в частности, добавив «персональную» франшизу на водителя. Это идеальное решение для тех, кто хочет вписать в полис неопытного водителя, не сильно переплачивая при этом. Кроме того, существенно сэкономить на каско позволяет новое предложение нашей компании — защита только от угона и полной гибели машины, что интересно для опытных водителей, уверенных в своем мастерстве. Это нововведение позволит сэкономить 70% от стоимости полиса по риску ущерб. Также минувший год принес на наш рынок прямое страхование — возможность купить полис через интернет или по телефону. Ренессанс страхование первой среди универсальных крупных участников рынка запустила проект по продаже полисов он-лайн и колл-центр — Ренессанс Direct. Обращение в компанию напрямую позволяет сэкономить примерно 20% от стоимости полиса. Кроме того при выборе условий страхования на сайте клиент может выбрать наиболее оптимальный для него вариант возмещения как с точки зрения цены, так и удобства — ремонт у дилера по направлению компании или по собственному выбору, выплата по калькуляции и выплата с учетом износа. При этом и к так называемым официальным дилерам и к неаккредитованным при дилерах станциям техобслуживания мы предъявляем единые высокие требования по качеству.

— Как будет развиваться рынок страхования каско до конца этого года и в следующем?

— В этом году ситуация на страховом рынке вряд ли уже кардинально изменится. Положительная динамика появится вслед за восстановлением благоприятной рыночной конъюнктуры и возобновлением роста кредитования, который в следующем году, по прогнозам ЦБ, может составить 12–15%. В результате к прежним объемам начнет возвращаться и бизнес по страхованию залогов, что в значительной степени отразится и на динамике рынка в целом. У меня консервативный взгляд на 2010 год. Возможно, оживление наступит в конце года. Инерция на страховом рынке очень сильная, восстановление будет медленным.

ООО «Группа Ренессанс Страхование», Лиц. С № 1284 77 от 13.02.06 выд. ФССН. Реклама

Тюнинг на замену

Владельцы дорогих иномарок не спешат менять машины, но тратятся на их обновление

смежные отрасли

Рынок тюнинга, который еще не успел сформироваться в России, из-за кризиса претерпел структурные изменения. Сфера практически полностью потеряла владельцев недорогих авто, которые на тюнинг тратили мало, но составляли половину клиентов большинства компаний. Ориентированные на них фирмы, не проявившие гибкость, ушли с рынка. Но многопрофильным тюнинг-ателье, рассчитанным на богатых клиентов, кризис, напротив, помог. Владельцы дорогих иномарок, экономя на замене автомобиля, обновляют с помощью тюнинга старые машины. Впрочем, некоторые эксперты считают, что на пути развития тюнинга появляются и более серьезные препятствия, чем кризис.

Ситуация на рынке тюнинг-услуг в период кризиса характеризуется резким снижением спроса среди представителей среднего класса, говорят участники рынка. «Раньше около 60 процентов клиентов нашей компании составляли владельцы машин стоимостью до 600 тысяч рублей», — сообщил Эдуард Рассказов, генеральный директор интернет-магазина Tuning Speed. Значительное снижение обращений со стороны владельцев бюджетных авто отмечают и в компании «А1 Авто». У таких клиентов не стало лишних денег, поэтому тюнинг ими сейчас не востребован, отмечают эксперты. Это привело к тому, что с рынка ушли многие небольшие компании, которые предоставляли узкий набор недорогих (в пределах 5–10 тыс. рублей) тюнинг-услуг, связанных прежде всего с простейшим дизайном интерьера и экстерьера машин. Но некоторым таким фирмам выжить помогла гибкость. Так, компания Car's Interior, специализирующаяся на перетяжке автомобильных салонов, занялась также пошивом чехлов для маршруток и такси.

Зато почти не сократилось число клиентов с дорогими автомобилями, говорит специалист «А1 Авто» Антон Шишкин. Стало меньше бизнесменов, но чиновники продолжают приезжать, поясняет Станислав Нилов из Car's Interior. Кризис также не влияет на автоспортсменов, владеющих преимущественно японскими автомобилями. «Среди них спрос остается стабильным», — сообщила Рина Карицкая, руководитель отдела рекламы компании «АвтоСпортТюнинг».

Впрочем, в некоторых фирмах отмечают, что на смену владельцам недорогих автомобилей приходят собственники подержанного (в возрасте до трех лет) премиум-класса ценой от 700 тыс. рублей до 1,5 млн рублей. «Наступило время рационального расходования средств: вложив 100–150 тыс. рублей в доработку своего авто, люди сейчас рассчитывают поездить на нем еще два-три года, — говорит Олег Паничевский, генеральный директор компании Fantuning. — Если раньше мы делали проекты для пяти клиентов со средним бюджетом 20 тыс. рублей, то сейчас у нас может быть два клиента с бюджетом до 100 тыс. рублей».

Однако кризис отступает, и к весне в тюнинг-ателье ждут оживления интереса со стороны прежней «бюджетной» массы клиентов, которые при наличии свободных денег захотят обновить свои авто с помощью стайлинга, хотя прежде большей популярностью пользовались более дорогие аэродинамические обвесы. «Установка ряда декоративных элементов для улучшения внешности автомобиля — наиболее популярный сейчас вид тюнинга на рынке», — говорит Эдуард Рассказов. Весной активизируются и автоспортсмены, добавляет Рина Карицкая. В связи с принятием закона, который позволяет регионам существенно поднимать транспортный налог, в «А1 Авто» фиксируют также увеличение спроса на чип-тюнинг, который позволяет сделать автомобиль мощнее, не увеличивая при этом дорогостоящие лошадиные силы.

При этом не в каждой компании ждут возвращения владельцев недорогих машин. По мнению этих специалистов, такие клиенты не приносят большой прибыли и торгуются по всем позициям, а если их машина куплена в кредит и есть риск потерять после тюнинга гарантию, то проблем еще больше.

Но кризис — не единственный фактор, который может существенно повлиять на бизнес в сфере тюнинга в дальнейшем. Так, по мнению господина Рассказова, автопроизводители сейчас создают все более совершенные автомобили и с точки зрения дизайна, и по наличию всевозможных технических новинок. И придумывать для таких машин какие-то доработки, по его мнению, все сложнее. Впрочем, оппоненты господина Рассказова считают, что клиенты, владеющие даже недорогими машинами, желающие привнести в них элементы эксклюзивности, будут существовать всегда. Главное придумать, что им предложить.

Кроме того, не освоенными тюнинг-компаниями остаются и российские регионы, где интерес к их услугам начал появляться недавно. В Москве и Петербурге работать уже сложно, клиенты в этих городах пресытились, говорят участники рынка. Но тюнинг — это бизнес, который строится, прежде всего, на владельцах подержанных машин, которых в регионах значительно больше, чем в столицах. Регионы имеют большие перспективы для тюнинг-компаний. Если в крупных городах поклонники тюнинга зачастую не знают, чего хотят, потому что многое уже попробовали, то в регионах хотят чего угодно, потому что тюнинг там только появляется.

ЕКАТЕРИНА БРЫНДИНА

Уходящий страх

способствует новому переделу страхового рынка

автострахование

Участники рынка констатируют, что рынок страхования легкового транспорта стабилизировался, а ряд из них даже отмечают небольшой рост показателей, который произошел за счет ухода с рынка конкурентов. Пытаясь обернуть тенденцию передела рынка в свою пользу, многие компании стремятся всеми силами быстро нарастить свой портфель, реализуя новые маркетинговые программы и используя демпинг.

То, что падение автомобильного рынка утянет за собой всех кого можно, было понятно с самого начала. По данным Российского союза автостраховщиков (РСА), за текущий год 18 крупных страховых компаний прекратили свое существование. У большинства из них просто закончились деньги, и они были вынуждены объявить себя банкротами.

Объем рынка в денежном выражении упал тоже, однако страхование транспортных средств показало результаты лучше, чем многие другие сегменты. По данным «Эксперт РА», в России по итогам первого полугодия 2009 года падение рынка страхования автокаско составило 16% — 68,2 млрд руб. против 81,5 млрд руб. в 2008 году. При этом, по сравнению с тем же периодом 2007 года, в первом полугодии 2009 года рынок даже вырос на 20%. Сейчас страховщики говорят о том, что начинают чувствовать положительные тенденции. «Ситуация за последние месяцы стабильна, хотя в целом по сравнению с прошлым годом сборы по автокаско несколько снизились — чувствуется влияние кризиса», — говорит Павел Муретов, руководитель Северо-Западного дивизиона компании «Ренессанс Страхование».

Жизнь за счет ОСАГО

Если говорить о рынке Петербурга, то его участники отмечают, что в целом обязательное ОСАГО сохранило свои позиции, а негативная динамика наблюдалась только в секторе КАСКО, на котором крайне негативно сказалось падение продаж новых кредитных автомобилей. В то же время продажи подержанных авто продолжали идти почти прежними темпами. Например, по словам Олега Волошина, заместителя директора Санкт-Петербургского филиала ОАО «МСК», показатели сборов его компании по ОСАГО за 9 месяцев 2009 года даже существенно увеличились — на 19%.

Однако если рассматривать результаты работ каждого страховщика в отдельности по итогам 9 месяцев, можно увидеть, что показатели сильно разнятся. Как отмечает Андрей Александров, директор филиала ОСАО «Ингосстрах» в Петербурге, ряд небольших региональных компаний, а также страховщики, сделавшие ставку на обязательные виды, получили в итоге убытки по ОСАГО ввиду увеличившегося объема выплат. Сборы страховщиков Северо-Запада за 8 месяцев 2009 года упали на 10,4% — до 29,3 млрд рублей. При этом выплаты увеличились на 30,4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — до 18 млрд рублей (сказались рост стоимости нормо-часа и подорожание запчастей, закупаемых за валюту). Такие изменения стали особенно критичны для тех компаний, чей портфель состоял из КАСКО и ОСАГО на 80–90%. «В то же время крупные игроки, имеющие стабильные позиции на рынке и высокую диверсификацию бизнеса, смогли обеспечить рост не только по ОСАГО, но и по добровольному КАСКО, — продолжает господин Александров. — В частности, в третьем квартале прирост филиала ОСАО „Ингосстрах“ в Петербурге в секторе КАСКО достиг 23 процентов — по отношению к третьему кварталу 2008 года. Это стало возможным благодаря дополнительному притоку новых клиентов».

Другие участники рынка также говорят, что рынок возобновил рост, причем для многих он стал особенно заметен, благодаря уходу с рынка ряда конкурентов. Кроме того, начался активный передел рынка — например, недовольные низкими выплатами клиенты меняют компании, что для других также дает дополнительные возможности для роста. По мнению экспертов, эта тенденция продолжится и в 2010 году.

«У нас объемы страхования по автотранспорту, безусловно, увеличились, — говорит Алина Кунакова, заместитель директора филиала „РЕСО-Гарантия“ в Петербурге. — Но это произошло не из-за роста страхового рынка, а из-за перехода к нам на страхование клиентов из других страховых компаний. Отчасти это произошло в результате демпинговой политики других страховых компаний годом раньше (у клиентов возникли сложности с выплатами), а отчасти в связи с переходом продавцов из других страховых компаний и их переводом в „РЕСО-Гарантию“ своей клиентской базы».

Демпинг и прочие радости

Демпинг действительно стал популярным способом быстро нарастить портфель. Однако подходит он не для всех, особенно, это касается так называемых страховых брокеров — то есть посредников, как правило, не имеющих достаточной «подушки безопасности», а, соответственно, и возможностей демпинговать. Именно они начали уходить с рынка первыми. Тем не менее новые продукты и предложения страховщики начали выводить на рынок более активно. «Несмотря на кризис, рынок страхования не стоит на месте, он развивается, появляются новые возможности для страховщиков и клиентов», — говорит Андрей Александров.

Как правило, страховщики сегодня предлагают скидки водителям с большим опытом, не участвовавшим в ДТП. «У нас, например, сейчас действует новая программа Old, которая рассчитана на аккуратных водителей, еще не являющихся ее клиентами, но желающих приобрести страховку в МСК, — рассказывает Олег Волошин. — При покупке полиса КАСКО водители, которые не являлись участниками ДТП за прошедший год, платят на 35 процентов меньше».

Кроме того, участники рынка стали активнее предлагать воспользоваться пакетами с франшизой. Например, в ассортименте «Ингосстраха» действует программа «Автопрофи», рассчитанная также на опытных водителей. Павел Муретов говорит, что в «Ренессанс Страховании» основных новинок три: выбор опций в продукте КАСКО, персональная франшиза и страхование только от угона и уничтожения. «Наш продукт автокаско, разработанный с учетом спроса на бюджетные программы страхования, позволяет варьировать сервисные опции, входящие в пакет, — рассказывает он. — Введен новый вариант франшизы — персональная, для конкретного водителя. А страхование только от угона и уничтожения позволяет сэкономить до 70 процентов стоимости полиса».

Другое направление — разработка новых программ для владельцев дорогих автомобилей. К примеру, в МСК действует новый VIP-сервис (при стоимости застрахованного автомобиля более 1,5 млн руб.). Помимо общих условий, он, например, предполагает возмещение ущерба в размере до 30 тыс. руб. без справок из ГИБДД (один раз за весь период страхования). По словам Андрея Александрова, директора филиала ОСАО «Ингосстрах» в Санкт-Петербурге, в его компании запущена похожая программа «Платинум» — для владельцев автомобилей стоимостью свыше 2 млн руб. и сроком эксплуатации не более пяти лет

МАРГАРИТА АРАНОВСКАЯ

Лизинг катится налегке

Его объемы по итогам года сократятся минимум в три раза

ЛИЗИНГ

Рынок лизинга транспортных средств, по прогнозам, в этом году, по сравнению с прошлым, снизится в несколько раз. При этом у многих компаний выросла доля лизинговых сделок с легковым транспортом — этот сегмент оказался наиболее универсальным и высоколиквидным видом имущества. Поэтому игроки рынка намерены и дальше наращивать свой портфель за счет таких сделок, активизируя в этом направлении маркетинговую активность.

Лизинговые компании можно смело отнести к наиболее пострадавшим от кризиса — даже по самым оптимистичным прогнозам экспертов, объем нового бизнеса по итогам 2009 года сократится в России как минимум в три раза по сравнению с 2008 годом. По данным «Эксперт РА», по итогам первой половины 2009 года, сумма новых сделок на рынке составила 90,1 млрд руб. по сравнению с 430 млрд руб. за аналогичный период 2008 года, то есть сократилась почти в пять раз. Фактически рынок отбросило на несколько лет назад — такой объем нового бизнеса примерно соответствует результатам работы рынка в первом полугодии 2005 года. При этом 20 из 37 сегментов лизингового оборудования в первой половине 2009 года показали сокращение объема сегмента на 80% и более. Всего 4 сегмента сохранили положительные темпы прироста — медицинская техника, оборудование для добычи полезных ископаемых (кроме нефти и газа), оборудование для производства бумаги и картона, а также оборудование для развлекательных мероприятий.

Падение оборотов

Неудивительно, что портфель сделок у большинства игроков рынка, даже переживших пик кризиса, сократился в разы. С началом изменения экономической ситуации многие игроки рынка были вынуждены приостановить ряд своих программ, например, больше всего это коснулось финансирования малых и средних предприятий. Однако они все же надеются на то, что лизинговый рынок начнет расти прежними темпами при условии восстановления деловой активности и размораживания инвестиционных проектов. Свою роль здесь должна сыграть и поддержка бизнеса государством.

При этом все большую долю в портфеле лизинговых компаний начинают занимать сделки с легковым транспортом — по словам участников рынка, количество сделок с ним, хоть и тоже пережило сильнейшее падение (в разных компаниях в 4–6 раз), но оно оказалось все же меньше, чем у других видов. Объясняется это тем, что этот сегмент всегда пользовался большим спросом у бизнеса самой различной направленности — клиентами лизинговых компаний могут стать предприятия самого различного профиля — это транспортные компании, предприятия оптовой и розничной торговли, пищевой промышленности, энергетики, сферы обслуживания и пр. А многие из этого перечня пережили кризис почти без ощутимых потерь. Кроме того, легковой транспорт — это высоколиквидный вид имущества, отличающийся от остальных невысокой стоимостью.

«За 9 месяцев 2009 года у нас было заключено на 85 процентов договоров финансовой аренды легкового транспорта меньше, чем за тот же период 2008 года, — признает Роман Маланин, генеральный директор „ПН-Лизинг“. — Тем не менее, в структуре нового бизнеса компании „ПН-Лизинг“ доля лизинга легковых автомобилей выросла до 50 процентов от суммы всех заключенных договоров за 9 месяцев 2009 года, в то время как по результатам аналогичного периода 2008 года этот показатель был равен 20 процентов».

Конечно, такой перевес наблюдается не у всех игроков рынка, так как они по-разному ориентированы и отличаются разной степенью диверсификации. По словам Михаила Лыскова, начальника отдела лизинга автотранспорта группы компаний «Балтийский лизинг», легковой и грузовой автотранспорт также занимают наибольший процент в объеме нового бизнеса, при этом их суммарная доля составляет 30%. Также он отмечает, что в Петербурге сегмент автотранспорта пережил меньшее падение, чем в других регионах.

«В целом по группе компаний „Балтийский лизинг“ объемы лизинга автотранспорта за 9 месяцев 2009 года упали в четыре раза по сравнению с аналогичным периодом 2008, — рассказывает господин Лысков. — Однако если говорить о Петербурге, то количество сделок и объем нового бизнеса по лизингу автотранспорта сократились примерно в два раза. Из-за резкого снижения сделок с грузовым и специальным транспортом (тягачи, самосвалы, краны, автобетоносмесители и т. п.), которые стоят дороже относительно другого вида техники, сократилась и средняя сумма сделки».

Свет в конце тоннеля

В целом эксперты отмечают, что спрос на легковой и легкий коммерческий автотранспорт одним из первых пришел к определенной стабилизации, не говоря уже о том, что с возобновлением рыночной активности во второй половине 2009 года наметились и некоторые позитивные тенденции. За последние несколько месяцев на рынке лизинга автотранспорта сохраняется стабильный, хотя еще и довольно низкий спрос, но уже есть небольшая тенденция к его увеличению.

«Во второй половине 2009 года наметилось улучшение ситуации, и объемы начали расти по сравнению с первой половиной года, — говорит Вячеслав Спиров, руководитель направления лизинга автотранспорта и строительной техники ГК „Интерлизинг“. — Также значительно увеличилось количество обращений потенциальных клиентов». По словам Романа Маланина, «ПН-Лизинг» сейчас возобновляет активную работу с малыми и средними компаниями, которое была вынуждена приостановить.

При этом многие игроки рынка отмечают, что кризис внес и ряд благоприятных изменений в их работу. «Кризисные явления в экономике послужили толчком к положительным изменениям в компании в плане раскрытия внутренних резервов, совершенствования бизнес-процессов, повышения общей эффективности», — продолжает Вячеслав Спиров. В случае восстановления экономики уход конкурентов также дает оставшимся игрокам определенные возможности для расширения влияния.

Об оживлении на рынке говорит и тот факт, что участники рынка, следуя основным тенденциям, разрабатывают новые программы для лизинговых сделок. При этом многие из них касаются как раз автотранспорта. Большинство новых предложений отличаются упрощенными или смягченными требованиями к пакету документов (например, от лизингополучателя не требуется их нотариального заверения), а также более высокой скоростью принятия решения о финансировании. Например, в «Балтийском лизинге» действует новая программа «Формула Вашего успеха» (при финансировании в рублях — срок до трех лет и аванс от 10%), в «Интерлизинге» — две новых программы: «Стандарт автолизинг» и «Экспресс автолизинг» (аванс от 20%, максимальный срок финансирования также три года), в «ПН-Лизинг» также действует новая программа с авансом 25–30% и сроком финансирования до четырех лет.

МАРГАРИТА АРАНОВСКАЯ

ПОЖАЛУЙ, ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ В РОССИИ!
ВСЕ АВТОМОБИЛИ В НАЛИЧИИ
ОЛИМП
официальный дилер MERCEDES-BENZ
цены от 770 000 руб.
тел. 321-21-21
www.olimp-auto.ru

ОЛИМП ЦЕНТР
официальный дилер HYUNDAI
цены от 299900 руб.
тел. 326-40-04
www.olimp-center.ru
Санкт-Петербург, ул. Исполкомская, 15
РЕКЛАМА