



миальных марок и компании с небольшой строительной нагрузкой, а следовательно, с минимальной и кредитной нагрузкой. Все это вопрос стратегии развития компании, отмечают участники рынка.

Еще несколько лет назад дилеры перестали «складывать яйца в одну корзину», стараясь расширить свой портфель брендов. Началась гонка за франшизы. Например, компания «Аларм-Моторс» долгие годы была монобрендовым дилером Ford, но за последние годы добавила Kia, Peugeot и SsangYong.

Не все в этом году выдержали гонку без потерь. Интенсивно развивавшийся автохолдинг PPT в этом году остался без двух брендов. Автоцентры GM были проданы в рамках реструктуризации долгов перед банком «Санкт-Петербург». Кроме того, компания «Skoda Auto Россия» расторгла договор с холдингом по продаже автомобилей бренда в Петербурге.

Инвестиционная программа PPT стоимостью 6 млрд рублей, которую компания реализовывала с 2009 года, в этом году завершилась. По ее итогам число собственных дилерских центров PPT в России выросло до 27. Проекты частично финансировали банк «Санкт-Петербург»,

Сбербанк и СЗРЦ ВТБ. Проблемы PPT произошли именно из-за серьезной кредитной нагрузки, объясняют участники рынка. Такая стратегия вполне могла бы привести к успеху на растущем рынке, полагают они.

«Все банки устроены одинаково. Когда ситуация на рынке благополучная, они сами идут к клиенту и просят взять кредиты. А как только обстановка меняется, они просят дополнительных гарантий», — говорит господин Седов.

«Кредитная нагрузка, как и у всех дилеров, у нас довольно высокая. Финансировать проекты из прибыли тяжело. Другое дело, какие модели развития дилеры выбирают для себя. Кто-то больше рискует, кто-то меньше. Наша кредитная нагрузка растет, так как мы активно инвестируем в реконструкцию дилерского центра Audi», — рассказывает Вячеслав Жигалов.

Вообще, к новым проектам дилеры подходят крайне осторожно. Компания «Феникс», например, завершает экспертизу участка в Приморском районе, который купила еще до кризиса. При этом решение о строительстве дилерских центров Suzuki и Seat компания еще не приняла. Стройке быть, если за зиму ситуация на

рынке изменится в лучшую сторону.

ОЖИДАЕМЫЙ МИНУС Генеральный директор агентства «Auto-Dealer-СПб» Михаил Чаплыгин полагает, что по итогам года объем продаж автомобилей в Петербурге составит 200–205 тыс. новых легковых и легких коммерческих автомобилей. «Осенью в Петербурге стабильно продается больше 17 тыс. автомобилей. Подобная динамика с учетом традиционных маркетинговых акций дилеров в конце года и завершением программы льготного автокредитования позволят авторынку перешагнуть отметку в 200 тыс. Но при этом итоговый результат будет меньше данных прошлого года на 3–5 процентов», — рассуждает эксперт.

С такими прогнозами соглашаются и дилеры, на протяжении всего года предсказывавшие петербургскому рынку падение на 5%.

Несмотря на падение продаж и некоторые колебания в производстве, автопром в целом чувствовал себя уверенно. В начале года Nissan вводил сокращенную рабочую неделю, завод GM уходил на нетрадиционно долгие летние каникулы, продлившиеся месяц, Ford сокращал производство осенью. При этом не было глобальных остановок, и по результатам всего года спада не произошло. Так, в этом году объем производства легковых автомобилей в Петербурге составит около 390 тыс. штук. Тем самым автокластер повторит прошлогодний результат, говорит господин Чаплыгин. По его словам, спрос на массовые петербургские модели на данный момент позволяет рассчитывать на подобный объем выпуска машин.

Несмотря на некоторое падение продаж, практически все автозаводы объявили о расширении производств, поскольку у автоконцернов есть соответствующие обязательства перед городом. Так, «Тойота Мотор Мануфэкчуринг Россия», единственный петербургский автозавод, работающий не на пределе своих мощностей, заявляет о наращивании объемов производства. Мощности завода будут удвоены до 100 тыс. автомобилей в год. В 2016 году на заводе начнется производство текущего поколения кроссовера RAV4. К 2015 году General Motors и Nissan расширят мощности до 230 тыс. и 100 тыс. авто в год соответственно.

Сегодня GM производит около 20% в общем объеме производства автомобилей в городе. Примерно по 10% делят между собой заводы Toyota и Nissan. Наибольшую долю петербургского автопроизводства — около 60% — занимает Hyundai. Тем не менее это единственный автозавод в Петербурге, не объявивший о расширении, несмотря на устойчивые продажи выпускаемых на предприятии Hyundai Solaris и Kia Rio.

«Земельный участок, который находится в собственности Hyundai, позволяет компании расширить производственные мощности в два раза. С учетом того, что это единственный завод концерна в России, нельзя исключать того, что в ближайшее время инвестор объявит о планах строительства второй очереди. Кроме того, не стоит забывать и о действующем соглашении с правительством РФ, по которому концерн в будущем должен выпускать в стране не менее 350 тыс. автомобилей. Запуск второй очереди как раз позволит Hyundai выполнить обязательства», — рассуждает Михаил Чаплыгин. ■

**ДОРОЖНОЕ
СТРОИТЕЛЬСТВО
И РЕМОНТ**

ВАЛЕРИЙ АБРАМОВ,
генеральный директор
ЗАО «ВАД»

СЕРГЕЙ БАРЧЕВСКИЙ,
генеральный директор
ОАО «Мостостроительный
отряд № 19»

МЕВЛУДИ БЛИАДЗЕ,
генеральный директор
ЗАО «Пилон»

ИГОРЬ БУКАТО,
председатель совета директоров
ЗАО «ПО „Возрождение“»

ЛЕОНИД ГИНДИН,
генеральный директор
ЗАО «АБЗ-Дорстрой»

ВИКТОР КУДРИН,
генеральный директор
ОАО «Генеральная
строительная корпорация»

АНТОН НОВИКОВ,
генеральный директор
ОАО «Мостостроительный
трест № 6»