«ЛЮДИ МОЮТСЯ, А Я ЗАРАБАТЫВАЮ»

В 2011 ГОДУ КОМПАНИЯ «РОСТА» НАЧАЛА РАЗВИТИЕ НА РЫНКЕ АВТОМОЕК САМООБСЛУЖИВАНИЯ. СЕЙЧАС, ГОВОРИТ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПРЕДПРИЯТИЯ РОМАН МАЦАРИН, СРОК ОКУПАЕМОСТИ АВТОМОЙКИ В ПЕТЕРБУРГЕ УВЕЛИЧИЛСЯ ВДВОЕ, СОКРАТИЛОСЬ КОЛИЧЕСТВО ИНТЕРЕСНЫХ «ПЯТЕН» ПОД РАЗМЕЩЕНИЕ ТАКИХ ОБЪЕКТОВ. В ПЛАНАХ КОМПАНИИ — ДИВЕРСИФИКАЦИЯ БИЗНЕСА В СТОРОНУ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА, РЕСТОРАННЫХ ПРОЕКТОВ И НОВОГО ДЛЯ ПЕТЕРБУРГА ФОРМАТА ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ ОПРАВДАННОСТЬ КОТОРЫХ ТОЛЬКО ОБСУЖДАЕТСЯ С ПРАВИТЕЛЬСТВОМ ГОРОДА. МАРИНА КОСТЮКЕВИЧ



ПЕТР КОВАЛЕВ

BUSINESS GUIDE: Каковы масштабы бизнеса компании «Роста» в текущий момент?

РОМАН МАЦАРИН: В Петербурге мы построили около 30 объектов. Еще пять автомоек собираемся запускать осенью — в Петербурге, Ростове, Тольятти, Подмосковье и Кингисеппе. Еще семь находятся в процессе. Не знаю, успеем ли мы их открыть в этом году — все очень быстро меняется.

BG: Что вы имеете в виду под быстрыми изменениями?

Р. М.: Стало больше согласований. Казалось бы, ничего сложного в установке автомойки нет — плита, верхний каркас и все. А у нее согласований практически как у объекта капитального строительства. Сейчас мы обычно управляемся за три-четыре месяца, но если бы согласовывали как капитальное сооружение, то срок открытия увеличился бы до года. Из-за ужесточения экологических, технических и налоговых требований к проектам приходится в каждый комплекс закладывать на 30% средств больше, чем в 2011 году. К примеру, возьмем участок, где воды нет вообще. Надо эту воду либо согласовать и купить на нее лимиты — с учетом всей официальной документации на это уходит до 3,5–5 млн рублей, либо сделать прокол для скважины — это стоит около 3,5 млн рублей. Если вода жесткая, то нужны деньги на дополнительные фильтры.

BG: Для компании приоритетнее строительство объекта или продажа оборудования для его возведения?

Р. М.: Упор — на строительство объектов «под ключ» — от согласования, строительства до управления и обслуживания. Естественно, мы не отказываемся от поставки оборудования, но это маленький процент от нашей деятельности. Таких клиентов нам проще переключить напрямую на поставщика. Год назад мы наладили сотрудничество с российской компанией, которая собирает оборудование в Петербурге. В то же время продолжаем работать с коллегами из Германии и Польши. Заказы делаем в зависимости от локации объекта, чтобы было удобно проводить его дальнейшее техническое обслуживание. Но желающих делать автомойку своими силами, даже при наличии земли, единицы. Чаще всего у инвестора есть и возможности, и желание, и мы предлагаем либо долевое партнерство с нашим двадцатипроцентным участием, либо договор на 20% от прибыли за управление и ведение этого объекта.

BG: Землю вы покупаете или берете в аренду?

Р. М.: У нас куплен только один участок. Если мы будем закладывать в стоимость автомойки в 15–25 млн рублей еще и цену земельного участка, объект получится слишком дорогим. В среднем договор аренды заключается на 5–10 лет. Нам интересны участки со значительным машинопотоком — спальные районы, локации вблизи торговых центров.

BG: Знаете свою долю на рынке автомоек города?

Р. М.: В Петербурге мы занимаем около 25% в своем сегменте, по России — 3–4%. Раньше мы планировали строить как можно больше объектов за короткий период. Сейчас цель другая — делаем акцент на единичные проекты в максимально выгодной локации. К примеру, один участок возле крупной торговой сети в Ульяновске мы согласовываем уже семь месяцев. Раньше я бы на него даже внимания не обратил: не хотите — до свидания! Но сейчас становится действительно мало участков, которые в дальнейшем могут приносить желаемую прибыль. И если мы изначально выбираем выгодную локацию с огромным скоплением народа, которую рано или поздно все равно кто-то займет, то в любом случае остаемся в выигрыше.

BG: Сколько в сумме вы инвестировали?

Р. М.: По Питеру и Ленобласти вложено около 630 млн рублей собственных и земных средств. Сейчас мы видим перспективы активного развития в регионах. Всячески пытаемся донести это до потенциальных инвесторов и, надо сказать, небезуспешно. В скором времени стартуют стройки в Казани, Челябинске, Волгограде, Ульяновске и других городах. При этом владельцам объекта нет необходимости присутствовать на стройке — в любой точке мира они могут включить онлайн-трансляцию на своих гаджетах и наблюдать за процессом. В дальнейшем таким образом можно контролировать и работу готовой мойки.

BG: А влияет ли на бизнес погода?

Р. М.: Мы напрямую зависим от погоды. Когда идет дождь, на автомойках никто не моется. Я тоже не мою машину в дождь. Этим летом погода планы нам слегка подпортила.

BG: Как меняется прибыль, получаемая от одной автомойки?

Р. М.: В регионах, где автомоек самообслуживания до этого не было, чистая прибыль составляет около 1,5 млн рублей — столько давала автомойка в Петербурге на старте нашего бизнеса в 2011 году. Сейчас в Питере прибыль ниже — 700 тыс. рублей в месяц. Во-первых, происходит насыщение рынка. Во-вторых, рядом стоят по три-четыре мойки подряд. Не знаю, чем думали их собственники при строительстве. Но несмотря на это, мойки идут в плюс.

Меняется и срок окупаемости: раньше это было полтора-два года, сейчас — три с половиной. Изначально, когда поставщики входили на этот рынок, три с половиной года и закладывали — здесь нет чудес. Но на сегодняшний день я не знаю более прозрачного бизнеса, когда поставил объект и смотришь: люди моются, а я зарабатываю.

В то же время, помимо автомоек, нашей компании интересны инвестиции в торговые площади от 2,5 до 4 тыс. кв. м. Это небольшие центры под одного якорного арендатора — продуктовый магазин или сеть. Для нас это направление новое, но мы понимаем, как в нем работать: у нас хватает технического и административного ресурса, чтобы развиваться в нем.

BG: Приведите пример конкретного проекта.

Р. М.: Мы ведем переговоры в Омске по поводу торгового центра площадью 4,5 тыс. кв. м. В Петербурге реализовывать подобные проекты сложнее из-за недостатка участков. В регионах участки есть, а потребность выше.

BG: То есть вы диверсифицировались. Автомойки становятся не основным бизнесом компании?

Р. М.: Мы видим себя как управляющую компанию по развитию точечных проектов. Стал интересен и ресторанный бизнес, в частности фастфуд. Мы не говорим про массовый сегмент — хочется реализовать качественную бургерную. Одна из сетей готова с нами работать по франшизе. В Питере у нее два объекта, и у них очень высокая окупаемость. Но оказывается, в городе не так легко найти подходящее помещение в нужной локации.

BG: Многие бары и рестораны наоборот сейчас закрываются.

Р. М.: Все равно мы будем есть! Вопрос только в том, что мы будем есть и за сколько. Если предлагать качественный и понятный продукт, то он будет востребован. Для нас этот рынок пока что новый — время покажет, как он будет двигаться.

Также в нашей копилке есть еще один проект. Мы хотим к чемпионату мира 2018 года устанавливать в Петербурге многофункциональные остановочные комплексы, которые будут оборудованы видеокамерами, небольшим кафетерием, Wi-Fi, информационным табло, где можно посмотреть всю локацию города на разных языках и с минимумом рекламы. Прибыль в этом случае — за счет розничной торговли, для которой отводится 25 кв. м. Мы посчитали, что только за утро через такой кафетерий может пройти до 100 человек. Этого более чем достаточно, чтобы покрыть расходную часть. По нашей концепции будет построено 100 комплексов в течение пяти лет. Сумма вложения составляет около 50 млн рублей. При благоприятных обстоятельствах на окупаемость остановочный пункт выйдет уже через полгода. Поставщиков продуктов мы уже нашли. Проблема сейчас в том, что данная идея идет в разрез с нашим законодательством — на остановочном пункте нельзя вести розничную торговлю. Хотя, по нашему мнению, в преддверии чемпионата мира по футболу в городе было бы здорово расширять инфраструктуру. Вот сейчас и обсуждаем с петербургским правительством различные варианты реализации такого проекта. ■