

ПРИГОДИЛИСЬ

ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ МНОГИХ ПЕТЕРБУРГСКИХ АВТОДИЛЕРСКИХ КОМПАНИЙ СЧИТАЮТ, ЧТО СРЕДИ НИХ ПРАКТИЧЕСКИ ОТСУТСТВУЮТ УСПЕШНЫЕ УПРАВЛЕНЦЫ: НЕ ИМЕЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ, МАЛО КТО ЭФФЕКТИВНО СПРАВЛЯЕТСЯ С ПРОБЛЕМАМИ В КРИЗИС. К НЕКОТОРЫМ РУКОВОДИТЕЛЯМ УСПЕХ, ОДНАКО, ПРИХОДИТ В ДРУГИХ СФЕРАХ БИЗНЕСА ИЛИ НА ГОССЛУЖБЕ. МИХАИЛ СЕРОВ

В ходе опроса топ-менеджеров автодилерских компаний Петербурга с целью выбрать лучшего управленца выяснилось, что многие руководители считают, что успешных автодилеров в Петербурге на сегодняшний день нет. Часто звучали ответы, что «у всех бизнес едва на плаву». Некоторые руководители крупных компаний признавались, что «уже не авторитеты в этой отрасли». Другие говорили: «Почитайте обо мне в газетах, и вы поймете, кто лучший менеджер в петербургском автобизнесе». В итоге лучший менеджер все же был выбран, но осадок, как говорят, остался.

БОЛЬШИЕ НАДЕЖДЫ Отрасль действительно в полной мере ощутила на себе последствия кризиса, и руководители многих компаний оказались к ним не готовы. Долгосрочные планы по развитию разошлись с реальностью, хотя и имели множество «объективных оснований». 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



НИКОЛА ИИФАНЬЕВ
НЫНЕШНИЙ РУКОВОДИТЕЛЬ РЕН ТВ МИХАИЛ КОНЦЕРОВ СТАЛ ОДНИМ ИЗ МЕНЕДЖЕРОВ, НЕОЖИДАННО СОГЛАСИВШИХСЯ ПОКИНУТЬ АВТОМОБИЛЬНЫЙ БИЗНЕС ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРЫ В ДРУГИХ СФЕРАХ

году в России могло быть продано примерно 3,75 млн новых машин, а в этом — почти 4,5 млн. В итоге, по данным того же PricewaterhouseCoopers, в прошлом году в России было продано лишь 2,8 млн новых авто, а по итогам этого года, как ожидается, будет продано около 1,6 млн. По

предварительным прогнозам, примерно столько же авто будет реализовано и в 2010 году, хотя прежде ожидалось, что автомобильный рынок России в следующем году приблизится к показателю продаж 5 млн машин. Таким образом, российские дилеры потеряли в своих ожиданиях более чем вдвое.

Это обстоятельство существенно скорректировало стратегию развитию многих дилеров в России, в особенности в Москве и Петербурге, которые являются крупнейшими автомобильными рынками в стране. В этих городах на перспективу были инвестированы наибольшие средства. Причем деньги в основном были заемные, и их возврат с учетом резкого сокращения рынка лег тяжким бременем на большинство компаний.

Вместо развития петербургским дилерам пришлось заняться оптимизацией своего бизнеса. Многие из них стали отказываться от нерентабельных брендов и менять их на более перспективные. Так, в начале года компания «Олимп» Евгения Войтенкова отказалась от торговли автомобилями группы Chrysler в пользу корейских Hyundai. Также поступили и многие другие компании. Группа «Аксель» Алек-

сея Безобразова расторгла дилерский контракт с Sollers (автомобили SsangYong, Fiat, UAZ), а на освободившихся площадях организовала торговлю автомобилями Volkswagen. Федеральный автодилер «Рольф» депутата Госдумы Сергея Петрова перепрофилировал свой петербургский салон Peugeot под торговлю Renault.

КАДРОВЫЙ ОТВЕТ В разгар кризиса в ряде крупных дилерских компаний произошли и кадровые изменения. С должности руководителя петербургского бизнеса «Рольфа» ушел Сергей Петросян (сейчас он занимается консультированием), а на его место был назначен Дмитрий Паршиков, ранее возглавлявший автоцентр Mazda «Рольфа» в Петербурге. Из компании «Атлант-М» ушел Павел Копатько. До конца прошлого года он возглавлял автоцентр GM «Атлант-М Лахта». На его место был назначен Евгений Пекарский, ранее занимавшийся корпоративными продажами. Господин Копатько за последний год успел поработать генеральным директором автоцентра GM «Капитал-Авто Кудрово» (входит в холдинг «Стратегия Рост»), а сейчас возглавляет салон GM «PPT Юго-запад» (входит в автохолдинг →



качественная бизнес-информация с доставкой в офис

2010
ПОДПИСКА

- Оформите подписку на газету «Коммерсантъ» удобным для Вас способом:
 - через редакцию;
 - через альтернативные агентства;
 - через Почту России.
- Дополнительная информация о подписке по телефону: (812) 271-36-35, fomina@spb.kommersant.ru

- Вместе с газетой «Коммерсантъ» Вы получаете:
 - еженедельное глянцевое приложение «Коммерсантъ Weekend»;
 - цветные тематические бизнес-приложения;
 - ежеквартальный журнал о товарах и услугах «Коммерсантъ КАТАЛОГ».