

УЙТИ НЕЛЬЗЯ ОСТАТЬСЯ

ПОСЛЕ ДВУХ ЛЕТ, ПРОШЕДШИХ С КРИЗИСА 2014 ГОДА, ТОЛЬКО ДВА АВТОМОБИЛЬНЫХ ХОЛДИНГА ПЕТЕРБУРГА УВЕЛИЧИЛИ ПРОДАЖИ НОВЫХ МАШИН. МНОГИЕ ДИЛЕРЫ ПЕРЕОСМЫСЛИЛИ СВОИ СТРАТЕГИИ НА РЫНКЕ, И ПОЯВИЛИСЬ ТРЕНДЫ, КОТОРЫЕ ОПРЕДЕЛЯТ БУДУЩЕЕ РАЗВИТИЕ АВТОМОБИЛЬНОГО РИТЕЙЛА. ДЕНИС ГАВРИЛОВ



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

- ОЛЕГ МАСЛЯКОВ,**
генеральный директор ЗАО «Форд Мотор Компани»
- РОМАН ГАН,**
генеральный директор ООО «Питерформ» (ООО «Магна Санкт-Петербург»)
- ВЛАДИМИР БЕРЕЗАНСКИЙ,**
генеральный директор ООО «Гестап Северсталь Всеволожск»;
ИГОРЬ БОЙЦОВ,
вице-президент и генеральный директор ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг Рус»;
АНДРЕЙ ПАНТЮХОВ,
генеральный директор ООО «Нокиан Тайерс»

ЛИ ЕНТЕК,
генеральный директор ООО «Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус»

МАСАСИ ИСИДА,
исполнительный вице-президент филиала ООО «Тойота Мотор» в Санкт-Петербурге

ИНО МУБЕРГ,
генеральный директор ООО «Трак Продакшн Рус»

АНДРЕЙ ПЕТРОВ,
генеральный директор ООО «Катерпиллар Тосно»

АЛЕКСАНДР ПОДСУХИН,
генеральный директор ООО «Металлопродукция»

АНДРЕЙ ПОНОМАРЕВ,
генеральный директор ООО «МВ Кингисепп»

По данным аналитического агентства «Auto-Dealer-СПб», с 2014 по 2016 год в Петербурге произошло серьезное укрупнение автомобильного рынка. Если в 2014 году доля двадцати ведущих автохолдингов города от общего объема продаж машин составляла 69,3%, то через два года — уже 80,5%.

ПОСТКРИЗИСНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ По словам генерального директора агентства «Auto-Dealer-СПб» Михаила Чаплыгина, крупные игроки стали давать более выгодные условия покупателям, в том числе с целью минимизировать свои потери при содержании склада машин. «Лучше продать автомобиль с меньшей маржинальностью, чем тратить дополнительные средства на содержание стока. Более мелкий игрок, наоборот, не способен так играть с ценой, как его крупный конкурент. Поэтому при небольшом складе вынужден продавать одну машину за более длительное время, чем любой холдинг из топ-20», — поясняет господин Чаплыгин.

Генеральный директор ГК «Максимум» Вадим Арустамян рассказывает, что на фоне консолидации рынка и укрупнения игроков последние два года происходил передел влияния среди дилерских центров, а в связи с подорожанием заемных средств возникли другие требования к управлению оборотным капиталом. «Сегодня средняя ставка по депозитам составляет 6–8%, а по кредитам — 10–12%. Поэтому сейчас гораздо выгоднее работать на собственных деньгах, чем привлекать банковские», — рассуждает генеральный директор компании «Объединенная автомобильная корпорация — РРТ» Олег Барабанов.

По его словам, российский автобизнес стал жить под лозунгом «Выживет сильнейший», и это характерно для него с 2008 года. По мнению Олега Барабанова, ключевой задачей для 99% игроков стало сохранение (даже не приумножение) прибыли бизнеса. «Уже не осталось дилеров, которые не уделяли бы достаточно внимания таким направлениям, как трейд-ин, сервис и продажа дополнительных услуг (кредиты, страховки). В том, что касается продаж, большинство игроков перешло на кумулятивную маржу, и ключевой вопрос уже не в том, правильно это или нет, а в том, что в нее вкладывается в каждом конкретном случае», — говорит он. Андрей Кузьмин, административный директор «Аксель Групп», отмечает, что многие игроки начали более точно считать все

расходы и доходы, открывать для себя новые источники прибыли и менять модель продажи и обслуживания.

«Дилеры стали развивать направление продаж автомобилей с пробегом, где маржинальность значительно выше, чем на рынке новых машин», — рассуждает Михаил Чаплыгин. Его слова подтверждает и Андрей Кузьмин: «Уже сегодня уровень продаж машин с пробегом в нашем холдинге составляет 80% от количества реализованных новых автомобилей». Вадим Арустамян одной из задач развития бизнеса как раз видит дальнейшие инвестиции в рынок подержанных машин. «Необходимо работать над обелением этого рынка», — заключает он.

ИТОГИ ГОДА Лидером по объему продаж новых автомобилей в Петербурге осталась группа компаний «Рольф». Правда, ее продажи в этом сегменте в 2016 году сократились по сравнению с 2014 годом на 19%, но доля холдинга за этот же период выросла: с 14,5 до 17,2%.

Второе место по итогам года заняла «Объединенная автомобильная корпорация — РРТ» — компания, которая консолидировала активы бывшего холдинга РРТ. Олег Барабанов рассказывает, что в 2015 году холдинг вывел на рынок нового дилера Lada и довел его долю до 30% от общего объема продаж отечественного бренда в регионе. В результате в 2017 году «ОАК-РРТ» продала компанию «Лада-Центр» казахстанской группе «Азия Авто».

Замкнул первую тройку по итогам 2016 года холдинг «Автопродикс», который за прошедшие два года добавил в свой портфель только один бренд — Porsche. Дилер арендовал салон марки, находившийся в залоге у одного из банков. «Вообще, после 2014 года многие холдинги в своей стратегии расширения руководствовались правилом: проще найти объект, испытывающий проблемы, и купить или арендовать его, чем строить новые автосалоны», — рассказывает Михаил Чаплыгин.

Холдинги «Максимум» и «Терравто» стали единственными, кто показал рост продаж в 2016 году по сравнению с 2014-м. Обеим компаниям удалось расширить портфель брендов за счет массовых марок. «Терравто» заменил бренды ушедшего с рынка концерна General Motors на отечественную Lada. В результате холдинг, занимавший 19-е место по объему продаж в 2014 году, поднялся на девятое место по итогам 2016 года. За этот же период ГК «Максимум» сделала еще более существенный рывок — с 16-го на четвертое ме-