Перспективы развития рынка услуг по ремонту и обслуживанию автотранспорта современной России

Последнее десятилетие рынок услуг по ремонту и обслуживанию автотранспорта России демонстрировал бурное развитие. С открытием на российских площадках сборочных производств мировых автоконцернов в России начался автомобильный бум. Ускоренными темпами во всех крупных городах стали открываться современные техцентры. Однако осенью 2008г. начался финансовый кризис, который обрушил сырьевой, фондовый, а затем и автомобильный рынок. Как кризис отразится на рынке авторемонта? Каковы перспективы развития рынка? В рамках данной статьи постараемся ответить на поставленные вопросы.

Известно, что важнейшим фактором, формирующим спрос на услуги по ремонту и обслуживанию автотранспорта, является парк автомобилей, находящихся в личном пользовании граждан и в собственности организаций, а на изменение показателя парка автомобилей влияет, прежде всего, динамика и структура продаж автомобилей. [1]. Последние годы в России продажи новых машин росли небывалыми темпами. Особенно активно раскупались новые иномарки. Согласно информации аналитического агентства «Автостат», в 2003 году данный сегмент вырос на 94%, в 2004 – на 88%, в 2005 на 51%, а в 2006 году на 66%. [2].

Основными причинами столь высокого роста продаж было увеличение доходов населения, которое обеспечивалось высокими ценами на нефть, и развитие автокредитования. Вместе с доходами у населения росла и доля расходов. С каждым годом кривая покупательских предпочтений смещалась в сторону более дорогих моделей. Появилось демонстративное потребление — когда машина подчеркивала статус владельца. Подстегивали спрос на автомобили и «заоблачные» цены на недвижимость. А специальные программы банков, автодилеров и страховых компаний, снижение процентных ставок и общая либерализация условий получения кредита привели к тому, что в 2008 г. на кредитные схемы приходилось уже половина реализуемых иномарок. За пять лет суммарный объем рынка автокредитов вырос в 10 раз - с 1,65 млрд. USD в 2003 году до 17 млрд. USD в 2007 году. Кроме того, развивался сам автомобильный рынок: на территории России открывались новые сборочные производства, все более привлекательными для клиентов становились предложения конкурирующих продавцов и все более разветвленными — дилерские сети. Так, к началу 2007 года дилерские сети иностранных брендов на территории России насчитывали порядка 2000 предприятий. За последние

три года число дилерских центров выросло в два с лишним раза. Покупка иномарки стала доступна практически в любом крупном городе страны.

Столь высокая интенсивность развития сопровождалась ростом потребности в гарантийном и ремонтном обслуживании. Иностранные автопроизводители открыли для российского рынка новую форму организации автомобильного бизнеса, основанную на концепции «трех S»: первая S собственный автосалон (Showroom), вторая S - наличие современной сервисной станции (Service Shop), третья - наличие склада запчастей (Spare Parts Shop). Строительство автоцентров, объединяющих салон, автосервис и продажу запасных частей было выгодно и автоконцернам, и дилерам. В своих рекомендациях дилерам автопроизводители оговаривали примерную структуру и размеры предприятия, а также некоторые обязательные к использованию корпоративные стандарты обслуживания и качества. Для дилеров подобный формат привлекателен, прежде всего, технической и информационной поддержкой организации и ведения бизнеса, формированием клиентской лояльности к компании. Кроме того, в будущем, когда российский автомобильный рынок будет насыщен, дилеры, исходя из зарубежного опыта, рассчитывали зарабатывать большую часть прибыли на сервисе, а не на продажах. Как, например, в дилерских центрах США, где доля сервисного обслуживания в операционной прибыли в несколько раз превышает долю в выручке. А пока дилеры развивали преимущественно гарантийное обслуживание автомобилей, рассчитывая за годы гарантии приучить клиентов к заданному уровню сервиса и затем продолжить их послегарантийное обслуживание.

Однако производственных мощностей автодилеров для удовлетворения нужд всех владельцев нового автотранспорта не хватало. В крупных городах на гарантийное обслуживание и ремонт стали записывать за 2-3 месяца. Хотя кроме дилерских (авторизированных) сервисов, на российском рынке авторемонта были представлены независимые техцентры (одиночные и сетевые) и индивидуальные мастерские. Наиболее многочисленный сегмент составляли именно независимые автосервисы, их доля на рынке, согласно данным маркетингового агентства Step by Step, была около 60%. И некоторые эксперты предлагали в качестве возможных путей выхода из сложившейся ситуации привлекать к сервисному обслуживанию независимые техцентры. Однако в России владелец автомобиля, находящегося на гарантии, «привязан» к авторизованному дилеру, поскольку только при своевременном прохождении ТО и ремонте у авторизированного дилера автопроизводитель обязуется выполнять свои обязательства. Кроме того, усложняет задачу отсутствие у независимых автосервисов доступа к технической информации, которой мог располагать только дилерский сервис-центр. Поэтому доступ независимых автосервисов, не авторизованных производителем, на рынок гарантийного обслуживания стал почти невозможен. А проблемы автовладельцев стали решать путем расширения сети автодилеров. Так, постепенно происходили структурные изменения на российском рынке услуг по ремонту и обслуживанию автотранспорта: увеличивалась доля авторизированных автосервисов за счет сокращения остальных.

Начавшийся осенью 2008г. финансовый кризис, казалось, не мог коренным образом повлиять на ситуацию, сложившуюся на рынке авторемонта. Однако, резкое снижение спроса на автомобили, проблемы с ликвидностью, «замораживание» инвестиционных проектов, девальвация национальной валюты резко затормозили развитие рынка. Финансовый кризис перерос в экономический и сильно ударил по автомобильной отрасли в целом. Обвал продаж автомобилей в сочетании с сокращением притока заемного капитала стали причиной значительных финансовых сложностей для предприятий автомобильной отрасли. Реакцией большинства автопроизводителей стало сокращение производства (вплоть до полной его остановки). Почти месяц не работали крупнейший производитель "Автофрамос", завод General Motors под Санкт-Петербургом, из-за затоваривания дилерских площадок и заводского склада остановили свой конвейер российский завод концерна Volkswagen в Калуге, завод Ford во Всеволожске, производство Тоуота в Шушарах. Что касается АвтоВАЗа, чьи продажи в декабре рухнули на 40 процентов, главный конвейер также остановил работу более, чем на месяц. Горьковский автозавод из-за кризиса перешел на трехдневный режим рабочей недели. Начались массовые сокращения: всего за несколько месяцев без работы остались тысячи работников [3].

Не меньше автопроизводителей пострадали от кризиса автодилеры. Насколько стремительным было развитие дилерских структур, настолько болезненным оказалось падение. Особенно пострадали развивавшиеся за счет заемных средств наиболее крупные сети, некоторым из них, как, например, «Инком-Авто» пришлось даже вести разговор о банкротстве. Наступило время поглощений и слияний. Часть инвесторов выставило на продажу участки с незавершенным строительством. Большинство инвестиционных программ заморожено. Причем основной проблемой становится невозможность планирования на самую ближайшую перспективу. В текущих условиях практически нереально просчитать сроки окупаемости объектов, становится непонятной целесообразность продолжения финансирования проектов или их замораживания. Очевидно, в ближайшее время на рынке будет происходить укрупнение игроков. Стремительное сокращение продаж новых автомобилей заставило дилеров сосредоточить усилия на сервисном обслуживании. Борьба с независимыми техцентрами за потребителя значительно ужесточилась. Массовое снижение доходов населения, безработица и инфляция еще больше обостряют ситуацию.

С другой стороны, необходимо учитывать, что последнее десятилетие прирост автомобильного парка и изменение его структуры в целом шло не очень быстрыми темпами (ежегодно на 4-8%). По данным Европейского

банка реконструкции и развития, в России приходится приблизительно 157 автомобилей на 1 000 человек. Высокий рост продаж новых автомобилей не существенно изменил структуру автомобильного парка: в отличие от многих стран мира, автомобильный парк России остается достаточно старым. Если средний возраст легковых автомобилей в Европе составляет примерно 8 лет, то в нашей стране этот показатель превышает 12-летний рубеж. Например, средний возраст автомобилей LADA в парке России на конец 2007 года, по расчетам аналитического агентства «АВТОСТАТ», равнялся 12,3 годам. Средневзвешенное значение возраста автомобилей других российских марок и вовсе превышает 16 лет. Такая особенность российского автомобильного рынка оказывает существенное влияние на общий вектор развития сферы авторемонта, обеспечивая работой на долгие годы большое количество независимых автосервисов и индивидуальных мастерских.

Таким образом, исходя из наметившихся за последние годы тенденций, учитывая особенности российского автопарка, и главное, возможные последствия экономического кризиса, можно определить следующие перспективы развития рынка услуг автосервиса:

- 1. снижение продаж новых автомобилей «оживит» вторичный рынок. Будет происходить перераспределение автомобилей у населения, увеличится срок эксплуатации машин, что повысит спрос на услуги автосервисов;
- 2. кризис затормозит развитие дилерских сетей: новые проекты автоцентров будут «заморожены», часть уже начавшихся строек продана или законсервирована;
- 3. начнутся процессы поглощений и слияний; часть игроков уйдет с рынка; произойдет укрупнение дилерского бизнеса;
- 4. сокращение объемов продаж автомобилей (по некоторым оценкам до 50%) у дилеров усилит роль сервисного обслуживания;
- 5. изменится структура доходов дилерского сервиса: уменьшение объемов продаж автомобилей сократит объемы работ по люксовке и установке дополнительного оборудования;
- 6. начнется отток клиентов к более «экономичным» по уровню цен независимым и «гаражным» автомастерским;
- 7. старый российский автопарк обеспечит спрос на услуги независимых и индивидуальных автомастерских;
- 8. конкуренция на рынке услуг по ремонту и обслуживанию автомобилей сильно обострится;
- 9. наибольшим спросом в среднесрочной перспективе будут пользоваться качественные, недорогие услуги при условии комплексности их оказания.

Большой потенциал роста спроса на услуги авторемонта является значимым позитивным трендом автомобильного рынка, поэтому в условиях массовых сокращений работников автопроизводств, роста безработицы с одной стороны и нехватки квалифицированного персонала в автосерви-

сах с другой, необходимо продумать и запустить, прежде всего, в регионах с развитой автомобильной промышленностью, механизм поддержки авторемонтной отрасли. Существующая государственная программа, предусматривающая проведение госзакупок, предоставление кредитов банков и субсидирование лизинга, предназначена только автопроизводителям. Она необходима, поскольку позволяет сохранить многие тысячи рабочих мест, однако не решает проблему слабого спроса. И хотя, для восстановления покупательской активности населения правительство решило ввести механизм субсидирования процентных ставок по кредитам на приобретение автомобилей стоимостью до 350 тыс. руб.[4], социологические опросы населения показывают, что спрос на новые автомобили неуклонно падает.

Поддержка авторемонтной отрасли может решить сразу несколько залач:

- удовлетворить спрос на услуги обслуживания и ремонта автомобилей;
 - -увеличить источник и объемы налоговых поступлений;
 - решить проблемы занятости сокращенных работников автозаводов;
 - -сохранить или повысить их квалификацию;
 - решить кадровую проблему автосервисов;
 - -уменьшить социальную напряженность в обществе.

Для решения этих задач в региональных центрах автомобильной промышленности России рекомендуется разработать программу развития авторемонтной отрасли, включающую:

- предоставление муниципальных площадей и земельных участков под создание предприятий автосервиса на льготных условиях;
- усовершенствование механизма оформления исходно-разрешительной документации на земельные участки;
- предоставление работающим предприятиям автосервиса льгот по арендной плате муниципальных площадей;
- предоставление налоговых льгот по региональным налогам в части сумм, зачисляемых в областной бюджет;
- предоставление отсрочки или рассрочки налоговых платежей в областной бюджет;
- определение порядка проведения и сокращения количества различных проверок;
- предоставление бюджетного кредита на льготных условиях.

Сложно оценить масштабы и глубину начавшегося кризиса, однако для уменьшения негативных последствий представляется крайне важным искать и эффективно использовать новые возможности на рынке услуг.

Список литературы:

- 1. Миротин Л. Б. Управление автосервисом.// Л.Б. Миротин, А. А. Ряховский, М. Ю. Остапенко. М., Экзамен, 2004. 320 с.
- 2. Казакова Т. Автосервис на обочине: независимые центры не спешат осваивать рынок гарантийного обслуживания//Sales business/Продажи.2007. №7
- 3. Столяров Г. Жмут на тормоза// Ведомости. 2008. №248 (2270)
- 4. Беликов Д. Премьер посигналил автопрому// Коммерсантъ. 2008. № 233/П(4050)