

Вестник Московского международного университета

научный электронный журнал

XX / 2019

Исследование текущих проблем управления автобизнесом в России и пути их решения

НЕРОБЕЕВА
Екатерина

АНОВО "Международный Университет в Москве",
c.afecto@gmail.com

ШУБИН
Игорь Иванович

АНОВО "Московский Международный Университет",
i.shubin@mmu.ru

Ключевые слова:

Автомобильный рынок, кризис, продажи, дилерская сеть, автокредитование.

Аннотация:

В статье рассмотрены основные проблемы российского автомобильного бизнеса в настоящее время, а также описаны ключевые варианты выхода из сложившейся нестабильной ситуации. В качестве примера успешного развития автомобильного бизнеса рассматривается группа компаний «Рольф», основанная в 1991 году.

Одной из важных задач в современных условиях рыночной экономики является развитие предпринимательской деятельности, так как от эффективности ее развития во многом зависит уровень развития экономики страны в целом.

Объектом данного исследования является ГК Рольф. Были применены следующие методы исследования: изучение, анализ, сравнение и обобщение.

Гражданский Кодекс Российской Федерации дает следующее определение предпринимательства: «Предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск, деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» [1].

Одну из ведущих экономически и стратегически важных позиций в Российской экономике занимает автомобильный бизнес. В настоящее время в Москве функционирует более 400 официальных дилеров. Одним из лидеров рынка является группа компаний «Рольф». В 1991 году Сергей Петров и его партнеры основали компанию, специализирующуюся на услугах такси и проката автомобилей только иностранных марок. Некоторое время спустя компания была назначена официальным сервисным партнёром Mitsubishi. Уже в 1992 году компания начала продавать новые автомобили Mitsubishi и смогла реализовать 109 единиц за год. В 1994 «Рольф» открыл первый в Москве автосалон Mitsubishi. В настоящее время «Рольф» имеет в своем портфеле 21 автомобильную марку и один мотоциклетный бренд (Audi, BMW, BMW Motorrad, Chrysler, Ford, Genesis, Jaguar, Jeep, KIA, Land Rover, Lexus, Hyundai, Mazda, Mercedes-Benz, Mitsubishi, Nissan, Porsche, Renault, SKODA, smart, Toyota, Volkswagen) и насчитывает в совокупности 62 шоу-рума в Москве и Санкт-Петербурге [3]. Однако, несмотря на то, что данная компания является лидером на российском автомобильном рынке, не значит, что нестабильная ситуация в стране не может повлиять на её позиции. Рассмотрим каким проблемам подвержена данная сфера рынка и какие решения могут быть приняты для выхода из кризисных ситуаций.

Основные проблемы автомобильного рынка России:

1. Затруднительное восстановление после кризиса в денежном и количественном выражении. Согласно статистике, продажи новых автомобилей в 2013 году на российском рынке составили около 3 миллиона штук, в 2014 году показатели упали до отметки в 2,4 миллиона штук, в 2016 году значение достигло 1,4 миллиона штук. Однако в 2017 году был отмечен небольшой прирост, продажи составили 1,5 миллиона штук [4]. Эксперты отмечают, что в ближайшие несколько лет продажи могут остановиться именно на уровне 1,4-1,5 миллиона штук в год, поскольку у россиян сокращаются доходы, а цены на автомобили продолжают расти. Стоит отметить, что автомобили массового сегмента сейчас увеличивают свои продажи, в то время

- как продажи в премиальном сегменте падают [5].
2. Потеря модельного ряда. В период с 2016 по 2017 год российский авторынок потерял около 40% модельного ряда. Ранее покупатель мог выбирать из 500 моделей, то в настоящее время выбор снизился до 300 моделей. С продажи были сняты такие модели как Mitsubishi Lancer, Nissan Juke, Nissan Teana и др. По прогнозу сокращение модельного ряда будет продолжено. В связи с расходами на логистику и сертификацию производители будут продолжать уводить с рынка наименее продаваемые модели.
 3. Снижение продаж коммерческих автомобилей. Как показывает статистика, наибольшую долю рынка (72%) занимают российские бренды – UAZ, GAZ и Lada. Основной причиной чего является ценовое преимущество производителей, имеющих производственные площади в России [6]. Данное преимущество помогает им проводить более гибкую ценовую политику в условиях обесценивания рубля. Стоит отметить, что ГК «Рольф» не владеет ни одним из вышеуказанных брендов, что можно отнести к отрицательному влиянию в сложившихся условиях.
 4. Снижение числа официальных дилерских сетей. Основной причиной сокращения числа дилерских центров на 16% в период с 2016 по 2017 год послужила низкая диверсификация бизнеса, повышение рисков банкротства, а также высокая закредитованность. Стоит также отметить, что в отличие от западного рынка, где доход в основном формируется за счет прибыли от продаж сервисных услуг и послепродажного обслуживания, на российском рынке на протяжении многих лет главным источником дохода являются продажи новых автомобилей [2]. Принимая во внимание падение доходов населения и рост цен на автомобили из-за девальвации рубля, многие дилерские сети были вынуждены выйти с рынка.
 5. Снижение автокредитования. Основными последствиями девальвации рубля в 2014 году на рынке автокредитования помимо повышения процентных ставок, стали укрупнение размера кредита и учащение просрочек, были установлены более жесткие требования к заемщикам.

Принимая во внимание степень влияния и масштаб рассмотренных проблем, можно сделать вывод, что ГК «Рольф», несмотря на лидерские позиции, также как и остальные компании, будет подвержена неблагоприятному влиянию. Рассмотрим основные пути решения проблем российского авторынка и методы, которые уже используются в анализируемой компании для предупреждения потери позиций. Итак, были выявлены следующие возможности:

1. Решение о финансовой реструктуризации и оптимизации бизнеса, при которой убираются лишние расходы и делается ставка на получение прибыли от услуг, сопровождающих продажу как новых так и поддержанных автомобилей, позволит дилерским центрам избежать процедуру банкротства и выхода с рынка. Таким образом, ГК «Рольф» в 2017 году сократила количество юридических лиц с 27 до 4 сэкономили на налоге на прибыль около 1,2 млрд. рублей в год. К торговле автомобилями прибавляется продажа различного дополнительного оборудования, сервисного обслуживания и страховых продуктов. Также дилерам следует учитывать диверсификацию брендов, поскольку чаще всего закрываются именного «монобрендовые» дилеры.
2. Стимулировать рост продаж в кредит может помочь не только государственное субсидирование, но и запуск целевых программ поддержки, например, «Первый автомобиль», «Семейный автомобиль», где предоставляется скидка 10% от стоимости автомобиля на оплату первоначального взноса при покупке в кредит. Продленная на 2018 год государственная программа «Свое дело» будет стимулировать рост коммерческого транспорта, в то время как «Свое дело» и «Российский тягач» будут способствовать приросту спроса на грузовые автомобили. Стоит также отметить тот факт, что основную долю на российском рынке автокредитования занимают коммерческие банки, в то время как в Европе доминирующую позицию занимают экптивные банки автомобильных компаний. В России доля продаж с привлечением экптивных кредитов составляет около 26%, на Западе – 76%. Можно сделать вывод, что в России имеется значительный потенциал для развития экптивного кредитования, которое выгодно для потребителя не только с точки зрения стоимости, но и по ряду других условий. За последние 10 лет в России появилось 7 экптивных банков – МС Банк Рус, БМВ Банк, Мерседес Бенц Банк Рус, Тойота Банк, РН Банк и Фольксваген Банк Рус, Банк ПСА Финанс Рус [7].

В настоящее время происходит рост потребительской активности, связанный с реализацией все еще неудовлетворенного отложенного спроса в бюджетном и массовом сегментах. Стоит отметить, что премиальный сегмент из-за меньшей эластичности спроса в большей степени защищен от кризиса. Однако доля премиального сегмента в России значительно ниже (9%) в отличие от Европы (19%). Отсюда следует, что стоит обратить внимание на данный сегмент в виду его роста в долгосрочной перспективе. ГК «Рольф» владеет некоторыми премиальными брендами, что помогает ей преодолевать кризисы. Также росту продаж будет способствовать старт реализации проектов ряда автомобильных компаний по строительству новых заводов на территории РФ. Так, Mercedes-Benz планирует ввод в эксплуатацию нового завода совокупной мощностью 25 тысяч автомобилей в год в Московской области в

2019 году. Компания BMW строит завод полного цикла мощностью 27 тысяч автомобилей в год в Калининградской области. Также Mazda Sollers начала строительство завода по производству двигателей в Приморском крае, ожидаемая мощность – 50 тысяч силовых агрегатов в год. ГК «Рольф» также владеет указанными брендами, что поможет ей поддерживать постоянных спрос и снизить себестоимость и цену автомобилей.

Обозначенные выше пути решения помогут компании не только стабильно функционировать в сложившихся условиях, но и избежать значительного спада спроса и продаж на фоне повышения НДС на 20% в 2019 году; повышения акцизов и утилизационного сбора, внедрения модулей ЭРА-ГЛОНАСС и электронных ПТС.

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Часть первая: Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Собр. законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301. 2. Волгин В.В. Авторынок Евросоюза. Деловая практика, регулирование, тенденции. — М.: ЛитМир, 2018. — 30 с. 3. О компании Рольф [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rolf.ru/> (Дата обращения: 14.12.2018) 4. Российский авторитейл 2017. Основные показатели и эффективность деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/> (Дата обращения: 14.12.2018) 5. Обзор автомобильного рынка России в 2017 году и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/> (Дата обращения: 15.12.2018) 6. Сокращение продаж новых автомобилей в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/> (Дата обращения: 15.12.2018) 7. Автомобильный рынок России и СНГ: обзор отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ey.com/> (Дата обращения: 16.12.2018)

Study of the current problems of managing a car business in Russia and ways to solve them

**NEROBEEVA
Ekaterina**

*ANOHE "Moscow International University",
c.afecto@gmail.com*

**SHUBIN
Igor**

*ANOHE "Moscow International University",
i.shubin@mmu.ru*

Keywords:

Car market, crisis, sales, dealer network, car loans.

Annotation:

The article discusses the main problems of the Russian automobile business at the present time, and also describes the key options for getting out of the current unstable situation. The Rolf Group of Companies, founded in 1991, is considered as an example of the successful development of the automotive business.

Цитирование: Неробеева Е., Шубин И. И. Исследование текущих проблем управления автобизнесом в России и пути их решения // Вестник Московского международного университета. URL: <https://vestnik.mi.university/journal/article.php?id=2149>.

Cited as: Nerobeeva E., Shubin I. "Study of the current problems of managing a car business in Russia and ways to solve them" // Vestnik.