

Доходы автодилеров Петербурга от малярно-кузовных работ упали на 40%. Автодилеры теряют рынок объемом 30 млрд рублей в год. Страховщики перестали отправлять к ним клиентов, и официальные сервисы оказались неспособны конкурировать с гаражами.

Автомобилисты начали экономить на ремонте. Жестко экономят и страховые компании, которых автодилеры обвиняют в снижении клиентского трафика. В итоге загрузка малярно-кузовных цехов (МКЦ), которые почти полностью завязаны на работу по страховкам, у автодилеров упала до 40%. Получая компенсацию наличными, клиенты уходят от официальных дилеров в гаражные сервисы. Ирония заключается в том, что для выживания в кризис именно на ремонт и регламентное обслуживание дилеры делали серьезную ставку. В ближайшем будущем рынок серого сервиса продолжит отнимать у официальных дилеров остатки клиентов, если те не придумают, как их удержать.

Цеха без клиентов

Петербургский автопарк оценивается в 1,6 млн машин. Объем рынка сервисных, ремонтных и других сопутствующих услуг, включая шиномонтаж, эксперты оценивают (без учета стоимости автозапчастей) более чем в 30 млрд рублей в год.

В усредненной структуре автодилерского бизнеса на продажи автомобилей приходится до 10% дохода, до 50% – это доходы от сервиса, включая торговлю автозапчастями, до 40% – прибыль от работы МКЦ (также с учетом автозапчастей). Отток клиентов, которые проходят регламентное обслуживание (ТО, замена ремней и т.д), участники рынка оценивают примерно в 5–20%. Отток обусловлен ценами: если у официальных дилеров промежуточное ТО стоит около 8–12 тыс. рублей в зависимости от марки, то в мультибрендовых центрах или гаражах цены почти вдвое ниже.

МКЦ почти полностью завязаны на работу по страховкам, и за провалом страхования последовал серьезный удар по этой статье доходов дилеров. Особенно тяжело приходится монобрендовым и небольшим дилерам с маленьким пулом клиентов.

«Страховщики стараются не отдавать машины в ремонт дилерам, – рассказывает исполнительный директор ООО «Софит» Евгений Иванов. – По ряду цехов загрузка упала на 90%. Страховым компаниям часто выгоднее выплатить стоимость машины на день покупки с учетом амортизации, чем восстанавливать автомобили, учитывая, что каско на них было оформлено по прежней цене, а запчасти подорожали на 30%».

Управляющий центрами BMW ГК «Евросиб» Алексей Иванов видит основную причину снижения загрузки МКЦ (примерно на 20%) в росте стоимости страховок: «Страховые компании душат нас по стоимости нормочаса и по ценам на запчасти, пытаюсь опустить их как можно ниже. При этом гарантийные машины нам обязаны присылать на ремонт, а вот все остальные идут в гаражи, хотя раньше шли к нам. Остается снижать стоимость работ и привлекать людей не по страховкам, а за деньги специальными предложениями, хотя раньше все жили в основном на страховках».

Председатель совета директоров ГК «Вагнер» Александр Иванов констатирует снижение загрузки МКЦ на 15%. «Но в денежном выражении это нивелировалось ростом цен на запчасти. В итоге мы видим, что запчасти выросли в цене, страховки выросли в цене – и страховые стали меньше отправлять к нам», – говорит он.

Евгений Пекарский, гендиректор центра «Атлант М Лахта», говорит, что загрузка цехов снизилась примерно на 40%. «В течение 2015 года каско подорожало в среднем на 25%, ОСАГО – в полтора раза. Люди, которые должны их продлевать, ищут наиболее удобные и дешевые варианты. Например, оформить франшизу, когда до определенной степени повреждений клиент сам оплачивает ремонт, или просто купить самый дешевый полис непонятного игрока на рынке страхования. Покупатели, которые не обязаны страховать машины по каско, в том числе просто отказываются от страховок. И в случае повреждения автомобиля они идут ремонтировать машины в гаражи», – говорит он.

Вадим Арустамян, гендиректор холдинга «Максимум», отмечает, что стоимость ремонта автомобилей для страховых компаний в 2015 году увеличилась – рост составил около 20%.

Комплекс причин

По данным АЕБ, продажи новых машин в России за 9 месяцев сократились на 33%, до 1,77 млн штук, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В Петербурге за то же время, по подсчетам «Auto-Dealer-СПб», рынок просел на 34%, до 90,8 тыс. машин. При этом в рублевом выражении, по данным РwС, российский авторынок сократился на 34%, до 1,04 трлн рублей.

Объем сборов по каско за счет роста тарифов снизился не столь существенно, а вот по количеству заключенных договоров падение более заметно. В первом полугодии к тому же полугодю 2014 года, по данным Банка России, сборы по каско в Петербурге снизились на 2,7%, до 36,7 млрд рублей, при этом количество заключенных договоров снизилось на 17,6%, почти до 207 тыс.

Комплекс факторов

Страховщики говорят, что снижение загрузки МКЦ не полностью их вина, и указывают на целый комплекс факторов.

Загрузка дилеров в части покраски и небольшого ремонта снижается вследствие ряда объективных причин: сокращение продаж каско у некоторых страховщиков, работающих с конкретными дилерами, составило десятки процентов, широкое распространение получили договоры с франшизой, перечисляет директор департамента страховых выплат компании «АльфаСтрахование» Александр Харагезов.

«В 2014 году полисов с франшизой было 7% от общего объема, сейчас эта цифра достигает 60%, то есть страхователи чаще берут на себя часть рисков», – оценивает Тимур Гурцкой, руководитель отдела по работе с автодилерами филиала СПАО «Ингосстрах» в Петербурге.

А в Северо-Западном дивизионе «Ренессанс Страхования» вообще считают, что основная причина снижения обращений клиентов на ремонт – значительное уменьшение частоты страховых случаев. Якобы клиенты не регистрируют мелкие повреждения, чтобы не терять скидку на каско.

Завлечь клиента

Недилерские сервисы подтверждают, что кризис сыграл им на руку. Лучше всего себя чувствуют центры, которые успели вырасти из гаражей в мультибрендовые автосервисы с широким спектром услуг.

«Действительно, к нам идет все больше клиентов. Это обусловлено в первую очередь ценами, которые ниже, чем у официальных дилеров, а также сокращенными сроками ремонта. Мы не привязаны к конкретным маркам и можем оптимизировать стоимость ремонта за счет оборота. Логично, что и страховщики ищут более дешевые варианты сервиса и ремонта и пытаются отправить клиентов в мультибрендовые центры. Покупатели, которые уже не обязаны обслуживаться по страховке или гарантии, также идут к нам», – радуется гендиректор ГК «Семь мастеров» Сергей Кравченко.

Руководитель Университета продаж Виталий Новиков говорит, что официальные автодилеры оказались не готовы к изменению потребительского спроса и пока не могут найти скрытые потребности клиентов, которые помогли бы их удержать. «Ведь в целом потребность в ремонте остается. Вопрос в том, кто эту потребность удовлетворяет. Дилеры опустили цены до уровня гаражных мастерских, а сервис не поменяли, кроме того, не продумали новые дополнительные услуги для привлечения клиента», – поясняет эксперт.

Роман Слуцкий, генеральный директор автохолдинга «Аларм Моторс»:

– От качества отношений дилеров и страховых компаний зависит до 25% валового дохода дилерского предприятия. С одной стороны, дилеры – это мощнейший канал продаж полисов каско, ОСАГО и страхования жизни. С другой стороны, автодилеры заинтересованы в загрузке своих кузовных цехов со стороны страховых компаний. На обоих процессах дилер стремится заработать. Страховые же зарабатывают только на продажах полисов, а вот на ремонтах стремятся сэкономить.

Олег Ванюков, генеральный директор автоцентра «Икар»:

– У нас нет снижения загрузки по слесарным работам, но в целом по рынку есть игроки, которые испытывают снижение потока до 30%. Конечно, автодилерам с их желанием получать завышенные прибыли на сервисе сейчас непросто. Но надо сказать, что официальные дилеры уже снизили свои цены до уровня гаражных сервисов. Но дело в том, что потребительская активность снизилась, у людей нет денег. Доходы поднять в текущих условиях практически невозможно, единственный вариант здесь – оптимизировать расходы.

Алексей Николаев, генеральный директор ГК «Авто Премиум»:

– Загрузка МКЦ упала примерно на 30%. Это связано с общим падением продаж автомобилей и с оптимизацией затрат страховыми компаниями. Если раньше страховщики отправляли машины на ремонт по ОСАГО, то теперь предпочитают платить клиентам наличными. Мы провели сокращение расходов, вместо двух камер теперь работает одна, перешли на более дешевые краски, лаки, стараемся привлечь клиентов вне страховки, устанавливая тарифы на уровне гаражей. С поставщиками автозапчастей договорились о скидках и отсрочках платежей.

Источник: [Деловой Петербург](#) , 09.11.15

Авторы: □ Конфисахор А., Зборовская Е.