ВЫХОД ИЗ КРИЗИСА

Владимир Моженков

окончил Брянский институт транспортного машиностроения, специальность – инженер промышленного транспорта. В 1990 году окончил Институт менеджмента и предпринимательства. Стажировался и обучался в Германии, Англии, США и Италии. В ГК АвтоСпецЦентр работает с 1998 года. До 2013 года – генеральный директор Ауди Центр Таганка, с 2013 года – вице-президент ГК АвтоСпецЦентр. Занимал пост вице-президента, а с 2013 года является президентом Ассоциации Российские Автомобильные Дилеры (РОАД)

Фото: «РОАД»

Рынок автострахования находится в прямой зависимости от рынка продаж новых автомобилей. В кризисной ситуации теряют все – и автопроизводители, и автодилеры, и автостраховщики. По мнению президента Ассоциации Российские Автомобильные Дилеры (РОАД) Владимира Моженкова, выжить можно только при условии сотрудничества, которое подразумевает учет взаимных интересов всех участников рынка.

«Современные страховые технологии»: Владимир Николаевич, какой вы видите ситуацию в российском автостраховании сегодня?

В.Н.: Автострахование – это производная от количества автомобилей, которые продаются в России. Продажи новых автомобилей падают уже два года, с марта 2013. Мы видим, что в текущем году эта тенденция продолжится, рынок продаж новых авто будет снижаться. Есть разные прогнозы того, насколько рынок может просесть в этом году. Оптимистичный прогноз – на 20%, то есть, будет продано около двух миллионов автомобилей. Более пессимистичный прогноз – продажи составят менее полутора миллионов. То есть, по объему продаж рынок может приблизиться к положению 2009 года. Есть прогнозы о падении рынка до одного миллиона.

Основа продаж КАСКО – это количество проданных автомобилей. Вместе со снижением продаж автотранспорта снизится и количество договоров автострахования. Мы с автостраховщиками в одной лодке – наш бизнес завязан на продажи новых автомобилей. Рынок сужается. Мы видим, что с российского рынка стали уходить отдельные автомобильные марки, мы видим, что начали закрываться дилерские предприятия. Нам со страховщиками нужно находить общие точки соприкосновения, варианты для построения более эффективного сотрудничества. Сегодняшний кризис может оказаться более тяжелым, нежели те кризисы, которые мы проходили ранее. Ситуация усложняется.

«ССТ»: Перед Новым годом был скачок продаж. Не сохранится ли такая тенденция на первый квартал 2015 года?

В.Н.: Да, в конце года произошел скачок продаж. Это время мы будем помнить еще долгие годы. Такого ажиотажного спроса на автомобили в нашей практике еще не

Ассоциация Российские Автомобильные Дилеры (РОАД)

профессиональное объединение официальных дилеров России, была организована в 1994 году. В настоящее время Ассоциация представляет интересы более 4000 дилерских центров. В числе задач ассоциации – представление интересов официальных дилеров, формирование общей позиции российских автодилеров по вопросам регулирующей базы отрасли, взаимодействие с концернами автопроизводителей.

было. Если весной за $50 тыс. можно было купить один автомобиль, то в декабре за те же деньги – два. Продажи автомобилей в декабре были рекордные. Мы продали 270 тыс. автомобилей, что составляет 11% от годовых продаж. Можно сказать, что дилеры получили глоток чистого воздуха.

«ССТ»: А как изменились цены на автомобили в январе?

В.Н.: Некоторые авто перешли в январь по старым ценам (примерно 160 тыс. по всему рынку), и сегодня клиенту такая покупка выгодна. Все остальные автомобили продаются уже по новым ценам. Средние цены выросли на 10–20%, есть автомобили, которые подорожали более чем на 20%, но все равно это не покрывает потерь вследствие девальвации рубля. Хочу отметить, что мировые автопроизводители ведут себя очень сдержанно и ответственно. Они не повысили цены пропорционально курсу рубля, если бы они это сделали, то продажи встали бы совсем. Но подход к формированию цен показывает, что автопроизводители заинтересованы в российском рынке. Эту позицию мы поддерживаем, и считаем, что даже при подорожании автомобилей на 10–20% их покупать выгодно. Рост цен, конечно, будет происходить и дальше, сейчас цены еще приемлемые.

«ССТ»: Как наилучшим образом можно построить взаимоотношения автодилеров со страховщиками?

В.Н.: На рынке произошла следующая ситуация: страховые компании, столкнувшись с уменьшением числа продаваемых автомобилей, а значит, с уменьшением сборов, констатировали определенную неэффективность своего бизнеса и стали проводить жесткую политику, действуя в большинстве случаев только в своих интересах, без учета интересов дилеров.

Многие ведущие страховые компании ушли из регионов. Наряду с этим резко повысилась стоимость полисов КАСКО. При этом повышение тарифа не привязано ни к доллару, ни к евро. Страховщики первыми стали повышать расценки в автобизнесе. Это повышение цен было необходимо для компенсации их операционной неэффективности. Разумеется, все это негативно сказывается на автомобильном рынке, на клиентах автосалонов, которые хотят застраховать новый автомобиль, но не могут этого сделать.

И, таким образом, мы сами пилим сук, на котором сидим, – повысили стоимость автомобилей, стоимость запчастей, вырос процент по автокредиту, повысилась стоимость КАСКО и ОСАГО. Обратите внимание, дилеры в 95% случаев стоимость нормо-часа не увеличили. Если мы сейчас по аналогии с другими участниками рынка повысим нормо-час, то мы этот рынок полностью потеряем. Мы пересадим автолюбителей на велосипеды. В текущей ситуации на авторынке должна быть взаимовыгодная договоренность. Участники рынка должны придерживаться стратегии «победа – победа».

«ССТ»: Владимир Николаевич, но ведь одной из составляющих в цене КАСКО является комиссия за продажу дилера. Какой размер ко-

миссионного вознаграждения вы считаете адекватным?

В.Н.: Я не знаю среднего уровня комиссий. Это договоренности отдельных хозяйствующих субъектов. У разных дилеров и у разных страховщиков могут быть совсем непохожие стратегии взаимодействия. Кому-то более интересны продажи КАСКО, а кому-то ремонтные объемы. По моему мнению, адекватная комиссия – 20–25%. Насколько я знаю, это ниже, чем страховщики платят страховым агентам. При этом страховые агенты норовят зайти на территорию автодилера и увести у него клиентов.

Эти агенты, благодаря утечке информации, воруют клиентскую базу и по этой клиентской базе обзванивают клиентов, рассказывая кучу небылиц и продавая непонятные полисы от имени дилера. Такие действия агентов только ухудшают отношение клиентов к страховщикам и порочат работу автодилера. Бывают случаи, когда страховые компании передают базы агентам для пролонгации договоров страхования. Я считаю такую практику неправильной. Автодилеры очень заинтересованы в поддержании лояльности своих клиентов, для них каждый повод общения с клиентом очень важен. На сегодняшний день пролонгация договоров КАСКО умирает. Страховые компании взвинтили цены на пролонгацию на второй, третий год. На четвертый год цены вообще космические! Все идет к тому, что дешевле купить новый автомобиль, чем полис пролонгации КАСКО на автомобиль старше трех лет.

Сейчас дилерское сообщество оказалось в предкризисной ситуации. Собственники дилерских салонов ищут пути повышения эффективности своего бизнеса. Владельцы бизнеса сокращают персонал, сокращают издержки, выводят на рынок новые услуги, замораживают инвестиции, но не повышают цены на нормо-часы. При падающем рынке очень важно договариваться со страховщиками, это позволит выиграть всем участникам рынка. Нельзя уходить с рынка, нужно искать нишу, в том числе и в пролонгациях. Нужны новые продукты, сервисы, нельзя регулировать продажи только ценой! Сейчас страховые компании повысили все, что только можно повысить. Я еще раз подчеркну, что гонку роста цен начали страховщики еще в конце 2013 года.

«ССТ»: А, может быть, КАСКО вообще не нужно: полисы дорогие, страховщики платят скупо, да и вообще уходят с рынка? Может быть, автомобильный рынок может обойтись без КАСКО?

В.Н.: Мы хотим партнерских отношений и цивилизованного рынка. Потребитель, покупая автомобиль, хочет получить цивилизованную услугу, которая существует во всем мире! Существуют объективные риски. Естественное желание клиента их минимизировать относительно дорогостоящего имущества. Клиент хочет качественную услугу и готов за нее платить. Если сейчас каждый замкнется в кокон своих личных интересов, рынок погибнет. Мы должны работать, как пять пальцев одной руки: импортер – раз,

дилер – два, кредитная организация – три, страховщики – четыре, клиенты – пять.

Без взаимовыгодного сотрудничества каждый отдельный участник пропадет. Сейчас рынку очень важно предложить диверсифицированный тариф в зависимости от убыточности клиента. Кто ездит безаварийно, должны платить меньше. Но пока тарифы страховщиков не предусматривают скидок при пролонгации за хорошее вождение, тарифы для всех одинаковые.

«ССТ»: А не думали ли участники РОАД о собственной автомобильной страховой компании? Может быть, она помогла бы решить большинство противоречий?

В.Н.: РОАД – общественная организация. Она не занимается коммерческой деятельностью. У каждого бизнеса есть специализация. Мы хотим заниматься своим бизнесом и пока надеемся, что найдем со страховщиками взаимопонимание. Хотя идея имеет право на жизнь. Я знаю, что ряд автодилеров хотели бы иметь свои страховые компании. Мы очень сильно ощущаем ценовое давление со стороны страховых компаний уже не один год.

«ССТ»: Рост стоимости запчастей спровоцировал рост убыточности для страховщиков по заключенным в 2014 году договорам страхования. Продолжат ли расти цены на запчасти?

В.Н.: Запчасти подорожали, но не в два раза. Какие-то детали подорожали на 5%, какие-то на 10%, но это не пропорционально падению рубля. Автопроизводители берут на себя убытки по курсовой разнице. Многие ошибочно полагают, что в ремонте 80–85% – это стоимость запчастей. Я могу авторитетно заявить, что это не так. В прошлом году страховые компании, заняв жесткую позицию по отношению к каждому дилеру, смогли снизить стоимость нормо-часа и увеличить скидку на запчасти, уменьшив доходность практически всех дилерских предприятий. Когда даже речи о девальвации рубля не было. На основании чего? На основании своего доминирующего положения.

Насколько сейчас увеличится стоимость ремонта за счет роста стоимости запчастей сказать трудно, но не в два раза. Скорее всего, рост составит от 5% до 15%. Если импортер увеличит цены на запчасти в два раза, дилер будет искать альтернативу! В противном случае клиенты уйдут с сервиса.

«ССТ»: Будет ли развиваться сегмент продаж подержанных автомобилей?

В.Н.: Да, этот сегмент активно развивается и набирает обороты. В 2013 году было продано порядка 5 миллионов автомобилей с пробегом, в 2014 – уже более 6 миллионов, рынок очень интересный, у него большие перспективы и он должен быть цивилизованным. После предпродажной подготовки, которую делает автодилер, подержанный автомобиль не уступает по своим качествам новому. Кажется, страховщикам этот рынок тоже должен быть интересен, но пока их там нет. Мы их ждем!

Интервью взяла Татьяна Робулец