



ВЯЧЕСЛАВ ЖИГАЛОВ

Генеральный директор ГК «Феникс», Санкт-Петербург.

Родился в г.Барнаул. В 1992 году закончил Санкт-Петербургский Государственный Политехнический Университет, физико-технический факультет, кафедра «Космические исследования» С 1992 года работает в автомобильном бизнесе.

С 2015 вице-президент Ассоциации РОАД. Курирует деятельность Ассоциации по улучшению условий ведения бизнеса для автодилерского сообщества и предпринимателей в целом, в т.ч. внесение конкретных поправок в ФЗ «О защите прав потребителей» и в проект ФЗ «О судебно-экспертной деятельности в РФ», участник рабочей группы ФАС России по совершенствованию «Кодекса поведения автопроизводителей».

Стратегия РОАД.

Предвыборная программа В. Жигалова

Уважаемые товарищи!

Кризис, действительно, сделал нас в большей степени товарищами, чем конкурентами. Тяжёлые периоды жизни всегда делали людей сплочённые.

Настало время и нашему объединению сделать 2 важных дела.

1. Вспомнить о своём предназначении.

Создание наиболее благоприятных условий ведения бизнеса для членов Ассоциации и профессионального сообщества в целом.

2. Перейти на следующую ступень эволюции.

РОАД должен из клуба превратиться в организацию.

Осознавая нашу работу за последние 1,5 года, в которой я принимал непосредственное участие, мы должны быть честны сами с собой. Нам не удалось решить ни одной важной задачи. Нам не удалось существенно пополнить наши ряды и вовлечь коллег в работу. Авторитет РОАД в органах власти невысок.

Это не вина членов Совета, а проблема, требующая рационального решения. Все мы искренне хотим изменить ситуацию к лучшему, но пока не нашли для этого эффективный способ.

По существу, вся наша общественная работа заключается в сборе, анализе и распределении информации. Если мы хотим добиться результата, нужно сконцентрироваться на главном. Мы

должны избавиться от всего лишнего – от непрофильных и второстепенных проектов, вывести бизнес-проекты в дочерние компании (я говорю об Академии РОАД) и ограничить их субсидирование рамками утверждённых бизнес-планов, сократить количество конференций до 1 в год.

Нам необходимо чётко определить зоны ответственности всех членов Совета и опираться при этом на тех, кто имеет время, желание и идеи для активной работы. Совет должен перестать быть закрытым собранием, о деятельности которого мало что знают остальные коллеги. Для этого необходимо обеспечить эффективную коммуникацию и полную информационную открытость для всего профессионального сообщества, возможность участия в работе для любого члена Ассоциации.

Нужно усилить роль и самостоятельность аппарата РОАД, передав ему помимо административных функций важные инфраструктурные проекты: сайт, клиентские web-интерфейсы, CRM, управление базами данных. Без современных информационных технологий и чётко выстроенных процессов нам не удастся решить ни одной серьёзной задачи.

Наше развитие и даже существование критически зависят от спонсорской поддержки. Её можно не только сохранить, но и усилить только благодаря эффективной системе коммуникаций с профессиональным сообществом. В свою очередь, эти коммуникации критически зависят от качества и результативности нашей работы над улучшением бизнес-климата. А в этом случае бюджет РОАД может быть сбалансирован уже только за счёт притока новых членов и увеличения общей суммы взносов. Чтобы люди стремились в наши ряды, РОАД должна представлять ценность для развития их бизнеса.

Важнейший способ достижения главной цели – выстраивание конструктивных систематических контактов с органами власти, вхождение в рабочие группы, понимание механизмов принятия решений, объединение усилий с бизнес-организациями. В сочетании со взвешенной PR-активностью и ростом членской базы вес и авторитет РОАД можно поднять на несоизмеримо более высокий качественный уровень.

Низкое, порой граничащее с безграмотностью, качество экономических стратегий, законов и нормативных актов создаёт не только проблемы для бизнеса, но и открывает возможности для продвижения наших конструктивных идей. Дефицит профессиональных экспертных знаний в органах власти – потенциал для сотрудничества. Нам крайне необходимо научиться извлекать суть наших проблем на поверхность и терпеливо, но настойчиво разяснять её чиновникам. Борьба с последствиями неграмотных решений на порядок сложнее, чем влиять на них в процессе разработки.

В действующей стратегии автопрома, например, нет даже понятия «дилерская сеть». А на её реализацию выделяются гигантские суммы из бюджета. Куда они идут? На субсидирование процентов по инвестиционным кредитам для автоконцернов, на субсидирование перевозок автомобилей на экспорт, на мифический проект «Кортеж». В ближайшее время выйдет новая редакция этой стратегии. РОАД никак не участвует в её подготовке.

Любой из нас с ходу назовёт 7-8-значную сумму, потерянную на бонусах, кредитных процентах и других издержках из-за навязанных заведомо невыполнимых планов. Расширение дилерской сети во время кризиса, новые инвестиционные обязательства, от которых нельзя отказаться, и прочие «радости» партнёрства с импортёрами никак не находят решения. В то же время РОАД встаёт в храбрую, но бессмысленную позу, отказываясь от конструктивного диалога с ФАС, но и не делая ничего другого.

Мы должны уметь объединять усилия со смежными отраслевыми ассоциациями там, где наши интересы совпадают, и договариваться там, где противоречат. Ассоциация европейского бизнеса, Российская страховая ассоциация, Ассоциация российских банков и другие – наши естественные и вечные друзья-противники.

В чём заключаются проблемы нашего бизнеса? Что нужно сделать для улучшения бизнес-климата?

- Ограничить произвол производителей при определении планов продаж, бонусных систем, расширении сети, расторжении дилерского контракта, принятии инвестиционных обязательств и стандартов и т.д.
 - Ввести в закон «О защите конкуренции» применительно к допустимым вертикальным соглашениям (дилерским контрактам) ссылку на обязательность соблюдения отраслевых соглашений саморегулирования (Кодекса автопроизводителей)
 - Уточнить разъяснение Президиума ФАС от 17 февраля 2016 обязательностью согласования Кодекса Ассоциацией РОАД
 - В течение ограниченного срока принять новую редакцию Кодекса (проект предложен мной Совету ещё в апреле)
- Ограничить потребительский экстремизм;
 - Добиться принятия поправок в закон «О защите прав потребителей». Проект направлен в Правительство в декабре, но остался без ответа.
- Включить дилерские компании в государственные программы поддержки малого и среднего предпринимательства.
 - Только на программу льготного кредитования (9,5-10,5%) АО «Корпорация МСП» потратит в этом году 125 млрд. руб.
- Добиться снижения или ограничения неналоговых сборов и новых видов налогов (налог с кадастровой стоимости недвижимости, утилизационный сбор, торговый сбор и т.д.);
- Предотвращать негативные решения на этапе рассмотрения проектов указов, законов и других нормативных документов (например, антикоррупционная оговорка в хозяйственных договорах и обязанность разрабатывать антикоррупционную политику).
 - Механизм предотвращения или хотя бы снижения негативных последствий нововведений существует. Это процедуры оценки регулирующего влияния (ОРВ) и оценки фактического влияния (ОФВ), многочисленные рабочие группы в министерствах и госкорпорациях. РОАД нигде не участвует.
- Отстаивать отраслевые интересы в процессе совершенствования законодательства о закупках и о защите инвестиций.
 - РОАД когда-то поддержал глубоко ошибочное решение о параллельном импорте запчастей. Это в чистом виде безответственный популизм. Мы придём к ещё большему нарастанию ценовой конкуренции с гаражными сервисами. Для дилерской компании, обременённой дорогостоящими стандартами производителя, такая конкуренция может кончиться плачевно.
 - Бюджетные расходы уже составляют 40% ВВП и продолжают расти. Необходимо добиваться введения в законодательство антидемпинговых процедур, обеспечивающих доступ к госзакупкам для качественной продукции и услуг дилеров.

Эта программа может показаться невыполнимой или слишком отвлечённой, но последствия перечисленных и массы других проблем мы испытываем на себе ежедневно. Даже двигаясь небольшими шагами мы сможем постепенно выйти из опасной зоны. И чем более массовой будет наша Ассоциация, тем громче зазвучит наш голос!