

В Правление Ассоциации
«Российские Автомобильные Дилеры» (РОАД)
Членам Ассоциации РОАД

Программа
кандидата в Президенты Ассоциации «Российские Автомобильные
Дилеры» (РОАД) Зубарева Вячеслава Викторовича



Родился 25 ноября 1959 года в городе Златоуст Челябинской области, окончил Челябинский политехнический институт по специальности «инженер-механик». Трудовую деятельность начал в 1981 году в г. Набережные Челны на производственном объединении КамАЗ. Проработал 12 лет на Заводе двигателей, занимая должности от мастера цеха до руководителя производственного комплекса.

В 1992 году создал фирму «ТрансТехСервис» (торговая марка ТТС). Сегодня это одна из крупнейших в РФ компаний по реализации и обслуживанию автомобилей. Более 100 автоцентров ТТС работают в 5 республиках и 10 городах страны, штат сотрудников превышает 6 000 человек. Вячеслав Викторович Зубарев является Председателем Совета директоров группы компаний «ТрансТехСервис» – регионального автохолдинга и официального дилера 20 автомобильных брендов.

В 2019 году ТТС запустил крупнейший в России «Мегамолл автомобилей с пробегом» площадью 70 000 м², где представлено порядка 2000 авто с пробегом.

В период с 1999 по 2019 гг. Вячеслав Зубарев являлся депутатом Государственного Совета Республики Татарстан четырех созывов. В период депутатской деятельности участвовал в комиссии по вопросам государственного строительства, местного самоуправления и внешних связей, являлся членом комитетов по законности, регламенту и депутатской этике; по бюджету, налогам и финансам.

Среднесрочная программа действий

Ситуация в отрасли.

В настоящее время работать в автомобильном бизнесе непросто. Мы постоянно видим новые вызовы – меняется экономика, в законодательство вносятся и принимаются новые нормы, появляются технологии, меняющие отрасль и манеру поведения/потребления клиентов наших услуг. Рынок нестабилен, и это точно завтра не закончится. Необходимы меры по консолидации автодилеров и защите наших интересов. Наша сила в единой согласованной позиции.

Ассоциация должна приносить пользу дилерскому бизнесу: отражать интересы и доносить нашу точку зрения по актуальным вопросам. Для этого необходимо плотно взаимодействовать с представителями органов власти. Также одной из основных задач Ассоциации вижу в развитии тесного сотрудничества с автопроизводителями.

Сроки реализации. Программа рассчитана на среднесрочную перспективу 3–5 лет.

На посту Президента РОАД планирую решать следующие задачи:

1. Взаимоотношения с Дистрибьюторами.

Мы находимся в разных регионах, у нас могут быть различные стратегии и тактики ведения бизнеса, но нас объединяют следующие вопросы:

1.1. Взаимовыгодное партнерство.

Уверен, что дилеры и дистрибьюторы – равноправные партнеры, которые руководствуются разумными принципами ведения бизнеса. Необходимо развивать с дистрибьюцией честное партнерство, основанное на надлежащем исполнении обязательств. Именно это соотношение прав и обязанностей нужно определить и зафиксировать в наших дилерских контрактах.

Подписан Меморандум о взаимопонимании между РОАД и АЕБ – документ, который устанавливает паритетные взаимоотношения между дилерами и производителями и определяет алгоритм взаимодействия по многим вопросам.

Одна из первоочередных задач - приведение в соответствие дилерских договоров с данным Меморандумом.

1.2. Защита инвестиций.

Для Сообщества дилеров важно, чтобы проекты, которые требуют к реализации дистрибьютеры, опирались на реалии российского рынка (на других рынках, мы можем видеть такую адаптацию, которая отсутствует у нас). Важно, чтобы сроки действия дилерского контракта соотносились со сроками окупаемости дилерского объекта. Также необходимо решить вопрос о регулировании односторонних

изменений со стороны дистрибьютера в период окупаемости проекта. Например, открытие новых дилерских центров на территории присутствия дилера, требования дистрибьютера о дополнительных вложениях в виде ребрендинга до окончания срока окупаемости и т.д. Эти решения должны приниматься с учетом окупаемости дилерских инвестиций и в открытом диалоге между сторонами.

1.3. Рентабельность бизнеса новых автомобилей.

И дилеры, и дистрибьютеры едины во мнении, что дилерские предприятия должны быть рентабельны. А это возможно только при рентабельности бизнеса продаж новых автомобилей.

Излишние амбиции импортеров по объемам продаж и долям рынка без соответствующей поддержки достаточно часто приводят к «перезатариванию» складов, и, как следствие, к отрицательной рентабельности продажи новых автомобилей. Бонус должен быть не инструментом дистрибьютеров, позволяющим манипулировать объемами, а реальным помощником стандартизации процессов и повышения эффективности дилера. Считаю необходимым в этом вопросе договориться о прозрачности механизмов планирования поставок новых автомобилей в рамках определенных периодов.

Бизнес по запасным частям.

Запасные части - важная составляющая дилерского бизнеса и установление объективных планов по продажам запасных частей крайне важно. Дилеры не могут создавать сверхзапасы и вынуждены перепродавать излишки оптовым закупщикам. При этом они фактически финансируют бизнес альтернативных сервисов, которые получают оригинальные запчасти по цене ниже закупочных. У потребителя формируется мнение, что цены на оригинальные запчасти у дилеров выше, чем у независимых станций.

Войдя в переговоры с дистрибьютером, мы сможем выработать четкие правила и договоренности по данным вопросам.

1.4. Прочие вопросы.

Кроме вышперечисленного, требуют решения следующие вопросы: навязывание некоторыми производителями безальтернативных поставщиков при реализации проектов ребрендинга дилерских центров; условия распределения/доставки автомобилей и запчастей в регионы присутствия дилера; определение стоимости норма-часа при выполнении негарантийных ремонтов; возможность легального использования дилером сертифицированных альтернативных запасных частей при осуществлении ремонта и технического обслуживания.

2. Взаимодействие с органами власти.

Пробелы в законодательстве по отдельным вопросам замедляют развитие автомобильного бизнеса. В данном направлении необходимо сосредоточиться на обсуждении следующих мер:

- 2.1. Внесение поправок в ФЗ «О защите прав потребителей» с целью исключить возможность потребителей «экстремистов» незаконно обогащаться. Также проработать изменение дилерских договоров, в части, которая регламентирует компенсацию дилеру понесенных затрат, при возврате автомобилей в результате возникновения производственных дефектов, импортерами.
- 2.2. Необходимо ускорить формирование государственной политики и изменений в законодательной базе, чтобы привести рынок автомобилей с пробегом в России к цивилизованным стандартам работы. Требования к участникам рынка должны быть четко сформулированы. Участниками рынка должны быть компании, которые дорожат своей репутацией и обладают необходимой материально-технической базой для работы в этой сфере. Совместными усилиями необходимо освободить рынок от «серых» продавцов и перекупов, от действий которых, наравне с дилерами, страдает государство и добросовестные покупатели;
- 2.3. Назрел вопрос об изменении Налогового кодекса РФ в части расчета НДС при продаже автомобилей с пробегом (проблема «двойного НДС»);
- 2.4. Необходимо на законодательном уровне определить ответственность за скручивание пробега на автомобиле. Прежде всего данные действия ставят под угрозу безопасную эксплуатацию транспортных средств;
- 2.5. Необходимо выстроить переговорный процесс с Российским Союзом Автостраховщиков (РСА) в части обсуждения и внесения изменений в справочники по ремонту ОСАГО и актуализировать их с учетом меняющейся ситуации на рынке. Цель - вернуть клиентов в наше кузовное производство;
- 2.6. **Защита прав дилерской сети.**

За последние 10 лет многие дилеры пострадали в связи с уходом с рынка марок Opel/Chevrolet (GM) и Ford. Производители не компенсировали дилерской сети понесенные затраты и инвестиции в данный бизнес. Те выплаты, которые были осуществлены, не сопоставимы с выплатами дилерам, работающим на защищенных рынках в других странах. Эта история может повториться. Необходимо вынести на обсуждение вопрос принятия пакета законодательных мер, защищающих интересы российских дилеров в случае ухода с нашего рынка иностранных автопроизводителей. Такие законы уже работают в других странах, уход Ford из Европы наглядно показал это (компенсации дилерам были несоизмеримы с тем, что получили российские дилеры). Мы хотим сделать автомобильный рынок в России прогрессивным, цивилизованным и безопасным, а для этого нам нужна государственная поддержка!

3. Риски цифровизации. Вчерашние агрегаторы – сегодняшние классифайды.

Агрегаторы и классифайды уже вошли в наш бизнес. Изначально, работая за небольшую комиссию, обещая увеличить клиентский трафик, они предлагают удобный ИТ-сервис. Далее, они начинают диктовать условия каждому из нас по

отдельности, повышая комиссионные и подминая под себя наших клиентов. С такой ситуацией уже столкнулся каждый из нас. Если ничего не предпринимать в данном вопросе, наша перспектива – превратиться в логистические компании, доставляющие автомобиль клиенту и осуществляющие предпродажную подготовку.

Тенденцию нужно менять. На мой взгляд, необходимо развивать работу по двум направлениям:

- 1) Ведение переговоров от имени дилерского сообщества с крупными игроками рынка классифайдов. Объединившись, мы сможем определять справедливые условия сотрудничества с агрегаторами-классифайдами;
- 2) Проводить анализ и инициировать совместную работу с антимонопольным комитетом для регулирования рынка данной отрасли.

4. Другие направления.

Каждый из нас сталкивается с проблемой компетентного персонала. Все решают эту проблему по-своему, исходя из собственных ресурсов и возможностей.

В рамках совета РОАД действует и уже добился хороших результатов HR-комитет. Нам необходимо внедрение отраслевых стандартов и на законодательном уровне использовать мощности государственных учебных заведений для подготовки сотрудников для дилерских предприятий.

Также комитет может выступать консультантом и методологом в области подбора, подготовки, оценки и развития сотрудников наших дилерских предприятий. Реализация намеченных планов и дальнейшее развитие в выбранном направлении принесут пользу каждому дилеру уже в ближайшем будущем.

Заключение.

В данной программе я кратко изложил свое видение злободневных проблем дилерского сообщества. Выделил приоритетные, на мой взгляд, вопросы. Возникает резонный вопрос «А что же движет мной в желании стать Президентом РОАД?» У меня есть, как минимум, две причины:

1. У меня твердое убеждение, что нашу Ассоциацию должен возглавить владелец дилерского бизнеса, для которого решение данных проблем - вопрос его дальнейшего существования, при этом этот человек должен знать наш бизнес изнутри. Только при таком условии эффективность работы на данном посту будет максимальной, ведь личные цели и цели Ассоциации будут совпадать - защита интересов автобизнеса.
2. Я имею 20 летний опыт работы в государственных структурах Республики Татарстан. За эти годы я получил опыт и понимание работы «государственной машины», правил законотворчества и регламентов различных министерств и комитетов. Уверен, что эти знания позволят

Ассоциации более продуктивно реализовывать взаимодействие с государственными органами.

Эти две причины и побудили меня к выдвижению в президенты РОАД. Последние 27 лет моя жизнь связана с автомобильным бизнесом. У меня нет других доходов и будущее мое и моей семьи я связываю именно с автобизнесом. Главная моя цель - это защита бизнеса и всем, для кого это также важно, я предлагаю объединиться!