

«Мы дожевываем свой овес» Интервью депутата Госдумы, основателя компании «Рольф» Сергея Петрова

Российский автомобильный рынок первым почувствовал экономический кризис, и положение на нем остается крайне тяжелым. В сентябре 2015-го падение продаж ускорилось еще на 9%; автокредитов в этом году выдают ровно вдвое меньше, чем в прошлом. Несмотря на это, компания «Рольф», крупнейший автодилер в стране, сохранила устойчивость, а в 2014-м показала рост, увеличив выручку на 26,6% (более свежих данных о деятельности предприятия нет).

Основатель компании — Сергей Петров; предприниматель, известный своим критическим отношением к российской власти. С 2007 года Петров — депутат Госдумы, в 2011-м он переизбрался в парламент по спискам «Справедливой России», активно поддерживал движение «За честные выборы». Летом 2015-го стало известно, что главным бенефициаром «Рольфа» теперь является младший сын Петрова, 25-летний Александр, живущий в Лондоне и работающий в Standard & Poor's. В интервью специальному корреспонденту «Медузы» Илье Жегулеву Сергей Петров рассказал, как отразился кризис на стране и на его семейном бизнесе.



Фото: Владимир Астапкович / ТАСС / Scanpix

— Весной вы прогнозировали спад продаж автомобилей на 40%. С января по август получилось 41,6%, а в Москве вообще больше половины. Как оцениваете нынешнюю ситуацию?

— Этот прогноз сложно приписывать себе: было бы странно прогнозировать отдельно ситуацию на авторынке без привязки к экономике в целом. Очевидно, что три фактора — санкции, нефть и бизнес-климат — дают серьезные основания для прогноза на ухудшение. Они имеют разные пропорции, словно причудливо

переливаются. Любой человек видит это: если вы пилите сук, на котором сидите, то, скорее всего, упадете. Ну, какой здесь нужен талант предсказателя?

— Есть автопроизводители, которые смогли как-то предугадать обвал? Или это для всех одинаковый общий кошмар?

— Производителям предугадывать сложно, потому что вы не можете предугадывать кризис.

— Но причину кризиса можно предугадать.

— Если вы видите причину, это не значит, что предугадаете, когда размещать заказы, и какие. Потому что производитель связан с цепочкой — дистрибьютор, дилеры.

— General Motors, которая в начале 2015 года объявила о прекращении продаж Opel и сокращении модельного ряда Chevrolet в России, очевидно была готова к тому, что произойдет?

— GM — это другая история. У GM были свои причины. Они не так увязли. Заложники — те компании, которые много инвестировали. Кому-то проще зафиксировать 600 миллионов потерь, но уйти с рынка, который явно не показывает каких-либо признаков выздоровления. Надо понять, что и цена на нефть непрогнозируема, и санкции скоро не отменят — это может быть лет на 20.

— И никакая локализация производства не спасает? Hyundai и Kia, по-моему, лучше других производителей себя чувствуют в России.

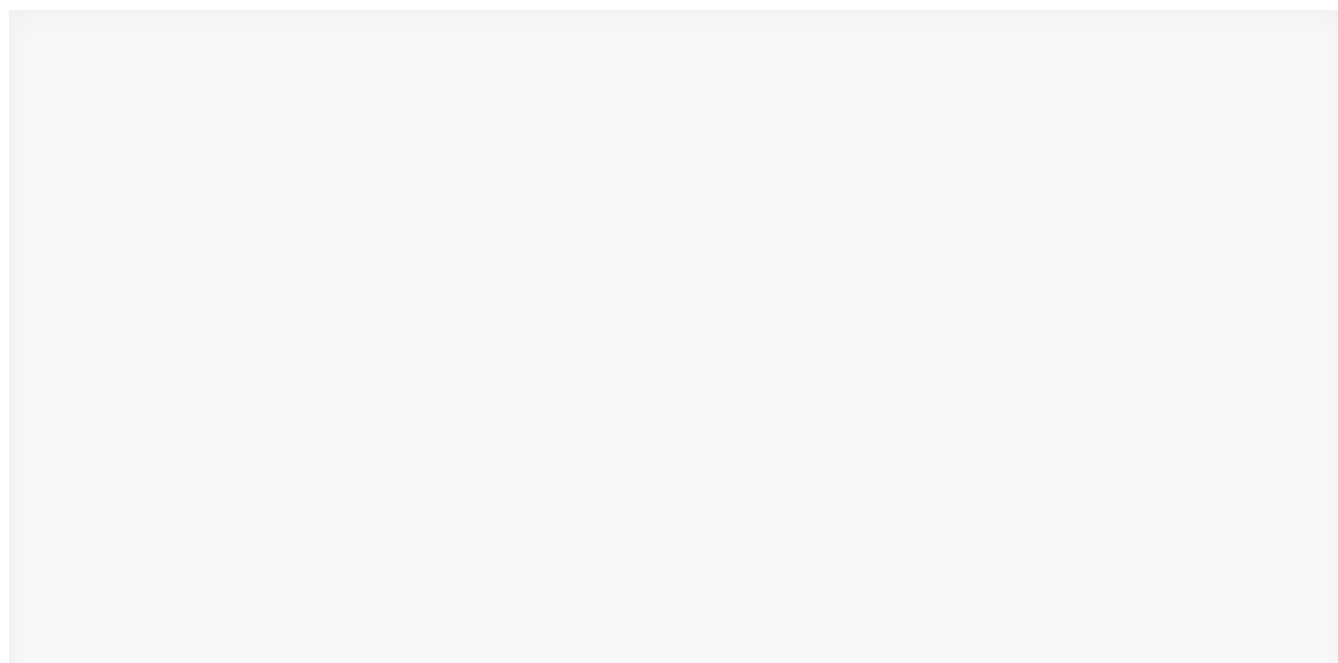
— Спасает, но у каждого своя экономика. По тем заводам, которые я знаю, локализация еще больше затягивает узел. Для чего производитель повышает локализацию? Для того, чтобы продолжать получать комплектующие беспроцентно. Допустим, рынок падает до полутора миллионов новых автомобилей в год. На следующий год, может быть, будет миллион, а производитель несет потери уже сейчас. И возникает вопрос: как долго производители готовы нести эти убытки?

— Но чисто теоретически можно же локализоваться за счет российских производств, их не надо строить заново.

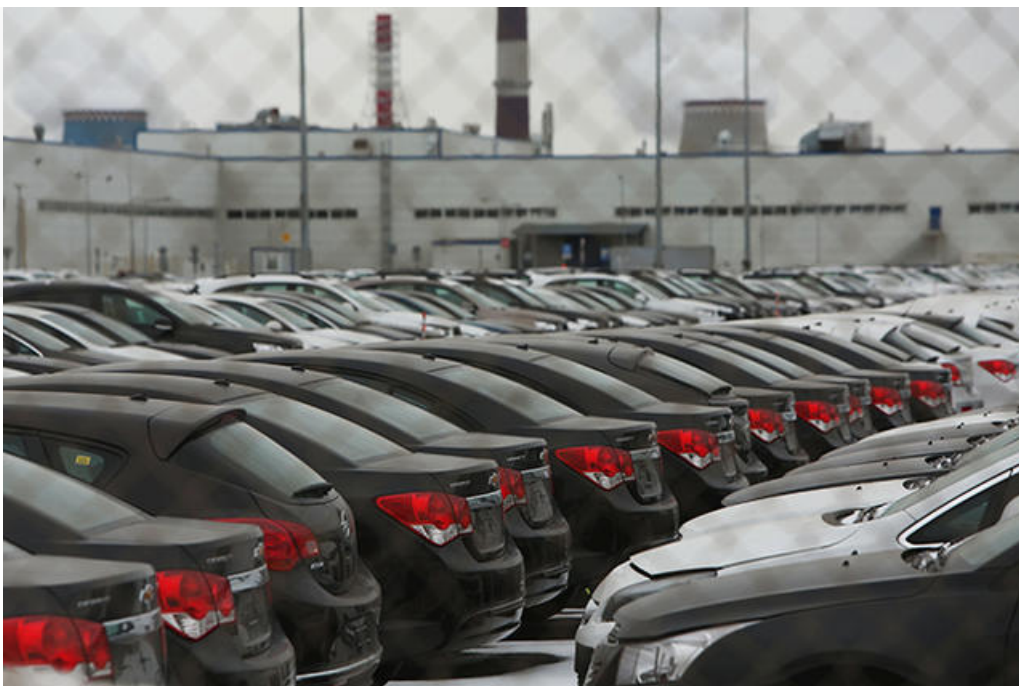
— Российский рынок просто ничего не может им дать. Это разрыв...

— Десятилетий?

— Вообще, восприятия даже. Наши даже не понимают, о чем речь, когда с готовностью берут на себя любые обязательства. Технологии производства мирового автопрома не стоят на месте. Это непрекращающаяся гонка за эффективностью и оптимизацией. Они должны непрерывно предлагать, придумывать новое. Не только создавать некий дизайнерский продукт, чтобы все были в восторге, а делать это дешевле, легче, экономичнее, безопаснее, эффективнее.



Площадка готовой продукции на заводе General Motors в Санкт-Петербурге. Март 2015-го
Фото: Светлана Холявчук / Интерпресс / ТАСС



— То есть, может быть, у Kia и Hyundai ситуация еще хуже, потому что нет возможности уйти?

— Нет, почему? У них просто другой взгляд на рынок. У них своя бизнес-культура. В том числе, при освоении новых рынков.

— В отчете PricewaterhouseCoopers говорится, что главная причина падения рынка — это геополитическая ситуация. Вы тоже считаете, что санкции и все, что связано с геополитикой, действительно на первом месте среди причин обвала?

— Нет такого манометра, чтобы определить, что первое, а что нет. Сегодня нефть стала большей причиной, завтра будут санкции. Они окажут свое влияние чуть позже, потому что сегодняшняя невозможность покупать высокотехнологичное оборудование скажется и на оборонной, и на нефтяной промышленности через год-полтора-два, когда мы не сможем увеличить добычу. Мы уже исчерпываем те нефтяные запасы, которые легко доступны. Более сложные в разработке месторождения без снятия санкций мы не освоим. И так далее, и так далее.

— Но если говорить о нынешней ситуации — тот же GM ушел из-за санкций?

— GM ушел чисто по экономическим причинам. Ему не было указания сверху уходить. Нет такой санкции. Производитель просто считает, что с этими парнями, которые так относятся к бизнес-климату, к своим обязательствам, с таким рынком — выгоднее зафиксировать убытки и уйти. Это же не какая-то там директива американского правительства. Мы знаем, что их нет — такого рода указаний.

— Я спрашиваю потому, что напрямую геополитика в качестве причины падения рынка на первый взгляд не просматривается, об этом мне говорил и Александр Аузан несколько месяцев назад.

— Напрямую — нет. Мы видели падение ВВП еще до украинских событий, до падения нефти. Тогда уже фактор бизнес-климата сработал: это и избыточное госрегулирование, и власть силовиков, которые по-своему видят любой экономический вопрос.

Автор: Илья Жегулев © Медуза ЭКОНОМИКА, МИР 7575 14.10.2015, 16:49 1485
URL: <https://babr24.com/?ADE=139444> Bytes: 6386 / 5822 Версия для печати

[👍 Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:
newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Илья Жегулев.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)

