

"Пропонуємо готову бізнес-модель, яка допоможе вийти на значно вищий щабель розвитку бізнесу" - СПЕКТР

дата публікації: 2018.08.27



Український ринок авторемонтних лакофарбових матеріалів створювався не одне десятиліття. Одним з ключових гравців, що формував ринок і "завів" в Україну чимало глобальних брендів, є Група компаній "Спектр". Про теперішню ситуацію та варіанти розвитку ринку нашим читачам розповість засновник Групи - Олег Дзюбан.

Огляд ринку

Український ринок авторемонтних лакофарбових матеріалів багато в чому подібний до ринку промислових спеціалізованих ЛФМ. З однієї сторони – це домінування імпортних матеріалів та відсутність сильних місцевих виробників, які через нестачу доступної вітчизняної хімічної сировини просто неспроможні запропонувати споживачам якісні системи покриттів за конкурентними цінами, і які не мають доступу до сучасних технологій і досвідченого персоналу.

З іншого боку – це надзвичайно конкурентний ринок, на якому присутні безліч торгових марок і постачальників, основним інструментом боротьби яких є ціновий демпінг.

Відсутність достовірних статистичних даних та наявність "сірого" імпорту не дають змогу точно вказати об'єми українського ринку авторемонтних ЛФМ, але їх можна приблизно оцінити за супутніми даними.



ADI UPP - це високоякісна комплексна лінійка лакофарбових і витратних матеріалів, розроблених спеціально для авторемонту, із застосуванням інноваційних технологій і рецептур. Традиційна європейська якість, інноваційні рецептури і технології виробництва матеріалів дозволяють виконувати ремонт, який відповідає найсучаснішим вимогам.

Усі матеріали ADI UPP можуть використовуватися в поєднанні з будь-якою фарбувальною системою без порушення технології, що ще раз підтверджує високу якість продукції. Висока якість і низька ціна товару, обумовлена оптимізацією маркетингових витрат, роблять ADI UPP найбільш привабливою пропозицією на ринку за співвідношенням ціна-якість.

ADI UPP постійно розвиває і розширює асортимент продукції, намагаючись задовольняти всі потреби і запити клієнтів.



AIRPRESS - провідна європейська компанія на ринку стисненого повітря. AIRPRESS спеціалізується на виробництві поршневих і гвинтових компресорів, пневмоінструменту, фарбопультів, осушувачів і систем фільтрації стисненого повітря.

Впровадження інноваційних рішень, розробка технологічних новинок, використання комплектуючих від кращих європейських виробників і контроль якості дозволяють AIRPRESS пропонувати своїм клієнтам високоякісне обладнання за вигідною ціною.



Компанія AIRPRESS працює на ринку з 1962 року. За такий тривалий період часу продукція AIRPRESS завоювала довіру клієнтів у всьому світі. Центральний офіс компанії знаходиться в Нідерландах в м.Люварден (Leeuwarden).

У європейських країнах об'єм ринку Automotive Refinish в середньому складає 2-4% від загального споживання фарб і залежить від розміру автопарку кожної країни, і кількості автомобілів на 1 тис. населення. Враховуючи, що в 2017 році споживання ЛФМ в Україні склало понад 300 тис. тонн, а автопарк становить більше 9 млн. автомобілів (але при цьому у нас припадає найменше авто на 1 тис. населення), об'єм українського ринку авторемонтних ЛФМ складає близько 6 тис. тонн.

Коротко пояснимо, як зараз працює ринок. Наприклад, у Росії діє лише дистриб'юторська схема, тому що там немає можливості завозити товар безлічі компаній і діють виключно місцеві виробники або дистриб'ютори світових брендів. Натомість, в Україні та Польщі діє змішана схема продажів: і дистриб'юторська, і прямих продажів, коли безліч компаній або просто приватних осіб купують продукти (як правило в Польщі).

На ринку працюють незалежні і авторизовані автосервіси. Як правило, авторизований сервіс не купуватиме в такому локальному магазині, а працюватиме напряму з офіційним імпортером авторемонтних ЛФМ. Тоді як невеликі СТО переважно самостійно обирають місце закупівлі.

Зазвичай схема продажів полягає в наступному: компанії імпортери різних торгових марок авторемонтних ЛФМ здійснюють доставку до цих автосервісів і магазинів. Як правило, різниця цін для сервісів і магазинів або відсутня, або в межах 2%. Тобто, локальний магазин бере товар, тому що його клієнт-автосервіс звик до певного бренду й асортименту. Магазин фактично нічого не заробляє, але бере товар, щоб утримати клієнта і мати в наявності більш широкий асортимент продукції.

Як один із видів захисту своїх зусиль, багато компаній та просто роздрібних пунктів,

намагатися замовляти продукти (в основному – в Польщі) під своїми власними брендами. Зрозуміло, з невеликим асортиментом та нестабільною якістю. Роздрібні торгові пункти використали свою перевагу прямого контакту з малярами та зробили ставку на такі продукти (у багатьох випадках відмовившись від співпраці з потужними українськими компаніями), за рахунок яких, по суті, вийшли на ринок та визначили для себе асортимент.

Це призвело або призведе, на нашу думку, до загальної недовіри до нових брендів. Оскільки кінцеві споживачі з часом побачать, що на ринку присутні безліч однакових продуктів з різними етикетками.

Усе регулює конкуренція, тож ні в Україні, а ні в будь-якій іншій країні не може існувати якась компанія, яка захопить весь ринок – не вистачить ресурсів, щоб "взяти під себе" всі автосервіси. Хоча, можливі прориви. Скажімо, за січень-лютий цього року група компаній "Спектр" встановила на 5 фірмових сервісах підбори Lechler, замінивши конкурентні. Люди звикли роками працювати з певними матеріалами, тож аби вони перейшли на щось нове, потрібно було запропонувати кращі продукти і ще й за нижчою ціною.

Компанія **E.M.M. INTERNATIONAL B.V.** є виробником і дистриб'ютором широкого спектру товарів повсякденного користування, які головним чином застосовуються на автомобільному ринку і використовуються у декоративному фарбуванні, суднобудуванні, виробниками комплектного обладнання та сервісними центрами.

Е.М.М. спеціалізується на інноваційних та якісних продуктах, які поставляються під торговими марками Colad, Hamach і RoninTools. Виробничі об'єкти компанії розташовані по всьому світу. Головним офісом є Європейський Центр Продажів, який знаходиться в Zwolle, Нідерланди.



Під торговою маркою **COLAD®** виготовляється широкий спектр матеріалів для кузовних і фарбувальних робіт, різноманітні системи маскування і фільтрації, а також високоякісні засоби захисту і робочий спецодяг. Зручність експлуатації, ергономічність, якість, широкий асортимент пропонованих товарів є кращими рекомендаціями для використання продукції Colad.



HAMACH – інноваційні рішення для автомобільної промисловості. Широкий спектр продукції для малярних і кузовних робіт: шліфувальне і полірувальне обладнання та матеріали, пілососи, вакуумні апарати і централізовані системи видалення пилу, обладнання для фарбування, електро- і пневмоінструмент, витратні матеріали.



RONIN TOOLS – це широкий асортимент високоякісного ручного інструменту. Ергономічність, дизайн, зручність і функціональність даного інструменту задовольняють потреби і побажання кожного клієнта. На всі інструменти Ronin Tools діє довічна гарантія. Всі інструменти дуже комфортні у використанні і дозволяють досягти максимального результату.



USP AUTOMOTIVE – це високоякісна лінійка витратних матеріалів, розроблених спеціально для авторемонту, із застосуванням інноваційних технологій і рецептур. Традиційна європейська якість, інноваційні рецептури і технології виробництва матеріалів дозволяють виконувати ремонт, який відповідає найсучаснішим вимогам.



WALMEC – один зі світових лідерів з виробництва пневматичного фарбувального обладнання. WALMEC працює на ринку вже більш ніж 70 років. WALMEC – це надійність, якість та інновації, тому що бути на ринку означає не тільки задовольняти існуючі потреби, але і пропонувати ринку нову продукцію, з незмінно високими характеристиками і якістю, у потрібний час і на кращих умовах. Надійність, компетентність, оперативність і сервіс – основні,

"Ми не просто маємо набір продукції. Ми працюємо із потужними заводами, відповідно, під кожен сегмент ринку маємо вибудовану лінійку продукції. І наш дистриб'ютор може бути локальним клоном нашої компанії. Він може продати фарбувальну камеру чи компресори, топову чи середню лінійку ЛФМ, може отримати технічну підтримку. Але для цього він повинен бути готовим до співпраці", – говорить Олег Дзюбан.

Та разом із розвитком, не обійшлося і без ложки дьогтю. Група компаній „Спектр” мала негативний досвід з одним виробником, з яким працювали упродовж шести років. Весь цей час

„Спектр” працював над промоцією, впізнаванням та позиціонуванням бренду та ростом продажів цього бренду. І коли продукт став знаним і поширеним, концерн вирішив прийти на ринок самостійно.

"Із ситуативної точки зору, виробнику вигідно відкрити безліч локальних дилерів. Тим більше, що до цього моменту дистриб'ютор сформував цих дилерів, як регіональних представників, та вже встановив у них обладнання, провів навчання, конференції та демонстрації продуктів.

Але це майже разово – на рік-два", - зазначає Олег Дзюбан: "Для заводу-постачальника така ситуація вигідна, бо збільшуються закупівлі на склад кожному новому дилеру. Той формує складські запаси і покращує статистику для виробника. Але з часом ці локальні склади дилерів створюють тиск на ринок, а нові дилери самі отримують, по суті, ситуацію, в яку поставили свого колишнього постачальника: до їх клієнтів приходять їх же колеги з нижчою ціною на аналогічні продукти. Так би мовити, за що боролись..."

"У Європі у випадку, коли виробник приходить на ринок у формі продажу зі свого складу, дистриб'ютору, як правило, пропонують викупити складські залишки, обладнання та пропонують компенсацію за створених клієнтів.

У нашому випадку не вівся навіть діалог. Хоча, на нашу думку, це велика помилка. Та час все покаже."

"Ми пройшли через таку ситуацію і не хочемо займатись тим, що буде безперспективно. Бо для розвитку важливо не лише отримувати прибуток", - коментує Олег Дзюбан: "Зараз я маю безліч зустрічей закордоном і добре знаю ринки різних країн. Натомість, у нас ситуація виглядає так, що всі безліч часу витрачають на тимчасові речі, які нічого не принесуть, чи ставлять хибні цілі, просто змагаючись один з одним чи з компанією постачальником, яка створила регіонального дилера за рахунок своїх ресурсів".



фундаментальні цінності компанії, завдяки яким вона щодня чітко і злагоджено працює з однією лише метою: сьогодні і завжди пропонувати своїм клієнтам високоякісні актуальні продукти, 100% **ВИРОБЛЕНІ В ІТАЛІЇ**, тому що **WALMEC** зберегла виробництво в Італії протягом усіх цих десятиліть.



Cartha about the difference

LECHLER S.P.A. (ІТАЛІЯ) - найбільший в Європі виробник лакофарбових матеріалів. Починаючи з 1858 року, ось вже 150 років мільйони замовників вибирають лакофарбові матеріали компанії Lechler, які з успіхом застосовуються в промисловості, авторемонтному та декоративному фарбуванні, яхтингу. Продукти Lechler S.P.A. представлені п'ятьма брендами групи компаній, основну частку з яких займають матеріали для авторемонту Lechler і матеріали для комерційного транспорту і промислового застосування Lechsys. В Європі головний офіс компанії Леклер розташований в місті Комо, виробничі потужності компанії знаходяться в Комо, Сереньо і Фоліньо. На даний момент продукція



компанії Lechler S.P.A. поставляється у більш ніж 65 країн всього світу.



Компанія **CARTAR INDUSTRIES** є світовим лідером в області технологій і виробництва пересувних підйомників. Гасло компанії «Висока якість - довгий термін служби».

Компанія Cartar Industries вперше відкрила свої двері на австралійський ринок в кінці 90-х років минулого століття з чітким планом впровадження в автомобільну промисловість спеціалізованого обладнання. З самого початку Cartar Industries зосередила свою увагу на розробці і виготовленні пересувних підйомників, які допомогли б поліпшити стандарти організації робочого простору на сервісних дільницях. За роки роботи компанія завоювала ряд нагород і заслужила повагу клієнтів у всьому світі, серед яких Mercedes-Benz, BMW і ряд інших автовиробників.

Мобільні підйомники **CARTAR** дозволяють сервісному персоналу легше переміщати пошкоджені автомобілі вздовж виробничої лінії цеху, безпечно і ефективно, тим самим заощаджуючи дорогий час і гроші, а також значно зменшуючи ризик травм.



Створена в 1964 р. у Франції, компанія **GYS** є виробником зварювальних апаратів, зарядних пристроїв та обладнання для кузовного ремонту, аксесуарів і витратних матеріалів, призначених для використання на промислових і спеціалізованих підприємствах.

Яким буде розвиток ринку?

Відверто кажучи, покупцям байдуже, чи прибуток отримує дистриб'ютор, чи збиток. Та коли компанія не отримує прибутку, вона не зможе забезпечити технічну підтримку, проведення акцій та промо-заходів. Скажімо, якщо ви вирішили купити телевізор відомого бренду на ринку, проте не отримаєте гарантії. Репутація такого виробника з часом постраждає. Так само і на ринку авторемонтних ЛФМ. Якщо матеріали постачаються з мінімальною маржею, демпінгуючи, то з часом втрачається мотивація по даним продуктам. Безліч продавців одного і того самого претендують на тих самих покупців.

Якщо поглянути на незалежні сервіси, то сьогодні дуже частим рішенням є своєрідне асорті - беруть шпаклівку одного виробника, розчинник іншого, а лак чи фарбу зовсім інших брендів. Тоді як професіонали радять працювати комплексними лініями продукції. Навіть для незалежних СТО можна створити недорогу лінійку, головне, щоб було відповідне бажання. І група компаній "Спектр" намагається це впроваджувати, оскільки має ці можливості.

За словами Олега Дзюбана, стратегією є схема обміну можливостями. "Спектр" має прямий доступ до багатьох концернів. Над цим компанія працює з 2009 р. І на сьогодні має міцні ділові стосунки з багатьма європейськими виробниками. Основним завданням групи компаній "Спектр" сьогодні є побудова такої системи роботи, яка дозволить максимально правильно показати переваги усіх наявних продуктів. Адже не може одна компанія тримати на обслуговуванні безліч автосервісів. Тож у стратегічному розвитку існування дистриб'юторських та директних продажів в Україні збережеться. Однак потрібно розуміти, що без партнерської

схеми роботи локальний дистриб'ютор не матиме маржинального інтересу та, відповідно, не зможе здійснювати сервісну підтримку.

"Зараз у нас на ринку є набір дистриб'юторів і набір якихось продуктів у магазинах. Закупівля часто здійснюється хаотично, коли з асортименту вибирають якомога дешевші позиції. На той товар, який вже знають, який доставили сюди, прайс формується таким чином, що до закупівельної ціни додають не більше 10%", - ділиться спостереженнями Олег Дзюбан. "Я не кажу, що хтось там кращий чи гірший, кожен у своїй ситуації правий. Просто, ми шукаємо тих, котрі готові підняти голову вверх і подивитися, чим саме перспективно займатися сьогодні. Хтось хоче розвиватися і далі рости. Так от, ми хочемо бути з тими, хто у стані використати наші можливості. Ми пропонуємо готову бізнес-модель, яка допоможе не просто розвинути свою справу, а вийти на значно вищий щабель розвитку".

SAIMA

Італійська компанія **SAIMA**

спеціалізується на розробці та виробництві фарбувально-сушильних камер та зон підготовки. Надійність, міцність, стабільні параметри повітряного потоку - характерні особливості камер SAIMA. Рік заснування компанії - 1977. Крім стандартних конфігурацій, можливо замовити камери з додатковим обладнанням.



VOLZ LUFTFILTER GMBH & CO. KG

займається розробкою та виробництвом фільтруючих матеріалів і фільтруючих виробів для систем кондиціонування та вентиляції, фарбування та сушки, а також фільтрів для газових турбін.



AUTO MOTIVE INDUSTRIAL a.s. - чеська

компанія, яка спеціалізується на виробництві автомобільних гідравлічних підйомників. Компанія випускає підйомники різних типів і версій, а також цілий ряд аксесуарів, які задовольняють комплексні потреби автосервісів і ремонтних майстерень.



Компанія **SPACE S.R.L.**, що належить до італійської промислової групи, пропонує своїм клієнтам повний спектр обладнання для автосервісу та шиномонтажу: стенди розвал сходження

для легкових і вантажних автомобілів; тестові лінії для легкових і вантажних автомобілів; підйомне устаткування; шиномонтажне і балансувальне обладнання. **SPACE S.r.l.** виробляє високоякісне, інноваційне, надійне і легке в експлуатації та обслуговуванні обладнання, яке представлено в більш ніж 40 країнах світу.

3M

Компанія **3M** являє собою багатопрофільну міжнародну корпорацію, яка володіє багаторічними традиціями і віковою історією. Продукцію компанії використовують у всьому світі. До того ж її можна зустріти практично у будь-якій сфері життєдіяльності. Компанія 3M має більш ніж 100-річний досвід в області автомобільної промисловості і знає всі тонкощі проектування, виробництва і ремонту автомобілів: продукція 3M використовується як виробниками оригінального устаткування, так і фахівцями з фарбування кузова, які прагнуть розвивати процес фарбування.



Італійський виробник **VABER**, що з 1957 року спеціалізується на виробництві клеїв, герметиків і захисних покриттів для автомобільної промисловості, морської промисловості, будівництва, водо- і газорозподільних мереж, побутової техніки і систем кондиціонування.

GLOBALJIG®

Заснована в 1982 році компанія **GLOBALJIG** - європейський лідер з виробництва систем для відновлення кузова автомобілів. Стапельне і вимірювальне обладнання GLOBALJIG використовують у більш ніж 50 країнах світу.



Італійський виробник зварювального, пуско-зарядного обладнання та апаратів автоматичної різки з більш ніж 40-річним досвідом на ринку. **HELVI** пропонує продукцію, що відповідає найвищим вимогам стандартів якості та надійності.

Група компаній "Спектр" була заснована в 1996 р. і ось вже майже 20 років утримує лідерські позиції на ринку оптових продажів лакофарбових матеріалів для ремонту автомобілів і обладнання для автосервісу. Підприємство постійно працює над поліпшенням і розширенням свого асортименту. На даний момент товарний портфель налічує понад 54 бренди відомих світових виробників, і включає в себе весь спектр продукції для авторемонту: від систем підбору кольорів до компресорів і захисних костюмів.

Джерело: <http://www.automaster.net.ua/drukujpdf/artukul/51356>