

ЭКСПО

EKATERINBURG
WORLD EXPO 2020

Автопрокат на старте

потребительский рынок

В Екатеринбурге рынок автопроката, который практически полностью исчез во время кризиса 2008 года, окончательно восстановился только сейчас. Участники рынка полагают, что влияние на него оказали не только новые программы кредитования и лизинга, которые сделали доступным пополнение автопарков прокатных компаний, но и проходящие в городе крупные международные выставки и конференции. Взрывной рост услуг автопроката эксперты прогнозируют во время проведения всемирной выставки «Экспо-2020».

По словам участников рынка, сейчас в Екатеринбурге на рынке проката автомобилей (rent a car) работают порядка 30–40 компаний. Но полноценных компаний, которые имеют свой собственный парк техники, — порядка десятка. Остальные компании используют арендованные авто либо предлагают своего рода диспетчерские услуги по типу таксопарка, сдавая в прокат автомобили бизнес-класса с водителем. Игроки екатеринбургского рынка признаются, что количественный показатель роста рынка не в полной мере отражает его качество. «Если в докризисные времена средняя компания задействовала в месяц порядка 60–100 машин, то сейчас загруженными остаются лишь 50% от того количества (порядка 30–60 автомобилей)», — говорят они.

Проблемы роста

Среди причин низкого качественного развития рынка прокатчики называют слаборазвитую мобильность населения между регионами, а также отсутствие широкого туристического потока (основными потребителями услуг по автопрокату считаются туристы). Как отмечают в Ассоциации туроператоров России, туристический поток, в частности, формирует объем рынка автопроката в Европе (занимает лидирующее

положение в мире). «После поездок в Европе у обращающихся к нам клиентов есть некоторое разочарование, связанное с более высокими ценами. Но, думаю, в целом все понимают, что это не наше желание. Под каждой ценой есть свое экономическое обоснование — без адекватной платы просто невозможно постоянно обновлять автопарк и содержать его в должном техническом состоянии. Ведь проблемы со страховыми случаями и ремонтами в нашем бизнесе далеко не редки», — отмечают уральские прокатчики. Кроме того, проблемами развития являются и отсутствие у прокатных компаний разветвленной сети офисов по стране или даже по регионам УрФО, чтобы клиент смог разработать маршрут путешествия, не задумываясь о том, где можно сдать автомобиль. Другой проблемой можно считать конкуренцию с легальными такси и нелегальными частниками. По мнению Ассоциации таксомоторного транспорта городов России, оба рынка очень близки друг другу и могут конкурировать между собой в сегменте машин бизнес-класса. «И там, и там уровень цен на услугу достаточно высокий. Здесь основное отличие заключается лишь во временном диапазоне: прокат исчисляется сутками, а такси — часами. Поэтому

конкуренция, особенно в прокате автомобилей с водителем, неизбежна», — считают в ассоциации. Стоимость услуг по аренде автомобиля бизнес-класса с водителем варьируется от 1,5 до 9 тыс. рублей сутки.

Также участники рынка отмечают, что рост рынка довольно сильно подвержен деловой и политической конъюнктуре. «Для примера, после декабрьских выборов 2011 года деловая активность в Екатеринбурге значительно снизилась, все замерло в ожидании новых выборов, возможных дефолтов, и это, естественно, сказалось на снижении пользования услугами проката. Правда, проведение мероприятий уровня саммита ШОС, со вета безопасности, выставки Russian Expo Arms и других значительно поднимают рынок», — отмечают участники рынка.

Корпоративный спрос

Цикличность спроса на автопрокатные услуги обусловлены приоритетами прокатчиков: интересы физических лиц находятся на втором плане, первыми идут интересы корпоративных клиентов. Когда любой коммерческой компании необходимо значительно расширить парк автомобилей, это зачастую сопряжено не только с привлечением финансирования на приобрете-



Услуги проката автомобилей будут особенно популярны во время проведения всемирной выставки «Экспо-2020» ФОТО ГЛЕБА ЩЕЛКУНОВА

ние транспортных средств, но и с созданием определенной внутренней инфраструктуры (стоянки, гаражи, механики, диспетчеры). «Не имея такой инфраструктуры, в силу действующего законодательства легитимно и безопасно для бизнеса транспорт работать не может», — отмечает исполнительный директор ООО «Авто Плюс Рент» Татьяна Огнивова. По сути, у обычных компаний есть выбор: или приобрести блок постоянных затрат на «транспортный офис» (найти правильных специалистов, выстроить работу этого мини-предприятия, пройдя неминуемый этап проб и ошибок,

или обратиться за услугами к профессиональным компаниям. «Когда бизнесмен обращается к профессиональному участнику рынка, он получает в итоге „столько услуг, сколько надо“ и „тогда, когда это необходимо“. Простой, поломки техники, чрезвычайные факторы — все это обходит заказчика стороной», — поясняют участники рынка.

По данным Russian Automotive Market Research, доля автомобилей иностранных марок в корпоративных продажах неумолимо растет. Если в 2009 году основную массу закупленных в парк машин составляли российские бренды, а на ино-

марки приходилось лишь 30%, то за 2011 год продажи иномарок составили около 50%.

Представители иностранных автоконцернов, работающих в России, отмечают, что возможности корпоративного сектора продаж на российском рынке автомобилей далеко не исчерпаны. В Nissan Motor Rus потенциал этого сегмента оценивается в 35–40% от общего объема рынка новых автомобилей (при нынешней доле 15–17%). Возможность увеличения доли корпоративных продаж до таких же значений в перспективе не исключают и в «Дженерал Моторс СНГ». Исследования Russian

Automotive Market Research свидетельствуют о том, что в России 11 тыс. компаний владеют крупными корпоративными автопарками, численность которых составляет не менее 20 автомашин. В том числе 8,1 тыс. компаний содержат парки из 20–50 автомобилей. От 51 до 100 машин находятся в собственности у 1,8 тыс. компаний. Как отмечают в аналитическом агентстве «Автостат», самые солидные корпоративные парки, насчитывающие более 100 автомобилей, имеет лишь 1 тыс. компаний. Почти треть всего российского корпоративного парка сосредоточена в Цент-

ральном федеральном округе. Но как отмечают игроки рынка, в целом тенденция на развитие этого рынка сейчас будет актуальна и для других регионов, в том числе и для Уральского федерального округа. И в первую очередь интерес к этому проявят компании, которые уже сейчас занимаются развитием инфраструктуры Екатеринбурга в преддверии всемирной выставки «Экспо-2020». Тогда на полгода (срок проведения выставки) в Екатеринбург приедет более 12 млн человек, то есть более 12 млн потенциальных клиентов.

Игорь Лесовских



УРАЛВАГОНЗАВОД

ОАО «НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОРПОРАЦИЯ «УРАЛВАГОНЗАВОД»

1936



www.uvz.ru



622007, Свердловская область, Нижний Тагил,
Восточное шоссе, 28; телефон: +7 (3435) 344-209
119049, Москва, ул. Б. Якиманка, 40; телефон: +7 (495) 737-00-80