

Вершицкий А.В.

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ПРОКАТА АВТОМОБИЛЕЙ В КРЫМУ

*Актуальность исследования.* Индустрия проката существует почти столько же, сколько существует автомобиль. Начало проката автомобилей в 1916 г. положили братья Саундеры из Омахи (США) [3]. Индустрия проката автомобилей заняла свое место в совокупности услуг, образующих совокупный туристский продукт [1]. Эта услуга предназначена, прежде всего, для индивидуальных туристов и предусматривает предоставление путешественнику на срок его визита индивидуального транспортного средства.

Данная услуга позволяет путешественнику расширить возможности отдыха, посетить отдаленные малоосвоенные уголки туристского региона. Наибольшее распространение в мире получил прокат легковых автомобилей. Также для целей развития туризма в целом, и автомобильного в частности, особый интерес представляет прокат кемперов, караванов и автодомов, специальных туристских транспортных средств, которые могут использоваться и как средство размещения, и как транспортное средство. В зарубежных странах рассматривается целый подвид автотуризма караванный туризм (караванинг), который представляет собой вид автотуризма, где в качестве средства размещения используется караван или автодом (motorhome), специально оборудованный для жилья [1]. В разных странах такие автомобили называются по-разному: в Германии - wohnmobil, в Финляндии – housecar, в США – RV (recreational vehicles), у нас - автодом, дом на колесах.

*Целью исследования* является исследование роли проката автомобилей в развитии автомобильного туризма, анализ рынка проката в Крыму, определение проблем и направлений развития системы автопроката в Крыму.

Прокат транспортных средств становится все более важной частью глобальной индустрии путешествий и транспорта. Исторически, рост индустрии проката автомобилей на территории Европы коррелирует с ростом валового внутреннего продукта, а также внутренними и международными путешествиями авиатранспортом. Другими существенными источниками роста являются: консолидация прокатных компаний, развитие технологий.

Компании по прокату автомобилей подразделяются по двум основным типам: корпоративные и лицензированные. Большинство крупных компаний в основном функционируют корпоративно. Они покупают автомобили и сдают их в аренду потребителям, а после определенного пробега продают на вторичном рынке. Лицензированные компании обычно являются частью действующей сети и берут автомобили по лизингу у крупных компаний, а не покупают и продают их [3].

Большинство из компаний, начинающих заниматься прокатом автомобилей, становятся частью цепи (сети). Они отчисляют процент от прибыли в главную компанию взамен на работу под ее именем и предоставление услуг, соответствующих стандартам компании предоставившей лицензию.

Европейская индустрия включает:

- небольшое количество крупных прокатных автомобильных компаний, включая Avis, Hertz, Europcar, которые работают через комбинацию собственных операторов и действующих на условиях франчайзинга;
- большие национальные компании по прокату;
- многочисленные небольшие компании, которые, прежде всего, обслуживают их собственные местные рынки.

Эта фрагментация индустрии делает измерение рыночных данных сложным. Однако, доступное независимое рыночное исследование, касающееся 2001 года, оценило, что прокат машин на пяти главных европейских рынках, Франции, Германии, Италии, Испании и Великобритании, дает доходы приблизительно 7 миллиардов евро в год [4].

Украинский рынок услуг проката автомобилей можно охарактеризовать как динамично развивающийся. Предприятия по прокату автомобилей открыты в крупнейших городах Украины, в Крыму – в Симферополе, Севастополе, Ялте. В течение последних четырех лет ежегодно открывалось по одному представительству прокатных компаний международных сетей: Hertz, Avis, Europcar, Sixt. Также действуют местные прокатные компании: ЧМ Мороз (г. Севастополь), ОАО «Крымтаксосервис» (г. Симферополь), автопрокат «Белые скакуны» (г. Севастополь), ООО «Симферопольская транспортная компания».

Рынок проката автомобилей является рынком монополистической конкуренции, состоящим из множества фирм, предлагающих свои услуги по ценам, колеблющимся в большом диапазоне. Услуги не вполне взаимозаменяемы и различаются не только по физическим характеристикам, качеству, но и по потребительским предпочтениям (таблица 1).

Более высокие цены в международных компаниях характерны не только для Украины, но и для зарубежных стран, и представляют собой плату за известность торговой марки и гарантии качества [5].

Рынку проката автомобилей присущи три характерные черты, свойственные рынкам монополистической конкуренции:

- высокая конкуренция между фирмами;
- дифференциация предоставляемых услуг по потребительским свойствам и дополнительным услугам;
- сравнительная легкость проникновения на рынок.

Экономика рынка проката автомобилей значительно отличается от экономики других видов транспорта. Небольшие компании могут выйти на рынок достаточно легко.

**Табл. 1.** Ассортимент автомобилей, предлагаемых в прокат в Крыму в 2005 году

Компания	Модели автомобилей в прокатном парке
AVIS (ПИИ «ВИП-Рент»)	Skoda Fabia, Renault Clio, Opel Astra, VW Golf, Honda Civic, Mitsubishi Outlander
Hertz	Kia Rio, Ford Fiesta, Ford Focus, Skoda Octavia, Skoda Superb, Mitsubishi Lancer, Mitsubishi Outlander, Peugeot 307, Peugeot 407
Sixt (Оптим-Лизинг)	Skoda Fabia, Renault Clio, Skoda Octavia
ЗАО «Крымтаксосервис»	Mazda 323, Daewoo Lanos, ВАЗ 2109, ВАЗ 21099
ООО «Симферопольская транспортная компания»	Chevrolet Lacetti, Opel Astra, Daewoo Sens, Таврия Славута, ВАЗ 2107
ЧП Мороз	Daewoo Lanos, ВАЗ 2107
Автопрокат «Белые скакуны»	Таврия-Нова, Таврия-Пикап, Таврия-Славута, ВАЗ – 21043, ВАЗ-21074, 21083 Cabrio, Газель грузопассажирская

Разницу между услугами оправдывает широкий диапазон тарифов на услуги проката автомобилей (табл. 2, табл. 3).

**Табл. 2.** Тарифы на прокат автомобилей с неограниченным пробегом по Украине (в долларах США за 1 сутки, включая НДС)\*

	1-3 дня				более 7 дней			
	Avis	Hertz	Sixt	Europcar	Avis	Hertz	Sixt	Europcar
Skoda Fabia Basic, Nyundai Accent, KIA Sephia	119,7		68,0	98,4	82,0		42,0	74,4
Skoda Fabia Combi, Opel Astra STW	153,6	114,0	82,0		106,7	85,9	64,0	
Nissan Almera, Skoda Octavia, Mitsubishi Lancer	177,9	124,8	110,0	117,6	127,6	91,5	79,0	90,0
VW Passat, Skoda Superb, Audi A4, Subaru Lagasy, Subaru Forester	263,9	162,0	138,0	205,2	177,0	125,7	100,0	150,0
Toyota RAV 4, Honda CR-V, Mitsubishi Outlander	271,6	194,4		205,2	187,4	151,5		150,0
Opel Omega	330,9			205,2	234,8			150,0
HYUNDAI H-1, VW T4 Caravelle, Opel Movano	217,4		220,0	229,2	154,9		163,0	169,2

\* В цену включены страховки от повреждения автомобиля с ответственностью клиента \$300 для Europcar, \$600-1200 Hertz, \$1000-1500 Avis, от угона автомобиля с ответственностью клиента – \$900 для Europcar, \$600-1200 Hertz, \$1000-1500 Avis.

**Табл. 3.** Тарифы на прокат автомобилей с ограниченным пробегом в Украине (в долларах США за 1 сутки, включая НДС)\*

	1-3 дня				более 7 дней			
	ЧП Мороз	ООО «Симферопольская транспортная компания»	ЗАО «Крымтаксосервис»	Автопрокат «Белые скакуны»	ЧП Мороз	ООО «Симферопольская транспортная компания»	ЗАО «Крымтаксосервис»	Автопрокат «Белые скакуны»
Mazda 323, Opel Astra		80,0	80,0			75,0	80,0	
Daewoo Lanos 1,6	50,0		60,0		40,0		60,0	
Daewoo Sens 1,3		50,0			45,0			
ВАЗ 2107	30,0	45,0		29,7	25,0	40,0		29,7
Таврия-Нова				15,8				15,8
Таврия-Пикап				19,8				19,8
Таврия-Славута		22,0		19,8		20,0		19,8

\* Пробег ограничен 250 км в сутки ЧП Мороз, ООО «Симферопольская транспортная компания», 170 км в сутки ЗАО «Крымтаксосервис». Неограниченный пробег не предусмотрен правилами компаний.

В настоящее время нет административных и законодательных преград для выхода предприятий на рынок проката. Услуги по прокату автомобилей отнесены к бытовым услугам населению и в соответ-

вии с Перечнем услуг, которые принадлежат к бытовым и подлежат патентованию, утвержденным постановлением Кабинета Министров Украины от 27.04.1998 г. № 576 для их осуществления требуется приобретение патента. Патентование осуществляется в соответствии с Законом Украины "О патентовании некоторых видов предпринимательской деятельности" от 23.03.1996 г. № 98/96-ВР. Перечень продукции, подлежащей обязательной сертификации, утвержденный приказом Государственного комитета стандартизации, метрологии и сертификации Украины от 30.08.2002 г. № 498 в действующей на сегодняшний день редакции не включает бытовые услуги. Таким образом, предоставление услуг по бытовому обслуживанию не требует от исполнителя обязательной сертификации таких услуг.

Особенность маркетинга в условиях рынка монополистической конкуренции состоит в выявлении специфических потребностей покупателей разных сегментов рынка. Большую роль при этом играют реклама услуг и присвоение товарам марочных наименований [2].

К факторам, оказывающим воздействие на определение цен на услуги можно отнести: структуру потребительского спроса; цены конкурентов; издержки производства услуг предприятия. При этом используются различные стратегии ценообразования.

Наиболее распространенной стратегией является установление цен по географическому принципу, когда устанавливаются различные цены в различных частях страны. На рынке услуг автопроката это проявляется, например, в установлении более высоких базовых тарифов в Киеве, где основной категорией клиентов являются бизнес туристы, и более низких тарифов в Крыму, куда большая часть клиентов компаний приезжают с целью отдыха.

От этой стратегии отличается стратегия определения цен в рамках товарной номенклатуры. Различные компании ориентированы на различный спрос клиентов, которые ориентируются на определенную категорию автомобилей. В Крыму рынок четко разделяется между местными компаниями и представительствами международных сетей. Последним гораздо проще решать вопрос предоставления требуемой категории автомобилей. Данные компании оптимизируют загрузку своего парка, перераспределяют его между филиалами по Украине с целью обеспечения наиболее эффективного использования и доставляют по предварительным заказам.

С учетом туристской направленности проката автомобилей в Крыму четко прослеживается сезонность, выражающаяся в высоком спросе в период курортного сезона и практически нулевом в период межсезонья. В преимущественном положении при этом также оказываются крупные компании, имеющие офисы в различных регионах и имеющие возможность перенаправить простаивающие автомобили в регионы с более высоким спросом.

Предприятия международных прокатных сетей обеспечивают наиболее надежный и качественный сервис. Однако, при этом их цены оказываются также выше, чем у местных предприятий, но для поощрения предварительных заказов ими специально вводятся сниженные тарифы.

Рост рынка, который можно оценить в 15-20 процентов в год, и, соответственно, спроса на услугу проката связан в первую очередь с повышением уровня жизни в Украине и странах СНГ, ростом деловой активности и притоком иностранного бизнеса в страну, упрощением условий проката и информированности о нем потенциальных клиентов.

По уровню доходов клиентов прокатных компаний в Крыму можно разделить на 3 группы:

- со средним и относительно низким уровнем доходов;
- с доходом выше среднего;
- с высоким уровнем доходов.

Критерии выбора прокатной компании для каждой категории клиентов различны. Иностранцы в значительно большей степени ориентируются на известность той или иной фирмы, ее репутацию на мировом рынке. Поэтому для аренды автомобиля они предпочитают обращаться в известные международные компании Avis, Hertz, Europcar, Sixt. Например, в крымском представительстве компании Avis (ПИИ «ВИП-Рент») доля клиентов из дальнего зарубежья в 2004 году составляла 56 %, в 2005 году - 65 % (рис. 1).

Стратегия цен «выше номинала» может быть использована при сильно дифференцированном покупательском спросе. Покупателям с высоким уровнем доходов фирма предлагает товары и услуги категории «люкс» по очень высоким ценам. Для прочих покупателей предназначены обычные услуги, реализуемые по более низким ценам. Это выражается в спросе некоторых, преимущественно граждан Российской Федерации, на наиболее дорогие автомобили из парков компаний.

Клиенты со средним и относительно низким уровнем доходов при выборе прокатной компании ориентируются, главным образом, на цены, предпочитая компании с самой низкой стоимостью аренды. Это могут быть недорогие предложения международных компаний и локальных прокатных компаний.

На выбор прокатной компании оказывают влияние следующие факторы: наличие автомобилей определенного класса; техническое состояние автомобилей; репутация прокатной компании; скорость оформления документов; наличие дополнительного оборудования в автомобиле; цена услуги; используемые формы и методы оплаты (наличными, с использованием кредитных карточек, безналичный расчет); расположение предприятия и стоимость доставки автомобиля клиенту.

Средняя цена суток проката машин в компании Avis (ПИИ «ВИП Рент») в 2005 году составила 90,6 долларов США, что на 13,9 процента меньше, по сравнению с предыдущим годом (105,2 дол. США в 2004 году). При этом средняя продолжительность проката увеличилась на 19,5 процентов, т.е. с 4,1 суток до 4,9 суток.

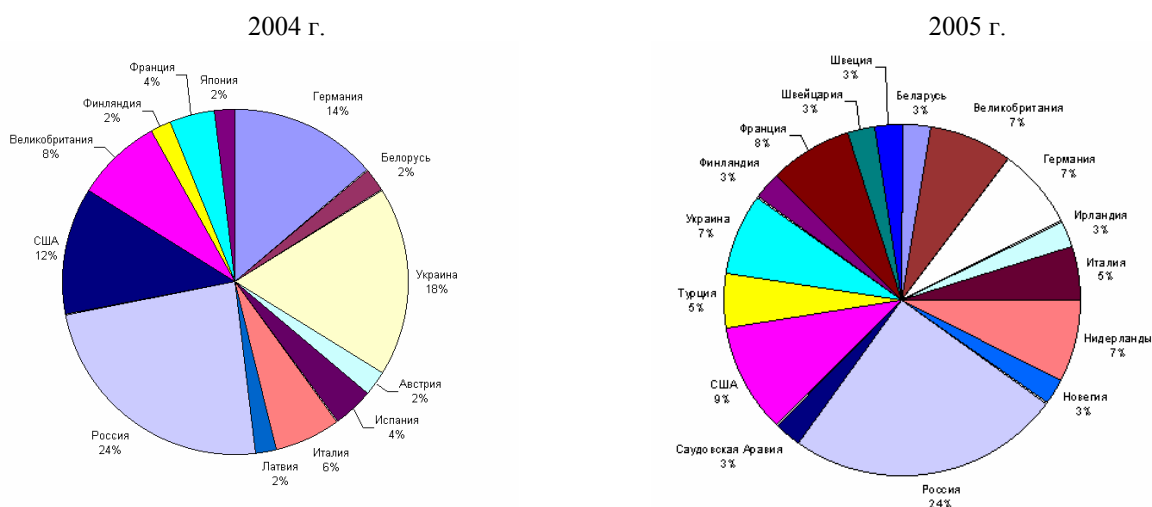


Рис. 1. Структура клиентов крымского представительства компании Avis по странам в 2004, 2005 годах

Преимуществом развития системы проката является переориентация части туристов, пребывающих в Крым с собственного легкового транспорта, на прокатный, что должно оказать значительный эффект на бюджетные поступления. В бюджет поступают НДС, плата за патент, другие местные налоги и сборы.

Однако, необходимо отметить и ряд факторов, тормозящих развитие проката автомобилей в Крыму:

1. Отсутствие в Украине и странах СНГ сложившейся культуры потребления услуг проката, следствием чего является существование различных опасений, связанных с арендой автомобиля (высокая ответственность в случае аварии, сложности с оформлением документов для получения машины, отсутствие и боязнь использования кредитных карт и т.п.).
2. Низкая информированность населения о существовании подобной услуги, ее доступности;
3. Достаточно высокая стоимость услуг.
4. Ненадежность клиентов, выражающаяся в угонах автомобилей.

С экологической точки зрения развитие рынка проката также целесообразно. Обычно в прокат компаниями за рубежом предоставляются автомобили не старше 1 года, в Украине не старше 2-3 лет. Они соответствуют современным экологическим требованиям и оказывают меньшее воздействие на окружающую среду. Ведущие мировые прокатные компании разрабатывают и осуществляют экологическую политику, направленную на сокращение вредных воздействий на окружающую среду, распространяют рекомендации для клиентов по минимизации вредного воздействия на окружающую среду.

**Выводы:** Развитие рынка проката автомобилей в Крыму необходимо для обеспечения услуг, востребованных туристами Украины, ближнего и дальнего зарубежья, что должно содействовать развитию автомобильного туризма на полуострове. Помимо формирования обязательного ассортимента услуг, развитие проката способно обеспечить дополнительные бюджетные поступления в бюджеты всех уровней, непосредственную занятость населения в этой сфере, а также косвенную занятость через потребление услуг автосервиса, торговли и т.д. На рынке проката автомобилей с ростом конкуренции наблюдается постепенное снижение цен и увеличение средней продолжительности проката. Перспективной является комбинация перевозки общественным транспортом и проката автомобилей, а также развитие караванного туризма.

#### Источники и литература

1. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевозки (2-е изд.). – СПб: Издательский дом Герда – Издательство «Невский фонд», 2003. – 400 с.
2. Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под. ред. И.К.Салимжанова. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 1999. – 304 с.
3. Гостиничный и туристический бизнес. Под ред. проф. Чудновского А.Д. – М., Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 1998. – 352 с.
4. <http://www.avis-europe.com>
5. <http://www.budgettravelonline.com>