

Создать автопрокатный бизнес можно с помощью франшизы или самостоятельно. В Екатеринбурге по первой схеме работают всего две компании — Hertz и Europcar. Участники рынка отмечают, что свободные франшизы известных западных прокатных брендов еще есть (к примеру, Avis, Budget).

Средняя цена франшизы — 20-30 тыс. евро, плюс придется отчислять ежемесячно 10% с каждого заказа, но не менее фиксированной суммы. Татьяна Огнивова, директор «Europcar-Екатеринбург», уточняет, что одно из основных преимуществ работы под западным брендом — возможность получать заказы из общей системы бронирования, привлекая иностранных клиентов.

Западные компании предпочитают брать автомобили у прокатчиков, которые известны в Европе, а потому не вызовут вопросов у аудиторов при проверке отчетности. «Мы начинали работать в то время, когда аренда автомобилей была полной экзотикой. Известный бренд позволил привлечь людей, которые пользовались прокатом за границей», — вспоминает г-жа Огнивова.

Участники автопрокатного рынка считают, что сейчас в Екатеринбурге выгоднее открывать компанию самостоятельно — в городе есть два иностранных бренда, третьему будет сложно с ними конкурировать. Александр Голубев, директор компании «Автопрокат», уверен: известное имя уже не принесет доходов, достаточных, чтобы окупить затраты на его использование, — рациональнее потратить средства на покупку автомобилей и продвижение своей фирмы.

Какие автомобили купить?

Эксперты советуют формировать парк из иностранных машин. По мнению г-на Голубева, покупка ВАЗов не оправдывает себя, поскольку их содержание нередко обходится дороже, чем обслуживание иномарок.

Участники рынка единодушны в том, что на первом этапе лучше брать автомобили одной марки: будет возможность получить скидку на машины до 10-15%. Взамен салон

попросит разместить небольшую наклейку со своим названием на авто. Иван Климов, управляющий компанией Rentexpress в Екатеринбурге, отмечает, что эксплуатация одной марки обходится дешевле, чем нескольких: «Монобрендовый парк обслуживают у одного дилера, а значит, есть возможность получать скидки на сервис и запчасти».

Опрошенные «ДК» эксперты советуют начинать бизнес с десяти-двенадцати автомобилей — это минимум, необходимый, чтобы прокат работал без убытков. Если машин будет больше, есть риск не найти требуемого числа заказчиков. Как полагает г-н Климов, в парке должны быть представлены авто разных классов, чтобы охватить максимально широкий круг клиентов. В екатеринбургском офисе Rentexpress наибольшим спросом пользуются автомобили компакт-класса («Ниссан-Альмера») — заказы расписаны на месяц вперед. Иван Климов рекомендует начинающей компании приобрести два автомобиля бизнес-класса (например, «Тойота-Камри», «Ниссан-Теана»), два — экономкласса («Ниссан-Микра», «Пежо 206», «Рено-Логан») и пять-семь компактных авто. В летний период (высокий сезон), по его оценкам, загрузка последних равна 93%, автомобилей бизнес-класса — 70%. В «Europcar-Екатеринбург» наибольшим спросом пользуются машины уровня «Тойота-Королла» (около 30% заказов), а также самые дорогие «Ауди А6» (также 30%).

Александр Голубев рекомендует приобретать автомобили в базовых комплектациях: дорогие версии, по его мнению, себя не оправдывают. «Прошлым летом мы пробовали сдавать автомобили с кондиционером дороже. В результате их никто не брал», — делится опытом г-н Голубев. В Екатеринбурге активно в прокате используются марки «Тойота», «Ниссан» и «Рено». «Ниссан-Альмера-Классик 1,6» в базовой комплектации с механической коробкой обойдется в 382,3 тыс. руб., «Ниссан-Теана 2,0» с автоматом стоит 825 тыс. руб., «Ниссан-Микра» — 398 тыс. руб. Итого затраты на автопарк из семи «Альмера», двух «Теана» и двух «Микра» равны 5,122 млн руб. Для сравнения: если парк укомплектовать автомобилями «Рено», то семь «Рено-Логан» и по два «Рено-Меган» и «Рено-Лагуна» обойдутся в 3,95 млн руб.

СОВЕТ от компании Rentexpress:

«Один автомобиль лучше всегда держать свободным, чтобы в любой момент можно было заменить выданную машину, которая вдруг сломалась. Данное обязательство прописано в договоре».

Сколько придется тратить на содержание авто?

Самая дорогая составляющая в расходах по эксплуатации прокатного авто — его добровольное страхование. Если застраховать машину просто как корпоративный транспорт с неограниченным числом лиц, допущенных к управлению, цена полиса составит 10-12% от ее стоимости. Если же сообщить страховщику, что автомобиль будет использоваться для проката, к тарифу применят повышающий коэффициент 1,5 или 2. К тому же страховать прокатные машины берутся не все компании, а филиалы московских структур каждый такой договор согласовывают с главным офисом.

Надежда Прокофьева, специалист центра страховых услуг UGO-ST, предупреждает, что скрывать информацию от страховой компании (СК) рискованно: СК вправе расторгнуть договор в одностороннем порядке, отказать в выплате. Г-жа Прокофьева добавляет: при страховании большого числа авто можно сэкономить другим способом — получить скидку от СК в 5-15% от стоимости полиса. Часть компаний страхуют машины с безусловной франшизой в \$500. В случае ДТП расходы в пределах \$500 возмещает прокатчику клиент. Впрочем, Иван Климов предупреждает, что подобные условия отталкивают заказчиков.

Эксперты рекомендуют выбирать те СК, где в условиях договора прописано, что машину можно оставлять в ночное время в любом месте, а не только на охраняемой парковке.

При покупке автомобиля следует обращать внимание на межсервисный пробег. За год прокатные авто обычно проезжают 25-50 тыс. км. По подсчетам г-на Климова, в среднем содержание одного автомобиля обходится его компании в 2,5 тыс. руб. в месяц. Автомобиль, уточняет Александр Голубев, следует обслуживать только у официального дилера: «Машины эксплуатируются в жестких условиях, и нередки случаи гарантийного ремонта. К тому же это дополнительное преимущество в глазах клиентов».

Стоит учесть сопутствующие расходы — покупку зимней резины (от 2 до 4 тыс. руб. за покрышку), аренду как минимум пяти мест на парковке (1,5 тыс. руб. в месяц).

СОВЕТ от компании «Автопрокат»:

«Собственнику стоит периодически самому ездить на прокатных автомобилях, чтобы проверять их состояние. Менеджеры иногда закрывают глаза на незначительные поломки».



Какой нужен офис?

Александр Голубев считает, что фирма по прокату автомобиля вполне может работать и без офиса, доставляя машины по адресу, указанному клиентом. Остальные эксперты уверены, что офис необходим. Татьяна Огнивова: «Иностранцы предпочитают получать автомобиль либо в аэропорту, либо в гостинице. Но россияне обычно в первый раз приходят в офис, чтобы поговорить с менеджером, внимательно прочитать договор, оценить состояние автомобилей. И только при повторном обращении попросят доставить машину в нужную точку».

Офис должен находиться вблизи транспортных развязок, чтобы клиент мог добраться до него на общественном транспорте. Желательно, чтобы недалеко находилась парковка, на которой будут храниться свободные машины. Для офиса достаточно 15 кв. м (цена аренды — около 15 тыс. руб. в месяц), на которых необходимо организовать рабочее место с компьютером (15 тыс. руб.) для сотрудника, оформляющего договоры. Г-н Голубев советует арендовать площадь в здании, в которое можно попасть в любое время суток.

Кого взять в штат?

Количество сотрудников зависит от размера автопарка, режима работы организации. Александр Голубев считает, что автопрокату при круглосуточной работе потребуются два диспетчера, принимающих заказы (зарплата 10-12 тыс. руб.), и четыре техника (зарплата по 15 тыс. руб.), которые будут следить за состоянием машин и выдавать их

клиентам.

Иван Климов придерживается другого мнения — выдавать машины может и один техник, которому в случае большого числа заказов поможет сам собственник. Диспетчера, по его словам, тоже хватит одного. «Работать круглосуточно при парке в одиннадцать автомобилей бессмысленно — за первые полгода ночью позвонят один-два человека», — объясняет г-н Климов. По его словам, суммарная зарплата сотрудников должна равняться 40 тыс. руб.

Участники рынка советуют нанимать персонал «по знакомству». К примеру, на должность техника идеальным кандидатом будет пожилой таксист, который умеет обращаться с автомобилями, ориентируется в городе. Г-н Голубев рекомендует тщательно проверять соискателей (например, если претендент был судим, есть серьезный риск угона машины).

Чем привлечь клиентов?

Александр Голубев отмечает, что наибольший эффект при привлечении клиентов дает наружная реклама (растяжки, билборды) — примерно половина заказчиков приходит по ней. На втором месте — Интернет, на последнем — раздача визиток и буклетов. Однако для начинающей фирмы внешние носители дороги. Г-н Голубев предлагает обклеивать рекламой автомобили: «Это наиболее действенный метод на первом этапе». Нанесение наклеек стоит 1 тыс. руб. за каждое авто.

Создание сайта, по оценкам Романа Рублевского, директора компании «Сумма технологий», обойдется в 30-60 тыс. руб. На его продвижение придется потратить еще от 6 тыс. руб. в месяц.

Прокаты размещают рекламу в специализированных автомобильных изданиях. Иван Климов говорит, что машины напрокат обычно берут те, кто регулярно ездит на собственном авто и, как правило, читает подобные журналы. Екатеринбургский офис Rentexpress тратит на размещение модулей около 10 тыс. руб. в месяц. Размещать рекламу следует в одних и тех же изданиях на постоянных местах, чтобы потенциальный клиент мог легко найти ее, когда потребуется, поясняет Александр Голубев. Стоит занести адрес прокатной компании в «Справку 09», в справки сотовых операторов и т. п.

Наконец, прокатные фирмы продвигают себя через гостиницы, оставляя там свои визитки. Г-н Голубев: «За каждого клиента можно выплачивать им премию в размере 200-300 руб.».

Когда окупятся вложения?

Игроки рынка советуют открывать прокат в апреле-мае — перед высоким сезоном. Считается, что прокатный автомобиль должен ездить 60-65% времени. Иван Климов говорит, что клиентов в Екатеринбурге достаточно: открыв прокат в декабре 2006 г., его компания уже в первый месяц смогла загрузить машины на требуемые 2/3 времени. Стоимость аренды зависит от модели и срока (см. «Рынок»). Если автомобиль берут на месяц, его суточная аренда обойдется на 25-30% дешевле, чем при заказе на один день. Однако, как говорят прокатчики, длительная аренда столь же выгодна, как и краткосрочная: пока автомобиль у клиента, компания экономит на его обслуживании, стоянке и т. п.

Екатеринбургские прокатчики, как правило, не ограничивают суточный пробег авто, если машина будет ездить в пределах области. В ином случае устанавливается лимит в 200-600 км в день, а каждый километр свыше обойдется в 3-7 руб.

При загрузке в 60% средний оборот прокатной фирмы с автопарком из одиннадцати машин равен примерно 400 тыс. руб. Выйти на такие показатели можно на третий-четвертый месяц, оценивают эксперты. Особенность автопрокатного бизнеса заключается в том, что большую часть дохода фирма получает в момент продажи автомобиля. Как правило, машину продают через два-три года. За это время она теряет 30-50% своей цены, но к этому времени автомобиль полностью окупается за счет аренды.

Направления для дальнейшего развития

Участники рынка говорят, что любой прокат должен расширяться, наращивая автопарк как в существующих классах, так и за счет новых типов машин. Иван Климов рассказывает, что в их компании есть правило: новые машины определенного класса покупают, как только загрузка аналогичных авто превышает 70%. У одного из первых автопрокатов города — Europcar — в парке есть автомобили от самых малых («Пежо 206») до представительских (Lexus Ls 460). Как полагает Александр Голубев, автопрокат должен расширять спектр услуг, чтобы получать доход и в низкий сезон. К

примеру, использовать в эти месяцы прокатные авто в качестве такси.

На чужих ошибках

Александр Голубев директор компании «Автопрокат»:

«Мы купили «Шевроле-Ланос» пару лет назад. Машина достаточно дешевая, но в то же время — иномарка. Казалось, это оптимальное авто для проката. Но, как выяснилось, уровень сервиса у этой марки находится на низком уровне. Когда наш клиент поехал на прокатном авто в Челябинскую область, у машины развалились колодки. И это притом, что 2 тыс. км назад «Ланос» прошел плановое обслуживание у официального дилера! За два года эксплуатации «Ланос» простаивал три месяца. Фактически мы недополучили около 100 тыс. руб. дохода. Думаю избавиться от этого авто, пока он еще хоть что-то стоит».

Татьяна Огнивова директор «Еurocar- Екатеринбург»:

«Мы долго не решались ставить в прокат автомобили, которые стоят больше \$60 тыс., — «Ауди А6», «Тойота-Прадо». Я думала, что в городе не найдется достаточного количества людей, готовых заплатить за сутки аренды 7-8 тыс. руб. Первые такие машины закупили только 2,5 года назад. Оказалось, что они пользуются хорошим спросом и окупают себя, хотя их и берут реже. Сейчас в нашем парке есть даже Lexus Ls 460, правда, мы выдаем его только с водителем».

Иван Климов управляющий компанией Rentexpress в Екатеринбурге:

«Мы разместили рекламный модуль на первой полосе одной общественно-политической газеты на год. Газета распространяется бесплатно в самолетах «Уральских авиалиний» плюс во многих ресторанах и гостиницах. Мы посчитали, что это идеальный вариант продвижения услуги. Но за полгода пришло всего два клиента. По сути, 80 тыс. руб. были выброшены на ветер».

Цена входного билета

Расчет для автопроката из семи автомобилей «Ниссан-Альмера», двух «Ниссан-Микра» и двух «Ниссан-Теана».

Компания арендует офис в 15 кв. м.

В штате один техник и один диспетчер.

В первые три месяца загрузка проката достигает 40%, затем — 60%.

Стоимость суточной аренды «Ниссан-Микра» — 1600 руб., «Ниссан-Альмера» — 1700 руб., «Ниссан-Теана» — 3500 руб.

ИТОГИ

Цена входного билета

Расчет для автопроката из семи автомобилей «Ниссан-Альмера», двух «Ниссан-Микра» и двух «Ниссан-Теана». Компания арендует офис в 15 кв. м. В штате один техник и один диспетчер. В первые три месяца загрузка проката достигает 40%, затем — 60%. Стоимость суточной аренды «Ниссан-Микра» — 1600 руб., «Ниссан-Альмера» — 1700 руб., «Ниссан-Теана» — 3500 руб.

Единновременные расходы на открытие

Статья	Сумма, руб.
«Ниссан-Микра» (2 шт.)	3200
«Ниссан-Альмера» (7 шт.)	11900
«Ниссан-Теана» (2 шт.)	7000
Выплаты	15000
Выплаты за аренду офиса	11000
Итого единовременные расходы	33100

Сколько приносит прокат автомобилей (в первые три месяца работы)

Статья	Сумма, руб.
«Ниссан-Микра»	3200
Итого за три месяца	15900

В 1-й месяц:

аренда офиса	15000
зарплата техника	15000
зарплата диспетчера	15000
зарплата бухгалтера	7000
бухгалтерские услуги	8000
Итого расходы	55000

В 2-й месяц:

страховые депозиты	66000
сумма вклада СКД	5000
обслуживание автомобилей	27000
стопки	7000
ремонт	10000
Итого расходы	106000

В 3-й месяц:

доходы от проката автомобилей	92700
репутационный эффект	16000
Итого доходы	108700

Порог вхождения 5451566 руб.

Автор: Сергей Панин. dk@apress.ru
Источник: журнал "Деловой Квартал"