



В чем выгода, брат?

Среди автолюбителей новая услуга уже вызвала жаркие споры о том, выгодно ею пользоваться или нет. Подсчеты «Денег» показывают, что в премиальном сегменте в отношении автомобилей Volvo подпиской пользоваться в финансовом отношении выглядит привлекательно. Предлагаемый в подписку новый Volvo XC60 в комплектации Inscription сейчас стоит около 3,8 млн руб. Если покупать автомобиль в кредит (например, по действующей сейчас льготной кредитной ставке в 2,9%), нужно будет заплатить 1,9 млн руб. в качестве первоначального взноса плюс ежемесячно выплачивать 162 тыс. руб. (если брать кредит на год). Пользование же по подписке обойдется в упомянутые выше 59,5 тыс. руб.



НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ

ВИТАЛИЙ ОВЧИННИКОВ,
генеральный директор
агрегатора служб техпомощи
и эвакуации МЭТР

При рассмотрении возможности приобретения автомобиля по подписке важно тщательно просчитать стоимость всех альтернативных ва-

или в 714 тыс. руб. в год, то есть 18% от первоначальной стоимости автомобиля. Специалисты указывают, что, если приобретать такую модель в собственность, за первый год владения авто может потерять до 15–20% от исходной цены. То есть это уже будет составлять порядка 760 тыс. руб. Плюсуют расходы на страховки (каско и ОСАГО), налог, траты на ТО у официального дилера и на сменный комплект шин (в сумме — 178,6 тыс. руб.). В итоге получается 938,6 тыс. руб. Таким образом, выгода от пользования авто по подписке составит 224,6 тыс. руб.

С подпиской на автомобили Hyundai ситуация несколько иная. Важно, что эта марка относится не к премиальному, а к массовому сегменту, и потеря цены за первый год владения здесь не столь значительна. По оценкам участников рынка, такие машины за год пользования могут потерять порядка 10% от исходной цены. То есть в отношении Hyundai Santa Fe топовая модификация этой модели с мотором 249 л. с. и восьмиступенчатой автоматической коробкой сейчас стоит 2,8 млн руб. За год машина потеряет в цене примерно 280 тыс. руб. Стоимость же подписки на такую машину за год обойдется в 550,8 тыс. руб. Даже если добавить все расходы за первый год владения таким авто в личной собственности (это будет 168,6 тыс. руб.), то расходы на подписку будут превышать стоимость владения на 102,2 тыс. руб. То же самое с моделью Creta. В топе эта машина (149 л. с., полный привод, шестиступенчатый автомат) сейчас стоит 1,4 млн руб. При потере цены за

риантов, включая обычную покупку, традиционную аренду, оформление кредита или лизинга: какие потребуются затраты в течение планируемого срока и дополнительные расходы в случае досрочного расторжения или других экстренных случаях. И только после этого делать окончательный выбор. Необходимо также учесть ограничения, которые могут быть предусмотрены договором. В случае с подпиской надо обратить внимание на минимальный возраст и количество водителей, допускаемых к управлению, лимиты годового и ежемесячного пробега, регионы, в которых разрешается эксплуатация, и на возможность выезда на машине за границу.

Обязательно надо иметь в виду, что штрафы за нарушения, совершенные на подписном автомобиле, будут предъявляться к оплате по «тарифам» для юрлиц, порой во много раз превышающим установленные для «физиков». Стоит заранее выяснить, как будет производиться оценка повреждений и износа и что входит в страховку, чтобы не пришлось потом доплачивать сверх стоимости подписки. В целом можно констатировать, что на период в один-два года подписка оказывается выгоднее других форм пользования автомобилем. Так, за двухлетнюю подписку на Volvo XC60 T5 в комплектации Inscription придется отдавать 59,5 тыс. руб. ежемесячно, что за

год в 10% и расходах на владение в общей сумме в 233,2 тыс. руб. подписка окажется дороже на 124,8 тыс. руб.

А в отношении микроавтобуса H-1 (сейчас его розничная цена в самой дорогой комплектации составляет 2,3 млн руб.) разница в пользовании подпиской составит 225,4 тыс. руб.

Судя по всему, сегодня, на начальном этапе развития услуг по подписке, пока этим сервисом выгоднее пользоваться в отношении машин премиального сегмента (в данном случае это марка Volvo). Что же касается машин массовых марок (в данном случае Hyundai), то финансовая выгода от подписки здесь не столь очевидна, зато очевидны организационные плюсы: не нужно самому думать о страховке, обслуживании автомобиля и других хлопотах.

Не исключено, что с развитием нового сервиса цены на него будут снижаться, и тогда финансовые весы в бюджетном сегменте будут склоняться в сторону пользования авто по подписке. Принимая во внимание такую возможность, участники рынка в целом позитивно оценивают перспективы развития услуг по подписке. В мире, по оценке международной компании Research and Markets, число пользователей таких сервисов пока не превышает 1 млн человек. Однако, согласно прогнозам, к 2025 году в Европе и США по подписке будут доступны более 10 млн автомобилей. В России же, по оценке представителей автодилера «Автоспеццентр», через три года доля продаж автомобилей по подписке может занимать 5–10% рынка, парк же суммарно может составить 100 тыс. автомобилей в год ●

два года составит 1 428 000 руб. В случае приобретения такой же машины и ее продажи через два года затраты за этот период будут несколько выше: 1 593 565 руб. При покупке в кредит или получении автомобиля в лизинг расходы будут еще выше — 2 078 772 руб. и 2 499 397 руб. соответственно. Однако с увеличением срока выгода использования подписки снижается, и при сроке пользования в несколько лет выигрышнее становится приобретение машины в собственность. Что же касается Hyundai, то при годовой подписке на самую доступную из предлагаемых моделей — Creta ежемесячный платеж будет равен 29,9 тыс. руб., что

фактически сопоставимо с ежемесячным платежом по автокредиту. Безусловно, услуга предоставления автомобилей по подписке найдет свое место на российском рынке, и первые результаты лишь убеждают в этом. Как только подписка станет доступна по стоимости для молодежной аудитории, которая уже успела приобщиться к различным формам шеринга, стоит ожидать увеличения спроса на эту услугу. Однако не следует сбрасывать со счетов и отсутствие в нашей стране устойчивой привычки к прокату и пока еще достаточно высокие тарифы. Это, по крайней мере на первых порах, будет сдерживать распространение подписки.



ПОДПИСКА: ЗА И ПРОТИВ

ОЛЕГ ЗАГЛЯДИН,
генеральный директор
компании Carcade

Модель подписки довольно похожа на лизинг для физлиц, который предлагают некоторые компании. На первый взгляд, это мечта потребителя, который может использовать автомобиль, но в любой момент сдать его назад и получить новый или отказаться от дальнейшей аренды. Однако понятно, что все прелести заложены в цену сервиса, где присутствует и удорожание (процент за пользование финансовыми ресурсами арендатора-лизингодателя), и резкое снижение стоимости автомобиля в течение первого года пользования. Кроме того, подписка не позволяет воспользоваться ключевым преимуществом лизинга — экономией на налогах. Если компания, которая платит НДС и налог на прибыль, способна сэкономить на лизинговом договоре до 40% от стоимости автомобиля, то физлицо, использующее аренду, заплатит полную цену. Так что можно утверждать, что пока этот тип сервиса достаточно сомнителен. Фактически аренда в более или менее массовом объеме прижилась только в США, где авторынок перенасыщен и производители хватаются за любую возможность продать еще один автомобиль. Однако даже там подписка не занимает значимой доли на фоне лизинга и автокредитования. Нужно понимать, что основными потребителями автомобилей по подписке являются люди, которые меняют машину раз в год-два, а такая модель потребления все-таки соответствует бурно растущей экономике, накачанной деньгами, что несколько не наш случай. Поэтому на российском рынке если подписка когда-нибудь достигнет хотя бы 1% от общих продаж — это можно будет считать большим успехом.