

мальный владелец этого имущества будет самостоятельно заниматься вопросами его исправности, сохранности, страховки, регистрации, а заодно и текущего ремонта за те же деньги, — выгода становится для многих очевидной.

Пример такой модели бизнеса показывают крупные международные компании, которые полностью отказываются от собственного «транспортного цеха» и отдают на аутсорсинг вопросы корпоративного автопарка. Всеми транспортными вопросами таких компаний занимаются профессиональные оперлизинговые компании, в обязанности которых иной раз входит даже наем водителей и управление интермодальными перевозками.

В России рынок автомобильного оперлизинга пока еще не раскрутился, хотя мы видим первые сделки по операционной аренде корпоративных автопарков со стороны крупных компаний, таких как «Почта России» например. Оперлизингом также активно пользуются каршеринговые компании, которые сейчас закупают сотни машин в различных ценовых сегментах и закупили бы еще больше, если бы не сложившийся осенью дефицит на рынке.

— Кстати, о дефиците автомобилей. Насколько он серьезен и почему он возник?

— Действительно, начиная с октября мы наблюдаем дефицит машин в продаже по целому ряду наиболее популярных марок, в том числе тех, которые активно используют операторы такси. Дилеры Skoda, Kia, Hyundai, VW, Renault и других самых востребованных марок сейчас принимают заказы на машины с поставкой в феврале 2021 года. Из-за известных проблем с пандемией коронавируса стоки автодилеров не могли быть своевременно заполнены, что на фоне отложенного спроса и быстрого восстановления рынка такси и каршеринга привело к такой ситуации.

— И что же делать предпринимателям?

— Ждать первого квартала, ничего не поделаешь. Причем по люксовым брендам сложилась похожая ситуация. Выпуск новинок автоконцернов состоялся по графику, но пандемия не позволила обеспечить производство и доставку машин потребителям. Еще в конце лета и в сентябре заказы уже принимались с поставкой на декабрь, а сейчас это тоже первый квартал следующего года в лучшем случае.

— Отечественных марок тоже не хватает?

— Автомобили LADA — хорошее исключение. Эти машины тоже очень

популярны у потребителей, в том числе в экономсегменте такси, здесь дефицита мы пока не наблюдаем.

— А что с ценами на автомобили?

— Разумеется, выросли. Сейчас на рынке рост спроса, поэтому производители, которые еще летом активно предоставляли значительные скидки на технику (а они составляли в среднем от 10% до 15%), сейчас об этом даже разговоров не ведут. Кроме того, вслед за изменением курса рубля цены на автомобили тоже постепенно подросли в среднем еще на 10–15%. Вот и считайте.

— Тем не менее многие лизинговые компании продолжают анонсировать разнообразные «горящие» спецпредложения и акции по лизингу техники с «сумасшедшими» скидками. Стоит ли верить такой рекламе, или при внимательном изучении договора обнаружится какой-то подвох?

— Безусловно, подписывая договор лизинга, нужно обязательно все прочитать и просчитать, а также убедиться в добросовестности компании, которая сделала коммерческое предложение. Профессиональную репутацию лизингодателя легко подтвер-

дить, посмотрев список членов на сайтах отраслевых ассоциаций, в России это «Лизинговый союз» и Объединенная лизинговая ассоциация, в состав которых входят только проверенные участники рынка. Кроме того, можно посмотреть наши публичные рейтинги и ранкинги, которые составляют независимые исследователи лизинговой отрасли: наличие компании на заметных позициях в таких рейтингах свидетельствует о прозрачности ее бизнеса и приверженности принципам этичного поведения в отношении своих клиентов и инвесторов.

Вот у таких добросовестных лизинговых компаний действительно могут быть совместные программы с автопроизводителями, которые реализуются в маркетинговых целях по продвижению отдельных моделей и брендов. Скидка, которая в большинстве случаев предоставляется именно производителем и по его инициативе, может достигать до 20%, и это позволяет клиенту «поймать» очень выгодные условия лизинга автомобиля. Моя личная первая встреча с лизингом, еще как покупателя машины, состоялась как раз в тот момент, когда я смог по такой партнерской акции купить автомобиль на 15% дешевле, чем мне предлагали в салоне. Вот тогда я на практике ощутил выгоды лизинга и подтверждаю: это не «фейк», а реальная история.

— Еще одна новая услуга на авторынке — сервис «подписки» на машину. В чем его суть и потенциал?

— Автомобильный рынок, так же как и рынок недвижимости, служит очень хорошим полигоном для обкатывания новых форм шеринговой экономики, которая содержит в себе очень серьезный потенциал. Суть «подписки» проста: ты всегда едешь на новом автомобиле и можешь поменять его на другой, например, через полгода, но платишь за него примерно столько же или меньше, чем если бы решил его купить. Всем известна крылатая фраза о снижении стоимости автомобиля на треть через минуту после того, как он выехал со стоянки дилерского центра. Во многом это так и есть, особенно в сегменте премиальных автомобилей, поэтому некоторым автовладельцам не покажется странным величина арендного платежа по подписке: если через тот же год ты попытаешься продать машину самостоятельно, неизвестно, удастся ли выручить за нее ту сумму, на которую изначально рассчитывал.

Во всем мире этот новый сервис еще только тестируется и ищет своего массового потребителя, отечественные проекты в этой сфере только запускаются. Во время пандемии, например, мы увидели высокую активность наших каршеринговых компаний, у которых из-за ограничений и снижения спроса высвободились автомобили и они их предложили своим клиентам в аренду более долгосрочную, чем поминутная. Возможно, у кого-то уже в следующем году получится сделать из этого новое и эффективное направление развития основного бизнеса.

— Вы считаете, в России есть потребитель такой услуги?

— Пока сделки единичные, но будущее у этого сервиса, думаю, хорошее. Как и другие формы шеринговой экономики, подписка предполагает повышение гибкости во владении автомобилем. В идеале она должна позволять для городских поездок выбрать компактный экономичный автомобиль, для поездки в отпуск с семьей взять просторную и надежную в дальних путешествиях машину, а с наступлением зимы поменять ее на какую-то другую более подходящую для сезона модель. Сдерживают эти формы потребления, на мой взгляд, только психологические стереотипы граждан, стремящихся по старинке обязательно быть собственником дорогостоящего имущества. Думаю, совсем скоро эти привычки отпадут по аналогии с тем, как, например, люди перестали хранить наличные под подушкой ●

