

ВТБ Авто: более половины россиян готовы купить авто онлайн

06.02.2025



Почти половина респондентов (48%) рассматривает покупку машины в пределах 1,5-3 млн рублей, треть не готовы потратить на авто более 1,5 млн рублей. При этом из альтернативных способов владения автомобилем наиболее известным стал лизинг – о нем знают 75% опрошенных. На втором месте – аренда авто, которая известна 63% россиян. Каждый четвертый слышал про подписку на авто, а попробовать ее хотели бы 66% респондентов. Самыми востребованными классами авто, которые люди готовы взять по подписке, стали семейные машины комфорт-класса (33,7%), легковые авто среднего класса (31,1%) и городские малолитражки (16,1%). Ещё 14% опрошенных готовы взять по подписке авто бизнес-класса, а 5% – представительского.

«Мы ожидаем, что дистанционная покупка авто наряду с онлайн-заказом бытовой электроники или техники или смартфона станет нормой для россиян в ближайшие 5-10 лет. Каждый десятый респондент в нашем опросе уже готов приобрести машину онлайн. Такой способ – это оптимизация сложного процесса покупки и перевод его в новый удобный формат. Мы наблюдаем появление новых игроков на этом рынке и прогнозируем, что в текущем году произойдет двукратный рост онлайн-продаж», – говорит генеральный директор ВТБ Авто Сергей Медынский.

Среди самых распространенных трудностей, с которыми сталкиваются покупатели автомобилей, половина респондентов назвала высокие цены на машины. Долгий поиск подходящего авто отметили 46% опрошенных, ещё 43% сталкивались с навязыванием дополнительных услуг, а каждый пятый указал на неудобное расположение точек продаж автомобилей.

По итогам 2024 года лидерами продаж на рынке легковых авто по данным Автостата стали Лада, Haval, Chery, Geely и Changan. Чаще всего онлайн россияне покупали автомобили стоимостью 2-3 млн рублей. Самыми популярными марками стали Chery Tiggo 4 PRO и Chery Tiggo 7 PRO MAX. У ВТБ Авто самыми популярными марками в прошлом году стали Omoda C5, Chery Tiggo 4 PRO, Changan CS55 PLUS, Geely Coolray и Haval Jolion.

**Опрос ВТБ Авто проводился среди 1400 респондентов, которые проживают в крупных городах с населением выше 100 000 жителей и купили либо планируют купить автомобиль.*