**Populiarėjanti paslauga keičia verslo žaidimo taisykles: ar įmonėms dar būtina pirkti nuosavus automobilius?**

Pasaulį sukrėtę ir vis dar krečiantys įvykiai užkūrė ekonominių procesų grandinę, apie kuriuos kalbėti neturint atitinkamo išsilavinimo sunku. Tiesa, užtenka nueiti į parduotuvę tam, kad suprastum jų poveikį, – viskas kainuoja gerokai brangiau nei anksčiau. Galbūt vidutines ar aukštesnes pajamas gaunantiems gyventojams keliais eurais išaugęs pirkinių krepšelis kasdienių įpročių iš esmės nepakeitė, tačiau verslai, skaičiuojantys kiekvieną išlaidų ir pajamų eilutę, dažnai jas įvertina iš naujo.

Visgi laisva ekonominė rinka žavi tuo, kad kiekvienam iššūkiui galima rasti sprendimą. Štai kadaise viešbučių verslą sudrebino „Airbnb“ platforma, taksistų darbą – atsiradęs „Uber“.

Pandemijos laikotarpiu išpopuliarėjusios „Zoom“ ar „Teams“ platformos iš esmės pakeitė susitikimų pobūdį, o apsipirkimo įpročiams naują kryptį atvėrė prasiplėtęs elektroninės prekybos funkcionalumas – sunku rasti šeimą, kuri nė karto nesinaudojo maisto prekių pristatymo į namus ar panašiomis paslaugomis. Už visų šių rinką ar vartotojų įpročius pakeitusių naujovių slypi ekonominė nauda arba patogumas. Idealiu atveju – abu šie veiksniai.

**MaaS proveržis**

Apžvelgiant verslo patiriamus iššūkius aukštos infliacijos ir kylančių kainų laikais, galima dirstelėti į dar vieną sritį – įmonių siūlomus mobilumo kaip paslaugos (angl. Mobility as a Service, MaaS) sprendimus. Šis terminas vartojamas jau ilgiau nei dešimtmetį, o jo populiarumas susijęs su vartotojų požiūrio pokyčiais ir technologinėmis inovacijomis.

Mobilumo kaip paslaugos koncepcija iš esmės ir išsivystė dėl žaibiškos skaitmeninių produktų plėtros. Tokių paslaugų teikėjai visų pirma konkurencinį pranašumą formavo ant patogumo vartotojui pamatų – galimybė judėti patogiausiais būdais turėjo būti pasiekiama vienoje programėlėje. Suprantama, jos naudojimas privalėjo būti nesudėtingas, o paslaugų apmokėjimas – skaidrus ir įvykdomas ten pat, kur užsakomos paslaugos.

Atsiradus tokioms galimybėms, transporto profesionalai netruko pasiūlyti specializuotų produktų, kurie geriausiai atliepia pačių įvairiausių organizacijų mobilumo poreikius. Visus šio segmento MaaS produktus vienija tai, kad automobilių parkas pagal galimybes mažinamas, jo naudojimas tampa efektyvesnis, o visa priežiūros našta tenka paslaugos teikėjams. Štai viena iš MaaS paslaugų pradininkių Lietuvoje, bendrovė „WeFleet“, teikia automobilių abonemento verslui paslaugą.

„Manau, tai ypač aktualu dabar, kai skolinti pinigai dėl infliacijos ir palūkanų yra labai brangūs, o įmonėms reikia važiuoti ir atsinaujinti transporto parkus. MaaS paslauga leidžia įmonei turėti transportą, bet neapsikrauti įsipareigojimais, neįsiskolinti ir nesukti galvos dėl transporto parko valdymo. Jaučiu, kad net užkietėję nuosavų automobilių savininkai, pasinaudoję tokia paslauga, pakeistų nuomonę“, – apie MaaS naudą svarsto transporto ir logistikos žurnalistė Dina Sergijenko-Ramaškevičienė.

**Papildomos išlaidos – tik degalams**

Minėtus argumentus nesunkiai galima pagrįsti skaičiais. Pavyzdžiams pasitelkime daugelio verslų pasirenkamą populiarų krosoverį „Kia Sportage“ su dyzeliniu varikliu ir mechanine pavarų dėže ar smulkiojo ir vidutinio verslo vertinamą „Mercedes-Benz Citan Tourer“ modelį.

Pasinaudojus bent keleto skirtingų bankų siūlomomis lizingo skaičiuoklėmis, abiejų modelių atveju mėnesinė įmoka, skaičiuojant penkerių metų laikotarpiui su 10 proc. pradinio įnašo suma, preliminariai siektų kone identiškas sumas lyginant su automobilių abonemento paslauga. Štai turint „WeFleet“ automobilio abonementą, „Sportage“ verslas gali naudoti už 450 eurų be PVM per mėnesį, o „Citan Tourer“ – už 390 eurų be PVM.

Svarbu paminėti ir tai, kad, naudojantis abonemento paslauga, tai bus vienintelės išlaidos per mėnesį šalia sunaudotų degalų eilutės – draudimu, technine priežiūra, sezoninėmis padangomis bus pasirūpinta už tą pačią sumą. O turint savo automobilį, šalia lizingo įmokos reikės apskaičiuoti visas išvardintas sąnaudas ir palikti rezervo nenumatytoms.

Žinoma, elementarus argumentas turėti savo transporto priemonę vis dar gali pateisinti papildomas su tuo turėjimu susijusias išlaidas. Galų gale lietuvių polinkį į nuosavybę rodo ir nekilnojamojo turto rinkos padėtis: gerokai mažiau nuomojamės nei Vakarų Europos gyventojai, nes mums patinka gyventi nuosavame būste. Tačiau tai komentuodama D. Sergijenko-Ramaškevičienė sako, jog racionalumas visgi turėtų imti viršų.

„Sakyčiau, čia esminis dalykas kaštai. Jei įmonė apskaičiuos, kad įsigyti nuosavą automobilį ir juo rūpintis neapsimoka finansiškai, MaaS bus tikrai gera išeitis. Kai automobiliai perkami lizingu, o palūkanos nėra fiksuojamos, MaaS leidžia valdyti finansines rizikas ir aiškiai susidėlioti išlaidas“, – tikina pašnekovė.

**Lengva prisiderinti prie poreikių**

D. Sergijenko-Ramaškevičienė taip pat priduria, jog, stebint įvairiose srityse ryškėjančias tendencijas, galima daryti išvadą, jog vis dažniau vienas nuosavybės modelis keičiamas į kitą, labiau apsimokantį.

„Man atrodo, jau kuris laikas matome, kad beveik viską, kas nėra intelektinė nuosavybė arba aukštos pridėtinės vertės produktas, apsimoka outsource’inti. Transportas – ne išimtis. Pasižvalgius po Lietuvos verslą matyti, jog nauji įpročiai prigijo“, – teigia ji.

Tiesa, automobilių abonementas padeda išspręsti ne tik su transporto priemonės kaina ar papildomomis išlaidomis susijusius klausimus. Dalis įmonių siūlo ir daugiau lankstumą užtikrinančių paslaugų. Pavyzdžiui, minėtos „WeFleet“ abonemento turėtojai savo išsirinktą automobilį gali pakeisti kitu – tai itin palanku įmonėms, vykdančioms sezoninę veiklą.

Taip pat, išaugus ar sumažėjus darbuotojų skaičiui, be jokio vargo ar didelių išlaidų atitinkamai gali keistis ir bendrovės automobilių parko dydis. Įprastai, išsirinkus transporto priemonę ir pasirašius sutartį, ji jau kitą darbo dieną gali atsidurti nurodytoje pristatymo vietoje.