

PRANEŠIMAS ŽINIASKLAIDAI

2022 m. liepos 11 d., Vilnius

**Pirmieji „MyBee“ veiklos metai: augantis susidomėjimas paslauga tapo atspirtimi plėtrai**

**Automobilių prenumeratos platforma „MyBee“ perkopė pirmuosius veiklos metus. Pasak įmonės vadovo Luko Jurkšaičio, paslaugos startas buvo sėkmingas ne tik dėl vartotojų susidomėjimo ir didelės paklausos, bet ir finansiškai. Pirmųjų veiklos metų konsoliduotos pardavimo pajamos siekė beveik 4 mln. eurų. L. Jurkšaičio teigimu, klientai vertina automobilio prenumeratą dėl jos paprastumo, lankstumo, o kai kurie renkasi tai kaip pigesnį ar tvaresnį sprendimą vietoje naujo automobilio pirkimo.**

Tarptautinei įmonių grupei „Modus Group“ priklausanti „MyBee“ savo veiklą pradėjo 2021 m. birželį. Pirmaisiais veiklos metais buvo pasirašyta daugiau nei 800 automobilių prenumeratos kontraktų, tiek su privačiais, tiek juridiniais asmenimis. „MyBee“ parką šiuo metu sudaro daugiau nei 700 automobilių. Iki šių metų galo planuojama išlaikyti ne mažesnį augimo tempą nei iki šiol.

**Vieni renkasi dėl patogumo, kiti kaip ekonomiškesnę ar tvaresnę alternatyvą**

Įmonės vadovo teigimu, klientai vertina automobilių prenumeratos paslaugą dėl jos paprastumo, lankstumo ir greitumo. Užsisakęs automobilį, klientas gali jį pasiimti ir pradėti naudotis jau tą pačią dieną – be banko tarpininkavimo ir popierinių sutarčių. „MyBee“ paslaugos lankstumas tapo itin patrauklus puslaidininkių krizės kontekste, sutrikus automobilių tiekimui visame pasaulyje, kuomet susiduriame tiek su pasiūlos, tiek automobilių pristatymo problemomis.

„MyBee” klientų poreikiai sutampa su rinkos tendencijomis. Pastebime, kad jie pirmenybę teikia „SUV“ tipo automobiliams – mažiems bei vidutinio dydžio visureigiams. Tai pastebima ne tik pagal išnuomotų šio tipo automobilių kiekį, bet ir pagal tai kaip greitai šie automobiliai iškeliauja iš mūsų aikštelių”, – komentuoja L. Jurkšaitis.

Kiti vartotojai, dėl kylančių automobilių kainų, vis dažniau ima dvejoti, ar įsigyti nuosavą transporto priemonę yra teisingas ir palankus finansiškai sprendimas. Taip pat vartotojai vis dažniau pradeda įsivertinti nuosavo automobilio turėjimo kaštus, kurie, kaip žinia, apima platų spektrą paslaugų – kuro, draudimo, techninio aptarnavimo išlaidas, automobilio nusidėvėjimo kaštus.

„Didmiesčiuose jau formuojasi kritinė klientų masė, kurie nusprendžia nebeturėti nuosavo automobilio ir verčiau renkasi kitus mobilumo sprendimus – dalijimąsi automobiliais ar automobilio prenumeratą, o kai kurie derina abi šias paslaugas. Pavyzdžiui, vienas šeimos narys naudojasi trumpalaikės nuomos –automobilių dalijimosi paslauga, o kitas – automobilio prenumerata arba abu šeimos nariai derina šias dvi paslaugas, atsižvelgdami į savo dienotvarkę. Tokiu būdu ne tik sutaupydami, bet ir darydami mažesnį poveikį aplinkai,“ – pasakoja L. Jurkšaitis.

Anot įmonės vadovo, „MyBee“ siekia, kad automobilių parkas būtų kuo naujesnis ne tik dėl komforto klientui, bet ir dėl mažesnės aplinkos taršos. Didžioji dalis prenumeruojamų automobilių yra nauji, tad mūsų verslas prisideda ir prie Lietuvos automobilių parko jaunėjimo. Įmonės vadovas priduria, kad ateityje planuojama pasiūlyti ir daugiau elektromobilių.

L. Jurkšaičio teigimu, jau kurį laiką pastebima tendencija, kad klientai vertina lankstumą ir yra linkę rinktis trumpesnio laikotarpio prenumeratą – 6 arba 12 mėn. Ateityje planuojama pasiūlyti dar lankstesnius prenumeratos terminus, norima kuo labiau automatizuoti procesus, kad klientai prisijungę prie programėlės patys galėtų valdyti savo prenumeratą, rinktis kitą automobilį, kintant asmeniniams ar šeimos poreikiams.

**Iššūkiai ir planuojama plėtra Europoje**

Sėkmingas veiklos startas ir pasiteisinęs verslo modelis Lietuvoje paskatino planuoti „MyBee“ plėtrą ir į kitas rinkas: „Artimiausiu metu „MyBee“ planuoja savo veiklą pradėti Estijoje, vėliau Latvijoje. Taip pat ši paslauga tampa vis aktualesnė ir kitose Europos valstybėse, kuriose galime rasti alternatyvių automobilių prenumeratos paslaugų, tačiau jos yra pavienės ir ne visiškai atitinkančios mūsų verslo modelį, kuris klientui suteikia didelį lankstumą ir greitą paslaugos užsisakymą”, – komentuoja L. Jurkšaitis.

Puslaidininkių krizė tampa didžiausiu iššūkiu ir planuojant plėtrą į kitas rinkas. Visgi įmonė ieško sprendimų, kurie, net ir šiame kontekste, suteiktų galimybę klientams vairuoti pageidaujamą transporto priemonę: „Visuomet stengiamės pasiūlyti kuo įvairesnius automobilius. Visgi, reikia pripažinti, kad populiariausi automobiliai palieka mūsų parką greičiau nei spėjam jį atnaujinti“, – komentuoja L. Jurkšaitis.

Tikimasi, kad rinkos augimą skatins tokie veiksniai kaip lankstumas, įperkamumas ir automobilio prenumeratos patogumas. „Allied Market Research“ duomenimis, pasaulinė automobilių prenumeratos rinka 2019 m. buvo įvertinta daugiau nei 3,3 mlrd. eurų, o iki 2027 m. prognozuojama, kad pasieks 11,3 mlrd. eurų.

**Kontaktinis asmuo:**

**Justina Matuliauskienė**Vyr. komunikacijos projektų vadovė

[justina.matuliauskiene@modusmobility.group](mailto:justina.matuliauskiene@modusmobility.group)

+370 611 156 95