

Корейские автомобили наиболее востребованы среди миллениалов, зумеры предпочитают отечественный автопром, а представители старшего поколения – привычные европейские марки. В целом, молодежь меньше тратит на покупку автомобиля, но более ответственно его эксплуатирует, в отличие от представителей старшего поколения. Последние чаще всего пытаются починить свое транспортное средство самостоятельно, что не всегда приводит к экономии бюджета и качественному ремонту. Специалисты Страхового Дома ВСК и ГК АвтоСпецЦентр выяснили, как отличаются автомобильные предпочтения представителей разных поколений.

По оценкам Страхового Дома ВСК, поколение Z или зумеры составляют чуть более 14% российских автовладельцев. Больше всего на дорогах ездит представителей поколения X (40-60 лет) – 38%, на втором месте миллениалы (поколение Y, 30-40 лет) – 29%. На долю «бумеров» (60 лет и старше) приходится 18% автомобилистов. При этом, по данным ГК АвтоСпецЦентр, россияне средних лет чаще других покупают новые авто (65% в общей структуре продаж), а самая высокая доля продаж автомобилей с пробегом приходится на бумеров.

Отечественная Лада самый популярный автомобиль во всех возрастных категориях, но все же наиболее востребованы автомобили бренда у молодежи (33,5%). Японская Toyota наиболее популярна среди автовладельцев поколения X (10%). Миллениалы чаще других выбирают корейский бренд Hyundai (8%), а самой популярной европейской маркой в РФ стала французская Renault, за рулем которой чаще всего можно встретить бумеров (8%).

В АвтоСпецЦентре отмечают, что больше всех склонны приобретать автомобили в максимальной комплектации представители поколения X. Самые важные параметры при выборе авто для них: тип привода, дизайн фар и цвет кузова, наличие круиз-контроля. В среднем, они готовы переплатить за комплектацию авто 16-20% от базовой стоимости модели. Миллениалы обращают больше внимания на функции, повышающие комфорт вождения – дистанционный запуск, системы кругового обзора, наличие мультимедийных систем, которые синхронизируются со смартфоном и пр. При этом, они чаще всего готовы потратить не более 12-16% сверх базовой стоимости модели. Молодежь ожидаемо склонна выбирать автомобили с минимальной комплектацией, а один из

главных факторов при покупке – экономичность. Так, зумеры обращают внимание на мощность (выбирают «доналоговые» модели), расход топлива.

По оценкам ВСК, самая высокая доля женщин среди автовладельцев поколения X–17%, а самая низкая среди зумеров – всего 11%. При этом, по данным ГК АвтоСпецЦентр женщины среднего возраста наибольшее внимание уделяют не техническим характеристикам, а вопросам безопасности (системы удержания детских кресел, ремни безопасности с функцией блокировки), а женщины младше 30 – на различные системы помощи при парковке (парктроники, датчики, камеры и пр.).

Самые частые причины поломки авто у молодежи – ДТП, на них приходится 53% обращений по каско (менее 50% в других возрастных категориях). Люди старше 60 лет чаще становятся жертвами вандалов (9%, против 7% в среднем в других категориях).

По оценкам АвтоСпецЦентра, зумеры являются самыми ответственными автовладельцами – они регулярно проходят плановые ТО, обращаются в дилерский центр в течение первой недели с момента появления признаков неполадок в авто. Бумеры, напротив, эксплуатируют автомобили менее аккуратно – минимум 69% из них обращаются к профессионалам после попытки самостоятельно устранить проблему.

Википедия страхования