

Nowy czy używany, oto dylemat wielu kierowców

Jak Polacy kupują samochody, zbadał Volkswagen Bank Polska

Beata Tomasziewicz

beata.tomaszkiewicz@infor.pl

Nieruchomości nie tracą tak szybko na wartości i to jest inwestycja trwała. A samochody? Nowy kosztuje kwotę X, po 5 latach jedną piątą, po dziesięciu latach jedną dziesiątą, a po dwudziestu latach trzeba by myśleć, gdzie go zezłomować.

Jednak w Polsce samochód jest dobrem użytkowym o silnym działaniu emocjonalnym – wynika z badania oferty AutoKredyt Volkswagen Bank Polska. Swoje auta zwykliśmy określać przy-

miotnikami nacechowanymi. Dodajmy, i to nacechowanymi pozytywnie: funkcjonalny, bezpieczny, niezawodny, wygodny, komfortowy, ekonomiczny, zawsze dostępny, prestiżowy, estetyczny, dopasowany do indywidualnych potrzeb.

Samochód jest postrzegany w kategoriach funkcjonalnych, jako narzędzie do wygodnego przemieszczania się. Spełnia także rolę wskaźnika pozycji społecznej, co jest szczególnie ważne dla bogatszych klientów. Niektóre osoby wykazują bardziej emocjonalny stosunek – przywią-

zanie do samochodu i dbałość o niego jest przejawem troski o pielęgnację drogiego produktu, którego trwałości i niezawodności oczekuje się przez lata.

Nowy czy używany

Szczególnie lubimy nowe samochody, a przynajmniej ta grupa osób, która choć raz wyjechała autem z salonu – wynika z badania. – W takim aucie od początku wiem, jaka jest jego historia. Nie ma ryzyka, że ktoś coś kiedyś zarysował, zniszczył, źle naprawił. Wiem, że np. samochód jednoroczny nie

traci znacząco na wartości, ale jednak już jest z nim coś nie tak – ktoś w nim jeździł, i to ten ktoś miał go z salonu. Ja auto już mam po kimś i ta świadomość jest denerwująca – mówi jeden z respondentów.

Ale poza względami emocjonalnymi są też twardsze argumenty miłośników nowych aut. – Korzystamy sami, wiemy, jak go użytkujemy, jak dbamy o ten nasz samochód. A miałem kiedyś okazję być ze znajomymi przy tym, jak kupowali samochody używane. Były fajne w momencie zakupu, ale po miesiącu czy

dwóch coś trzeba było wymieniać, coś dokupić. I zaczęło się jeżdżenie po warsztatach, szukanie okazji, żeby było taniej. Dlatego my kupujemy nowe, bo zakup nowego daje gwarancję – tłumaczy inny badany.

Jednak wśród Polaków nie brakuje także osób, które auto używane wybierają nie tylko dlatego, że jest tańsze, ale i ze względów praktycznych. – Kupno nowego samochodu wiąże się z olbrzymią utratą wartości tego auta w momencie, gdy ono opuszcza salon. Tutaj zawsze daję przykład mo-

jego wujka. Mieszkał w Anglii i był człowiekiem majątym. I on, z tego co mi wiadomo, chyba nigdy nie kupił fabrycznie nowego samochodu. Natomiast kupował samochody półroczne, roczne, chyba właśnie dlatego, że już tak lawinowo nie traciły na wartości. Nowy samochód ma zawsze znaczną utratę wartości, a jego nie podniecało to, co niektórzy sobie chwalą: że nikt wcześniej nie dotykał tej kierownicy albo nikt wcześniej nie siedział na tym fotelu – opowiada kolejny respondent.



↓ KUPOWAĆ CZY NIE KUPOWAĆ

1. POSIADANIE AUTA NA WŁASNOŚĆ

- dostępność w dowolnym momencie
- gwarancja i pewność posiadania
- elastyczność dostosowania do swoich oczekiwań

- możliwość sprzedania w dowolnym momencie, wynegocjowana cena

- brak ukrytych kosztów
- składki za ubezpieczenie naliczane w stosunku historii kierowcy

- konieczność dbania o samochód i jego reperowania (awarie, uszkodzenia)

- koszty dodatkowe związane z eksploatacją

- trudności przy sprzedaży (zwłaszcza dla osób mało zaangażowanych w motoryzację)

2. NOWY CZY UŻYWANY

Sposób podejmowania decyzji o zakupie zazwyczaj jest zbliżony i dzieli się **na etapy**:

ETAP 1: OKREŚLENIE POTRZEB I OCZEKIWAŃ WOBEĆ AUTA

■ CEL ZAKUPU

Respondenci mający więcej niż jeden samochód w gospodarstwie domowym kupują kolejne auta w konkretnym celu (dojazd do pracy, wycieczki poza miasto, przejazd pełnej rodziny, duża pakowność).

■ PARAMETRY

Niektórzy respondenci już na wstępnym etapie poszukiwań określają wymagania techniczne samochodu. Są one często powiązane z przyczynami zakupu czy zmianą pojazdu. – Mielimy stary samochód, który oddaliśmy rodzicom, i zaczęliśmy szukać nowego auta. Przede wszystkim stwierdziliśmy, że musi być w nim automat, żeby się łatwo prowadził, i dla bezpieczeństwa napęd na cztery koła. Najbardziej odpowiadał nam mały SUV – opisuje uczestniczka badania.

■ MARKA

Część respondentów jest miłośnikami określonych marek samochodów lub grup marek, preferując jedynie samochody z tej kategorii. – Stanęliśmy przed dylematem kolejnego auta. Przysnam się, że wielkiego zastanawiania się nie było. Wytypowaliśmy po prostu markę i coś takiego musimy znaleźć. Znaleźliśmy i kupiliśmy – przyznaje respondentka.



ETAP 2: OKREŚLENIE MOŻLIWOŚCI FINANSOWYCH

Decydując o zakupie auta, staramy się być racjonalni. Wyobrażenia finansowe kształtują się na samym początku procesu decyzyjnego i wynikają z rzeczywistych środków ołożonych na zakup samochodu. Jednak pomimo wstępnych założeń granice finansowe nie są sztywno ustalone i mogą się zmienić pod wpływem ofert. Niektórzy klienci wliczają w środki na zakup nowego auta szacowaną wartość obecnego samochodu, który zamierzają sprzedać.



ETAP 3: ANALIZA DOSTĘPNYCH OFERT

Wraz z określeniem oczekiwań wobec przyszłego samochodu i zarysowaniem możliwości finansowych respondenci rozpoczynają wnikliwą analizę rynku motoryzacyjnego.



ETAP 4: WYBÓR KONKRETNIEGO MODELU AUTA

W przypadku używanych aut moment wybrania konkretnego modelu jest często związany z wyborem danej oferty. **W przypadku nowych samochodów** klienci wraz z finalnym wyborem modelu (oraz jego parametrów, np. silnik, wyposażenie) rozpoczynają poszukiwanie najlepszych warunków finansowych w salonach jednej marki. Równolegle poszukuje się form finansowania, które umożliwią zakup wybranego auta. W tym czasie także kierowcy umawiają się na jazdę próbną, która daje wyobrażenie o komforcie i zachowaniu na drodze nowego pojazdu. Ważna jest możliwość przejechania się autem o takich parametrach technicznych jak wybrany model. Jednak jeszcze ważniejsza jest jazda próbną przy zakupie samochodu używanego. Pozwala ocenić, jaki jest stan techniczny kupowanego pojazdu, oraz komfort jazdy i wygodę prowadzenia.

3. POSZUKIWANIE OFERT

NOWY SAMOCHÓD:

Poszukiwanie ofert w internecie: strony producenckie, salony samochodowe, portale, np. OtoMoto.pl

Ważne kryteria: cena, długość gwarancji

Konieczność odwiedzenia kilku salonów (nawet tej samej marki) w celu znalezienia najlepszych warunków finansowych

UŻYWANY SAMOCHÓD: **Poszukiwanie ofert w internecie**

Preferencja zakupu od właściciela pojazdu, a nie od pośrednika

Ważne kryteria: cena, stan techniczny, przebieg

Konieczność wizyty u mechanika w celu analizy faktycznego stanu technicznego pojazdu

4. RÓŻNE FORMY FINANSOWANIA ZAKUPU AUTA

GOTÓWKĄ:

■ zalety: w przypadku spłaty wartości samochodu gotówką jego cena nie jest powiększana o dodatkowe koszty

■ wady: **konieczność posiadania całej kwoty** (ograniczenie możliwości nabycia)

„zamrożenie pieniędzy”, które w innej sytuacji można by zainwestować

KREDYT:

■ zalety: **możliwość zakupu** droższego auta

swoboda zarządzania i inwestowania kapitału, gotówka nie jest zamrożona

kredyt można swobodnie zestawić z gotówką, regulując wkład początkowy oraz czas spłaty

■ zalety: **problemy z odszkodowaniem i ubezpieczeniem** w przypadku zniszczenia lub wypadku przed zakończeniem okresu spłacania

finalny koszt auta jest wyższy niż w przypadku płacenia gotówką

kredyt jest uważany za droższą formę finansowania auta niż leasing (najczęściej brany na firmę)

obawa przed spiralą kredytową **dodatkowe miesięczne obciążenie** budżetu domowego

LEASING:

■ zalety: **swoboda zarządzania** i inwestowania kapitału, gotówka nie jest zamrożona

spłata rozłożona w czasie jest mniej odczuwalna dla budżetu domowego

niższe rzeczywiste koszty auta niż w przypadku kredytu

możliwość odpisania od podatku i zaoszczędzenia, jeśli samochód brany jest na firmę

■ wady:

brak własności samochodu aż do momentu spłaty całej wartości pojazdu

finalny koszt auta jest wyższy niż przy zakupie gotówką

korzyści

wady

SAMOCHÓD NOWY CZY UŻYWANY

Polacy zmieniają swoje podejście do

Jak zmienić przyzwyczajenia rodaków co do posiadania pojazdu, zastanawiali się uczestnicy debaty zorganizowanej

Beata Tomaszekiewicz
beata.tomaszekiewicz@infor.pl

Od 25 lat mamy w Polsce nie tylko wolny rynek w ogóle, ale także wolny rynek motoryzacyjny. Możemy swobodnie wybierać we wszystkich markach i modelach aut dostępnych na całym świecie. Jednak, co wydaje się nieco zaskakujące, w Polsce nie przybywa z tego powodu nowych samochodów, przeciwnie, zakup nowych aut spadł, co wiąże się również ze zmianą naszych zwyczajów – twierdzili zgodnie uczestnicy debaty „Używać zamiast mieć” zorganizowanej przez Dziennik Gazetę Prawną.

25 lat zmian w mentalności

– W Polsce mniej więcej od 2004 r. liczba samochodów nowych spada. W 1999 r. sprzedano 650 tys. nowych aut, a od 2004 r. sprzedaje się na poziomie 300 tys. Biorąc pod uwagę, że w Polsce mieszka 40 mln osób, oraz zamożność społeczeństwa, większość ekspertów jest zgodna co do tego, że roczna sprzedaż nowych aut powinna oscylować wokół 600 tys. sztuk – mówi Jakub Faryś, prezes Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego. I nie porównuje nas do Niemiec, Francji czy Wielkiej Brytanii, ale np. do Czech, gdzie rocznie rejestrowanych jest 160–170 tys. nowych samochodów, a mieszka tam 10 mln osób. Gdyby przenieść proporcjonalnie zwyczaj klientów z tamtego rynku do nas, to z polskich salonów powinno wyjeżdżać ok. 670 tys. aut rocznie.

– O zakupach często decydują nawyki. A w Polsce jednym z nich jest przywiązanie do starego samochodu. Co więcej, nie ma też ambicji, by jeździć nowym. Przykład – młodzież, która lubi markowe samochody, ale kupuje używane. I to nie dlatego, że jej nie stać. Przy obecnych możliwościach finansowania to nie jest barierą. My nie łączymy zakupu nowego samochodu z budowaniem własnego prestiżu – tłumaczy Leszek Mellibruda, psycholog biznesu. Wyjaśnia, że u nas auto nie świadczy ani o zasobności portfela kierowcy, ani o jego wyobrazni czy statusie społecznym. A tak było 25 lat temu.

– Wcześniej samochód był wyznacznikiem statusu społecznego. Dziś to narzędzie pracy. W związku z tym zmienił się sposób postrzegania takiego zakupu przez młodych ludzi, którzy auta kupują jak smartfony i oczekują, że w rozsądnej cenie otrzymają wszelkie najnowocześniejsze rozwiązania techniczne. Kiedyś luksusem było radio. Dziś trudno sprzedać auto bez klimatyzacji i instalacji pod sprzęt elektroniczny, za chwilę standardem będzie tempomat – opowiada Arkadiusz Miłek, menedżer Skody.

Jednak zmiana stylu życia, informatyzacja, ale także, co może się wydać nieprawdopodobne, rozwój infrastruktury, spowodowały, że młodzi ludzie nie spieszą się z nabywaniem aut. Połowa gdyby miała do wyboru internet lub samochód, wybrałaby internet. – 25 lat temu, by kupić bilet na pociąg, trzeba było jechać na dworzec, by zrobić zakupy, trzeba było iść do sklepu, by wysłać list, trzeba było udać się na pocztę. Teraz to wszystko załatwia się przez Internet. Potrzeba szybkiego i wygodnego przemieszczenia się z punktu „a” do „b” straciła na znaczeniu – przekonuje Jakub Faryś. – W konsekwencji, gdy kilka lat temu samochód stał na pierwszym miejscu w badaniach najbardziej pożądanym dóbr w gospodarstwie domowym, to od kilku lat jego znaczenie spada – dodaje.

Jeśli weźmiemy pod uwagę tendencję do zamykania centrów miast dla ruchu samochodowego, wzrost liczby ścieżek rowerowych, bus-pasy na jezdniach, zwiększenie dostępności dojazdu pociągami, kolejkami, metrem, spadek cen przelotów, to rozumiemy dlaczego dla wielu osób samochód przestaje być narzędziem niezbędnym – przyznali uczestnicy debaty.

Tyle że nie jesteśmy pod tym względem jakoś szczególnie wyjątkowi – podobnie jest w Stanach Zjednoczonych czy w Wielkiej Brytanii.

– Z badań TNS wynika, że w Wielkiej Brytanii internet czy urządzenia mobilne ograniczyły w sposób zdecydowany potrzebę wychodzenia młodych ludzi z domu. W dodatku coraz więcej osób mieszka w miastach. A zamykanie centrów dla ruchu samochodowego, czy nawet banalne, ale powszechne problemy z parkowaniem powodują, że samochód przestaje być konieczny – przyznaje Tomasz Tyszkiewicz z TNS Polska. – Gdy analizowaliśmy, co o samochodach myśli pokolenie Y w Polsce, to wyszło nam kilka interesujących wniosków. 51 proc. badanych uważa, że jeżdżenie nim jest nieekologiczne, choć cała branża pracuje nad eliminacją takiego sposobu myślenia. 54 proc. jest zdania, że posiadanie auta się nie opłaca, a 25 proc., że przysparza właścicielom więcej problemów niż korzyści. Ale, co także ważne, młode pokolenie niemal jednogłośnie stwierdza, że utrzymanie samochodu – jego serwisowanie i naprawa, kosztują za dużo pieniędzy – wylicza Tomasz Tyszkiewicz.

Przy takiej postawie młodych niezwykle trudno jest się przebić z informacją, że jeśli każda z osób będących w parze zarabia średnią krajową, to miesięczna rata niedużego, nowego auta nie przekroczy 10 proc. ich do-



Łukasz Bąk, dziennikarz Dziennika Gazety Prawnej, Jakub Faryś, prezes Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego, Tomasz Miłek, menedżer Skody

chodów. – Jeśli ktoś w ostatnich latach deklarował w naszych badaniach chęć zakupu nowego auta, to jest to pokolenie 45+. Młodych osób w tym gronie jest jak na lekarstwo – przyznaje Tomasz Tyszkiewicz.

Jakub Faryś uważa, że to dla branży ogromna lekcja do odrobienia. Znów powołuje się na przykład czeski, gdzie struktura wieku nabywców nowych aut jest zupełnie odwrotna niż u nas. – Musimy przekonać młodych, że stać ich na auto, jeśli zastosują korzystne instrumenty finansowe – apeluje.

Zalew używanych aut

Z tą zmianą podejścia do zakupu samochodu wiąże się także zmiana sposobu jego finansowania. – Odsetek osób, które kupują za gotówkę, jest coraz mniejszy. Klienci indywidualni zwykle ciągnąją na nabycie auta kredyt w banku, firmy zaś korzystają z leasingu – mówi Mikołaj Woźniak, prezes Volkswagen Bank Polska. – Rynek motoryzacyjny w Polsce jest zdominowany przez import aut używanych. Sprawdzały ich ok. 800 tys. rocznie, a średni wiek auta przekracza 10 lat. To ozna-

cza, że polski rynek motoryzacyjny zaczyna przypominać cmentarzysko samochodów dla całej Europy – mówi szef Volkswagen Banku. Stwierdza również, że rozwiązaniem byłaby lepsza edukacja finansowa klientów.

Samochody używane finansowane są drogim kredytem gotówkowym, przez co rata jest wysoka. Tymczasem zakup można finansować leasingiem czy kredytem celowym, co pozwala na zmniejszenie obciążeń. Umożliwia to klientowi używanie nowego samochodu przy miesięcznej racie niewiele wyższej lub identycznej jak w przypadku auta używanego. W dodatku nowy samochód jest dużo bezpieczniejszy, ponieważ ma nowoczesne wyposażenie chroniące kierowcę i pasażerów – przekonuje Mikołaj Woźniak.

O bezpieczeństwo kierowców dba Komisja Europejska. To ona narzuca producentom konieczność instalowania w nowych samochodach określonych rozwiązań. – W efekcie, gdy kilkanaście lat temu były marki, które kojarzyły się z bezpieczeństwem, czyli więcej niż inne inwestowały w rozwiązania chro-

niące kierowcę i pasażerów, to teraz poziomy pomiędzy poszczególnymi markami bardzo się wyrównał – zapewnia Jakub Faryś.

Dlatego uczestnicy debaty zgodnie przyznali, że nie rozumieją, dlaczego rodziny wybierają auta ponad 10-letnie, które tych rozwiązań nie mają. A że wybiera coraz więcej, widać po liczbach. W 2004 r., gdy wstępowaliśmy do Unii Europejskiej, aut jeżdżących po naszych drogach, które miały więcej niż 10 lat, była mniej więcej połowa, gdy teraz trzy czwarte.

Tomasz Tyszkiewicz upatruje przyczynę tego stanu w obecnym kryzysie ekonomicznym. – W ciągu tych ostatnich lat na rynek pracy weszło nowe pokolenie. Miało swoje plany na życie w różnych wariantach – dajmy na to A – szybkiego sukcesu, B – umiarkowanego i C – braku. Pierwszy zakładał szybki zakup samochodu. Ale ze względu na sytuację rynkową musiał zostać odłożony. Realizowany jest wariant C, bez samochodu, a w lepszej sytuacji B – z autem używanym – opowiada. Dlatego też zadaniem dla branży jest prze-

konanie ludzi, że stać ich na realizację modelu A.

Używane jest niebezpieczne

– Powinniśmy zapomnieć o stwierdzeniu „Nie stać mnie na nowe auto”, ale uświadamiać klientom, ile tak naprawdę kosztuje ich stary samochód. Warto wiedzieć, a nie wszyscy zdają sobie z tego sprawę, że sprawowane pojazdy najczęściej są powypadkowe i z dopasowanym przebiegiem. W związku z tym są nie tylko niebezpieczne, ale i bardzo awaryjne. Cena zakupu jest w tym przypadku pierwszym z licznych kosztów, które będzie ponosił klient – tłumaczy Mikołaj Woźniak.

Tego problemu nie mają nabywcy nowych aut. Tym bardziej że teraz koncerny samochodowe wspólnie bardzo silnie promują pakiety serwisowe – z wliczonymi kosztami przeglądów i podstawowych wymian, np. oleju, filtrów czy przedłużenia gwarancji. – W efekcie kupując auto za preferencyjny kredyt, mam przewidywalne miesięczne koszty.

A po 3–4 latach nie mam problemu ze sprzedażą sa-

samochodów

przez Dziennik Gazetę Prawną



Tyszkiewicz, TNS Polska, Mikolaj Woźniak, prezes Volkswagen Bank Polska SA, Leszek Mellibruda, psycholog biznesu, Arkadiusz

mochodu, bo mogę zostawić go w salonie w rozliczeniu za nowy – przekonuje szef Volkswagen Banku.

Przekonanie klientów do zakupu nowego zamiast starego poprawiłoby także sytuację budżetu państwa i to nie tylko z powodu wyższych wpływów podatkowych. – Według Banku Światowego 20–30 mld zł rocznie traci Polska na finansowanie konsekwencji wypadków drogowych – mówi Jakub Faryś. Dlatego, w jego opinii, również rząd powinien włączyć się w działania, które zachęcałyby do kupowania nowych pojazdów.

– Zamiast tego w Polakach wzbudza się poczucie zagrożenia z korzystania z samochodów. Wprowadzane są ograniczenia prędkości, radary, policja na drogach i w wystąpieniach telewizyjnych. Tylko nikt nie mówi o tym, że nie dla każdego samochodu 10 km/h więcej jest równie niebezpieczne. Komunikuje się wyłącznie, że nadmierna prędkość jest powodem wypadków – uważa Leszek Mellibruda.

Innymi słowy, kierowcy są tresowani i karani, co tylko pogłębia przekonanie, że samochód to dodatkowy kłopot.

Nowe lepsze finansowanie

O ile branża nie ma wpływu na restrykcje wywierane na kierowcach, to ma wpływ na to, by nawet jeśli zostali zmuszeni do zdjęcia nogi z gazu, to zdejmowali ją na welurowy dywanik. Może zaoferować korzystne finansowanie nowych aut.

– Kiedyś auta z salonów wyjeżdżały gołe, czyli bez dodatkowego, płatnego wyposażenia. Teraz, oferując preferencyjne warunki finansowe, jesteśmy w stanie przekonać klienta, że zwiększając miesięczną ratę o 30–50 zł dostanie samochód z dużo mocniejszym silnikiem, a to też element bezpieczeństwa. Zwiększając w sumie o 100 zł będzie miał dodatkowo jeszcze sześć zamiast dwóch poduszek – przekonuje Arkadiusz Miłek.

TNS sprawdził, co braliby pod uwagę klienci, nabywając samochód z preferencyjnym finansowaniem. Okazało się, że w większości przypadków kluczowa jest niska rata. – Ale pojawiła się znaczna grupa, dla której bardzo istotna była kwestia elastyczności na zakończenie finansowania, czyli tego,

by nie musieli się martwić, ile lat będą jeździli autem, co z nim zrobią później i jak dostosują do zmieniających się potrzeb rodziny – mówi Tomasz Tyszkiewicz. – Ta grupa docenia nie sam fakt posiadania na lata, a możliwość wymiany co 3–4, wraz z wchodzeniem nowych rozwiązań technicznych i pojawieniem się własnych nowych oczekiwań – dodaje.

To może oznaczać, że powoli klienci indywidualni dostrzegają to, co firmy już dostrzegły – zaletę z używania, a nie z faktu posiadania. W Polsce połowę aut osobowych nabywają osoby fizyczne, a drugą połowę firmy. Ta druga grupa niemal w 100 proc. finansuje je leasingiem, czyli formą najmu. W zamian za miesięczną ratę używa samochodów, które po zakończeniu okresu trwania umowy mogą przejść na ich własność albo zostać wymienione na nowsze. – Do tej pory jednak ten sposób myślenia nie przekładał się, albo przekładał w sposób bardzo ograniczony, na podejście do aut prywatnych, osób, które na co dzień jeździły służbowymi. Pytanie: dlaczego? To osoby wykształcone, zamożne i umiejące po-

liczyć koszty i korzyści – zastanawia się Jakub Faryś.

Tomasz Tyszkiewicz uważa, że to nie do końca prawda, bo osoby, które miały już do czynienia z jakąś formą finansowania samochodu, bardziej entuzjastycznie reagują na taką ofertę, są bardziej świadome jej kosztów i zalet rozwiązania. – Chodzi po prostu o to, że grupa osób, która korzystała z aut w leasingu jest wciąż niewielka, czyli nie bardzo widać ją na rynku motoryzacyjnym – tłumaczy menedżer TNS.

Przyjmując, że sprzedaje się u nas 300 tys. nowych aut, to leasingiem finansowanych jest 150 tys. Do tego należy przyjąć, że większość osób, które nimi jeździ, zgodnie z prawem używa ich również do celów prywatnych, czyli może nie mieć potrzeby nabywania kolejnego pojazdu.

Eksperti twierdzą również, że trudno będzie przekonać Polaków do leasingu czy formy kredytu skonstruowanego w zbliżony do niego sposób. – U nas przywiązanie do posiadania jest zbyt duże – uzasadnia Tomasz Tyszkiewicz. – I nie da się tego porównać z nabywaniem nieruchomości na kredyt, bo

nieruchomość dla Polaka to inwestycja, a samochód to skarbonka – dodaje.

Idealem auta dla respondentów TNS jest samochód służbowy – można jeździć, a przejmować się nie trzeba.

Problem z produktem finansowym oferowanym przez Volkswagena czy Skodę – kredytem niska rata, może być taki, że po okresie trwania umowy wymaga on albo dołożenia pieniędzy, by wziąć nowe auto, albo całkowitej rezygnacji ze starego samochodu, ewentualnie dołożenia i wykupienia go na własność – co właśnie zbliża ten kredyt do leasingu. Konkretnie to forma leasingu konsumenckiego. A w naszej mentalności jest, że rzecz wraz z ostatnią ratą przechodzi na naszą własność. Zresztą nie tylko samochód, a wszystko, co mamy na kredyt.

– Stereotypy mogą być przeszkodą do akceptacji takiego produktu. Paradoksalnie nawet leasing je utrwalił, bo po zakończeniu okresu trwania umowy firmy mogą wykupić auto za 1 proc. wartości, czyli przekładając to na sposób myślenia ludzi, za symboliczną złotówkę – uważa Leszek Mellibruda. Na Zachodzie ta rata końcowa zazwyczaj jest bardzo wysoka, właśnie po to by firmom nie opłacało się zatrzymywać pojazdów, a wymieniać.

Szef Volkswagen Banku wskazuje, że oferta kierowana jest do osób, które chcą jeździć autem wyższej klasy, niż byłoby je stać przy zaciągnięciu klasycznego kredytu samochodowego. – W Wielkiej Brytanii 70 proc. zakupów aut finansuje się w takiej formie – przekonuje Mikolaj Woźniak. – Dzieje się tak dzięki sprzedawcom, którzy potrafia zbadać potrzeby klientów. Klient zawsze wie jedno – ile maksymalnie może miesięcznie płacić. To od doradcy zależy, jaką formę finansowania nabywca wybierze i jak wyposażonym autem wyjedzie – dodaje.

To oznacza, że to sprzedawcy kreują potrzeby konsumentów, ale także rozwijają ich świadomość ekonomiczną. Pełnią rolę edukacyjną. – W Polsce to zajmie kilka lat, bo wymaga kompletnej zmiany świadomości i nawyków – ostrzega Leszek Mellibruda.

– Dlatego musimy do znużenia powtarzać klientom, że zmieniły się czasy. Tylko kiedyś, gdy polonez czy fiat wyjeżdżały z taśmy i trafiały do właściciela, to ten mógł na rynku sprzedać go za 100 proc. więcej. Teraz auto jest jak koszula, spodnie czy buty, po kilku sezonach należy się go pozbyć – apeluje Jakub Faryś. To normalna kolej rzeczy, że samochód traci na wartości, jak każde dobro konsumpcyjne.

Starsze na młodsze

Uczestnicy debaty zgodzili się co do tego, że nie da się wy-

eliminować rynku wtórnego obrotu autami. Chodzi tylko o to, by samochody stare wymienić na młodsze. Tu także można propagować nowocześniejsze formy finansowania.

– W Skodzie, podobnie jak w innych koncernach, mamy program pozwalający na pozostawienie w rozliczeniu starego auta. Ale za każdym razem przechodzi u nas ono pełną kontrolę techniczną. Klient ma gwarancję tego, co kupuje – mówi Arkadiusz Miłek. – Ponadto w tych nowych formach finansowania klient ma obowiązek serwisowania auta w autoryzowanych warsztatach. W efekcie kolejny użytkownik takiego pojazdu będzie szczegółowo znał jego historię, co jeszcze dodatkowo zwiększy bezpieczeństwo zakupu. No i co najważniejsze, nie będą to auta wiekowe, bo 3-, 4-letnie – dodaje.

Eksperti podkreślają, że właśnie o to im chodzi. Nie o eliminację starych, ale o to, by były one sprawne i bezpieczne. – Dlatego ważne jest to, by samochody, które powtórnie trafiają na rynek, miały jasną historię, a tego nie zagwarantują importery sprowadzający stare auta z Zachodu – wyjaśnia Jakub Faryś. – A taką historię wymuszają na pierwszych użytkownikach dilerzy, którzy oferują nowoczesne formy finansowania – stwierdza. Podkreśla, że w Wielkiej Brytanii blisko 100 samochodów używanych pochodzi z rynku pierwotnego, czyli były kupione w salonie w tym kraju i ich przeszłość jest znana. U nas może do 40 proc.

Nawet na rynku niemieckim, jeśli klient spłaci tradycyjny kredyt w 3–4 lata, to często zostawia sobie auto na kolejne trzy. Nie dlatego, że tak się przywiązał, tylko dlatego, że uważa, iż kredyt go kosztował, a po jego spłacie nie dostanie za pojazd oczekiwaną kwotę. Wprowadziliśmy więc rozwiązanie, które jest formą leasingu konsumenckiego, aby przekonać kierowców, by wcześniej sprzedawali auta na rynek wtórny – tłumaczy Mikolaj Woźniak. – Co więcej, te auta są przez nas sprawdzane i kolejnemu klientowi przedłużamy na nie gwarancję do 3 lat na wszelkie elementy mechaniczne – dodaje. Przyznaje, że koncern rozwija też ofertę leasingu z wysoką wartością końcową, by także firmy chętniej wymieniały samochody. Dzięki temu amatorzy aut używanych będą mieli większy wybór samochodów młodszych, bezpieczniejszych i dobrze wyposażonych.

Przedstawiciele branży nie ukrywają też, że chętnie widzieliby jakieś ograniczenia w sprowadzaniu wiekowych samochodów na polski rynek.

Debatę prowadził Łukasz Bąk, dziennikarz DGP

zdjęcie: Wojciech Górski

SAMOCHÓD NOWY CZY UŻYWANY

Świadomy wybór: „używać” zamiast „mieć”

Chcemy przekonać klientów, że samochód, to taki sam przedmiot jak telefon komórkowy, tablet czy nawet – koszula. Zużywa się. W międzyczasie wchodzą nowe modele. Dlaczego by z nich nie korzystać? – przekonuje **Mikołaj Woźniak**, prezes Volkswagen Bank Polska

W połowie 2013 roku Volkswagen Bank wprowadził rozwiązania finansowe, nieobecne do tej pory na rynku finansowania samochodów. To już nie kredyt, bardziej leasing konsumencki. O to nam chodziło. Dzięki komfortowym rozwiązaniom finansowym wprowadzonym przez Volkswagen Bank, to my odpowiadamy za sprzedaż pojazdu i gwarantujemy cenę jego odkupu. Kierowca zaś może wymieniać auto na nowe co 3-4 lata.

Jak to wygląda w praktyce? To w sumie dosyć proste. Klient decyduje, że potrzebuje nowego samochodu, więc wybiera markę i model z Grupy Volkswagen. Następnie szuka optymalnego i wygodnego finansowania dostosowanego do swoich potrzeb. Bierze pod uwagę między innymi okres finansowania, wybiera w formach zakończenia umowy. Ponadto zawsze dostosowuje możliwości swojego budżetu, dlatego sprawdza wysokość stałych miesięcznych rat oraz ile wkładu własnego musi wnieść, by móc jeździć nowym samochodem. Oczywiście najlepiej jeśli wkład własny wynosi „o” proc., czyli auto jest finansowane w 100 proc. przez bank. Te oczekiwania spełnia kredyt z wysoką wartością końcową, który gwarantuje niższe raty niż przy tradycyjnym kredycie, ponieważ klient nie spłaca całej wartości samochodu, a tylko utratę jego wartości w okresie użytkowania.

Czyli najwięcej zapłaci na koniec. Oczywiście jeśli będzie chciał zostać właścicielem tego auta. I na tym polega innowacyjność naszego rozwiązania. Chodzi o to, by klient nie chciał jeździć ciągle tym samym samochodem. Może zaapłacić za korzystanie z samochodu przez 3-4 lata, po czym zawiera nową umowę, zwraca poprzednie auto i prześiada się na całkiem nowy model, również w niższych ratach niż tradycyjne. Przy takiej ofercie osoba prywatna, i to wcale nie koniecznie należąca do klientów z tak zwanej grupy premium, może przez kilka lat jeździć nowym porsche wartym pół miliona złotych.

Kto wybiera porsche w takim finansowaniu? Osoby, których budżet pozwala na regularne spłacanie określonej stałej miesięcznej raty, ceniących komfort jeżdżenia nowym samochodem i za 3-4 lata planujących prześiąść się do najnowszego modelu. Warto jednak pamiętać, że produkty finansowe z wysoką warto-



ścią końcową przygotowaliśmy dla każdej marki. To znaczy, że klient, który wybierze Audi, Volkswagena, ŠKODĘ czy SEAT-a może jeździć wciąż nowym pojazdem przez całe życie, co kilka lat wymieniając auto na kolejny model.

Czy po takie produkty chętniej sięgają kobiety czy mężczyźni? Produktu tego nie kierujemy ani do określonej płci, ani do klientów w określonym wieku. Finansowanie z wysoką wartością końcową jest wygodnym rozwiązaniem i dla kobiet, i dla mężczyzn. Osób bardzo młodych, w wieku średnim i starszych. Singli czy rodzin. Mam nadzieję, że wszyscy, którzy skorzystają z naszej oferty, docenią fakt, że o nic nie muszą się martwić, ani o przeglądy, ani o ubezpieczenia ani o inne rzeczy. Przyjemność sprawi im, że nalewają paliwo i jeżdżą. W zamian mają tylko do wyasygnowania kwotę miesięcznej raty za samochód, ale finansując zakup tradycyjnym kredytem także musieliby to robić. W ostatnich latach nie tylko kobiety ale również mężczyźni coraz częściej wybierają wygodę i oszczędność czasu. Chcą mieć mobilne auto i nie zajmować się majstrowaniem pod jego maską. Odpowiedź na potrzeby pań i panów stanowi najnowsza oferta SEAT-a Toledo z pakietem all inclusive. Klient otrzymuje nowoczesne, wygodne i bezpieczne auto dla całej rodziny, z czteroletnią gwarancją, dodatkowo również czteroletnim pakietem serwisowym. I to wszystko od 499 zł miesięcznie. To znaczy, że przez 4 lata wystarczy pamiętać jedynie o tankowaniu, o którym i tak przypomni

kontrolka na desce rozdzielczej. Po tym okresie może przyjechać do salonu swoim używanym SEAT-a zostawić go i chwilę później wyjechać nowym modelem. W przypadku wszystkich pozostałych marek przedłużona gwarancja i pakiety serwisowe są również dostępne, jako opcja. Nowy samochód co 3-4 lata, na który stać dużo więcej nabywców niż kilka lat temu. Czy zatem może być prostszy system, który gwarantuje, że przez długie lata będziemy używali wciąż nowego samochodu?

Jest gdzieś w tej ofercie haczyk? Małe litery? Nie ma haczyka. Umowy z Volkswagen Bankiem są w pełni przejrzyste. Żadnych trików, żadnego „drobnego druku”. Jeżeli się na coś umawiamy, to tak właśnie będzie. Chcemy, aby klient czuł naszą opiekę i wiedział, że jest dla nas partnerem zarówno na co dzień, jak i w sytuacjach kryzysowych. Jednak musi pamiętać, że dajemy finansowanie z wysoką wartością końcową, czyli idealne rozwiązanie dla osób ceniących wygodę – korzystanie, a nie posiadanie. Kierowca chce przecież jeździć nowym, niezawodnym autem i o nic się nie martwić. Jeżeli dodatkowo, dzięki takiemu modelowi finansowania, stać go na samochód wyższej klasy, bardziej prestiżowy czy szybszy – tym lepiej.

Czym chcecie państwo zaskoczyć klientów biznesowych i użytkowników flot? W przypadku klientów biznesowych również pamiętamy o tym, co jest dla nich najważniejsze i w oparciu o leasing z wysoką wartością końcową stawiamy na pełną opiekę ser-

wisową, wygodę oraz korzyści fiskalne dla firm.

Czyli? W praktyce, leasing z wysoką wartością końcową pozwala przedsiębiorcy na wpisanie rat leasingowych w koszty działalności, odliczanie kosztów paliwa oraz części podatku VAT od samochodu i paliwa. Przy niższej racie miesięcznej można wówczas nie tylko wybrać lepiej wyposażony samochód lub wyższy model, ale nawet zdecydować się na bardziej prestiżową markę. Tak działa na przykład oferta „w Nowym Audi Leasing”. Przy racie w wysokości 1,2 tys. zł netto miesięcznie, Audi A4 Limousine staje się samochodem szeroko dostępnym, a przy tym wpływającym na lepszy wizerunek kierowcy. Dla pracodawców

Zachodniej. Trendy są jednoznaczne: mało kto potrzebuje samochodu dla samego faktu posiadania, a większość nabywców – w Niemczech około 70 proc. firm – korzysta z finansowania z wysoką wartością końcową. Jeśli chodzi o leasing, to cały rynek bazuje na produktach o wysokiej wartości rezydualnej. Nasi sąsiedzi płacą więc za użytkowanie samochodu, na który w tradycyjnym kredycie czy leasingu zwyczajnie by się nie zdecydowali. Taki klient wie, że dziś jeździ nowym polo albo golfem, a za trzy lata prześiądzie się do kolejnego nowego auta. Nie ma przywiązania do własności, a zastępuje ją mobilność. To także kierunek rozwoju polskiego rynku. Tym bardziej, że finansowanie z wysoką wartością końco-

W praktyce leasing z wysoką wartością końcową pozwala przedsiębiorcy na wpisanie rat leasingowych w koszty działalności, odliczanie kosztów paliwa oraz części VAT od samochodu i paliwa

jest to atrakcyjne narzędzie motywowania pracowników. Wyższy model auta służbowego dla wielu jest znakiem pozycji w firmie, docenienia dokonania, znaczenia dla zarządu. Zachęca do jeszcze większego wysiłku. Jednym słowem, oby stronom bardzo się opłaca.

Czy zatem finansowanie z wysoką wartością końcową to przyszłość polskiego rynku samochodowego? Zdecydowanie tak, przynajmniej naszym zdaniem. Widać to na przykładzie Europy

wą pozwala klientom wybrać lepszy model samochodu w ramach takich samych miesięcznych rat. Dobrym przykładem jest oferta ŠKODY, co potwierdzają doskonałe wyniki sprzedażowe tej marki i systematyczny wzrost zainteresowania wśród klientów „Kredytem Niskich Rat”. Dodatkowo ŠKODA wykorzystuje fakt, że produkty z wysoką wartością końcową są innowacyjnym trendem w finansowaniu i wpisują się w nowoczesny wizerunek marki. Podobne rozwiązania

wdrażają już pozostałe marki z Grupy Volkswagen.

Ale ta oferta idzie pod prąd obowiązującym w Polsce trendom. Firmy leasingowe oferują niską wartość rezydualną, rzędu 1 proc. wartości auta. I konsekwencją od lat tak sprzedawanej oferty jest to, że klienci zostawiają sobie te auta – zastrzegam, nie wszyscy, tak nie postępują międzynarodowe koncerny przyzwyczajone do wymiany samochodów służbowych średnio co 4 lata. Jednak wielu przedsiębiorców – na przykład osób prowadzących własną działalność gospodarczą, albo małe firmy, jednak tak. Co w sumie jest zaprzeczenie idei leasingu i hamuje rozwój branży nie tylko w segmencie motoryzacyjnym. My nie tyle idziemy pod prąd trendom polskim, co podążamy za zachodnioeuropejskimi. Mało tego, chcemy je przenieść na grunt odbiorców indywidualnych. Nawet nie przenieść, tylko przekonać, że samochód, to taki sam przedmiot jak telefon komórkowy, tablet, czy nawet – koszula. Zużywa się, starzeje. A w międzyczasie wchodzą nowe modele, lepiej wykonane, o wyższym standardzie. Dlaczego by z nich nie korzystać?

A jeśli kredytobiorca przywiąże się jednak do swojego auta? Nie ma problemu. Klient może jednorazowo spłacić ostatnią ratę i pozostać właścicielem swojego samochodu, może też pozostałą część kredytu spłacić w dogodnych ratach przez dłuższy okres. Wybór należy więc zawsze do klienta.

Czy zasada „używaj” zamiast „miej” samochód powinna zainteresować klientów bez względu na ich wiek? Jak wspomniałem, produkty finansowe z wysoką wartością końcową trafiają w potrzeby różnych generacji. Na przykład pokolenia osób w średnim wieku, którego wielu przedstawicieli już odniosło sukces i chce to demonstrować, korzystając z wygodnych rozwiązań i używając samochodów prestiżowych marek. Z kolei młodszy użytkownicy, nazywani generacją Y, najbardziej cenią sobie swobodę, lubią zmiany, nie przywiązują się do przedmiotów, a przy tym chętnie kończą z wszelkich codziennych udogodnień. Dla nich finansowanie samochodów z wysoką wartością końcową jest idealnym produktem i pod tym względem nie różni się od swoich rówieśników z Europy Zachodniej. Obydwa pokolenia świadomie wybierają używanie zamiast posiadania.

Rozmawiała
Beata Tomaszewicz