

Co napędza branżę motoryzacyjną w Polsce?

data aktualizacji: 2017.09.20



Firmy wymieniają flotę co 3-5 lat, więc stanowią bardzo ważny segment dla branży motoryzacyjnej. Tylko w I półroczu 2017 roku przedsiębiorstwa kupiły w Polsce ponad 167 tys. nowych samochodów osobowych, czyli 67 proc. wszystkich sprzedanych nowych pojazdów. Zakupy flotowe napędzają także rynek wynajmu długoterminowego, ponieważ co piąte auto służbowe jest w ten sposób użytkowane. Ważnym graczem są na tym rynku małe i średnie przedsiębiorstwa, użytkujące do 10 aut.

- W Polsce rynek samochodów służbowych jest stosunkowo młody. Około 60 proc. to samochody zakupione jako nowe, natomiast pozostałe to auta używane. Mamy ponad 2 mln przedsiębiorstw, w których jeździ łącznie ok. 6,5 mln służbowych samochodów. Stan floty w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw wynosi do 10 samochodów - mówi agencji informacyjnej Newseria Biznes Tomasz Chodkiewicz, dyrektor sprzedaży do firm Peugeot, Citroën, DS Automobiles w Polsce.

Jak podaje Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów, w I półroczu 2017 roku sprzedano 250 tys. nowych samochodów osobowych (17-proc. wzrost rok do roku). Blisko 68 proc. pojazdów kupiły firmy i przedsiębiorstwa (167,3 tys., o 28,8 tys. samochodów więcej niż jeszcze rok wcześniej). Blisko co piąty samochód firmowy jest w wynajmie długoterminowym (18,6 proc.). Taka forma zakupów aut rośnie od pięciu kwartałów - w I półroczu o ponad 24 proc. (przy 20-proc. wzroście zakupu z własnych środków, kredytu i leasingu). Zdecydowana większość floty w wynajmie długoterminowym znajduje się w obsłudze Full Service Leasing (niemal 89 proc.).

- W pierwszej kolejności klient wybiera markę, a następnie model samochodu. Z deklaracji wynika, że ok. 60 proc. kieruje się tymi kryteriami. Źródło finansowania to

kolejny czynnik. W przypadku mikrofirm finansowanie odbywa się głównie za pośrednictwem środków własnych i kredytu. Natomiast małe i średnie przedsiębiorstwa to przewaga finansowania typu leasing – mówi Tomasz Chodkiewicz.

Ważnym czynnikiem, który decyduje o wyborze samochodu, są względy ekonomiczne: koszty eksploatacji i wartość końcowa samochodu po okresie użytkowania. Klienci coraz częściej zwracają też uwagę na dodatkowe usługi, na przykład systemy telematyczne i GPS-y, które na bieżąco monitorują przebieg, trasę i zużycie paliwa oraz pozwalają obniżyć koszty i zwiększyć bezpieczeństwo.

Rozwój rynku napędzają zarówno zmieniające się potrzeby klientów, jak i nowe programy leasingu oferowane przez marki motoryzacyjne. Grupa PSA (Peugeot, Citroën, DS Automobiles) prowadzi dwa programy sprzedaży dedykowane małym i średnim firmom – Peugeot Perfect Drive oraz Citroën Simply Drive. W obu przypadkach klient ma możliwość wyjechania samochodem bez wpłaty wkładu własnego, płaci tylko miesięczną ratę za użytkowanie samochodu. W zależności od jego potrzeb trwa to od 24 do 60 miesięcy. Po tym okresie klient ma możliwość wymiany samochodu na nowy.

- Bardzo mocno koncentrujemy się na małych i średnich przedsiębiorstwach, które stanowią ponad 60 proc. całego rynku. Jednak idziemy też w stronę programów dedykowanych, czyli pakietów korzyści dla klientów. Mówimy tu zwłaszcza o branżach takich jak kurierzy, firmy kosmetyczne, farmaceutyczne czy ochroniarskie – mówi dyrektor sprzedaży do firm Peugeot, Citroën, DS Automobiles w Polsce. – Mówiąc o pojazdach używanych, możemy zaproponować klientom sprawdzone samochody. Posiadamy dwa programy, w których sprzedajemy samochody z gwarancją. Jest to Peugeot Używany Gwarantowany oraz Citroën Select.

Źródło: