

O wysokości raty
wynajmu decyduje cena
pojazdu oraz
**WARTOŚĆ
REZYDUALNA**



Czynniki wpływające na wysokość wartości rezydualnych

Utrata wartości jest jednym z najistotniejszych elementów TCO (Total Cost of Ownership) – całkowitych kosztów użytkowania pojazdu i w dobie rosnącej świadomości klientów ma coraz większe znaczenie, zarówno dla fleet managerów, jak i dla nabywców indywidualnych. Spadek wartości pojazdu jest nieuchronny, możemy mieć jednak wpływ na wielkość oraz szybkość jej utraty. Podejmując decyzje dotyczące marki, modelu, silnika, wyposażenia czy rodzaju nadwozia, powinniśmy się zastanowić, jak te czynniki wpłyną na wartość naszego pojazdu za kilka miesięcy lub lat.



Dariusz Wołoszka

kierownik działu wartości rezydualnych INFO-EKSPERT

W Polsce nadal panuje powszechne przekonanie, że bezawaryjność i niezawodność są domeną marek japońskich i niemieckich. Toyota, Mazda, Honda, Volkswagen, Audi, BMW czy Mercedes cieszą się niesłabnącą popularnością na rynku wtórnym i najczęściej osiągają wyższe ceny transakcyjne niż produkty francuskie, włoskie czy koreańskie. Pomimo że konkurencja bardzo często oferuje niższe ceny zakupu, dłuższą gwarancję, atrakcyjniejsze wyposażenie czy niższe koszty serwisowania, to nadal większość klientów jest przekonana, że korzystniejszą i bezpieczniejszą inwestycją będzie zakup auta zza naszej zachodniej granicy lub z Kraju Kwitnącej Wiśni. Analizując oferty na popularnych serwisach ogłoszeniowych widać, że mimo wysokich cen wywoławczych modele wspomnianych marek pochodzące z polskiej sieci błyskawicznie znajdują nabywców.

Odstępstwem od zasady polegającej na tym, że marka ciesząca się dobrą opinią zapewnia wysokie wartości rezydualne, są nieudane modele. Warto unikać pojazdów o zbyt kontrowersyjnym designie zewnętrznym (legendarna już Multipla, SsangYong Rodius czy Renault Avantime), samochodów mających opinię ponadprzeciętnie awaryjnych (np. Renault Laguna) lub drogich limuzyn w markach niecieszących się opinią prestiżowych (np. Hyundai Genesis czy Volkswagen Phaeton). Decydując się na zakup takich pojazdów, musimy liczyć się z wysoką utratą wartości i trudnością z ich zbyciem na rynku wtórnym.

Cykl życia pojazdu

Coraz większa konkurencja i rosnące oczekiwania nabywców wymuszają na producentach nieustanną walkę o klienta. Jeszcze kilkanaście lat temu, kupując nowe auto, mogliśmy cieszyć się posiadaniem najnowszego modelu przez 5, 7 czy nawet 10 lat. Obecnie co 2-3 lata mamy do czynienia z faceliftingiem, a po kolejnych 2-3 latach na rynku pojawia się nowy model. Częstsze zmiany modelowe skutkują szybszym i większym spadkiem wartości pojazdów poprzednich generacji. Każdy pojazd przechodzi trzy etapy życia: debiut na rynku, okres regularnej sprzedaży oraz etap schodzenia z rynku. Podczas dwóch pierwszych etapów modele osiągają najwyższe wartości rezydualne. Pojawienie się, a nawet już sama zapowiedź wprowadzenia na rynek nowego modelu, deprecjonuje wartości rezydualne starszych generacji pojazdu. Stopień i szybkość takiego spadku uzależnione są od strategii producenta. Jeśli zmiany są rewolucyjne, jak np. w Citroënie C3 czy Renault Megane, i wiążą się z kompleksową zmianą designu zewnętrznego, utrata wartości poprzednich generacji modeli będzie większa. Różnice pomiędzy starą i nową generacją modelu będą od razu zauważalne, a atrakcyjność starszych modeli na rynku wtórnym spadnie szybciej. Jeśli natomiast zmiana modelowa następuje w myśl zasady: ewolucja bez rewolucji, np. w Volkswagencie (kolejne generacje Golfa czy Passata) lub w BMW (seria 3 lub 5), wtedy spadki wartości poprzednich generacji modelu będą niższe.

Różnice pomiędzy starą i nową generacją modelu auta będą od razu zauważalne, a atrakcyjność starszych modeli na rynku wtórnym spadnie szybciej. Jeśli natomiast zmiana modelowa następuje w myśl zasady: ewolucja bez rewolucji, np. w Volkswagencie (kolejne generacje Golfa czy Passata) lub w BMW (seria 3 lub 5), wtedy spadki wartości poprzednich generacji modelu będą niższe.



.....
Warto unikać pojazdów o zbyt kontrowersyjnym designie zewnętrznym (legendarna już Multipla, SsangYong Rodius czy Renault Avantime), samochodów mających opinię ponadprzeciętnie awaryjnych (np. Renault Laguna) lub drogich limuzyn w markach niecieszących się opinią prestiżowych (np. Hyundai Genesis czy Volkswagen Phaeton).

Polityka cenowa i rabatowa producenta

Wysokie rabaty cieszą klientów w momencie zakupu pojazdu, mają jednak bardzo negatywny wpływ na wartości rezydualne. Produkty marek kojarzonych z bardzo atrakcyjnymi, długotrwałymi i ogólnodostępnymi rabatami osiągają niższe wartości rezydualne niż pojazdy marek stosujących racjonalną, zrównoważoną politykę promocyjną. Najlepszym przykładem może być tutaj polityka rabatowa jednego z francuskich producentów. Sytuacja, w której przez kilka lat każdy, nawet indywidualny, klient mógł dostać wysoki 20–30-proc. rabat, skutecznie obniżył wartości rezydualne tej marki. Bezpieczniejszym wyborem jest zakup modelu producenta, który oferuje promocje krótkotrwałe, specjalne, skierowane do określonej grupy klientów oraz bezpłatne bądź tanie pakiety wyposażenia, ewentualnie limitowane warianty modeli łączących atrakcyjną cenę z bogatym wyposażeniem standardowym.

Cena samochodu jest również ważnym czynnikiem wpływającym na stopień utraty wartości. Tutaj zasada jest prosta – im samochód droższy, tym więcej (kwotowo) traci na wartości. Nabywca budżetowej, wartej ok. 50 tys. zł, Škody Fabii po 3 latach i przebiegu 90 tys. km musi liczyć się z utratą ok. 22 tys. zł. W tym samym okresie właściciel luksusowego BMW serii 7, kosztującego 530 tys. zł, straci ok. 250 tys. zł.

Rodzaj nadwozia

Nadwozie kombi oraz pięciodrzwiowy hatchback od lat cieszą się nieustającą popularnością. Użytkownicy doceniają ich funkcjonalność i uni-

wersalność, co przekłada się na duże zainteresowanie na rynku wtórnym oraz wysokie wartości rezydualne. Wyższym spadkiem wartości charakteryzują się sedany oraz niepraktyczne trzydrzwiowe hatchbacki. W ostatniej dekadzie największy wzrost popularności, a co za tym idzie poziomu wartości rezydualnych, zanotowały SUV-y i crossovery. Producenci zauważyli potencjał drzemiący w tym dynamicznie rozwijającym się segmencie i obecnie w zasadzie każda marka oferuje modele łączące w sobie cechy samochodów osobowych i terenowych. Wartości rezydualne uterenowionych modeli są obecnie bardzo wysokie i w wielu przypadkach przewyższają wartości przedstawicieli segmentu B, C lub D.

Diesel, benzyna, hybryda lub elektryk

Jeszcze do niedawna diesel był oczywistym wyborem dla firmowych samochodów pokonujących kilkadziesiąt tysięcy kilometrów rocznie. Dieselgate zapoczątkował efekt kuli śnieżnej, od wrotu od silników wysokoprężnych, który trwa do dzisiaj i nic nie wskazuje na to, żeby udało się go zatrzymać. Obecnie popularność i wartości rezydualne silników wysokoprężnych systematycznie spadają i w wielu segmentach, np. B, C czy małych SUV-ach, są już niższe od wariantów napędzanych silnikami benzynowymi. W segmencie D, E i dużych SUV-ach jednostki wysokoprężne nadal cieszą się popularnością, jednak generalnie wiara w diesla słabnie. W zależności od producenta jest on wycofywany z oferty, ograniczana jest oferta dostępnych silników wysokoprężnych, ewentualnie diesle promowane są poprzez atrakcyjne rabaty lub dodatkowe



W polskiej ofercie importerów znajdziemy już kilkadziesiąt hybrydowych modeli. Od miejskiego Yarisa za 68,9 tys. zł po luksusowego Range Rovera za ponad pół miliona złotych. Hybrydy w swojej gamie modelowej posiada Audi, BMW, DS, Ford, Hyundai, Infiniti, KIA, Land Rover, Lexus, Mercedes, Mini, Mitsubishi, Porsche, Renault, Subaru, Toyota, Volkswagen i Volvo. Patrząc jednak na wyniki sprzedaży, niekwestionowanym liderem tego segmentu jest Toyota oraz Lexus.

bonusy. Klienci obawiają się dalszego obniżania wartości modeli napędzanych dieslami, problemów z ich zbyciem na rynku wtórnym czy pojawienia się kolejnych niekorzystnych przepisów, np. ograniczających wjazd samochodów z silnikami wysokoprężnymi do centrów miast. Proces spadku popularności diesla w Polsce będzie następował znacznie wolniej niż w innych krajach europejskich. Już zauważalny jest zwiększony import używanych diesli do Polski, co może oznaczać, że przez kilka kolejnych lat nasz rynek wtórny będzie intensywnie zasilany samochodami z silnikami wysokoprężnymi, których będą pozbywali się nasi sąsiedzi.

W dobie rosnącej proekologicznej mody, nieustannego dążenia do optymalizacji kosztów utrzymania firmowego parku pojazdów, coraz więcej nabywców szuka alternatywy dla silników wysokoprężnych i benzynowych.

Połączenie silnika spalinowego lub wysokoprężnego z elektrycznym to duet, który coraz częściej napędza firmowe samochody. W polskiej ofercie importerów znajdziemy już

kilkadziesiąt hybrydowych modeli. Od miejskiego Yarisa za 68,9 tys. zł po luksusowego Range Rovera za ponad pół miliona złotych. Hybrydy w swojej gamie modelowej posiada Audi, BMW, DS, Ford, Hyundai, Infiniti, KIA, Land Rover, Lexus, Mercedes, Mini, Mitsubishi, Porsche, Renault, Subaru, Toyota, Volkswagen i Volvo. Patrząc jednak na wyniki sprzedaży, niekwestionowanym liderem tego segmentu jest Toyota oraz Lexus.

Analizując rynek hybryd z punktu widzenia flotowca, który szuka auta z popularnego w Polsce segmentu B, C lub SUV, warto rozważyć zakup Toyoty Yaris, Auris, C-HR, RAV4, Prius czy Lexusa NX. Modele te osiągają wysokie wartości rezydualne, są poszukiwane oraz cenione na rynku wtórnym i bez problemu, szybko znajdziemy na nie kolejnego nabywcę, uzyskując wysoką cenę odsprzedaży.

Ciekawostką jest segment premium. Drogie limuzyny, duże luksusowe SUV-y to klasa pojazdów, która od lat zdominowana jest przez silniki wysokoprężne. Tutaj jednak również widać zmiany. Hybrydowe BMW, Lexusy,

Mercedesy czy Volvo spotykają się z coraz większym zainteresowaniem i charakteryzują się podobną utratą wartości jak tradycyjne wersje.

Oferta samochodów elektrycznych dostępnych w Polsce jest znacznie skromniejsza. Klienci mogą wybierać spośród kilkunastu modeli takich producentów jak: Audi, BMW, Hyundai, Jaguar, Mercedes, Nissan, Opel, Renault, Smart i Volkswagen.

Większość samochodów elektrycznych może być podkreśleniem proekologicznego wizerunku naszej firmy, te o nietuzinkowym designie zewnętrznym mogą służyć jako ciekawy nośnik reklamy. Jednak po kilku latach, kiedy tracą swoją innowacyjność i atrakcyjność, a na rynku pojawiają się nowe modele z większym zasięgiem, używane elektryki stają się najczęściej kolejnym problemem fleet managera.

Samochody elektryczne charakteryzują się wyższą utratą wartości niż hybrydy czy modele z silnikami benzynowymi i wysokoprężnymi. Warto jednak zauważyć, że ich wartości rezydualne systematycznie rosną. Jeszcze kilka lat temu wspólną cechą aut



.....
W 2008 roku za jednego dolara płaciliśmy ok. 2 zł, za euro 3,2 zł. Niski kurs euro napędzał import z Unii Europejskiej, a rekordowo niski dolar sprawił, że na popularności zyskał import ze Stanów Zjednoczonych. Był to okres, w którym za dużego SUV-a w polskich salonach trzeba było zapłacić ponad 200 tys. zł, a sprowadzenie takiego samego modelu z USA kosztowało ok. 120 tys. zł.

bezemisyjnych była zaporowa cena zakupu i niewielki zasięg, co sprawiało, że po trzech latach traciły one nawet do 70% swojej początkowej wartości. Dzisiaj ceny samochodów elektrycznych powoli spadają, paleta dostępnych modeli jest coraz szersza i bardziej zróżnicowana, a realny zasięg na jednym ładowaniu często przekracza 300 czy nawet 400 km.

Wypożyczenie

Podjęwając decyzję dotyczącą wyboru wersji wyposażenia i ewentualnych dodatków, należy pamiętać, że elementy opcjonalne tracą na wartości znacznie szybciej niż sam pojazd. Po kilku latach wyposażenie dodatkowe zwiększy atrakcyjność naszego pojazdu na rynku wtórnym, ale w momencie odsprzedaży odzyskamy tylko niewielką część jego początkowej wartości. Przykładowo opcje, za które zapłaciliśmy 10 tys. zł w momencie zakupu pojazdu, po 3 latach i przebiegu 90 tys. km będą warte już tylko ok. 4500 zł. Oczywiście spadek wartości wyposażenia dodatkowego uzależniony jest również od tego, w co doposażyliśmy pojazd. Jeśli wydaliśmy kilkanaście tysięcy złotych na 20-calowe felgi, dwukolorową tapicerkę skórzaną i wymyślny system audio do auta z segmentu C, wartość takich elementów spadnie znacznie szybciej niż w sytuacji, kiedy tę samą kwotę przeznaczylibyśmy na bardziej praktyczne i przydatne elementy. W każdym segmencie pojazdów istnieje lista pożądaných przez użytkowników elementów wyposażenia. Nabywca Opla Corsy nie spodziewa się skórzanej tapicerki, odtwarza-

cza DVD ani sportowych foteli. Trudno jednak będzie nam sprzedać taki pojazd bez elektrycznie sterowanych szyb, klimatyzacji lub metalicznego lakieru. Warto inwestować w elementy z zakresu podstawowego komfortu i bezpieczeństwa, takie jak: systemy kontroli trakcji, klimatyzacja, czujniki parkowania czy zestawy głośnomówiące. Bezpiecznym wyborem będzie również zakup modeli w wersjach limitowanych, promocyjnych, łączących bogate wyposażenie z atrakcyjną ceną.

Cechy indywidualne

Szacując wartości pojazdów, nie można pominąć również indywidualnych cech każdego samochodu, takich jak: przebieg, liczba właścicieli, stan utrzymania, udokumentowane serwisowanie, bezwypadkowa przeszłość lub kolor lakieru. W segmentach A, B i C pojazdy w kolorze białym, kojarzonym z wysłużonym pojazdem firmowym, osiągają niższe wartości rezydualne niż samochody w innych popularnych kolorach. W droższych klasach, segmentach premium lub SUV-ach, kolor biały powrócił do łask, uznawany jest za modny i nie obniża wartości pojazdu. Samochód zadbane, od pierwszego właściciela, z niewielkim przebiegiem, bezwypadkowy i regularnie serwisowany osiągnie znacznie wyższą wartość od wyeksploatowanego pojazdu bez udokumentowanej historii.

Czynniki makro

W procesie szacowania wartości rezydualnych istotne są również uwarunkowania zewnętrzne. Czynniki, okoliczności, nowe regulacje, które mogą zmieniać sytuację na rynku wtórnym, wpływać na poziom wartości rezydualnych, a nawet determinować preferencje klientów.

Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat wielokrotnie pojawiały się zmiany w regulacjach podatkowych, które miały bezpośredni wpływ na polski rynek motoryzacyjny. Jednym z najważniejszych jest kwestia odliczania podatku VAT. Tutaj warto wspomnieć samochody z kratką czy np. nagły wzrost popularności pikapów wraz

z wprowadzeniem możliwości odliczania VAT-u od takich pojazdów. Kolejnym zdarzeniem, które zachwiało rodzimym rynkiem motoryzacyjnym, było przystąpienie Polski do Unii Europejskiej i nagły wzrost importu prywatnego. Gwałtowny napływ importowanych samochodów i nasycenie nimi rynku spowodowały obniżenie cen transakcyjnych wszystkich używanych pojazdów. Właściciele krajowych samochodów byli zmuszeni obniżyć finansowe oczekiwania, aby mieć szansę na konkurowanie ze znacznie tańszymi autami z importu. Dodatkowym czynnikiem napędzającym prywatny import były również niskie kursy walut. W 2008 roku za jednego dolara płaciliśmy ok. 2 zł, za euro 3,2 zł. Niski kurs euro napędzał import z Unii Europejskiej, a rekordowo niski dolar sprawił, że na popularności zyskał import ze Stanów Zjednoczonych. Był to okres, w którym za dużego

SUV-a w polskich salonach trzeba było zapłacić ponad 200 tys. zł, a sprowadzenie takiego samego modelu z USA kosztowało ok. 120 tys. zł. Polscy importerzy starali się zweryfikować swoje ceny, ale nie byli w stanie konkurować ze znacznie atrakcyjniejszą ofertą zza oceanu.

W ciągu ostatnich kilkunastu miesięcy wszyscy producenci musieli zmierzyć się z nowymi procedurami pomiaru zużycia paliwa WLTP. Pojawiły się zmiany dotyczące limitu amortyzacji dla leasingowanych samochodów. Przed nami temat dopłat do samochodów elektrycznych, testy RDE (Real Driving Emissions) i nowe coraz bardziej wyśrubowane normy emisji CO₂. Każdy z tych aspektów ma lub będzie miał mniejszy czy większy wpływ na kształt rynku motoryzacyjnego i poziom wartości rezydualnych poszczególnych segmentów lub modeli.

Optymalny wybór

Nie ma idealnego pojazdu flotowego. Podejmując jednak decyzję o zakupie, warto unikać skrajności i zdecydować się na taki samochód, który nie tylko będzie odpowiadał profilowi naszej firmy i spełniał oczekiwania użytkowników, ale również będzie charakteryzował się zestawem cech, które w przyszłości pozwolą mu osiągnąć jak najwyższą wartość rezydualną. Analiza wartości rezydualnych nawet bardzo podobnych modeli dowodzi, że ich wartości końcowe mogą się różnić nawet o 30%. To bardzo duża różnica już w przypadku zakupu jednego samochodu przez klienta indywidualnego. Jeśli przemnożymy tę różnicę przez kilka, kilkanaście lub kilkadziesiąt pojazdów w firmie, wartość rezydualna może okazać się czynnikiem determinującym ostateczną konfigurację naszej floty.

REKLAMA

PROFESJONALNA WYCENA POJAZDÓW

Komputerowy System INFO-EKSPERT

- Wycena pojazdów sprawnych i uszkodzonych
- Wartości sprzedaży i zakupu
- Wartości rezydualne pojazdów
- Wspieranie procesu likwidacji szkód komunikacyjnych
- Wymiana danych z systemami kalkulacji napraw
- Integracja z systemami aukcyjnymi
- Wycena pojazdów on-line

INFO-EKSPERT

Rok założenia 1992

