



AUTOMARKET W INTERNECIE – COVID-19 ZMIENIA BRANŻĘ SAMOCHODOWĄ

Raport na temat rynku
sprzedaży samochodów
Lipiec 2020



Bank Polski

Rynek sprzedaży samochodów – synteza

Po gwałtownym spadku wywołanym epidemią koronawirusa, nastroje konsumenckie szybko się poprawiają. Rosnący optymizm konsumentów daje nadzieję na relatywnie szybką odbudowę popytu na rynku sprzedaży samochodów, jednej z branż najsilniej dotkniętej negatywnym wpływem epidemii COVID-19. Długoterminowe perspektywy dla rynku sprzedaży aut osobowych pozostają korzystne.

W dłuższym horyzoncie czasowym, wzrost aktywności gospodarczej, poprawa nastrojów konsumenckich oraz coraz bogatsza oferta finansowania zakupów droższych pojazdów spowodują odbudowę popytu na samochody nowe.

Negatywny szok podaźowy w branży motoryzacyjnej związany był z zamknięciem zakładów produkcyjnych, przerwaniem łańcuchów dostaw oraz krótkoterminowymi brakami w dostawach komponentów nawet po zakończeniu pandemii. Negatywny szok popytowy był z kolei wynikiem pogorszenia nastrojów konsumenckich, zwiększonej wstrzeźliwości inwestycyjnej firm, ograniczeń w przemieszczaniu się oraz ogólnego spadku aktywności gospodarczej. Kryzysowa sytuacja może przyspieszyć procesy konsolidacyjne na rynku sprzedaży samochodów, ale też nieco zmienić sposób prowadzenia biznesu w odpowiedzi na zmianę preferencji konsumenckich w zakresie kupowania samochodów.

Ograniczona dostępność nowych samochodów i charakterystyczny dla recesji gospodarczej spadek skłonności konsumentów do ponoszenia większych wydatków spowodują, że klienci prywatni zwrócą przejściowo większą uwagę

na pojazdy używane, przede wszystkim młode i z niskim przebiegiem. Wybór samochodów używanych może się nawet zwiększyć, gdy kraje Europy Zachodniej, skąd Polacy głównie importują auta, wprowadzą finansowe zachęty dla swoich obywateli przy wymianie starych pojazdów na nowe.

Istotnym trendem związanym z pandemią jest wzrost zainteresowania zakupami przez Internet. Choć w przypadku branży samochodowej ten kanał sprzedaży jest jeszcze na etapie wczesnego rozwoju, należy oczekiwać, że najbliższe miesiące mogą przynieść znaczny wzrost udziału sprzedaży tą drogą. Wśród zalet takiego rozwiązania dla klientów należy wymienić m.in. wygodę, oszczędność czasu oraz kompleksowość oferty. Istotnym walorem sprzedaży online jest brak konieczności sprawdzania stanu technicznego pojazdu na własną rękę przez kupującego. Szczegółowy raport z badania technicznego dostępny w sklepie online, z którym klient może się spokojnie zapoznać i skonsultować, nie będąc pod presją czasu czy sprzedającego, jest mocnym punktem tej formy sprzedaży.

Oceniamy, że z kryzysowej sytuacji dla branży sprzedaży samochodów zwycięsko wyjdą firmy posiadające w ofercie samochody używane, umożliwiające swoim klientom zakup pojazdu przez Internet. Najbardziej zyskają renomowani sprzedawcy, cieszący się dużym zaufaniem klientów, szczególnie istotnym przy zakupach online.

Ważne liczby

36,5%

odsetek samochodów ponad 20-letnich w liczbie pojazdów ogółem w Polsce, konieczność ich wymiany na nowsze to olbrzymi potencjał do wzrostu sprzedaży samochodów używanych

200 mld zł

tyle wynosi różnica między depozytami a kredytami gospodarstw domowych. Zgromadzone oszczędności mogą zostać przekształcone w popyt konsumpcyjny po wygaśnięciu zagrożenia epidemicznego

+6,5%

majowy wzrost rejestracji samochodów używanych rok do roku. To właśnie segment pojazdów używanych może przejściowo zyskać najbardziej na zmianach preferencji konsumenckich wywołanych koronawirusem.

-78,4%

o tyle spadły przewozy pasażerów publicznym transportem samochodowym w kwietniu 2020. Obawy przed koronawirusem mogą sprzyjać zakupom własnego środka transportu.



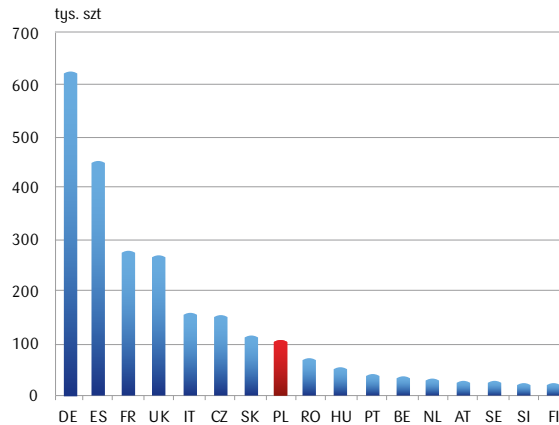
COVID-19 ograniczył produkcję i sprzedaż samochodów w Europie

Według danych Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Samochodów ACEA, ukazujących wpływ epidemii na europejski przemysł motoryzacyjny, do 1 czerwca łączne straty produkcyjne w zakładach na terenie UE sięgnęły 2,45 mln pojazdów silnikowych, czyli około 10% produkcji z 2019 r. Ta liczba obejmuje samochody osobowe, ciężarówki, samochody dostawcze, autobusy i autokary.

Przykładowo w Niemczech straty wyniosły 616,6 tys. pojazdów, w Hiszpanii 452,2 tys., we Francji 278,4 tys., we Włoszech 157,9 tys., w Czechach 155,1 tys., a w Polsce prawie 102 tys. Średni czas wstrzymania produkcji (do początku czerwca, liczony w dniach pracy) wyniósł 30 dni, przy czym w Polsce należał do najdłuższych – 36 dni (zaraz po Włoszech i Wielkiej Brytanii – 41 dni). Jako jedna z ostatnich wznowiła działalność Fabryka FCA w Tychach po trzech miesiącach przestoju spowodowanego pandemią koronawirusa.

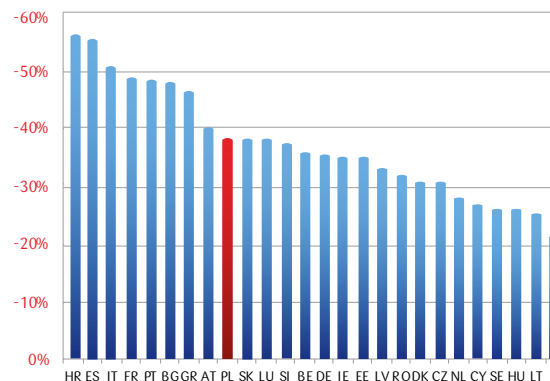
Tak drastyczne wyhamowanie produkcji uderza w firmy produkujące części i komponenty dla fabryk samochodów. W tym sektorze Polska należy do największych europejskich dostawców.

Wykres 1. Straty w europejskiej produkcji samochodów (styczeń-maj 2020)



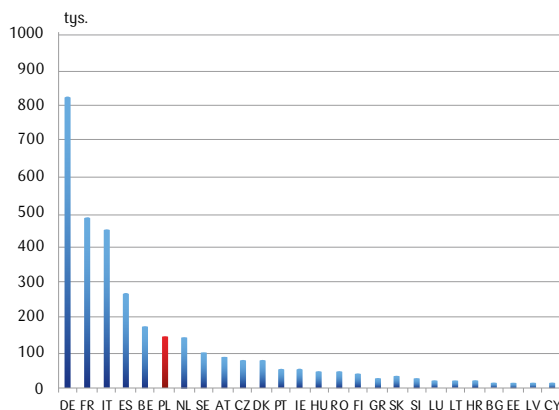
Źródło: ACEA

Wykres 2. Spadek sprzedaży samochodów w krajach UE w ujęciu r/r (styczeń-maj 2020)



Źródło: ACEA

Wykres 3. Liczba rejestracji nowych samochodów w krajach UE w tys. sztuk (styczeń-maj 2020)



Źródło: ACEA

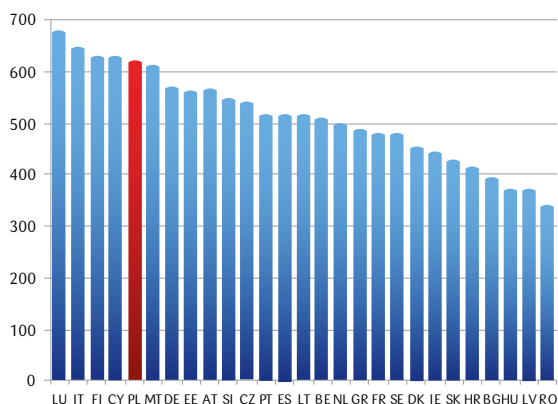
Polska silnie zmotoryzowana, ale ma jedne z najstarszych samochodów w Unii Europejskiej

Według danych Eurostatu z 2018 na 1000 mieszkańców Polski przypadało 617 samochodów, co daje nam 5. miejsce w rankingu najbardziej zmotoryzowanych krajów UE, za Luksemburgiem, Włochami, Cyprzem i Finlandią.

13,9
lat

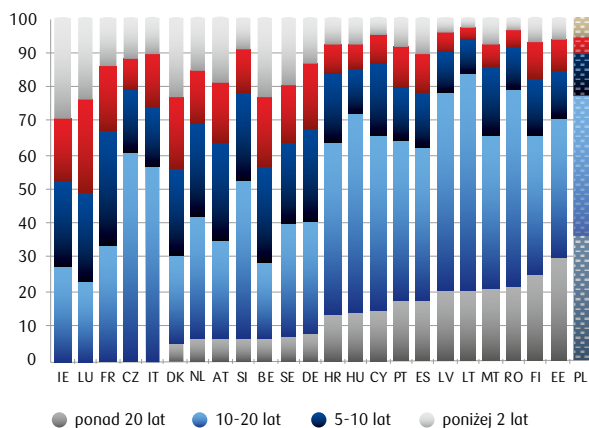
Średni wiek pojazdu osobowego w Polsce w 2019 (według ACEA) wyniósł 13,9 lat. Struktura wiekowa samochodów osobowych (według Eurostat) z 2018 pokazuje, że spośród wszystkich krajów UE w Polsce jest najwyższy odsetek pojazdów ponad 20-letnich. Samochody te stanowiły aż 36,5% wszystkich zarejestrowanych pojazdów osobowych w naszym kraju.

Wykres 4. Liczba samochodów osobowych na 1000 mieszkańców w 2018



Źródło: Eurostat

Wykres 5. Samochody osobowe według wieku w 2018



Źródło: Eurostat

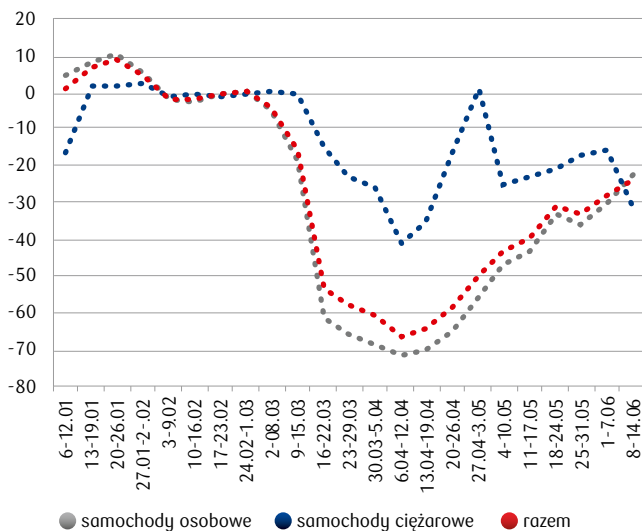
Dane wysokiej częstotliwości wskazują na spadek natężenia ruchu samochodowego w czasie epidemii.

mniej dwutlenku azotu w atmosferze

Z informacji Głównej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad (GDDKiA) wynika, że restrykcje związane z epidemią koronawirusa przyczyniły się do znacznego spadku natężenia ruchu samochodowego. W kwietniu, a więc w szczycie epidemii, natężenie ruchu było o około 40% niższe względem obserwowanego na początku

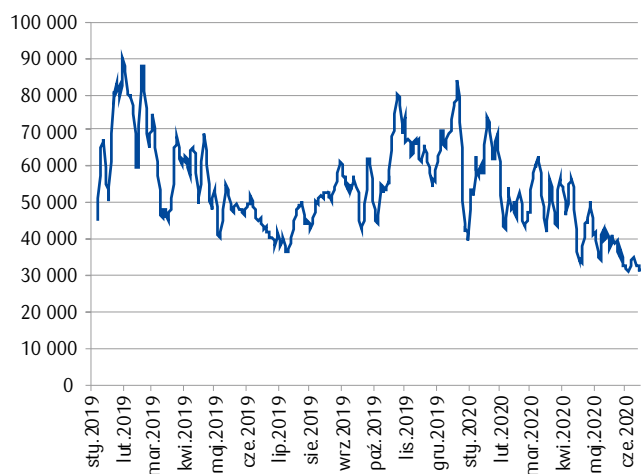
marca, przy czym szczególnie silny spadek odnotował ruch samochodów osobowych. Informacje GDDKiA znajdują potwierdzenie również w raportach spółki Stalexport Autostrady S.A., jak i danych dotyczących zanieczyszczenia powietrza dwutlenkiem azotu – gazu emitowanego do atmosfery w wyniku spalania paliw.

Wykres 6. Zmiana natężenia ruchu na autostradzie A-4 Katowice-Kraków (% , r/r)



Źródło: Stalexport Autostrady S.A.

Wykres 7. Zanieczyszczenie powietrza dwutlenkiem azotu (7-dniowa średnia ruchoma)



Źródło: European Environment Agency

Branża sprzedaży samochodów została silnie dotknięta przez COVID-19...

Na tle innych sektorów gospodarki branża sprzedaży samochodów należy do najsilniej dotkniętych negatywnym wpływem COVID-19. Restrykcje związane z przemieszczaniem się oraz zamknięcie salonów samochodowych w galeriach handlowych mocno ograniczyły popyt zarówno na rynku samochodów nowych, jak i używanych.

Ograniczenie aktywności gospodarczej miało negatywny wpływ na rynek pracy i poziom dochodów ludności, co wpłynęło negatywnie na skłonność konsumentów do ponoszenia istotnych wydatków, w tym na samochody.

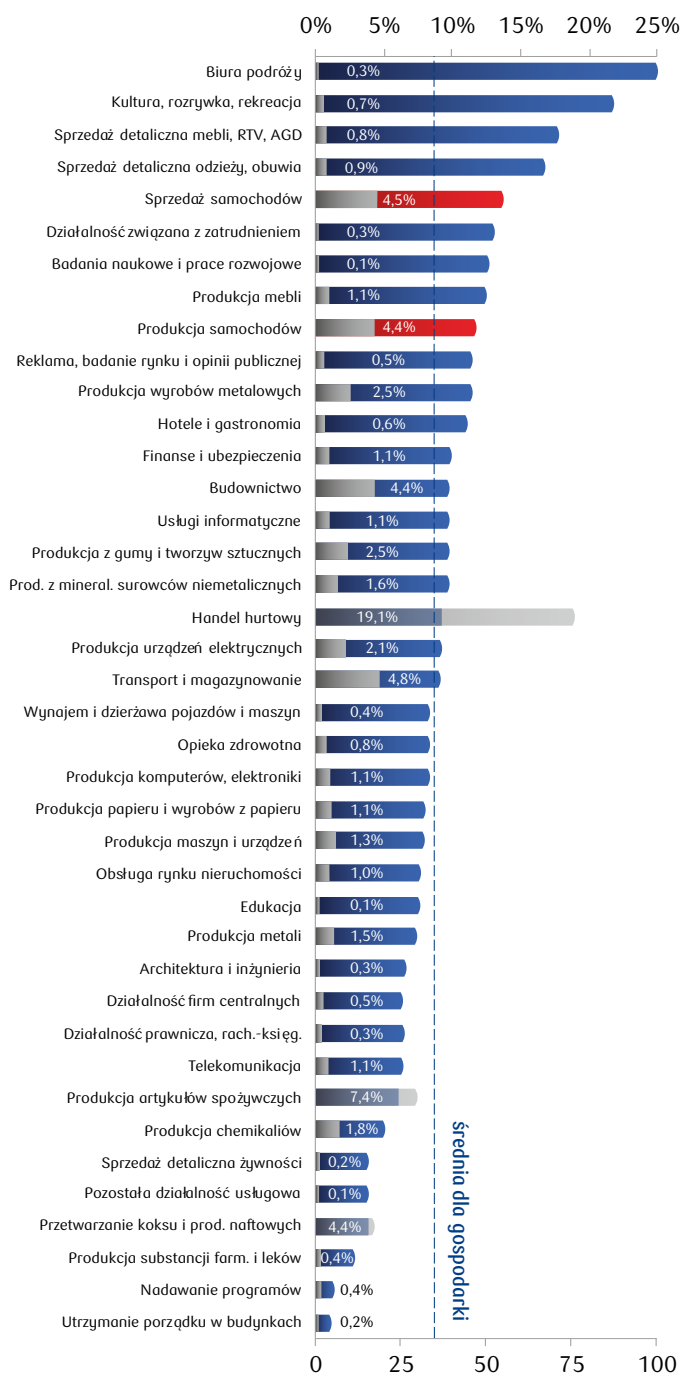
W okresie pandemii działalność w wielu branżach została całkowicie zawieszona, co uniemożliwiło przedsiębiorcom generowanie przychodów i skłoniło do rezygnacji z planów zakupu nowego pojazdu dla celów biznesowych.

COVID-19

Kryzys związany z COVID-19 negatywnie wpłynął również na popyt na samochody zgłaszany przez osoby prowadzące działalność gospodarczą.

*negatywny wpływ mierzony jest różnicą zmiany koniunktury GUS w trakcie epidemii (maj-luty 2020), a trendem koniunktury GUS przed epidemią (lutym 2019-luty 2020). Branża najbardziej dotknięta otrzymała notę równą 100.

Wykres 8. Skala negatywnego wpływu COVID-19 na poszczególne branże

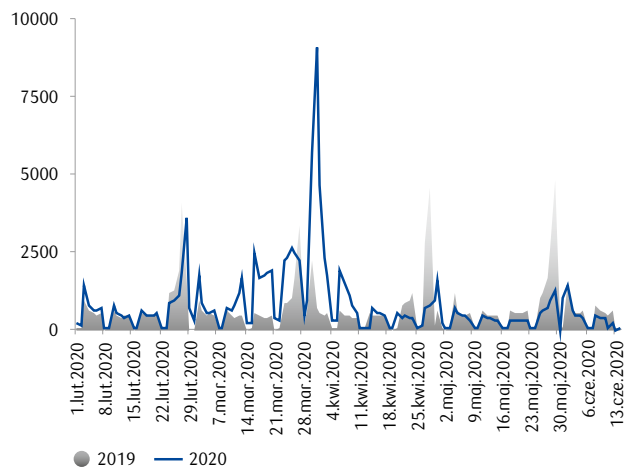


- negatywny wpływ COVID-19 na koniunkturę branż* (d)
- udział przychodów branż w przychodach firm ogółem (g)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

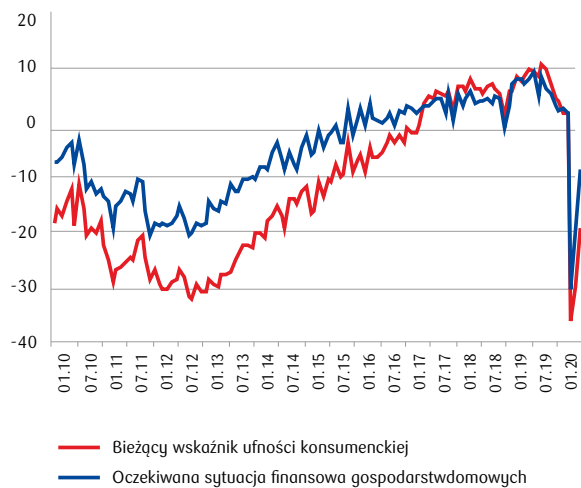


Wykres 9. Liczba wniosków o zawieszenie działalności gospodarczej wysłana do CEiDG



Źródło: CEiDG

Wykres 10. Indeks nastrojów konsumenckich



Źródło: GUS

...ale po silnych spadkach sprzedaży widoczne jest wyraźne ożywienie popytu.



W okresie od stycznia do maja 2020 zarejestrowano w Polsce 144 031 samochodów osobowych, o 38,26% mniej r/r. Tak silny spadek sprzedaży związany był z epidemią koronawirusa i restrykcjami wprowadzonymi w związku z zapobieganiem rozprzestrzenianiu się epidemii. Wstępne dane za czerwiec pokazują, że w ciągu dziesięciu dni czerwca zarejestrowano 13 001 nowych samochodów osobowych i dostawczych (o dmc do 3,5 t). Oznacza to, że pod względem liczby rejestracji czerwiec 2020 był tylko o niespełna 1,9% gorszy od zeszlortocznego. Na tak dobry wynik dziesięciu dni czerwca złożyły się dwa zjawiska. Pierwsze to ponowny wzrost zainteresowania

autami osobowymi – zarejestrowano ich 11,35 tys., o 4,7% mniej r/r. Drugim jest duży wzrost popytu na nowe samochody dostawcze. Przybyło ich ponad 1,64 tys., aż o 23% r/r więcej niż w analogicznym okresie 2019. Warto zaznaczyć jednak, że dobre dane czerwcowe są niewątpliwie w pewnym stopniu efektem kontraktów zawartych przed pandemią, a także powrotu reekspertu, który został wyhamowany wraz z zamknięciem granic.

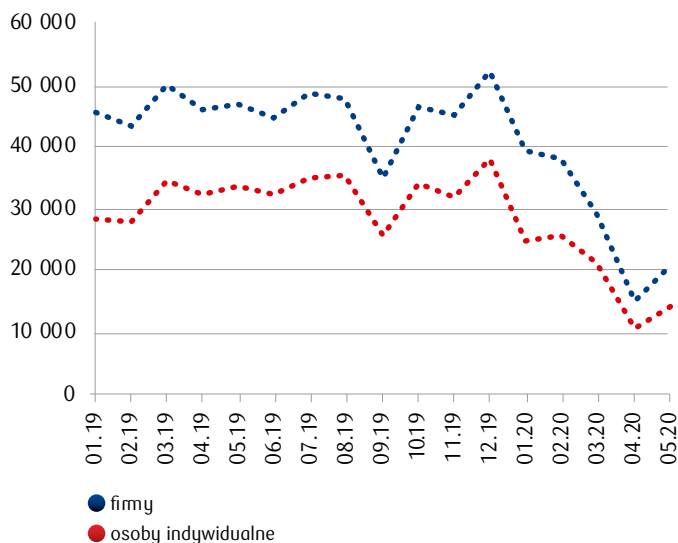
Na rynku sprzedaży samochodów w ostatnich miesiącach dominują dwie tendencje: (1) maleje udział nabywców indywidualnych w sprzedaży ogółem

przy rosnącym udziale firm; (2) rośnie zainteresowanie samochodami używanymi przy charakterystycznym dla okresu zwiększonej niepewności konsumentów mniejszym zainteresowaniu samochodami nowymi (droższymi). Sprzedaż aut używanych była znacznie bardziej odporna na kryzys związany z COVID-19. Liczba rejestracji pojazdów używanych spadła w kwietniu o 37,0% r/r, podczas gdy liczba rejestracji samochodów nowych aż o 82,3%.

Co więcej, w maju rejestracje pojazdów używanych odnotowały już wzrost o 6,5%, podczas gdy poziom rejestracji nowych samochodów pozostawał o 74,1% niższy r/r. Wzrost zainteresowania samochodami używanymi kosztem nowych może mieć charakter przejściowy. Wśród ogłoszeń sprzedaży samochodów bezwypadkowych na portalu otomoto.pl w dniu 17 czerwca 2020, aż 29% dotyczyło nowych pojazdów (lata produkcji 2019 i 2020). 30% ogłoszeń dotyczyło pojazdów z przebiegiem do 20 tys. km, a 45% z przebiegiem do 40 tys. km. Dane te świadczą o wciąż wysokim udziale nowych samochodów w rynku oraz znacznym popycie na relatywnie młode pojazdy używane.

Należy spodziewać się, że wraz z prognozowanym silnym wzrostem polskiej gospodarki oraz poprawą nastrojów konsumenckich, zainteresowanie pojazdami nowymi będzie stopniowo wzrastać. Co więcej, wzrostowi sprzedaży nowych samochodów będzie sprzyjała coraz bogatsza oferta finansowania zakupów droższych pojazdów.

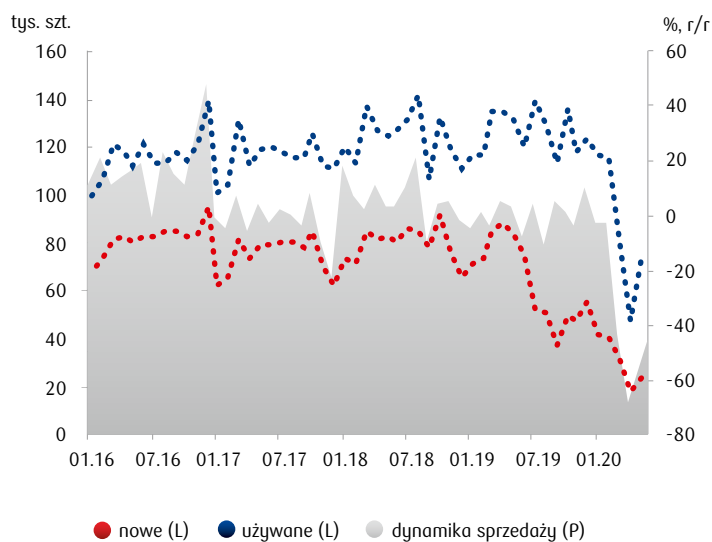
Wykres 11. Rejestracje nowych samochodów w Polsce w podziale na klientów indywidualnych i firmy



Źródło: PZPM na podstawie CEP

Potencjał polskiego rynku sprzedaży samochodów odzwierciedla tzw. indeks chłonności, czyli liczba pojazdów zarejestrowanych w ciągu roku na 1000 mieszkańców. W kwietniu 2020 wyniósł on w Polsce zaledwie 32 sztuki. Przed Polską klasyfikowane są m.in. inne kraje naszego regionu, jak Litwa (z 33 zarejestrowanymi samochodami na 1000 mieszkańców), Słowacja (41), Estonia (46) i Czechy (59). Niski poziom wskaźnika na tle innych krajów europejskich, a w szczególności krajów Europy Środkowo-Wschodniej, oznacza, że są wciąż duże możliwości wzrostu rynku sprzedaży samochodów w Polsce.

Wykres 12. Sprzedaż samochodów osobowych nowych i używanych



Źródło: PZPM na podstawie CEP

Udział Toyoty w rynku wyniósł **15,0%**. Na pozycji wicelidera znalazła się Skoda, w przypadku której liczba zarejestrowanych pojazdów była o 33,0% niższa niż w 2019 roku. Udział tej marki w rynku wyniósł 13,7%. Na trzecim miejscu uplasował się Volkswagen.

W 2020 klienci zarejestrowali o 49,5% mniej samochodów tej marki niż przed

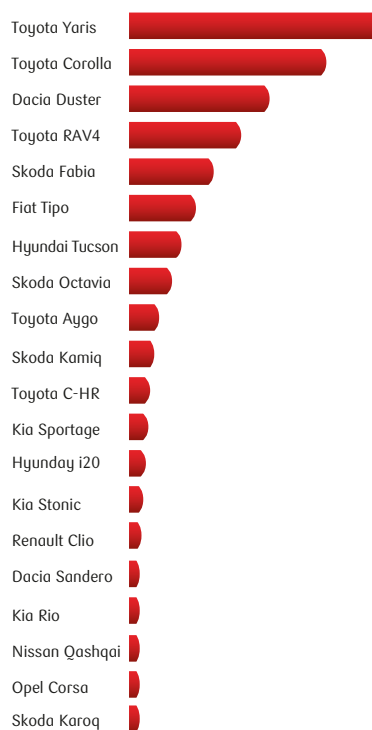
rokiem. Udział Volkswagena w polskim rynku wyniósł 8,2%. Najczęściej kupowanym modelem w 2020 jest **Toyota Corolla** (6 853 szt.; +16,3% r/r), za którą uplasowała się **Skoda Octavia** (5 863 szt.; -32,5% r/r) oraz **Toyota Yaris** (5 118 szt. -18,1% r/r), następnie **Skoda Fabia** (4 685 szt.; -41,7% r/r), a za nią **Toyota RAV4** (3 417 szt.; +45,2% r/r).

Liderem sprzedaży nowych samochodów w 2020 r. jest **Toyota**. W okresie od stycznia do maja 2020 r. klienci kupili i zarejestrowali 21 645 samochody tej marki, o 16,7% mniej r/r.

Najpopularniejszym modelem **wśród klientów indywidualnych** jest Toyota Yaris (2 958 szt.; -13,6%), na drugim miejscu plasuje się Toyota Corolla (2 020 szt.; +4,2%), na trzecim – Dacia Duster (1 714 szt.; -57,0%), na czwartym – Toyota RAV4 (1 409 szt.; +77,2%), a na piątym – Skoda Fabia (1 400 szt.; -49,7%).

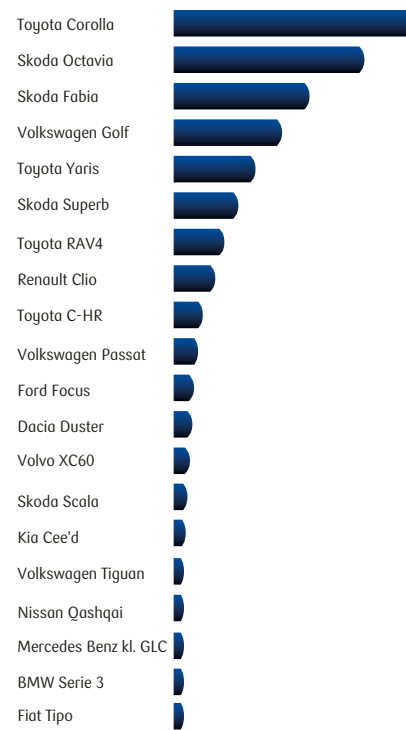
Wśród **klientów firmowych** najczęściej rejestrowanym modelem jest Toyota Corolla (4 833 szt.; +22,2%). Na drugim miejscu jest Skoda Octavia (4 719 szt.; -32,0%), na trzecim Skoda Fabia (3 285 szt.; -37,4%), czwartym – VW Golf (2 201 szt.; 57,8%), piątym – Toyota Yaris (2 160 szt.; -23,5%).

Wykres 13. Rejestracje najpopularniejszych nowych modeli przez klientów indywidualnych



Źródło: PZPM

Wykres 14. Rejestracje najpopularniejszych nowych modeli przez klientów firmowych

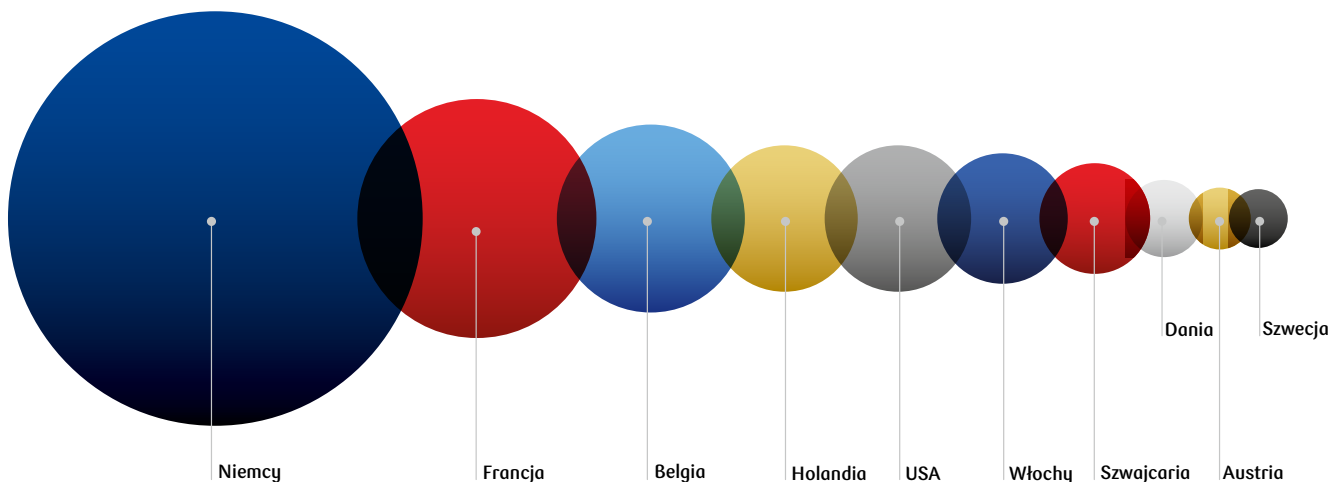


Źródło: PZPM

Zagraniczne programy wsparcia dla branży motoryzacyjnej mogą sprzyjać importowi pojazdów używanych do Polski

Problemy sektora motoryzacyjnego w Europie Zachodniej wywołane COVID-19 są impulsem do powstawania programów pomocowych dla branży w postaci dopłat do zakupu nowych samochodów, z dodatkowymi bonusami przy zakupie samochodu elektrycznego lub hybrydy.

Wykres 15. Import samochodów do Polski w 2020 wg kraju pochodzenia



Źródło: SAMAR

Szczegóły tego typu programów są obecnie wypracowywane m.in. w Niemczech i Francji, a więc w krajach, z których Polska importuje najwięcej pojazdów używanych. Stąd też należy spodziewać się, że wsparcie zakupu nowych samochodów w Niemczech czy Francji będzie sprzyjało wzrostowi podaży

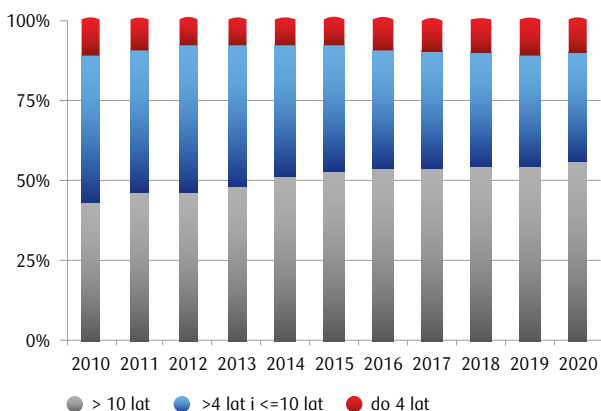
samochodów używanych na polskim rynku. W szczególności promocja wymiany aut z silnikami konwencjonalnymi na samochody elektryczne na rynkach Europy Zachodniej spowoduje, że do Polski trafią pojazdy z tradycyjnymi napędami diesla i benzynowym.

Import samochodów używanych do Polski odrodził się dużo szybciej niż sprzedaż nowych samochodów. W maju 2020 roku zarejestrowanych zostało w Polsce 55 769 sprowadzonych samochodów osobowych i dostawczych o dmc do 3,5 tony. To o 37,1% mniej niż rok temu, ale o 72,9% więcej niż w kwietniu.



Import samochodów używanych

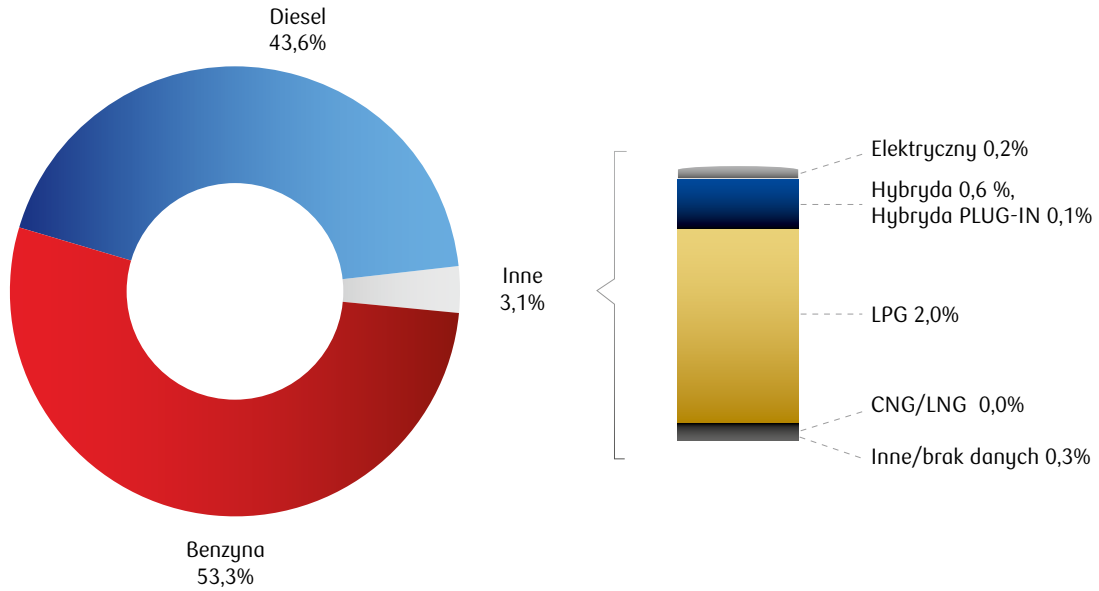
Wykres 16. Struktura importu samochodów używanych według wieku



Źródło: PZPM na podstawie CEP

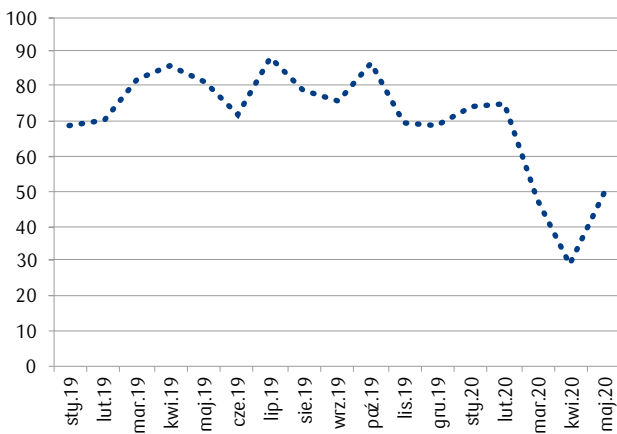
Licząc od początku bieżącego roku import używanych samochodów osobowych i dostawczych o dmc do 3,5 tony wyniósł 304 047 sztuk, o 28,3% mniej niż rok wcześniej. Tak duży spadek, odnotowany szczególnie w kwietniu, jest skutkiem pandemii – brakiem możliwości rejestracji sprowadzonych samochodów i ograniczeń w przemieszczaniu się. Średni wiek pojazdów sprowadzonych w ciągu pięciu miesięcy 2020 wyniósł 11,7 roku. Udział pojazdów z silnikami diesla w ogóle pojazdów sprowadzonych w 2020 był równy 43,6%, a z silnikami benzynowymi 53,3%.

Wykres 17. Importowane samochody według napędu



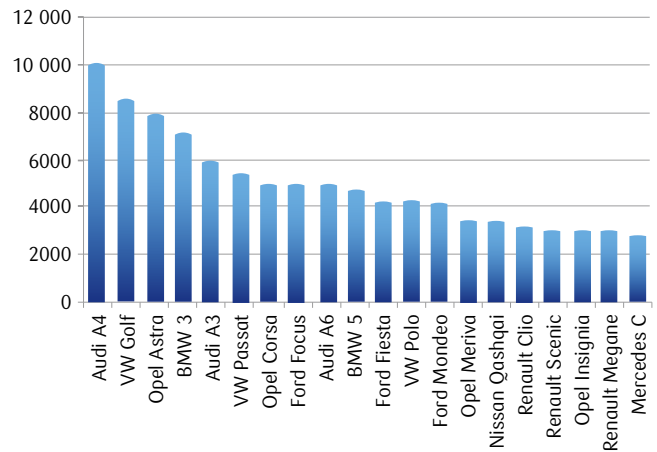
Źródło: PZPM

Wykres 18. Import samochodów używanych w tys. szt



Źródło: PZPM na podstawie CEP

Wykres 19. Najpopularniejsze importowane modele w 2020



Różnice w cenach samochodów nowych i używanych mogą się pogłębić

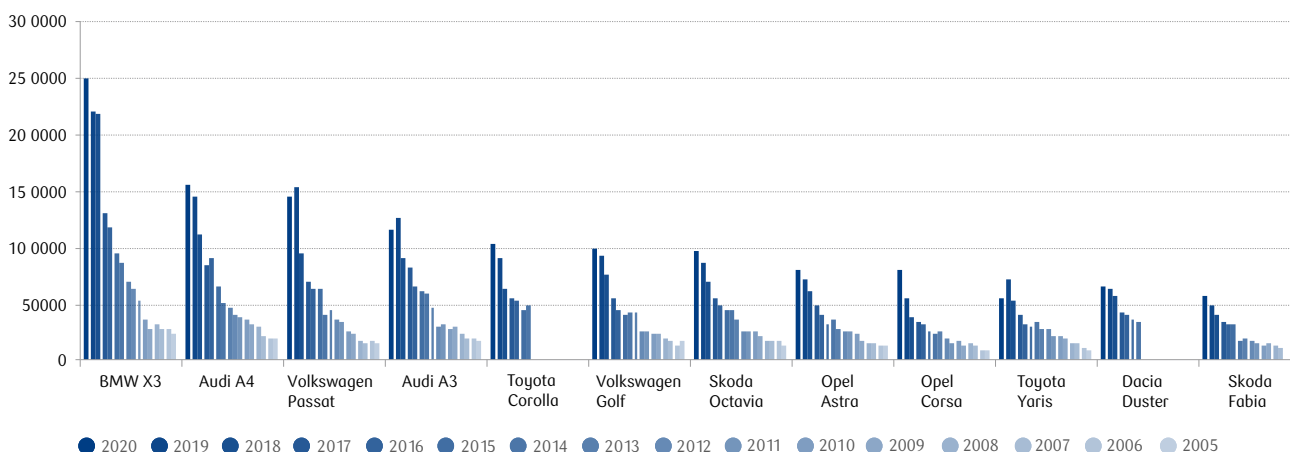
Jedną z przyczyn, dla których klienci chętnie sięgają po samochody używane zamiast nowych, jest istotna różnica w cenie pojazdów.

Standard wyposażenia i wartość użytkowa kilkuletniego samochodu używanego nie odbiega istotnie od wartości użytkowej i standardu nowego samochodu przy znacznej rozbieżności w cenach pojazdu. Warto podkreślić,

że różnica w cenach między pojazdami nowymi a używanymi w najbliższym czasie może się jeszcze przejściowo pogłębić z przyczyn podażowych. Otóż konsekwencją wyłączeń produkcji w fabrykach będzie niższa podaż nowych aut.

Z drugiej strony, rządowe dopłaty do wymiany starych samochodów na nowe w krajach Europy Zachodniej mogą wpłynąć na wzrost podaży importowanych pojazdów używanych w Polsce.

Wykres 20. Ceny najpopularniejszych używanych modeli według roku produkcji



Źródło: Opracowanie własne na podstawie ogłoszeń z portalu otomoto.pl z dnia 17.06.2020



Rosną oszczędności gospodarstw domowych, tworząc potencjał do szybkiego wzrostu konsumpcji

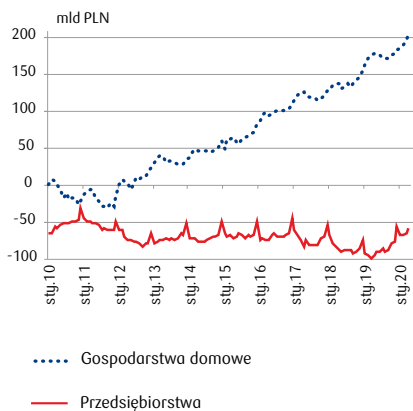
Od kilku lat obserwujemy wyraźny wzrost oszczędności gospodarstw domowych. W kwietniu 2020 różnica między depozytami a kredytami gospodarstw domowych wyniosła ponad 200 mld zł.

Oszczędności te stanowią potencjał do wzrostu wydatków konsumpcyjnych, gdy zagrożenie epidemiczne minie, zwłaszcza wobec znaczącego obniżenia stóp procentowych przez Radę Polityki Pieniężnej.

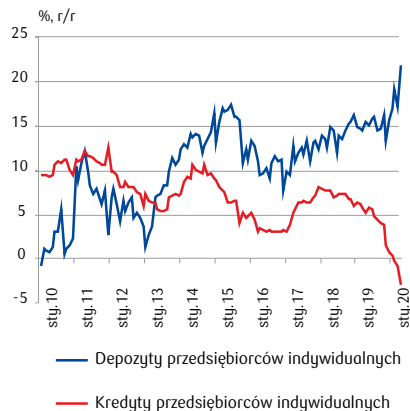
Koronawirus spowodował też pewne wyhamowanie inwestycji przedsiębiorców indywidualnych – w ostatnich miesiącach możemy zaobserwować wyraźny spadek popytu na kredyt z ich strony przy jednoczesnym wzroście depozytów. Sytuacja ta może zwiastować odłożony popyt ze strony osób prowadzących działalność gospodarczą, a duża część tego popytu może zostać zagospodarowana przez rynek sprzedaży samochodów.



Wykres 21. Różnica między depozytami a kredytami gospodarstw domowych i przedsiębiorstw

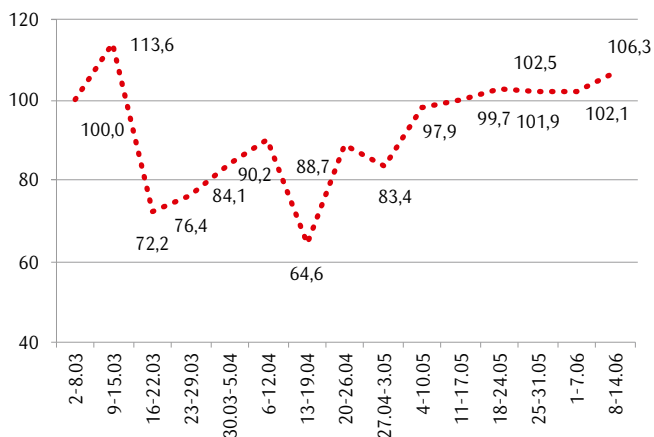


Wykres 22. Tempo wzrostu depozytów i kredytów przedsiębiorców indywidualnych



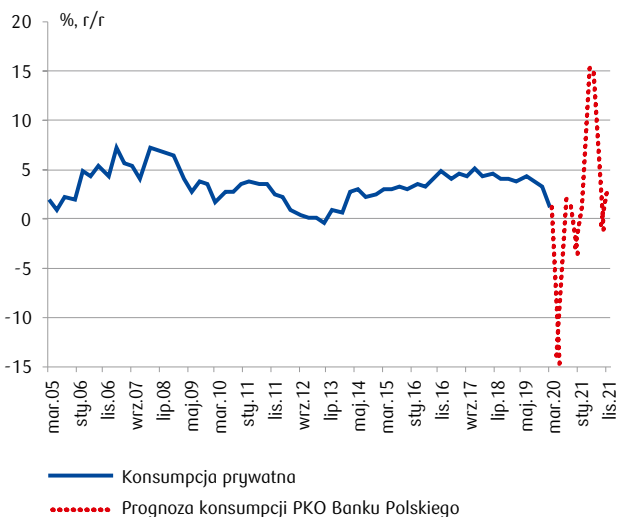
Źródło: NBP

Wykres 23. Wartość transakcji kartowych klientów PKO Banku Polskiego (1. tydzień marca=100)



Źródło: PKO Bank Polski

Wykres 24. Tempo wzrostu konsumpcji wraz z prognozą PKO Banku Polskiego.



Źródło: PKO Bank Polski

Po kwietniowym załamaniu, nastroje konsumentów **zaczęły się istotnie poprawiać** w kolejnych miesiącach.

W pierwszych dwóch tygodniach czerwca wartość transakcji kartowych klientów PKO Banku Polskiego była już wyższa niż w pierwszym tygodniu marca, przed zamknięciem gospodarki.

Oceniamy, że o ile wstrzemięźliwość inwestycyjna wśród firm może utrzymać się jeszcze przez pewien okres, to konsumpcja po dość drastycznym spadku, **odbije relatywnie szybko** (odbicie w kształcie litery „V”).

Finansowanie zakupu samochodu i dodatkowe koszty

Koszt rejestracji samochodu kupionego w kraju, bez pełnomocnictwa, z wydaniem nowych tablic i miękkiego dowodu wynosi około 180 złotych. W przypadku zakupu używanego pojazdu od osoby fizycznej, nie prowadzącej działalności gospodarczej konieczne jest także **opłacenie podatku od czynności cywilno-prawnych (PCC)**, który obecnie wynosi 2% wartości rynkowej pojazdu. Decydując się na auto z komisji lub salonu, klient nie płaci takiego podatku, bo w cenę samochodu jest już wliczony podatek VAT.

Kupujący samochód płaci również za obowiązkowe ubezpieczenie pojazdu, czyli OC – jest to wydatek rzędu od kilkuset do nawet kilku tysięcy złotych, co jest uzależnione m.in. od wieku i stażu kierowcy, miejsca rejestracji pojazdu, a także modelu i marki samochodu.

Wśród kosztów eksploatacji pojazdu należy wymienić: koszt okresowego badania technicznego, koszty regularnych przeglądów i napraw, koszty drobnych części zamiennych, sezonowy koszt wymiany opon, koszty paliwa oraz koszty utrzymania pojazdu w czystości.

Co prawda większość kupujących indywidualnie decyduje się na sfinansowanie zakupu samochodu za gotówkę, ale dotyczy to przede wszystkim osób nabywających pojazdy używane. Wynika to między innymi z niskiej świadomości na temat dostępności różnych metod

finansowania również w obszarze pojazdów używanych. Podobnie jak w przypadku nowych samochodów, wachlarz dostępnych sposobów finansowania zakupu uwzględnia takie metody jak: **leasing, wynajem długoterminowy, kredyt czy pożyczka.**

Kredyt samochodowy jest dedykowanym produktem do finansowania zakupu pojazdu przez klientów indywidualnych. Jest on zazwyczaj korzystniej oprocentowany niż kredyt konsumpcyjny i bardziej elastyczny w kwestii wysokości rat.

Z kolei **kredyt konsumpcyjny** (pożyczka gotówkowa) jest wybierany ze względu na łatwiejszą dostępność oraz to, że dla części klientów ważna jest kwestia braku konieczności definiowania celu finansowania. Mniej popularnym rozwiązaniem jest **leasing konsumencki**. Wśród jego zalet należy wymienić fakt, że nie obniża zdolności kredytowej. Leasing jest oczywistym wyborem w przypadku klientów instytucjonalnych, czy prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą, z uwagi na korzyści podatkowe.

Wynajem długoterminowy jest coraz częściej wybieraną formą finansowania, przede wszystkim w przypadku droższych aut oraz na krótsze terminy. Tę metodę klienci wybierają ze względu na wygodę – nie muszą martwić się o serwis, naprawy czy ubezpieczenie.

Wynajem (spotykany również pod nazwą „abonament”) jest produktem

relatywnie nowym, lepiej znanym w grupie klientów prowadzących działalność gospodarczą, co wpisuje się w pragmatyczne myślenie o samochodzie jako narzędziu pracy. Wśród klientów indywidualnych wiedza na ten temat jest wciąż mniejsza.



Dostępne sposoby finansowania zakupu samochodów nowych i używanych uwzględniają takie metody jak:

- leasing,
- wynajem długoterminowy,
- kredyt
- pożyczka

COVID-19 zmniejszył popularność transportu publicznego oraz krótkoterminowego wynajmu samochodu

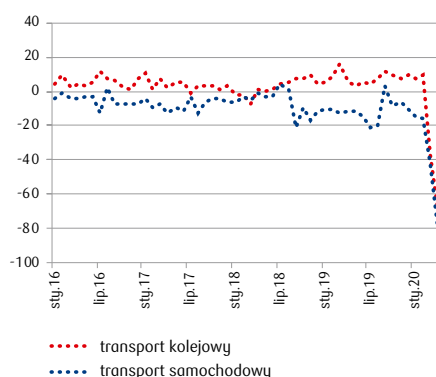
W efekcie rosnącej niechęci do transportu publicznego, wzrosło zainteresowanie transportem prywatnym samochodem osobowym. Zjawisko to może doprowadzić do wzrostu popytu, zwłaszcza w segmencie aut używanych klasy ekonomicznej.



Epidemia koronawirusa wpłynęła istotnie na funkcjonowanie publicznego transportu pasażerskiego oraz usługi wynajmu krótkoterminowego samochodów. Według danych Urzędu Transportu Kolejowego średnia dobową frekwencja pasażerów w uruchamianych pociągach w trakcie obowiązywania restrykcji (w miesiącu od 24 marca) wyniosła 11%. W szczycie przewozowym wyniosła ona ok. 16%, a poza szczytem: 9%. Mniejsze zainteresowanie transportem kolejowym ze strony pasażerów w czasie epidemii skutkowało również ograniczeniem liczby uruchamianych pociągów.

Statystyka zawieszanych i odwoływanych pociągów prowadzi do wniosku, że średnio dziennie w trakcie epidemii uruchamianych było około 65% pociągów.

Wykres 25. Przewozy pasażerskie (% r/r)



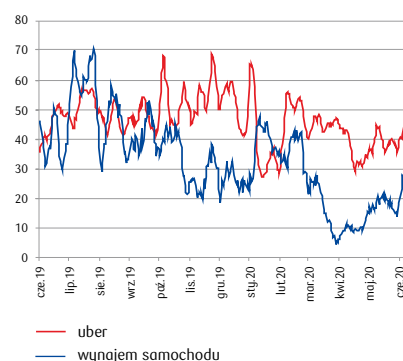
Źródło: GUS

Restrykcje dotyczące zachowania dystansu społecznego oraz obawy społeczne skutkowały również zmniejszeniem frekwencji pasażerów w autobusach, a także spadkiem popularności usług transportu samochodowego, np. poprzez aplikację Uber lub wynajem krótkoterminowy samochodów.

W kwietniu 2020 przewieziono transportem samochodowym o 78,4% mniej pasażerów r/r.

Można spodziewać się, że w efekcie rosnącej niechęci do transportu publicznego, wzrosło zainteresowanie transportem prywatnym samochodem osobowym. Zjawisko to może doprowadzić do wzrostu popytu, zwłaszcza w segmencie aut używanych klasy ekonomicznej.

Wykres 26. Wyszukiwania haseł „uber” i „wynajem samochodu” w wyszukiwarce Google (7-dniowa średnia ruchoma)

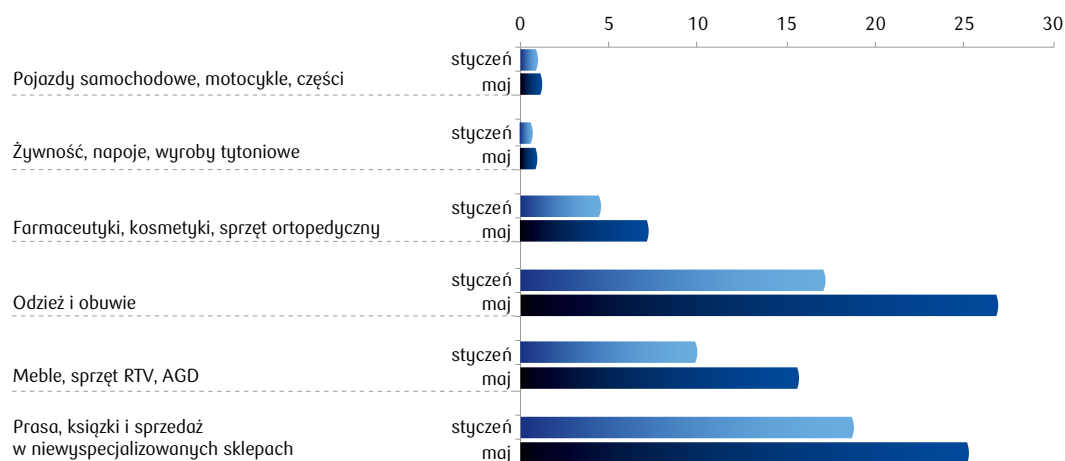


Źródło: Google Trends

Sprzedaż samochodów przez Internet jest mało popularna, ale COVID-19 popularyzuje ten kanał sprzedaży towarów

Branża sprzedawców samochodów coraz śmielej sięga po kanały sprzedaży online, choć kanał ten jest wciąż we wczesnej fazie rozwoju.

Wykres 27. Udział sprzedaży przez Internet w sprzedaży detalicznej



Źródło: GUS

W Polsce sprzedaż samochodów online to ok. 1% całego zbytu, to mniej niż w innych krajach UE, chociaż i tam sprzedaż internetowa też jeszcze nie odgrywa znaczącej roli – średnio ok. 4% rynku. Warto jednak zaznaczyć, że **epidemia COVID-19 spopularyzowała sprzedaż internetową** wszystkich kategorii produktów i należy spodziewać się, że internetowy kanał sprzedaży pojazdów również będzie cieszył się coraz większym powodzeniem.

Wśród zalet takiego rozwiązania dla klientów należy wymienić m.in. bezpieczeństwo zakupu (szeroki audyt

eksperski, zabezpieczenie dla kupującego np. gwarancja, możliwość zwrotu pojazdu przy zakupie online), wygodę i oszczędność czasu (system kategorii i filtrowania pozwala wygodnie zapoznać się z ofertą, o dowolnej porze) oraz kompleksowość oferty (finansowanie, ubezpieczenie).

Istotnym walorem sprzedaży online jest **brak konieczności sprawdzania stanu technicznego auta na własną rękę przez kupującego**. Przy zakupie pojazdu klient często nie jest w stanie samodzielnie zweryfikować stan techniczny pojazdu – szczegółowy raport z badania

technicznego dostępny w sklepie online, z którym klient może się spokojnie zapoznać lub skonsultować z najbliższymi nie będąc pod presją czasu czy sprzedającego, jest mocnym punktem tej formy sprzedaży.

Jedną z podstawowych wartości dla klientów kupujących online jest wiarygodność sprzedawcy – zakup samochodu to poważny wydatek, więc w tym przypadku **wiarygodność ma szczególne znaczenie** – klienci kupując przez Internet chętniej zaufają dużej, renomowanej instytucji.

Szanse i wyzwania dla branży sprzedaży samochodów

W czerwcu 2020 r.
wyraźne ożywienie popytu
na rynku samochodowym

szybkie
wyjście
z kryzysu

Polska jest jednym z największymi rynkami konsumenckimi w Europie z wciąż wysokim potencjałem wzrostu wynikającym z niskiego nasycenia rynku nowymi samochodami osobowymi.

Długoterminowe perspektywy dla rynku pozostają zatem korzystne, choć pandemia koronawirusa wpłynęła przejściowo na silne ograniczenie sprzedaży samochodów. Wraz ze spadającą sprzedażą rosła też liczba dealerów, którzy w 2020 zawieszali działalność.

Znacząco zwiększyło się ryzyko utraty płynności, co bez wątpienia nasili procesy konsolidacyjne w branży. W tej sytuacji renomowane marki dealerskie mogą jeszcze zyskać na wartości.

Optymizmem napawają pierwsze dane za czerwiec, w których widać wyraźne ożywienie konsumpcji, a w szczególności popytu na rynku samochodowym. Silne fundamenty makroekonomiczne oraz prognozowany szybki wzrost polskiej gospodarki tworzą potencjał do szybkiego wyjścia branży z kryzysu wywołanego epidemią COVID-19.

Odradzający się rynek sprzedaży samochodów musi stawić czoła nowym wyzwaniom i być gotowy na zmiany w zachowaniu konsumentów oraz zmiany wynikłe z ograniczeń podaźowych.

Jedną z takich zmian jest fakt, że klienci przejściowo mogą chętniej decydować się na zakup samochodu używanego, a nie nowego. Rezygnacja z przemieszczania się transportem publicznym na rzecz zakupu własnego pojazdu może jeszcze wzmocnić popyt w tym segmencie. Warto dodać, że samochody używane mogą stać się okresowo jeszcze bardziej atrakcyjnym wyborem ze względu na możliwość większego rozwarstwienia cen między nowymi a używanymi samochodami.

Wzrost różnic cenowych będzie wynikał z przyczyn leżących po stronie podażowej. Konsekwencją przestojów w fabrykach będzie niższa oferta samochodów nowych, podczas gdy zachęty do wymiany starych aut na nowe w krajach Europy Zachodniej mogą wpłynąć na wzrost podaży pojazdów używanych.

Innym z wyzwań będzie odpowiedź na rosnące zainteresowanie elektronicznymi kanałami sprzedaży.

Wiele firm działających obecnie na rynku nie posiada rozwiniętych narzędzi sprzedaży online, co może stanowić barierę do dalszej ekspansji działalności. Firmy cieszące się dużym zaufaniem klientów przy sprzedaży internetowej mogą zyskiwać udział w rynku.

KTO ZYSKA?		KTO STRACI?	
↑	Silne, rozpoznawalne marki, cieszące się dużym zaufaniem klientów	↓	Małe, nierozpoznawalne marki
↑	Firmy posiadające w ofercie samochody używane	↓	Firmy mające poważne problemy płynnościowe w wyniku gwałtownego spadku sprzedaży wywołanego epidemią
↑	Firmy posiadające rozwinięte kanały sprzedaży online	↓	Firmy nieposiadające w ofercie form finansowania, które pozwalają klientom na zakup nowych, droższych aut
↑	Firmy oferujące różnorodne formy finansowania zakupów samochodów, istotnie wspierające sprzedaż nowych samochodów	↓	Firmy bez rozwiniętych kanałów sprzedaży internetowej

**DEPARTAMENT ANALIZ EKONOMICZNYCH
PKO BANK POLSKI SA**

ul. Puławska 15, 02-515 Warszawa

t: 22 521 80 84

f: 22 521 88 87

email: DAE@pkobp.pl

www.pkobp.pl/centrum-analiz

twitter.com/PKO_research

Autorzy raportu:

Piotr Krzysztofik

piotr.krzysztofik@pkobp.pl

Wojciech Matysiak

wojciech.matysiak@pkobp.pl

Informacje i zastrzeżenia:

Niniejszy materiał („Materiał”) ma charakter wyłącznie informacyjny oraz nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy – Kodeks cywilny, ani rekomendacji do zawarcia transakcji kupna, sprzedaży lub innego rodzaju przeniesienia któregośkolwiek instrumentu finansowego. Bank dołożył wszelkich racjonalnych i niezbędnych starań, aby informacje zamieszczone w Materiale były rzetelne oraz oparte na wiarygodnych źródłach.

Informacje zawarte w Materiale nie mogą być traktowane jako propozycja nabycia którychkolwiek instrumentów finansowych, usługa doradztwa inwestycyjnego lub podatkowego ani jako forma świadczenia pomocy prawnej. Prognozy oraz dane zawarte w Materiale nie stanowią zapewnienia uzyskania określonych wyników jakichkolwiek transakcji finansowych ani przyszłych cen którychkolwiek instrumentów finansowych.

Materiał nie stanowi badania inwestycyjnego ani publikacji handlowej w rozumieniu Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2017/565 z dnia 25 kwietnia 2016 r. uzupełniającego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez firmy inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy.

Bank i jego spółki (podmioty) zależne oraz pracownicy tych podmiotów mogą być zainteresowani zawarciem lub być stroną transakcji finansowych, w tym zawartych na instrumentach finansowych, których wynik jest uzależniony od czynników (danych i informacji) wymienionych w Materiałach.