

Zamożny Polak za kółkiem.

13.12.2017.

Do 2022 r. liczba kupowanych w Polsce samochodów luksusowych będzie stale rosła – nawet o ok. 10 proc. rocznie. Zgodnie z szacunkami Zion Market za pięć lat wartość tego rynku na całym świecie przekroczy 124 miliardy dolarów. Czy wysokiej klasy samochód to wyłącznie hobby dla milionera? Okazuje się, że niekoniecznie.

Świetnie zarabiających osób nad Wisłą jest wciąż procentowo znacznie mniej niż na Zachodzie, a w kwestii liczby milionerów w społeczeństwie nadal wyraźnie odstawiamy od średniej europejskiej. Mimo to można już śmiało powiedzieć, że Polacy coraz bardziej kochają luksus i z roku na rok rośnie liczba osób, które mogą sobie na niego pozwolić.

Ze statystyk wynika, że coraz więcej zamożnych osób decyduje się na kupno luksusowych samochodów. Dodatkowo dla wielu kolekcja zabytkowych pojazdów okazuje się atrakcyjną lokatą kapitału. Posiadanie ekskluzywnego, rzadkiego auta, a także zabytkowego modelu może przynosić właścicielowi bardzo dużo satysfakcji. Unikatowe, drogie lub trudno dostępne samochody większości z nas kojarzą się z wysokim statusem społecznym ich właścicieli i prestiżem.

Cztery kółka dla przyjemności

Polacy kochają samochody – tak w każdym razie wskazuje badanie L’Observatoire Cetelem. 91 proc. ankietowanych stwierdziło, że lubi prowadzić samochód, 88 proc. przyznało, że źródłem przyjemności jest dla nich własny pojazd, a prawie dwie trzecie wyraziło gotowość wydania swoich oszczędności na wymarzone auto. Natomiast autorzy opublikowanego we wrześniu raportu Havas Media Group „Obraz zamożnego konsumenta w Polsce” podają, że jedna osoba zamożna na sto (zarabiająca ponad 7 tys. zł netto miesięcznie) chętnie przeznaczyłaby powyżej 10 tys. dolarów właśnie na samochód.

Majątni Polacy na samochody premium wydają ponad połowę wszystkich kwot przeznaczanych na dobra luksusowe, czyli – jak wynika z raportu KPMG „Rynek dóbr luksusowych w Polsce” – ok. 8,5 mld zł z 16,4 mld dedykowanych konsumpcji. W samym roku 2016 zarejestrowano w Polsce niemal 52 tys. prestiżowych pojazdów, a samochodów najdroższych marek, np. Bentley lub Porsche, ok. 100. Aut z najwyższej półki będzie w Polsce stale przybywać – także dlatego, że nad Wisłą ciągle rośnie liczba osób z ponadprzeciętnymi dochodami. W 2016 r. tych, którzy zarabiają ponad 7,1 tys. brutto, było już ponad milion, a najbogatszych – posiadających aktywa płynne w kwocie wyższej niż milion dolarów – ok. 41,5 tys. W przeprowadzonym niedawno badaniu Deutsche Bank, aż 16 proc. zamożnych Polaków przyznało, że pieniądze z kredytu przeznaczyłoby właśnie na samochód. – Takie rozwiązanie umożliwia szybki zakup upatrzonego modelu i nie wymaga uwalniania środków zamrożonych na przykład w produktach inwestycyjnych – mówi Waldemar Jarek z Dep. Produktów Kredytowych Deutsche Bank Polska. Osoby o ponadprzeciętnych dochodach mają stabilną sytuację finansową, nie mają więc obaw przed zaciąganiem dodatkowych zobowiązań – dodaje.

Cena to nie wszystko

Ale co tak naprawdę oznacza w naszym kraju zakup auta z najwyższej półki? Jak wynika z raportu KPMG, dla 84 proc. osób z nad Wisły luksus jest niezmiennie synonimem niezawodności i najwyższej jakości, a zamożny Polak uważa za samochód ekskluzywny taki, który kosztuje nie mniej niż 215 tys. zł.

Nie każdy drogi pojazd jest jednak automatycznie uważany za luksusowy – dla nabywców dóbr z najwyższej półki coraz częściej na równi z ceną liczy się jego unikatowość. Zwłaszcza kiedy trudno takie auto zdobyć, mimo posiadania odpowiednich środków. Także dlatego coraz większą popularnością na świecie cieszą się usługi tuningowania samochodów luksusowych – za dodatkową (niemałą) opłatą właściciel seryjnego BMW, Ferrari, Aston Martina lub Lamborghini może mieć auto „skrojone na miarę” i z pewnością niepowtarzalne, np. z wyjątkowym wyposażeniem lub ekskluzywnym wnętrzem.

Z kolei kalifornijska firma motoryzacyjno-marketingowa Autobytel.com co roku tworzy listę najdroższych aut, które właśnie trafiły na rynek. Tym razem na czele zestawienia takich kosztownych pojazdów pojawiły się Rolls-Royce Ghost EWB Sedan za prawie 1,2 mln zł, kosztujący 875 tys. zł Bentley Flying Spur W12 S oraz Mercedes-Benz AMG S65 RWD Sedan (811 tys. zł). Wartość tych pojazdów błędnie jednak wobec samochodu uznanego w tym roku za najdroższe motoryzacyjne cacko na świecie. Wyprodukowany na zamówienie Koenigsegg CCXR Trevita kosztuje, bagatela, 4,8 mln dolarów (17,2 mln zł), a cenę zawdzięcza m.in. lakierowi, do którego wykończenia wykorzystano autentyczny diamentowy pył.

Nie znaczy to jednak wcale, że tylko najbogatszych stać na luksusowe samochody. Coraz częściej, także w Polsce, za kierownicą aut premium siadają klienci średnio zamożni. Wielu z nich oszczędza z myślą o wymarzonym pojeździe lub bierze w tym celu kredyt. Z roku na rok rośnie też liczba osób, które decydują się wziąć je w leasingu. Aż 98 proc. takich transakcji jest zawieranych na przedsiębiorstwo, bo – jak zauważyli autorzy raportu przygotowanego przez spółkę InfoCredit – służbowy samochód to jedna z form wynagrodzenia dla kadry wyższego szczebla albo swoista nagroda, jaką sprawia sobie odnoszący sukcesy biznesmen. Nic dziwnego, że ta forma finansowania pojazdu okazuje się coraz bardziej atrakcyjna: przy 15-procentowej wpłacie własnej i umowie na trzy lata za samochód o wartości ok. 130 tys. brutto, miesięczna rata nie powinna przekroczyć 1,5 tys. zł netto, a za leasing na podobnych warunkach auta kosztującego ok. 160 tys. zł brutto zapłacimy plus minus dwa tysiące zł.

Zamożni nabywcy mają też do wyboru kupno używanego luksusowego auta (jedno z najpopularniejszych w zestawieniach za ten rok, to Porsche Cayenne z 2009 r. za ok. 15 tys. dolarów) albo skorzystanie z usług przedsiębiorstwa wypożyczającego pojazdy premium. Globalny rynek w tym ostatnim segmencie – jak wskazuje tegoroczne badanie firmy Zion Market – będzie wart w 2022 r. już ok. 23 mld dolarów.

Nagroda dla zwycięzcy

Ludzie bogaci są skłonni wydawać na drogie samochody i nieruchomości tym większe sumy, im większymi czują się zwycięzcami. Dowodzą tego naukowcy z uniwersytetów w Cambridge, Oxfordzie i Wiedniu oraz London Business School. Autorzy opracowania poprosili 166 mężczyzn, by grali przeciwko sobie w parach w klasyczną komputerową grę Tetris, a po każdej zakończonej rundzie wirtualnie licytowali różne przedmioty. Okazało się, że ci, którzy wygrywali, byli gotowi płacić za identyczne towary nawet 120 proc. więcej niż ich pokonani rywale. Być może wiele jest zatem prawdy w powiedzeniu, że zwycięzca bierze wszystko.

Źródło: Deutsche Bank