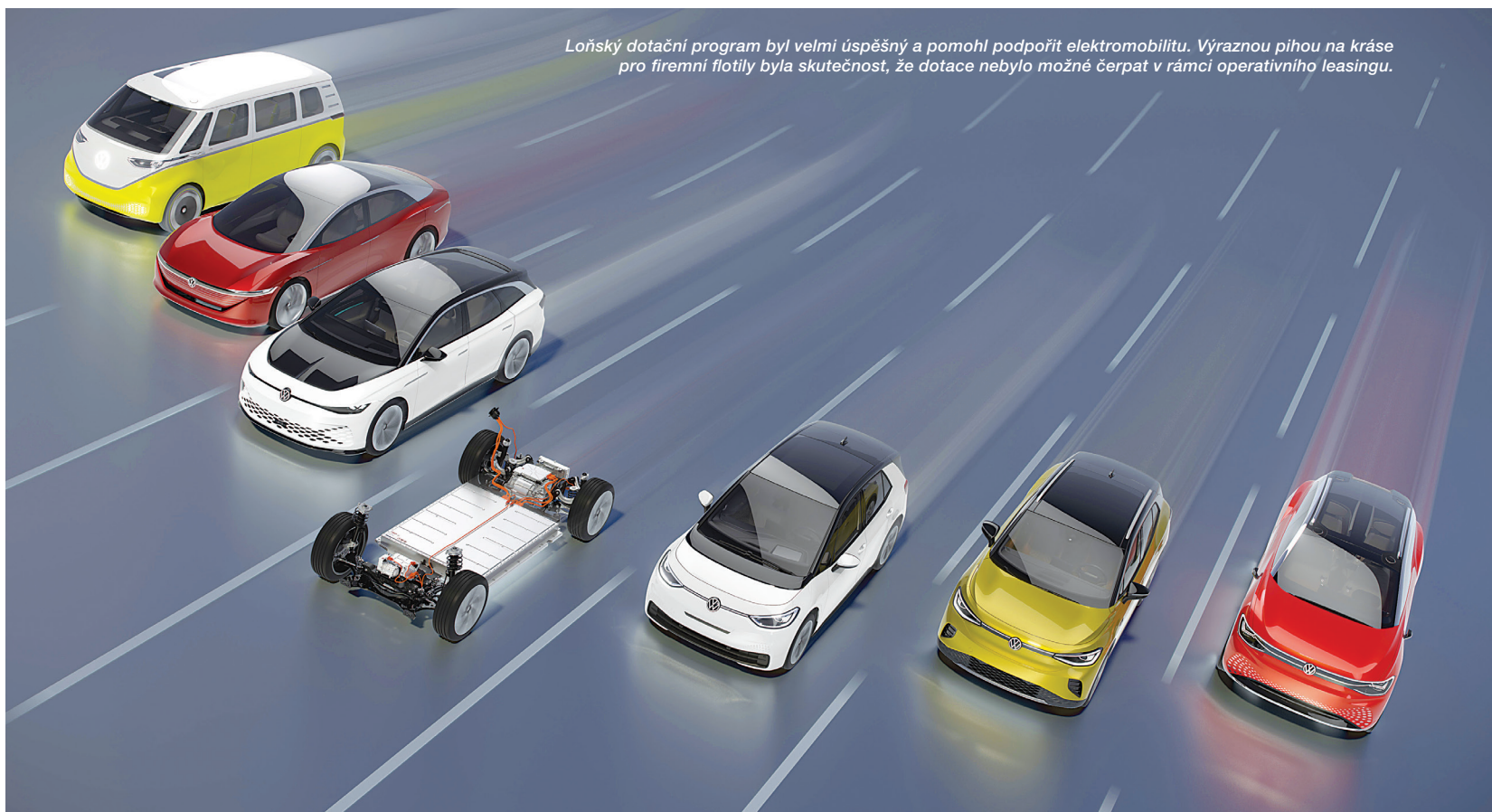


Firemní zákazníci jsou konzervativní! Pro evropské značky je to výhoda

Zatímco automobilovým průmyslem momentálně hýbe otázka, zda, respektive nakolik a jak rychle si čínští producenti podmaní i evropský trh a zda evropští výrobci zachytí technologický náskok Číňanů v elektromobilitě, firemní zákazníci zatím zůstávají spíše konzervativní. To zatím nahrává tradičním evropským výrobcům vozidel.

Loňský dotační program byl velmi úspěšný a pomohl podpořit elektromobilitu. Výraznou píhou na kráse pro firemní flotily byla skutečnost, že dotace nebylo možné čerpat v rámci operativního leasingu.



Pro minulý rok byl z pohledu rozvoje elektromobility v ČR zásadní rozjezd poměrně masivních dotací. Ten si v konečném součtu vedl nad očekávání dobře.

Zda to bylo i tím, že mnoho zájemců o elektromobil svůj nákup odkládalo právě kvůli dopředu avizovanému spuštění do-

tačního programu, je v konečném důsledku irelevantní.

Češi, ale nejen oni zkrátka všemožné dotace, úlevy či pobídky milují, a i proto byl tento program předčasně ukončen z důvodu vyčerpání cílové částky již v říjnu 2024, ačkoliv původně měl běžet až do září 2025.

Dotace ano. Ale bez operativního leasingu?

Jakkoliv zde tedy můžeme hovořit o velkém úspěchu, tak z pohledu firemního zákazníka, který pro pořízení vozidla využívá operativní leasing, se jednalo naopak o ne



Automobilové značky dále ve velkém uvádějí na trh nové modely, které nepočítají s čistě elektrickým pohonem. Kromě Subaru Forestera jmenujme například CUPRU Terramar, Dacii Bigster, Mitsubishi Outlander, Škodu Kodiaq či Superb nebo VW Tayron.

zcela zdařile nastavený program. A to z důvodu, že tento druh financování byl z programu vyjmut, což považuji za mimořádně nešťastné. I některé další požadavky a zvolené schéma podpory vyvolávaly rozpaky.

Zákazníci využívající operativní leasing si tak pomyslně museli na získání dotace nechat zajít chuť a vše řešit standardní komerční cestou.

Proč je o elektromobily jen vlažný zájem?

Podíváme-li se na obecné statistiky prodeje elektrických vozidel, tak je zjevné, že jejich prodeje rostou, avšak výrobci často prezentované obří dvou- až třiciferné procentní nárůsty je potřeba vnímat v kontextu základny, ze které tato čísla vycházejí.

To samé pak platí i o nárůstu počtu elektrických vozidel ve firemních flotilách i u samotných leasingových společností.

Pokud jsou základnou pro růst vysoké desítky až stovky elektrických vozidel v celkovém portfoliu čítající tisíce až desetitisíce vozidel, pak jde procentuálně o nárůst jistě zajímavý, ale z pohledu absolutních čísel stále ještě zanedbatelný.

Velkou roli zde také hrají nově přenastavená pravidla v car policy, zejména nadnárodních firem, které již mnohdy vyžadují minimální procento elektrických vozidel v rámci všech nově pořizovaných vozidel do svého vozového parku.

Firemní zákazník a zejména pak z řad ryze českých společností, který není svázán di-

ktivně upravenými pravidly, se ale řídí primárně nákladovostí versus užitná hodnota, nepříliš ochotně dělá unáhlené změny v zaběhlých systémech, a pokud ano, chce mít určitou jistotu, že se mu případná změna skutečně po všech stránkách vyplatí.

Samozřejmě existují výjimky, ale primární roli při rozhodování o nákupu firemního vozidla hrají skutečně jeho reálné náklady. A to jak na jeho pořízení, včetně vyhlídky na rozumnou tržbu z následného prodeje, tak na provoz. Vzhledem k tomu, že komerční firmy jsou z povahy věci zakládány především za účelem tvorby zisku, to však není až tak překvapivé. Jsou samozřejmě i společnos-

ti a instituce, které sledují vyšší, nefinanční cíle, ale to jsou spíše výjimky.

Tímto se asi nejjednodušeji dostaneme k odpovědi, proč elektromobily zatím nehrají ve firemních vozových parcích významnější roli a proč se s nimi ani ve větší míře nepočítá v blízkých plánech nákupů.

Co stále brání masivnímu rozvoji elektromobility?

Vnímáme, že firmy nejvíce odrazují zatím stále ještě vysoké pořizovací ceny a proti tomu naopak nízké zůstatkové ceny při odprodeji vozidla, nezkušenost s provozem



V rámci dobíjecí infrastruktury se Česká republika se svými necelými pěti vozidly na jeden dobíjecí bod řadí ke špičce. Tuto statistiku pozitivně ovlivňuje nízký počet registrovaných elektromobilů.



Svět firemní mobility, tak jak jsme ho znali doposud, končí. Změnu lze nazvat revolucí.

elektromobilů a obavy z nedostatku dobíjecí infrastruktury. K tomu se pak často přidávají i nepříliš povzbudivé ohlasy ze strany samotných zaměstnanců, kteří jsou ovšem velmi konzervativní i v případě pouhé změny značky vozidla, natož pak typu pohonu.

Zároveň je však vidět, že nechybí chuť si elektromobily či plug-in hybridy vyzkoušet alespoň v menším počtu a otestovat si je v reálném provozu. V celkových podílech nákupu všech vozidel se však i v nejbližší době bude jednat pouze o nízké jednotky procent vozidel, jakkoliv jsou nám již několik let po sobě prezentovány zcela opačné prognózy.

Výrobci vozidel jsou pak pod hrozbou zvyšujících se pokut za překročení svých flotilových emisních cílů nuceni upravovat nabídku tak, aby oslovila co největší škálu zákazníků. Tím ale opět vzniká jakýsi začarovaný kruh, kdy díky nutnosti vyšších prodejů nízkemisních vozidel mizí z nabídek automobilek některé oblíbené motorizace nebo se neúměrně zvyšuje jejich cena a na firmy je tak skrytě vyvíjen tlak na změnu poptávky.

Rostoucí role operativního leasingu

Zajímavý bude i vliv vývoje splátek operativního leasingu jako stále oblíbenější formy pořízení a provozu vozidel u firemních zákazníků. Leasingové splátky jsou zároveň i nejlepším identifikátorem poměru cena/užitek mezi jednotlivými typy i značkami

vozidel. Při plném operativním leasingu se všemi službami totiž pokrývají veškeré náklady na dané vozidlo v rámci dané délky leasingu, která v průměru činí kolem 40 měsíců.

Často z některých zdrojů slyšíme, že leasingové společnosti poskytující operativní leasing dostatečně nepodporují nákup elektromobilů, protože jejich splátky jsou vyšší než na obdobná vozidla s konvenčními motory. Toto je ale poněkud zavádějící, protože jak již bylo výše uvedeno, leasingová splátka odráží reálné očekávané náklady, které obvykle daný poskytovatel leasingu garantuje.

Pomineme-li pro zjednodušení finanční část splátky, kde bude výše úroku v daném období shodná pro jakýkoliv typ vozidla se stejnou cenou, pak největší podíl bude tvořit amortizace vozidla, tedy rozdíl mezi jeho pořizovací a zůstatkovou cenou. A v tom je právě největší problém. Trh s ojetými elektrickými vozidly je zejména v České republice teprve v samých začátcích s minimálním procentním zastoupením na prodejích, takže je k nim přistupováno s větší mírou konzervatismu a zkušenosti s vývojem zůstatkových cen elektromobilů ze zahraničí zatím naopak nabádají k ještě vyšší obezřetnosti.

Zlevní operativní leasing?

Zaznívají rovněž hlasy, že zlevňováním elektromobilů dojde ke snížení jejich splátek. To je na první pohled velmi logický

předpoklad. Avšak případným snižováním prodejních cen nových elektromobilů při současném skokovém zvýšení jejich efektivity oproti předchozím generacím dojde rovněž i ke snižování jejich cen na sekundárním trhu. O to větší tlak naopak bude na ceny technologicky již zastaralejších elektromobilů, které půjdou do nabídky jako již například čtyři roky používané. A to jsou právě ta rizika, která musí být promítnuta do současných leasingových splátek. Proto bych se v tomto ohledu vyvaroval příliš ukvapených závěrů.

Jako velmi zavádějící také vidím jednostranně interpretované statistiky, a proto





bych určitě nekřepčil z aktuálních statistik nárůstu počtu prodaných elektromobilů v bazarech a postupného snižování jejich prodejní ceny.

Z pohledu kupujících, hledajících co nejlevnější ojeté elektrické vozidlo, je to jistě úžasná zpráva. Méně pak už z pohledu zákazníka, který si chce obdobné vozidlo pořídit jako nové s co nejnižší garantovanou měsíční splátkou. Jak již bylo uvedeno výše, nejvýznamnější dopad na výslednou splátku vozidla bude mít jak prodejní cena nového vozidla, tak očekávaná zůstatková cena vozidla. A ta bude muset v očekávání dalšího poklesu cen a rostoucí nabídky na trhu za

několik let reflektovat právě nižší zůstatkové ceny, tedy vyšší amortizaci vozidla a tedy i vyšší měsíční splátku.

Revoluce firemní mobility právě začala

Firmy obvykle uvádějí, že v případě, kdy elektromobil splní veškeré jejich požadavky na vlastnosti, respektive provoz firemního vozidla a zároveň jeho cena bude na úrovni vozidel se spalovacím motorem, nemají s pořízením elektromobilů žádný problém.

Bez ohledu na velikost či původ firmy je jisté, že svět firemní mobility, tak jak jsme

ho znali doposud, prochází zcela zásadní přeměnou. Nejvíce z takové přeměny vytěží ti nejflexibilnější, kteří se budou umět včas a správně zorientovat v aktuálních možnostech, které jim bude trh nabízet.

Bez evropských automobilek?

Zda po revoluční přeměně firemní mobility budou ještě hrát dominantní roli evropské automobilky, už však není tolik v rukách manažerů a majitelů firem, ale v rukách zákonodárců a regulátorů, kteří musí zajistit evropskému autoprůmyslu takové podmínky, které svým zákazníkům připraví konkurenčně zajímavější nabídky než zbytek světa, především pak Čína.

Firemní zákazníci zatím zůstávají spíše konzervativní. To zatím nahrává tradičním evropským výrobcům vozidel.



Spoluautor článku Jan Jandečka ze společnosti Fleet Consulting Group, foto archiv