

Firmowe auta w czas kryzysu nie jadą już tak szybko

Agata Hernik (Puls Biznesu wyd. 2712, s. 40)

W branży leasingu i zarządzania flotą czuć pewne spowolnienie. Ale nie towarzyszy mu nadmierny pesymizm. Zwłaszcza że "spowolnienie" wciąż oznacza dwucyfrowy wzrost.

Najbardziej popularny sposób finansowania samochodów firmowych to nadal leasing — bardziej powszechny jest jedynie zakup ze środków własnych. Im większe przedsiębiorstwo, tym chętniej decyduje się na wynajem długoterminowy, obejmujący leasing floty i jednocześnie zarządzanie nią przez firmę zewnętrzną. Szefowie firm zajmujących się leasingiem dostrzegają, że rynek wymusza coraz większą specjalizację usług i ich ewolucję w kierunku wynajmu długoterminowego. Natomiast przedsiębiorstwa car fleet management (CFM) dostrzegają nacisk klientów na ograniczanie kosztów i zainteresowanie coraz bardziej specjalistycznymi narzędziami zarządzania flotą.

Dostawczaki góraj

Według Barometru CVO, badania wykonywanego cyklicznie w niemal całej Europie przez niezależną instytucję ekspercką Corporate Vehicle Observatory, struktura przeciętnej floty firmowej w Polsce znacznie się różni od flot w innych krajach UE. U nas lwią część firmowych aut stanowią samochody dostawcze do 3,5 tony — w korporacjach, gdzie jest resztą ich najmniej, stanowią średnio jedną trzecią floty, w firmach zatrudniających do 10 osób jest ich ponad dwie trzecie.

— Uważam, że ten stan jest pochodną naszej gospodarki. Samochód dostawczy pełni nie tylko oczywistą transportową rolę, ale często służy w polskich firmach jako auto dla handlowca, a nawet czasem reprezentacyjne — dla prezesa. W krajach "starej" Unii przedsiębiorców kierujących nawet bardzo małą firmą częściej stać na kupno więcej niż jednego pojazdu — tłumaczy Andrzej Olszewski, prezes TNS OBOP — firmy realizującej badanie w Polsce.

W polskich przedsiębiorstwach jeżdżą też starsze samochody niż w Unii. Średni wiek auta firmowego to sześć i pół roku, podczas gdy średnia europejska to niecałe pięć lat. Kolejną cechą wyróżniającą rodzime parki samochodowe jest ich proekologiczność, ale rozumiana przez pryzmat oszczędności — dążąc do ograniczenia wydatków na paliwo, firmy wprowadzają do flot auta napędzane gazem LPG.

Leasing wciąż na topie

Środki transportu, a wśród nich głównie samochody osobowe, wciąż są dla całej branży leasingowej kurą znoszącą złote jajka. Jak wynika z danych zebranych przez Związek Polskiego Leasingu przez pierwsze sześć miesięcy tego roku przekazano do użytkowania przedmioty leasingu o wartości 17,9 mld złotych. Z tego 91 proc. to ruchomości, gdzie oddano do użytkowania środki o wartości 16,2 mld zł. (o 15,6 proc. więcej niż w tym samym czasie w zeszłym roku). Rynek leasingu samochodów osobowych wzrósł w pierwszym półroczu aż o 30 proc. — do 10,5 mld zł. netto.

— Pojazdy stanowią jedno z podstawowych narzędzi pracy, a leasing jako zewnętrzne źródło finansowania cieszy się dużym zainteresowaniem polskich przedsiębiorców. Jestem przekonany, że w ciągu najbliższych lat sytuacja się nie zmieni i będziemy mieli do czynienia z pozytywną dynamiką tego segmentu rynku usług finansowych — prognozuje Radosław Woźniak, dyrektor zarządzający w Europejskim Funduszu Leasingowym.

Specjaliści zwracają uwagę, że klienci firm leasingowych coraz częściej pytają o dodatkowe usługi, jak szersza oferta ubezpieczeń albo karty paliwowe. Stąd prognozy, że usługi leasingodawców będą ewoluować w kierunku tych oferowanych dziś przez firmy CFM. Nie bez znaczenia jest też znów rosnące zainteresowanie autami zza zachodniej granicy.

— Z uwagi na dużą liczbę pojazdów z importu, jak i częste korekty cen pojazdów z rynku wtórnego, klienci coraz częściej rezygnują z opcji wykupu samochodu po zakończeniu umowy

leasingu. Dlatego też, jak sądzę, obserwujemy coraz większe skupienie uwagi leasingobiorców na takich usługach, jak wynajem długoterminowy i full service leasing — zauważa Marek Mirecki, dyrektor departamentu Pojazdów VB Leasing Polska SA.

Rosnące wymagania

Przedsiębiorstwa, które zdecydowały się na powierzenie zarządzania swoją flotą firmie zewnętrznej, liczą na rozbudowę zakresu świadczeń. Coraz częściej życzą sobie raportów menedżerskich i chcą mieć internetowy dostęp menedżerów flot do danych o firmowych samochodach.

— Obserwujemy także poszukiwanie rozwiązań stabilizujących parametry oferty w dłuższym czasie. Intencją klientów jest uniknięcie sytuacji, w której firma zaoferuje doskonałe warunki na początku współpracy, by później wycofać się z nich w kolejnych dostawach — dodaje Grzegorz Czarnecki, dyrektor pionu sprzedaży korporacyjnej w Masterlease Polska.

Tempo wzrostu rynku CFM konsekwentnie utrzymuje się na poziomie przekraczającym 20 proc. rocznie. Mimo skokowego rozwoju całej branży wciąż nam daleko do krajów "starej" Unii, gdzie firmy CFM obsługują około 40 proc. aut firmowych. Tego typu usługi mają więc tak duży potencjał rozwoju, że wzrost wydaje się na razie niezagrażony. Co nie znaczy, że same usługi nie ewoluują.

— Najwyraźniejszym kierunkiem rozwoju sektora CFM jest coraz silniejsze dążenie do pełnego outsourcingu, czyli przejmowania od klientów części zasobów ludzkich, odpowiedzialnych za zarządzanie flotą. Dotyczy to także przekazywania firmie CFM wszystkich decyzji w wyborze komponentów kontraktu za zryczałtowaną kwotę w okresie umowy, jednak pod warunkiem zachowania pełnej mobilności oraz bezpieczeństwa — tłumaczy Sławomir Wontrucki, prezes LeasePlan Fleet Management i członek zarządu Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów.

Kryzys niestraszny

Według analityków kryzys na amerykańskiej giełdzie i niepewne nastroje w gospodarce raczej nie zagrażą ani leasingowi, ani CFM.

— Polska gospodarka jest bardziej powiązana z gospodarką europejską niż amerykańską, dlatego nie spodziewam się drastycznych skutków kryzysu w Polsce — mówi Leszek Pomorski, wiceprezes ING Car Lease Polska i prezes Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów.

Zdaniem naszego rozmówcy, dużo zależy od rządu i banków — rzetelne informacje i rozsądnie podejmowane działania są w stanie zapobiec panice, która groziłaby powtórką z kryzysu lat 30. ubiegłego stulecia.

— O ile niektóre sektory polskiej gospodarki z pewnością odczują skutki amerykańskiego kryzysu, o tyle spadek rozwoju w branży CFM nie będzie duży. Zamiast prognozowanych 25 proc., będzie to wzrost na poziomie 15-20 proc. Klienci, którzy poznali zalety CFM, nadal z tych usług będą korzystać. Wątpliwości mogą się ewentualnie pojawić wśród części potencjalnych klientów, którzy teraz pewnie częściej zadadzą sobie pytanie, czy inwestować już teraz, czy poczekać na lepsze czasy — wyjaśnia Leszek Pomorski.

— Kryzys na rynku kredytów konsumenckich typu subprime w USA oraz w zachodniej Europie nie przekłada się bezpośrednio na polską branżę leasingową. Finansujemy zupełnie inne aktywa, a klientem docelowym są przedsiębiorstwa funkcjonujące na zdrowych zasadach i — co najważniejsze — wykazujące się zdolnością do obsługi zadłużenia. Co prawda w roku ubiegłym rynek leasingu wzrósł o ponad 50 proc., a w tym dynamika wyniesie najprawdopodobniej około 10 proc., ale będzie to głównie wynikiem przejściowego osłabienia branży transportowej, a nie światowego kryzysu — uspokaja Radosław Woźniak.