

ROLA SAMOCHODÓW FIRMOWYCH W SEKTORZE MŚP

Raport dla przedstawicieli mediów

Szanowni Państwo,

Przekazujemy Państwu raport prezentujący wyniki kolejnego badania zrealizowanego przez Instytut Keralla Research na zlecenie Carefleet S.A., dotyczący preferencji przedsiębiorców z sektora MŚP w odniesieniu do samochodów służbowych.

Tym razem zapytaliśmy przedstawicieli mikro, małych i średnich podmiotów gospodarczych o to, jaką rolę samochody służbowe pełnią w reprezentowanych przez nich firmach. Wyniki badania prezentujemy w ujęciu ogólnym, a także z uwzględnieniem takich kryteriów, jak wielkość przedsiębiorstwa (mikro, małe, średnie) oraz branża (produkcja, usługi, budownictwo, HoReCa, transport, handel).

Zważywszy na fakt, iż firmy z sektora MŚP stanowią 99 proc. wszystkich podmiotów gospodarczych funkcjonujących w Polsce, mamy nadzieję, że przekazane przez nas informacje spotkają się z Państwa zainteresowaniem i będą stanowić przydatny materiał wyjściowy do przygotowania ciekawych publikacji na temat potrzeb małych i średnich przedsiębiorstw w aspekcie firmowych flot pojazdów.

01

UJĘCIE OGÓLNE

W sektorze MŚP firmowe auto to przede wszystkim narzędzie pracy.

02

WIELKOŚĆ FIRMY

Najmniejsze firmy poszukują samochodów uniwersalnych.

03

BRANŻA

Wizerunek istotny dla przedsiębiorstw transportowych. Handel i HoReCa dostrzegają motywacyjną rolę aut!

04

O BADANIU

O CAREFLEET S.A.

W sektorze MŚP firmowe auto to przede wszystkim narzędzie pracy.

Jak wynika z badania zrealizowanego na zlecenie Carefleet S.A., dla 93,2 proc. firm z sektora MŚP **samochód służbowy to przede wszystkim narzędzie pracy**. Mikro, mali i średni przedsiębiorcy coraz częściej zwracają również uwagę na **wizerunkowe aspekty firmowej floty**, która może świadczyć np. o dobrej kondycji finansowej przedsiębiorstwa (48,7 proc. wskazań). Dla 33 proc. przedstawicieli firm z sektora MŚP **służbowe auto pełni ponadto funkcję pozapłatowego benefitu**, który dodatkowo motywuje pracowników. Z kolei nieco ponad 35 proc. respondentów deklaruje, że w ich firmach samochód jest narzędziem podkreślającym status pracownika - im wyższe stanowisko, tym lepsze auto.

Jaką rolę spełniają samochody służbowe w Pani / Pana firmie?

UJĘCIE OGÓLNE

	ZDECYDOWANIE TAK	RACZEJ TAK	RACZEJ NIE	ZDECYDOWANIE NIE	TRUDNO POWIEDZIEĆ
● SŁUŻBOWE AUTO TO PRZED E WSZYSTKIM NARZĘDZIE PRACY	67,6%	25,6%	3,9%	0,5%	2,4%
● FLOTA JEST JEDNYM Z ELEMENTÓW WIZERUNKU FIRMY	21,1%	27,6%	13,1%	29,6%	8,6%
● SŁUŻBOWE AUTO PODKREŚLA STATUS PRACOWNIKA	19,5%	16,4%	20,5%	35,1%	8,5%
● SŁUŻBOWE AUTO TO ATRAKCYJNY DODATKOWY MOTYWATOR	18,7%	15,1%	24,2%	36,9%	5,1%

Źródło: Badanie Instytutu Keralla na zlecenie Carefleet S.A., IVQ2016



Dla przedsiębiorców z sektora MŚP firmowy samochód to przede wszystkim narzędzie pracy - najważniejsze, aby był funkcjonalny i ekonomiczny. Przedstawiciele mikro, małych i średnich firm coraz częściej zauważają również, że służbowe auto może być elementem budowania wizerunku marki. Z tego powodu w grupie tej sukcesywnie rośnie zainteresowanie pojazdami klasy premium, które są jasnym komunikatem na temat dobrej kondycji finansowej przedsiębiorstwa, a także samochodami z napędami alternatywnymi.auta hybrydowe i elektryczne wybierają przede wszystkim firmy, które chcą się pozycjonować jako innowacyjne i proekologiczne. Samochody nieoczywiste w biznesie, takie jak np. Mini Cooper, to z kolei doskonały sposób na zakomunikowanie kreatywności i nieszablonowego myślenia decydentów firmy, np. w branży reklamowej.

Ilona Ochędusko, Zastępca Dyrektora Account Management w Carefleet S.A.

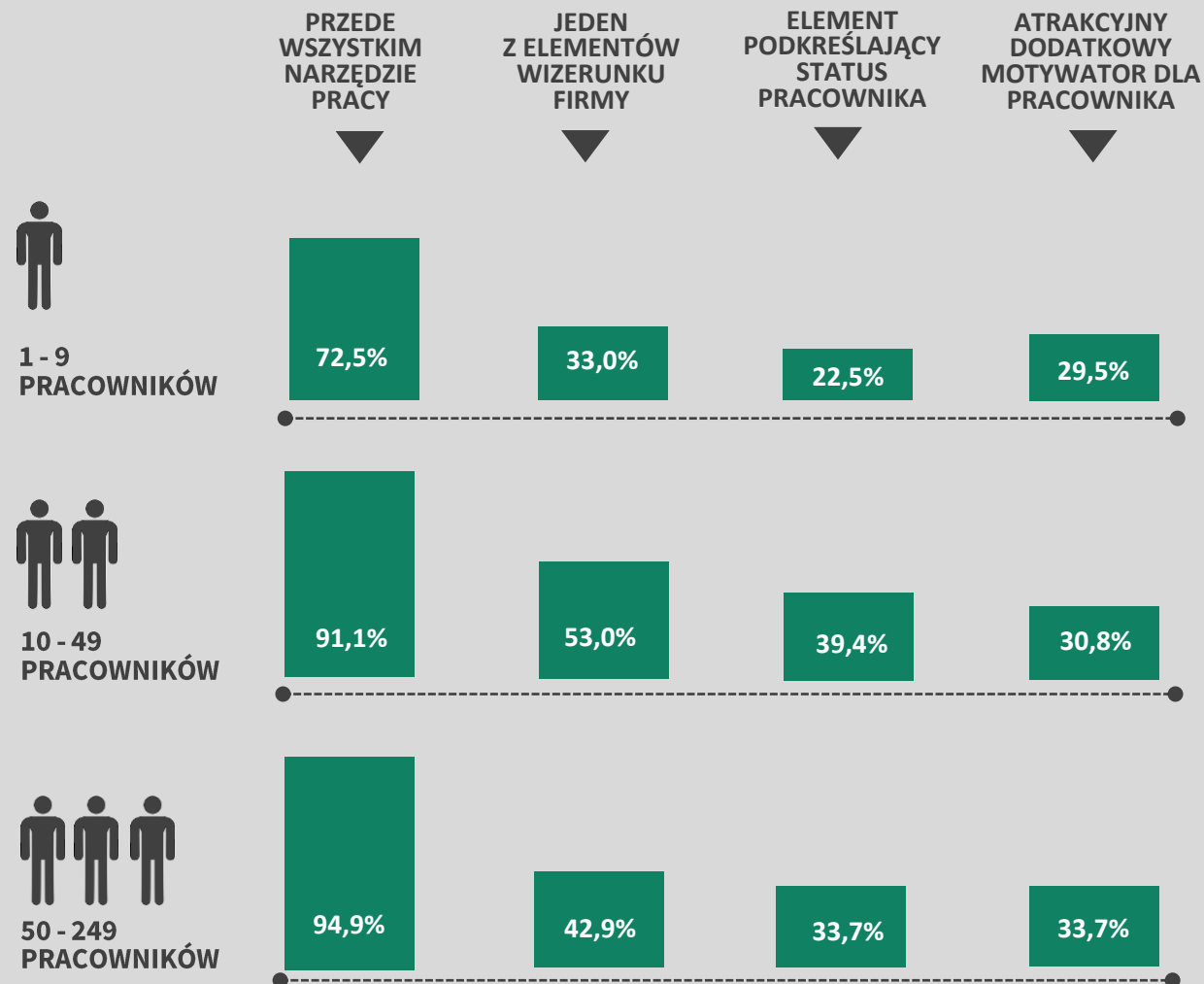
Najmniejsze firmy poszukują samochodów uniwersalnych.

Analiza wyników badania uwzględniająca podział firm na mikro, małe i średnie podmioty uwidacznia jedynie nieznaczne rozbieżności w postrzeganiu roli samochodu służbowego w sektorze MŚP.

Warto jednak zauważyć, że przedstawiciele najmniejszych firm, rzadziej niż reprezentanci małych i średnich przedsiębiorstw postrzegają samochód służbowy przede wszystkim jako **narzędzie pracy**. Z kolei w małych firmach, częściej niż w mikro i średnich, auta traktowane są jako jedno z narzędzi **budowania wizerunku firmy** oraz **element podkreślający status pracownika**.

Najmniejsze firmy częściej poszukują aut uniwersalnych, przeznaczonych nie tylko do pracy. W korporacjach i dużych przedsiębiorstwach każdy z samochodów pełni ściśle określoną funkcję. Inne auta wybierane są dla członków zarządu, inne dla kadry menedżerskiej, a jeszcze inne np. dla przedstawicieli handlowych. Podobnie sytuacja wygląda w średnich flotach. Przedsiębiorcy, którzy posiadają jeden lub dwa firmowe samochody, poszukują kompromisu nie tylko pomiędzy autem funkcjonalnym i reprezentacyjnym, ale często również rodzinnym. Wynika to z faktu, iż samochody te wykorzystywane są przez właścicieli firm nie tylko do celów biznesowych, ale również do użytku prywatnego.

Ilona Ochęduszko, Zastępca Dyrektora Account Management w Carefleet S.A.



Źródło: Badanie Instytutu Keralla na zlecenie Carefleet S.A., IVQ2016

Wizerunek istotny dla przedsiębiorstw transportowych. Handel i HoReCa dostrzegają motywacyjną rolę aut!

Przedstawiciele firm transportowych znacznie częściej niż ankietowani z innych branż zwracają uwagę na **wizerunkową rolę floty**. Ponad 63 proc. reprezentantów przedsiębiorstw transportowych wskazało ten aspekt jako istotny w wyborze służbowych samochodów. Dla porównania, na kwestie wizerunkowe uwagę zwraca 46,2 proc. respondentów z branży produkcyjnej, 44,3 proc. z branży usługowej i 43,4 proc. z branży budowlanej.

Z kolei przedsiębiorcy z branży HoReCa znacznie rzadziej niż reprezentanci innych podmiotów deklarują, iż auta w ich firmach **pełnią funkcję przede wszystkim narzędzi pracy** (niecałe 60 proc. ankietowanych). Podkreślają natomiast motywacyjną rolę służbowych samochodów, w czym podobni są do przedstawicieli firm handlowych.

Samochód jako jeden z elementów podkreślających status pracownika to cecha wskazywana częściej przez przedsiębiorców z firm handlowych niż budowlanych oraz hoteli. Podobnie pojazd w firmie postrzegają badani pracujący w branży transportowej, co różni ich od przedsiębiorstw budowlanych



PRODUKCJA

94,6% PRZEDE WSZYSTKIM NARZĘDZIE PRACY

46,2% JEDEN Z ELEMENTÓW WIZERUNKU FIRMY

30,1% ATRAKCYJNY DODATKOWY MOTYWATOR

29,6% PODKREŚLENIE STATUSU PRACOWNIKA



BUDOWNICTWO

88,0% PRZEDE WSZYSTKIM NARZĘDZIE PRACY

43,4% JEDEN Z ELEMENTÓW WIZERUNKU FIRMY

20,5% PODKREŚLENIE STATUSU PRACOWNIKA

18,1% ATRAKCYJNY DODATKOWY MOTYWATOR



TRANSPORT

84,5% PRZEDE WSZYSTKIM NARZĘDZIE PRACY

63,8% JEDEN Z ELEMENTÓW WIZERUNKU FIRMY

44,8% PODKREŚLENIE STATUSU PRACOWNIKA

29,3% ATRAKCYJNY DODATKOWY MOTYWATOR



USŁUGI

86,4% PRZEDE WSZYSTKIM NARZĘDZIE PRACY

44,3% JEDEN Z ELEMENTÓW WIZERUNKU FIRMY

38,6% PODKREŚLENIE STATUSU PRACOWNIKA

26,4% ATRAKCYJNY DODATKOWY MOTYWATOR



HORECA

59,7% PRZEDE WSZYSTKIM NARZĘDZIE PRACY

40,3% ATRAKCYJNY DODATKOWY MOTYWATOR

35,1% JEDEN Z ELEMENTÓW WIZERUNKU FIRMY

23,4% PODKREŚLENIE STATUSU PRACOWNIKA



HANDEL

85,7% PRZEDE WSZYSTKIM NARZĘDZIE PRACY

51,8% ATRAKCYJNY DODATKOWY MOTYWATOR

48,2% PODKREŚLENIE STATUSU PRACOWNIKA

35,7% JEDEN Z ELEMENTÓW WIZERUNKU FIRMY

Źródło: Badanie Instytutu Keralla na zlecenie Carefleet S.A., IVQ2016

Carefleet S.A. jest jedną z wiodących polskich firm specjalizujących się w długoterminowym wynajmie floty pojazdów (Car Fleet Management). Spółka powstała w 2004 roku poprzez wydzielenie istniejącego w Europejskim Funduszu Leasingowym (od roku 2001) Departamentu Car Fleet Management. Obecnie w Polsce zarządza flotą ponad 13 000 pojazdów. Posiada oddziały w pięciu miastach (Wrocław, Warszawa, Poznań, Katowice, Gdańsk). Carefleet S.A. należy do Grupy Crédit Agricole, obecnej w 59 krajach świata.

O Carefleet S.A.

Skaner MŚP, realizowany przez Instytut Keralla Research, to projekt badań prowadzonych wśród mikro, małych i średnich przedsiębiorstw od 2009 roku. Próba jest ogólnopolska, reprezentatywna, wynosi N = 600. Błąd pomiaru +/- 4 proc., poziom ufności 95 proc. Próba oddaje strukturę firm MŚP; badanie uwzględnia reprezentację firm mikro – zatrudniających do 9 osób. W badaniu biorą udział wyłącznie firmy prywatne, prowadzące aktywną działalność zarobkową (wyłączony z badań jest sektor publiczny, firmy państwowe, podmioty w stanie zawieszenia lub upadłości likwidacyjnej, fundacje, stowarzyszenia, organizacje pożytku publicznego itp.). Respondentami są osoby odpowiedzialne lub współodpowiedzialne za zarządzanie firmą.

O badaniu

Szanowni Państwo,

Jeśli tematyka dotycząca firmowych flot pojazdów jest zbieżna z obszarem Państwa zawodowych zainteresowań, zapraszamy do kontaktu. Jako jedna z czołowych polskich firm specjalizujących się w wynajmie długoterminowym samochodów, doskonale znamy potrzeby przedsiębiorców w zakresie samochodów służbowych. Wiedza naszych Ekspertów oparta jest na trzynastoletnim doświadczeniu w obsłudze zarówno korporacji i dużych przedsiębiorstw, jak i firm z sektora MŚP.

Klaudia Rodak
Carefleet S.A.
Marketing Manager
Telefon: 693 403 890
E-mail: klaudia.rodak@carefleet.com.pl

Tomasz Gierwat
Manhattan Warsaw
Senior Consultant
Telefon: 690 916 130
E-mail: tomasz.gierwat@mnhtninc.com