

CFO, czyli kapitan floty

Mają wpływ na wybór auta dla prezesa firmy i jej przedstawiciela handlowego. Strzegą budżetu przeznaczanego na pojazdy służbowe. Wielu dyrektorów finansowych stało się specami od rynku samochodowego



Hanna Cegłowska,
CFO Roto Frank
Okucia
Budowlane,
negocjowała
kontrakt
z LeasePlanem

Warszawską spółkę Roto Frank Okucia Budowlane obowiązują te same zasady tworzenia floty aut służbowych, co w firmie-matce, czyli w stuttgarckim koncernie Roto Frank AG, jednak budżet flotowy ma własny. Sposób jego wykorzystania jest domeną dyrektora finansowego (CFO). Mogąc poruszać się tylko między markami Opel i Volkswagen, dyrektor Hanna Cegłowska uzgadnia z menedżerami wyposażenie modeli aut, którymi mają jeździć. Musi się zmieścić w limicie przypisanej do

stanowiska raty za wynajem i obsługę samochodu. Spełnienie flotowych życzeń spółki udało się Hannie Cegłowskiej wynegocjować z LeasePlanem, specjalizującym się w wynajmie długoterminowym (full service leasingu), czyli w dostawie, finansowaniu i serwisie floty. Nie ma ona wątpliwości, że jeśli firma leasingowa może uzyskać lepsze warunki u dilerów czy ubezpieczycieli, to warto skorzystać z takiej możliwości ograniczenia wydatków.

Zarządzanie flotą aut oraz jej outsourcing to często pole do działania dla dyrektorów finansowych. Jako strażnicy

firmowej kasy to oni mają wskazać najkorzystniejsze rozwiązanie. Niezależnie od tego, czy uczestniczą w doborze aut i w negocjacjach z firmą leasingującą (może brać w nich udział np. dyrektor do spraw zakupów), flotowy kontrakt z reguły wymaga aprobaty CFO. Koszty eksploatacji floty samochodowej są jedną z ważniejszych pozycji w bilansie użytkującej je firmy.

Z analizy instytutu Keralla Research wynika, że wciąż przybywa przedsiębiorstw korzystających z outsourcingu floty. Zwłaszcza przy wynajmie długoterminowym. W 2010 r. wybrało go blisko

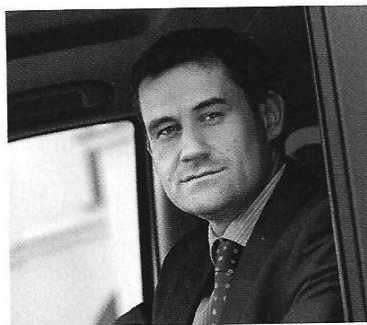
13,9 tys. firm, cztery razy więcej niż pięć lat temu. Za powierzeniem zarządzania flotą firmie zewnętrznej przemawia zwykle duża liczba przedstawicieli handlowych. Roto Frank Okucia Budowlane ma 33 pojazdy i należy do średnich klientów takich firm. Przyjmuje się, że duzi klienci mają więcej niż 70 aut, mali – mniej niż 15.

Według Artura Sulewskiego, dyrektora handlowego LeasePlanu, CFO do floty podchodzą trojako: nieważna jest marka i modele aut, byle koszty ich pozyskania i użytkowania zmieściły się w założonych kwotach; koszty powinny być rozsądne, ale auta powinny podwyższać standard życia menedżerom; o wyborze floty decydują relacje firmy-użytkownika z siecią dilerką, ewentualnie serwisową.

– Budżet determinował nasze decyzje, szukaliśmy kompromisu między jego wysokością oraz jakością i zakresem usług firmy zarządzającej – opowiada Tomasz Różański, dyrektor finansowy toruńskiego Vinpolu, producenta i dystrybutora napojów alkoholowych.

Należąca do niemieckiej Grupy Henkell & Co. spółka dysponuje ponad 40 samochodami marek Volkswagen i Škoda. Różański skonsultował skład floty z szefami innych działów, w tym z dyrektorem HR (bo auto to nie tylko narzędzie pracy, ale także dodatek motywacyjny). Potem zebrał oferty dilerów oraz ubezpieczycieli i całość przeanalizował. Sam negocjował z dilerami warunki zakupu, zaś w przypadku polis komunikacyjnych zdał się na firmę outsourcingową, bo propozycje ubezpieczycieli nie były warte indywidualnej gry.

Mariusz Kania, dyrektor finansowy FagorMastercook, wy negocjował opusty



Łukasz Żurek, dyrektor handlowy ALD Automotive Polska, uważa, że skrupulatni CFO doceniają korzyści outsourcingu

u dilerka Forda na modele Mondeo, Focus i Fiesta. Te ostatnie samochody przeznaczone są dla 30 handlowców wrocławskiej firmy produkującej sprzęt AGD.

– Rozważaliśmy kupno aut trzech marek, także Opla i Škody. Oferta Forda okazała się najatrakcyjniejsza. Na autach tej marki i z wykorzystaniem finansowo-serwisowego programu Ford Business Partner firma ALD Automotive zbudowała dla nas ofertę – mówi Kania.

FagorMastercook postawił na wynajem długoterminowy. Jak zapewnia Łukasz Żurek, dyrektor handlowy firmy ALD Automotive Polska, ten sposób korzystania z floty wybiera 99 proc. jej klientów. Nie mają obowiązku dbania o stan pojazdów, mogą zaplanować wydatki, bo rata miesięczna wnoszona z tytułu wynajmu długoterminowego jest stała i można ją w całości wliczyć w koszty uzyskania przychodu. Dyrektor finansowy raz w miesiącu otrzymuje jedną fakturę (bądź e-fakturę) za użytkowanie wszystkich pojazdów. Po zakończeniu kontraktu auta flotowe są

zwracane firmie wynajmującej, która bierze na siebie ryzyko związane z ich wartością końcową.

Jeśli przedsiębiorstwo samodzielnie kupuje samochody i jedynie zleca opiekę eksploatacyjną nad nimi, dyrektor finansowy ma więcej obowiązków.

– Wciąż ma wpływ na dobór aut, ale to jego problemem staje się pozyskanie finansowania zakupów, a potem odwołanie floty – mówi Artur Sulewski.

Pełna samodzielność w zakresie zarządzania flotą często oznacza konieczność utrzymania zespołu, który gromadzi dokumenty, monitoruje stan pojazdów i dba o ich dyspozycyjność. Taki zespół zwykle podlega fleet managerowi, a ten – dyrektorowi administracyjnemu. W Roto Frank Okucia Budowlane problemy związane z użytkowaniem aut służbowych zgłaszane są bezpośrednio dyrektorowi finansowemu. W FagorMastercook obsługuje flotę monitoruje koordynator w dziale HR.

Jak zauważa Leszek Pomorski, prezes ING Car Lease oraz Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów, CFO zwykle ma najwięcej do powiedzenia na etapie tworzenia kontraktu. Po jego zawarciu kontakty z firmą outsourcingową utrzymuje administrator floty.

Bywają jednak CFO bardziej zaangażowani. Dyrektor finansowy firmy farmaceutycznej sam testował modele, które miały znaleźć się w jej liczącej 200 aut flocie. Chciał się przekonać, ile jest prawdy w zachętach dilerka. Taki dyrektor finansowy to prawdziwy strażnik każdej firmowej złotówki. ❶

Bogdan Możdżyński