

Raport Managerski o Pojazdach Służbowych w MŚP

OFERTA SPRZEDAŻY RAPORTÓW KOMERCYJNYCH: zakup z licencją niewyłączną, krajową
Branża: motoryzacja, flota, sprzedaż okołoflotowa B2B.
Sygn. 468/03/2016 KERALLA RESEARCH 03.2016

raporty@keralla.pl
T +48 71 335 77 82

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

RAPORT MANAGERSKI O POJAZDACH SŁUŻBOWYCH W MŚP 2016



Potencjał flotowy mikro, małych i średnich firm w Polsce

SAMOOCHÓD SŁUŻBOWY W MŚP Sygn. 468/03/2016 KERALLA RESEARCH 03.2016

1

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

Z raportu dowiesz się między innymi:

- Ile mikro, małych i średnich firm rzeczywiście działa w Polsce?
- Jak wygląda polskie MŚP na tle Unii Europejskiej?
- Jaką liczbę samochodów użytkuje MŚP i ile pojazdów jeździ w mikro, małych i średnich firmach?
- Czy liczba aut zależy od zatrudnienia, branży i regionu - czyli gdzie występuje największy potencjał?
- Czy MŚP inwestuje tylko w nowe pojazdy? A jeśli również w używane, to jak dużo firm decyduje się na zakup auta używanego?
- Jak wybierają przedsiębiorcy - najpierw szukają marki czy finansowania? I co wynika z takiego modelu wybierania auta?
- Czy kupując auto firmowe przedsiębiorcy sprawdzają ile straci ono na wartości?
- Ile osób decyduje o wyborze auta do firmy a ile osób zarządza nią na co dzień?

- Jaki rodzaj finansowania wybierają w zależności od zatrudnienia?
- Z jakich zewnętrznych źródeł finansowania korzysta MŚP przy kupnie auta?
- Czy w ocenie przedsiębiorców banki mają ofertę skierowaną do sektora MŚP? I jakie firmy wskazują zainteresowanie kredytami?
- Które marki firm leasingowych, banków i ubezpieczycieli uzyskują najmocniejsze skojarzenia z ofertą dedykowaną firmowym autom?
- Jakie marki samochodów dominują we flotach MŚP, a jakimi markami przedsiębiorcy są zainteresowani czyli które marki mają jeszcze spory potencjał do sprzedaży w MŚP?
- Czy zainteresowanie markami jakoś różni firmy w zależności od zatrudnienia, branży oraz rozmiaru floty?

- Jaki jest poziom znajomości usług wynajmu długoterminowego aut? Czy w opinii przedsiębiorców to usługa odpowiednia dla nich?
- Czy MŚP korzysta z oprogramowania do zarządzania flotą?
- Czy firmy szkolą pracowników z bezpiecznej jazdy? Jeśli nie - dlaczego?
- Czy firmy ubezpieczają się przed odpowiedzialnością karną w razie wypadku pracownika - kierowcy?
- Kto w firmie płaci za mandat pracownika - kierowcy?
- Czy sprawdzana jest trzeźwość kierowców?
- Jakie sposoby na podniesienie bezpieczeństwa swoich kierowców na drogach widzą przedsiębiorcy?
- Czy MŚP korzysta z kart paliwowych?
- Czy firmy są lojalne wobec swojego emitenta czy mają wielu dostawców?
- Jakie działania podejmują przedsiębiorcy w związku ze wzrostem cen paliw?

- Jak MŚP wycofuje samochody z użytku?
- Gdzie likwidowane są szkody w autach pogwarancyjnych?
- Jakie części stosują przedsiębiorcy - oryginalne czy zamienniki?
- Czy MŚP korzysta z brokera ubezpieczeniowego?
- Czy firmy posiadają i korzystają z systemu telemetrycznego?
- Jak wygląda dziś popularność aut hybrydowych wśród firm MŚP?
- Jakie jest prawdopodobieństwo kupna aut z alternatywnym napędem w najbliższej przyszłości?
- Co właściwie zachęca a co zniechęca przedsiębiorców do kupna hybrydowego samochodu?
- Gdzie MŚP szuka informacji i jak dokonuje wyboru firmowych pojazdów?

WSPARCIE STRATEGII

WSPARCIE MARKETINGU I SPRZEDAŻY

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

Cele projektu, metodologia i kontekst badania

Cel główny

- Zbadać, scharakteryzować i oszacować potencjał krajowego rynku flotowego w segmencie mikro, małych i średnich firm. Sporządzić kompleksowy, a jednocześnie syntetyczny, użyteczny i managerski raport, który będzie wspierał decyzje biznesowe wszystkich zainteresowanych poznaniem oraz rozwojem rynku motoryzacyjnego dzięki uzupełnieniu wiedzy nt. specyfiki klienta MŚP reprezentującego istotną część całego rynku flotowego w Polsce.

Metodyka badania

- W celu uzyskania kompleksowego obrazu badanego rynku zastosowano kilka technik badawczych. Kluczowe wnioski oparto na realizacji łącznie **11.800 standaryzowanych wywiadów telefonicznych z reprezentantami mikro, małych i średnich firm w całej Polsce**. Badania prowadzono wyłącznie wśród firm prywatnych, prowadzących aktywną działalność zarobkową, z wyłączeniem sektora publicznego, podmiotów w stanie zawieszenia lub upadłości likwidacyjnej, fundacji, stowarzyszeń czy organizacji pożytku publicznego.
- Prezentowane wyniki są też efektem **prac analitycznych na danych zastanych**, w tym zwłaszcza statystykach GUS, ZUS, CEPIK i SAMAR, przy czym należy zauważyć, że wskazane źródła wykazują spore różnice między liczbą działających na krajowym rynku podmiotów gospodarczych, jak też liczbą użytkowanych w Polsce aut. Z tego względu, celem możliwie wiarygodnego oszacowania faktycznego potencjału analizowanego rynku, niezbędne były dodatkowe **analizy historyczne, eksperckie wywiady pogłębione oraz liczne korekty uzyskiwanych wyników** oparte również na efektach **analiz własnych zasobów bazodanowych**, ilustrujących charakter, liczebność oraz typologię flotowego potencjału krajowego sektora MŚP. Analizy prowadzono na profilowanych danych ponad 50 tys. firm dysponujących flotami i zatrudniających poniżej 250 osób. Czas prowadzenia analiz: od 2010 do stycznia 2016.
- W raporcie są **dotatkowe informacje z analiz krzyżowych** dla wszystkich pytań. Jeśli różnice w rozkładach były istotne statystycznie i potwierdzone testami, wówczas informację taką umieszczono w ramkach i w slajdach Profile.

Zawartość raportu:

Cele projektu

Metodologia i kontekst badania

Managerskie key findings

Prezentacja wyników badań

Moduł 1. Rozmiar flot użytkowanych przez MŚP - potencjał rynku

- 1) Liczba rzeczywiście działających w Polsce firm MŚP
- 2) Polskie MŚP na tle struktury firm w Unii Europejskiej
- 3) Potencjał MŚP przez pryzmat zatrudnienia: Polska a Europa
- 4) Fluktuacja firm w Polsce w latach 2013-2015
- 5) Liczba pojazdów użytkowanych w Polsce, a potencjał flot MŚP
- 6) Liczba rejestracji pojazdów w latach 2013-2015. a floty w MŚP
- 7) Liczebność samochodów służbowych używanych w MŚP
- 8) Profile: charakterystyka rynku aut służbowych w MŚP a zatrudnienie, branża, region
- 9) Nowe i używane samochody w firmach

Moduł 2. Praktyki zakupowe pojazdów użytkowanych przez MŚP

- 10) Wybór marki i finansowania w praktyce MŚP
- 11) Rola wartości rezydualnej w procesie wyboru pojazdu
- 12) Źródła informacji w procesie wyboru samochodu służbowego
- 13) Główne kanały podczas wyboru firmowego auta
- 14) Profile: źródła informacji w procesie wyboru a branża, zatrudnienie i flota
- 15) Decydujący o zakupie samochodów do firmy
- 16) Profile: decyzyjność w sprawie zakupu samochodu a zatrudnienie

Moduł 3. Finansowanie samochodów służbowych przez MŚP. Top of Mind marek finansujących i ubezpieczających pojazdy firmowe

- 17) Rola własnych źródeł finansowania pojazdów firmowych
- 18) Rola zewnętrznych źródeł finansowania pojazdów firmowych (leasing)
- 19) Rola zewnętrznych źródeł finansowania pojazdów firmowych (kredyt)
- 20) Profile: charakterystyka firm zainteresowanych kredytem a zatrudnienie
- 21) Profile: charakterystyka firm zainteresowanych leasingiem a zatrudnienie
- 22) Ocena dostępności finansowania kredytem zakupu auta - ocena MŚP
- 23) Profile: charakterystyka oceny dostępności kredytu a zatrudnienie i branża
- 24) Top of Mind firm leasingowych dla MŚP
- 25) Top of Mind banków dla MŚP
- 26) Top of Mind ubezpieczycieli dla MŚP

Moduł 4. Praktyki użytkowania aut w firmach MŚP. Marki, zarządzanie, bezpieczeństwo, produkty wspierające

- 27) Marki użytkowane a marki, które chcieliby nabyć przedsiębiorcy
- 28) Profile: zainteresowanie top markami ze względu na zatrudnienie
- 29) Profile: zainteresowanie top markami ze względu na branżę
- 30) Profile: zainteresowanie top markami ze względu na flotę
- 31) Codzienne administrowanie flotami w MŚP
- 32) Znajomość usługi wynajmu długoterminowego pojazdów służbowych
- 33) Poziom korzystania z wynajmu długoterminowego i dopasowania do MŚP

- 34) Oprogramowanie do zarządzania flotą w MŚP
- 35) Profile: oprogramowanie do zarządzania a zatrudnienie, branża i flota
- 36) Rola szkoleń z bezpiecznej jazdy we flotach MŚP (bezpieczeństwo)
- 37) Przyczyny braku szkoleń z bezpiecznej jazdy w MŚP (bezpieczeństwo)
- 38) Praktyki regulowania mandatów pracujących kierowców (bezpieczeństwo)
- 39) Profile: regulowanie mandatów pracowników a flota
- 40) Profile: regulowanie mandatów pracowników a branża
- 41) Sprawdzanie trzeźwości pracujących kierowców (bezpieczeństwo)
- 42) Profile: sprawdzanie trzeźwości pracowników a flota
- 43) Profile: sprawdzanie trzeźwości pracowników a branża
- 44) Droga do wyższego bezpieczeństwa na drogach w ocenie MŚP
- 45) Posiadanie a użytkowanie kart paliwowych przez MŚP
- 46) Profile: karty paliwowe a zatrudnienie i flota
- 47) Kierunek działań przedsiębiorców podczas wzrostu cen paliw

Moduł 5. Polityka wycofywania aut z użytkowania, likwidacja szkód, przechodzenie na hybrydy

- 48) Praktyki związane z wycofywaniem aut z eksploatacji w MŚP
- 49) Praktyki likwidacji szkód w pojazdach po gwarancji w MŚP
- 50) Stosowanie części zamiennych w pojazdach po gwarancji w MŚP
- 51) Broker ubezpieczeniowy i telemetria w MŚP
- 52) Samochody z napędem hybrydowym w MŚP
- 53) Postrzegane korzyści auta hybrydowego
- 54) Postrzegane bariery wprowadzania do flot aut hybrydowych
- 55) Podsumowanie - rekomendacje biznesowe B2B

O firmie KERALLA RESEARCH INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B

Spis wykresów

Moduł 1. Rozmiar flot użytkowanych przez MŚP - potencjał rynku

Wykres 1 Rozmiar flot

Wykres 2 Jakie samochody użytkuje MŚP?

Moduł 2. Praktyki zakupowe pojazdów użytkowanych przez MŚP

Wykres 3 Działania przedsiębiorców przy wyborze auta

Wykres 4 Czy MŚP sprawdza ile model auta straci na wartości?

Wykres 5 W jaki sposób postępuje MŚP szukając firmowego auta?

Wykres 6 Liczba osób decyzyjnych w sprawie zakupu auta

Moduł 3. Finansowanie samochodów służbowych przez MŚP.

Top of Mind marek finansujących i ubezpieczających pojazdy firmowe

Wykres 7 Najbardziej prawdopodobny sposób finansowania kolejnego zakupu auta firmowego przez MŚP

Wykres 8 Czy firma obecnie posiada samochody w leasingu?

Wykres 9 Czy firma korzysta z kredytów przy kupnie auta?

Wykres 10 Czy banki mają ofertę dedykowaną MŚP na zakup aut firmowych?

Wykres 11 Leasingodawcy brani pod uwagę podczas zakupu auta do firmy

Wykres 12 Banki brane pod uwagę podczas zakupu auta do firmy na kredyt

Wykres 13 Towarzystwa ubezpieczeniowe brane pod uwagę podczas ubezpieczenia auta firmowego

Moduł 4. Praktyki użytkowania aut w firmach MŚP. Marki, zarządzanie, bezpieczeństwo, produkty wspierające

Wykres 14 Zainteresowanie i użytkowanie samochodów różnych marek w firmach MŚP

Wykres 15 Liczba osób obsługujących na co dzień flotę w firmie

Wykres 16 Czy znana jest usługa zlecenia zewnętrznej firmie obsługi aut na kilkuletni kontrakt zwana wynajmem?

Wykres 17 Czy wynajem długoterminowy jest dla MŚP?

Wykres 18 Korzystanie z programów informatycznych do zarządzania flotą

Wykres 19 Powody braku oprogramowania w firmie

Wykres 20 Szkolenie pracowników-kierowców z bezpiecznej jazdy

Wykres 21 Zabezpieczenie przed odpowiedzialnością karną w razie wypadku kierowcy

Wykres 22 Uzasadnienie braku szkoleń z bezpiecznej jazdy

Wykres 23 Regulowanie należności w razie otrzymania mandatu

Wykres 24 Kontrola stanu trzeźwości pracowników

Wykres 25 Sposoby na podniesienie bezpieczeństwa jazdy firmowych kierowców - opinie przedsiębiorców

Wykres 26 Posiadanie i korzystanie z kart paliwowych

Wykres 27 Poziom lojalności do kart jednego emitenta

Wykres 28 Reakcje MŚP na wzrost cen paliw

Moduł 5. Polityka wycofywania aut z użytkowania, likwidacje szkód, przechodzenie na hybrydy

Wykres 29 Metody wycofywania samochodów z eksploatacji

Wykres 30 Miejsca likwidacji szkód w autach pogwarancyjnych

Wykres 31 Stosowanie części oryginalnych i zamienników przy naprawie pogwarancyjnych samochodów

Wykres 32 Korzystanie z pośrednika ubezpieczeniowego

Wykres 33 Korzystanie z systemu telemetrycznego w MŚP

Wykres 34auta hybrydowe w MŚP

Wykres 35 Prawdopodobieństwo zakupu auta hybrydowego

Wykres 36 Co zachęca przedsiębiorców do kupna auta hybrydowego?

Wykres 37 Co zniechęca przedsiębiorców do kupna auta hybrydowego?

- ❑ Data wydania raportu: marzec 2016. Sygn. 468/03/2016
- ❑ Stron: 70 (PowerPoint)
- ❑ Format dostawy: elektronicznie PDF
- ❑ Język: polski
- ❑ Cena licencji krajowej: 4 500 PLN netto.
- ❑ Zamawiam



Wydawca:

Keralla Research Instytut Badań i Rozwiązań B2B

Ul. Kazimierza Wielkiego 67

50-077 Wrocław Polska

T 48 71 335 77 82

F 48 71 722 03 72

www.keralla.pl

raporty@keralla.pl

Wiele sektorów - jedna specjalizacja. 10 lat doświadczenia w analizach B2B
