



Wymarzone auto według MSP

DOMINIKA MASAJŁO

27-02-2017, 22:00

f **Niski koszt eksploatacji i korzystne warunki zakupu – to cechy idealnego samochodu służbowego według przedsiębiorców.**

☆ W ubiegłym roku z polskich salonów wyjechało według danych 416 tys. aut, z czego ponad dwie trzecie, czyli 281,7 tys., zostało nabyte przez klientów instytucjonalnych. W badaniu przeprowadzonym przez Instytut Keralla na zlecenie Carefleet S.A. przedstawiciele małego biznesu wypowiedzieli się, czym powinien charakteryzować się idealny samochód dla firm z sektora MSP. Okazuje się, że dla blisko połowy (46 proc.) ankietowanych najważniejszą cechą samochodu służbowego jest niski koszt jego eksploatacji, nieco mniej (43 proc.) zwraca uwagę na preferencyjne warunki zakupu, a dla 29 proc. respondentów

Z ostatniej chwili

- 10:55** Prasa: straty rosyjskich banków na Ukrainie mogą wynieść 3-5 mld USD
- 10:34** Niemcy mogłyby pozwać Trumpa za cło
- 10:23** W IV kwartale PKP Cargo miało zysk, a oczekiwano straty
- 10:21** Afera korupcyjna Airbusa objęła też Francję
- 10:10** Apple otworzy dwa centra badawcze w Chinach

kluczowe jest dotychczasowe pozytywne doświadczenie z daną marką aut.

[WIĘCEJ](#)

— Dla przedsiębiorców z sektora MSP duże znaczenie ma przewidywalność kosztów użytkowania posiadanej floty pojazdów. Nie chodzi tu jedynie o wydatki na paliwo, ale również o koszty przeglądów, opon czy nieprzewidzianych napraw mechanicznych. Z roku na rok coraz popularniejszym modelem finansowania samochodów w sektorze MSP staje się wynajem długoterminowy, z którego korzysta już 18,5 proc. małych i średnich firm. Rozwiązanie to, dzięki stałym miesięcznym opłatom, w ramach których zapewniony jest kompleksowy zakres usług, pozwala na precyzyjne budżetowanie kosztów wynikających z użytkowania samochodów w firmie — mówi Bartosz Olejnik, dyrektor sprzedaży i marketingu w Carefleet S.A.

Zestawiając wszystkie podane w badaniu odpowiedzi, łatwo zauważyć, że przedsiębiorcom o wiele bardziej zależy, aby auto dodawało prestiżu, niż dawało poczucie bezpieczeństwa. Jedynie 0,4 proc. ankietowanych za ważną cechę służbowego pojazdu uznało wymienioną cechę. Badani przede wszystkim skupiali się na reprezentacyjności (11,3 proc.), bogatym i komfortowym wyposażeniu (11,5 proc.) oraz atrakcyjnych warunkach gwarancji (12,7 proc.). Dla ponad jednej czwartej (29 proc.) przedstawicieli

małych i średnich firm ważna była także wielofunkcyjność auta. Jak podkreślają eksperci – wielofunkcyjność rozumiana jako połączenie zastosowań auta osobowego i dostawczego. Jest to szczególnie ważne dla przedstawicieli mikrofirm, które zatrudniają niewielu pracowników.

– Dla przedsiębiorców, którzy posiadają jeden lub dwa firmowe samochody, ważne jest, aby były one możliwie uniwersalne. Przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw wybierają często samochody mogące pełnić funkcje reprezentacyjne, którymi jednocześnie można przewieźć drobny towar oraz pojechać z dziećmi na wakacje. To poszukiwanie kompromisu pomiędzy autem biznesowym, użytkowym i rodzinnym – dodaje Bartosz Olejnik.

© ®

Podpis: Dominika Masajło