

FIRMOWE AUTO



Jak to robią w Europie, czyli o rozwoju elektrycznej infrastruktury

Zielona transformacja motoryzacji staje się rzeczywistością. Za sprawą m.in. Europejskiego Zielonego Ładu, rynek samochodów (zarówno osobowych, jak i użytkowych) w najbliższych latach przejdzie niemałą przemianę. Unijne dyrektywy dążą bowiem do dekarbonizacji, a pomoc w tym ma elektryfikacja samochodów Europejczyków. Jak wygląda europejska infrastruktura dla elektryków? A jak na tym tle wypada Polska?



Adam **Dutkowski**
Product Manager,
Mercedes-Benz Vans

Zgodnie z przyjętym przez Unię Europejską rozporządzeniem, od 2035 r. nowe sprzedawane samochody mają być bezemisyjne podczas jazdy, a do 2030 r. producenci samochodów powinni zredukować emisyjność tzw. osobówek o 55 proc. i vanów o 50 proc. Wiąże się to z dużymi zmianami na rynku motoryzacji, co oczywiście wzbudza niemałe emocje, zarówno wśród producentów, jak i kierowców. Sprawdzamy, czy Europa i Polska są gotowe na tę elektryczną rewolucję.

Infrastruktura na miarę potrzeb?

Jak podaje Europejskie Stowarzyszenie Producentów Samochodów (ACEA), w ubiegłym roku w Unii Europejskiej zarejestrowano 1,12 mln pojazdów elektrycznych. To prawie 30-procentowy wzrost w porównaniu do 2021 roku. Liderami w ubiegłorocznym wzroście liczby elektryków są Niemcy (472 tys. samochodów elektrycznych), a za nimi Francja (162 tys.) i Wielka Brytania (141 tys.). Na tym tle Polska wypada skromnie – w 2022 r. zarejestrowano u nas jedynie 11 tysięcy elektryków. Choć te liczby nie robią jeszcze dużego wrażenia, to jednak obserwujemy, że procentowo sprzedaż rośnie z roku na rok bardzo dynamicznie – już teraz to są wielkości rzędu kilkudziesięciu procent, a mogą być jeszcze wyższe. Widzimy, że zainteresowanie kierowców samochodami elektrycznymi w Polsce stale wzrasta, zwłaszcza w związku z wysokimi cenami tradycyjnych paliw. Biorąc pod uwagę imponujące

wyniki naszych sąsiadów, mogłoby się wydawać, że na zachodzie Europy infrastruktura pod samochody elektryczne jest wysoko rozwinięta. Rzeczywistość jest jednak nieco inna. Największym problemem Europy Zachodniej pod kątem elektryków jest bardzo nierównomierne rozmieszczenie stacji ładowania. Zdecydowana większość europejskich ładowarek znajduje się na terenach Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii, Holandii i Hiszpanii. Tam bez problemu możemy znaleźć stację ładowania co kilkadziesiąt kilometrów, natomiast w Polsce, we Włoszech czy w Portugalii stacje są rozlokowane co około 100-150 km. To oczywiście przekłada się na komfort podróżowania – konieczność dokładnego zaplanowania trasy, głównie pod kątem naładowania samochodu, to jeden z powodów, który może opóźniać przesiadkę za kierownicę elektryka.

Europejska infrastruktura dla pojazdów elektrycznych jest bardziej zaawansowana niż polska nie tylko pod względem liczby stacji ładowania, ale także ich wyposażenia. Na stacjach ładowania na Zachodzie znajdziemy więcej stanowisk, bo nawet do kilkunastu, które dodatkowo są zróżnicowane pod względem mocy.

Benefity i wsparcie „z góry”

Niemały wpływ na rozwój infrastruktury, ale też całego segmentu samochodów elektrycznych, mają różnego rodzaju dotacje i dodatko-

we korzyści oferowane przez rządy poszczególnych krajów Europy. Choć udogodnienia oferowane kierowcom elektryków różnią się w zależności od danego państwa, to w większości dotyczą one dopłat lub ulg podatkowych, niedostępnych dla właścicieli samochodów napędzanych silnikami spalinowymi. W części krajów Europy (np. Szwecji czy Francji) obowiązuje też system opodatkowania zależnego (w całości lub tylko częściowo) od emisji CO₂ przez dany pojazd.

Polska może się pochwalić podobnymi rozwiązaniami, choć wprowadzonymi później niż na Zachodzie. W lipcu 2021 roku uruchomiono program Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej „Mój Elektryk”. Ma on pomóc w walce z redukcją zanieczyszczenia powietrza poprzez dofinansowanie zakupu (lub leasingu) pojazdów zeroemisyjnych. Z jego tytułu można uzyskać dopłatę wynoszącą nawet do 27 000 zł (w przypadku kategorii M1, czyli samochodów osobowych) lub do 70 000 złotych (w kategorii N1, samochodów dostawczych). Na dodatkowe dopłaty można liczyć także u samych dealerów. W przypadku dużego, rodzinnego vana Mercedes EQV producent przewidział dofinansowanie w postaci 55 000 zł brutto, z kolei decydując się na model eVito, można liczyć na 28 000 zł brutto „premię”. To jednak nie koniec benefitów. Właściciele elektryków w Polsce bardzo cenią sobie dodatkowe korzyści, których

nie spotkają w Europie. Chodzi np. o swobodne korzystanie z buspasów czy zwolnienie z obowiązku uiszczania opłaty za parkowanie w miejskiej strefie parkowania. Samochody z zielonymi tablicami wjadą także do stref, do których samochody spalinowe będą miały ograniczony wstęp – tak będzie np. w Krakowie, który w 2024 r. utworzy Strefę Czystego Transportu.

Edukacja na pierwszym miejscu

Choć rynek samochodów elektrycznych rośnie, a wraz z nowymi unijnymi przepisami, zielona transformacja transportu jest nieunikniona, eksperci podkreślają, że potrzebna jest edukacja konsumentów. Przejście na elektromobilność dla wielu może stanowić nie lada wyzwanie. Jazda i utrzymanie elektryka różni się od tego, co znamy z samochodów spalinowych. Począwszy od wrażeń podczas samej jazdy, przez konieczność planowania dłuższych tras, aż po łatwiejsze i tańsze serwisowanie – Polacy muszą „nauczyć się” elektryków i poznać ich możliwości. W powszechnej świadomości wciąż krąży sporo mitów na temat samochodów napędzanych elektrycznie jak choćby te dotyczące zasięgów czy kwestii ładowania. Jako Mercedes-Benz Vans chcemy jak najbardziej ułatwić naszym klientom przejście na elektromobilność i zapewnić im odpowiednie wsparcie nie tylko w momencie wyboru samochodu, ale także poprzez cały okres jego użytkowania.



Jak zbudować biurową sieć ładowania pojazdów elektrycznych

eMobility w Polsce nabiera tempa i w najbliższych latach jeszcze przyspieszy.

Wyzwaniem pozostaje jednak infrastruktura ładowania, która powinna być powszechnie dostępna. Tymczasem, wbrew obiegowej opinii, nie odnosi się to wyłącznie do sieci publicznych punktów ładowania.

Najczęściej spotykamy się z założeniem, że sukces eMobility zależy przede wszystkim od wzrostu liczby samochodów elektrycznych i rozwoju publicznej sieci stacji ich ładowania. Jednak z analiz przeprowadzonych przez Grupę E.ON wynika, że takie stacje stanowią najmniejszy odsetek punktów wykorzystywanych do zasilania „elektryków”. Co ciekawe, szczególnie dużą popularnością natomiast cieszy się zasilanie pojazdów elektrycznych w miejscu pracy.

Czy naprawdę ładowarki publiczne są najważniejsze

Jak podaje najnowszy raport Polskiego Stowarzyszenia Paliw Alternatywnych, do 2030 roku na terenie kraju zarejestrowanych będzie ponad 996 tys. samochodów elektrycznych. Dynamiczne tempo rozwoju eMobility sprawia, że potrzebujemy stale rozwijającej się sieci stacji ładowania. Nie chodzi jedynie o szybkie ładowarki czy nawet punkty ogólnodostępne. Liczba zarówno tych pierwszych, szczególnie przy autostradach, jak i tzw. publicznych stacji stopniowo się zwiększa. Grupa E.ON przeprowadziła analizę należących punktów ładowania w sieci E.ON Drive w całej Europie. Okazuje się, że kluczowe z punktu widzenia miast są ładowarki zainstalowane w budynkach biurowych i innych miejscach pracy. Z obserwacji E.ON wynika, że punkty ładowania zamontowane w firmach odpowiadają za 30 proc. całej energii zużywanej do zasilania flot elektrycznych. To drugi najpopularniejszy sposób uzupełniania energii w pojazdach, po ładowaniu ich w domach prywatnych.

Ponieważ użytkownicy „elektryków” spędzają w pracy najczęściej większą część dnia, do celów tzw. office charging w zupełności wystarczają wolne ładowarki AC. Ponadto, to właśnie floty firmowe przechodzą elektryfikację jako pierwsze. To dlatego, że w Polsce trzy na każde cztery nowe sprzedane samochody osobowe trafiają do firm. Te czynniki wpływają na szerokie korzystanie z „office chargingu”.

Trzeba pamiętać, że samochody w pełni elektryczne ładuje się przede wszystkim w miejscu, w którym parkują. Dlatego najbardziej popularnym sposobem ładowania tego typu samochodów jest tzw. home charging, który stanowi aż 60 proc. pobranej energii. W domach i przy domach, samochody pozostawiane są na relatywnie najdłuższy czas. Z obserwacji Grupy E.ON wynika natomiast, że w stacjach publicznych ładowane jest jedynie pozostałe 10 proc. energii trafiających do samochodów elektrycznych i są one jedynie uzupełnieniem innych źródeł ładowania.

– Biorąc pod uwagę nasze obserwacje i analizy, stworzyliśmy w E.ON model, który roboczo nazywamy „60:30:10”. Powstał on przede wszystkim w oparciu o faktyczne dane z naszych punktów ładowania, które następnie potwierdziliśmy z producentami samochodów – tłumaczy Kuba Jedliński, menadżer zespołu eMobility w E.ON Polska. – Oczywiście istnieją różnice w tych danych w zależności od rodzaju i charakteru floty. Jeśli na przykład serwisanci techniczni nie zabierają aut do domu, to udział ładowania w biurze i na stacjach publicznych będzie w takim wariantcie już nieco inny.



Czas i pieniądze – z czym się mierzymy

Niski udział publicznych stacji ładowania w miksie ładowania E.ON przypisuje dwóm kwestiom. Po pierwsze, ładowanie w nich jest stosunkowo najdroższe, a im szybsza ładowarka, tym koszt jest jeszcze wyższy. W przypadku tzw. public charging koszt naładowania auta musi uwzględniać kilka dodatkowych elementów. Są to, m.in., droższe opłaty dystrybucyjne za dostarczoną energię, na które wpływa wysoka moc urządzeń. To także



– Biorąc pod uwagę nasze obserwacje i analizy, stworzyliśmy w E.ON model, który roboczo nazywamy „60:30:10”. Powstał on przede wszystkim w oparciu o faktyczne dane z naszych punktów ładowania, które następnie potwierdziliśmy z producentami samochodów – tłumaczy Kuba Jedliński, menadżer zespołu eMobility w E.ON Polska.

opłaty za dzierżawę miejsca pod stacją, utrzymanie systemów billingowych, czy też w końcu odsetek od zainwestowanego w stację kapitału i prowizje za operacje płatnicze.

Pod kątem kosztowym z perspektywy użytkownika ładowanie w domu zawsze będzie najtańsze. Taryfy sprzedaży energii dla gospodarstw domowych są najniższe i zawierają najmniejszy możliwy koszt dystrybucji. Z kolei ładowanie na parkingach biurowych będzie rozwiązaniem pośrednim. Ceny energii dla biznesu są droższe niż dla odbiorców indywidualnych, a taryfy tej kategorii obciążone są dodatkowymi opłatami, np. tzw. opłatą mocową. Natomiast zainteresowanie pracowników i potrzeba biznesowa firm świadczą o popularności i efektywności tego rozwiązania. Zamieszczony poniżej wykres pokazuje, że o ile różnice w cenie paliwa w zależności od wybranej stacji (marki, lokalizacji) różnią się relatywnie nieznacznie, to koszty ładowania w przeliczeniu na kWh energii różnią się nawet o 250 proc. (między ładowaniem w domu, a ultraszybkim ładowaniem w stacji ogólnodostępnej). Z tego powodu managerowie flot i dyrektorzy finansowi w Europie szukają oszczędności, instalując ładowarki w biurach, a czasem w domach pracowników. Ten trend wyraźnie zarysowuje się też w Polsce.



Jakim wyzwaniom stawia czoło flotowa infrastruktura ładowania

Punkty ładowania samochodów elektrycznych w budynkach biurowych to nie tylko benefit dla pracowników posiadających własne pojazdy tego typu. To także najbardziej wydajny sposób zasilania zelektryfikowanej floty firmowej. W celu zbudowania na te potrzeby wydajnej infrastruktury, konieczne jest dobre jej zaplanowanie. Przykładem takiego rozwiązania jest zrealizowana niedawno biurowa sieć ładowania w Warszawskiej siedzibie BMW. Za budowę tego systemu odpowiadał E.ON Drive.

– Projekty polegające na stworzeniu efektywnej sieci ładowania dla floty służbowej wymagają szczegółowej analizy. W grę wchodzi zarówno kwestie techniczne, jak i potrzeby danego miejsca. Głównym wyzwaniem stanowi zazwyczaj niewystarczająca moc przyłączeniowa danego budynku czy konieczność zapewnienia różnej mocy ładowania – podkreśla Kuba Jedliński.

Ładowarki powinny być dobrane w taki sposób, aby dopasować się do samochodów wykorzystywanych we flocie i móc zasilać je możliwe najefektywniej przy wykorzystaniu dostępnej mocy. W przypadku realizacji dla siedziby BMW E.ON Drive wykorzystał stale połączone do internetu trójfazowe ładowarki AC o zmiennej mocy od kilku do nawet 22 kW..

Jak wprowadzić innowacyjność w zarządzaniu energią? Dynamic Load Management

Planując budowę biurowej sieci ładowania pojazdów elektrycznych, należy zacząć od analizy dostępnej mocy. Na rynku obecne są usługi audytów przedmontażowych, w ramach których technicy analizują zakres niezbędnych prac. Są oni też w stanie przewidzieć górne możliwości przyszłej instalacji. Dlatego E.ON Drive zawsze ocenia też efektywność zastosowania Dynamic Load Management, które pozwala zwiększyć liczbę punktów ładowania dostępnych dla kierowców. System ten wpływa też na obniżenie kosztów udostępnionej mocy.

W przypadku siedziby BMW moc przyłączeniowa wydzielona na parking była relatywnie niewielka. Dostępne było jedynie 200 kW, które musiały zostać rozdzielone na 42 miejsca postojowe. W efekcie, na punkt ładowania przypadło zaledwie 4,7 kW. Taka sytuacja nie jest wyjątkowa – to problem, z którym będą się mierzyć wszyscy zarządcy nieruchomości biurowych w najbliższych latach.

By stworzyć sieć spełniającą realne zapotrzebowanie kierowców, E.ON Drive zdecydował się wykorzystać system dynamicznego zarządzania energią – Dyna-

mic Load Management (tzw. DLM). To rozwiązanie pozwala w czasie rzeczywistym płynnie obniżać moc ładowarek podczas jednoczesnego zasilania wielu samochodów. Natomiast jeśli pojazdów jest mniej, lub są już naładowane, to moc ładowarek jest uwalniana i inne auta mogą pobierać energię szybciej.

– W chwili realizacji projektu rozwiązanie dla BMW było najbardziej rozbudowanym DLM w Polsce. Nic dziwnego, że zdecydowała się na nie marka znana jako lider elektromobilności – podkreśla Kuba Jedliński.

Równie istotnym aspektem nowatorskiego systemu jest łączność z internetem. W praktyce to właśnie rozwiązanie IT steruje procesem ładowania. Jeśli na parkingu zabraknie zasięgu sieci komórkowej, trzeba zabezpieczyć dostęp do internetu przez sieć LAN (kabel) lub WLAN (Wi-Fi).



„Ładowarki powinny być dobrane w taki sposób, aby dopasować się do samochodów wykorzystywanych we flocie i móc zasilać je możliwe najefektywniej przy wykorzystaniu dostępnej mocy. W przypadku realizacji dla siedziby BMW E.ON Drive wykorzystał stale połączone do internetu trójfazowe ładowarki AC o zmiennej mocy od kilku do nawet 22 kW..

Czy kontrola dostępu i monitorowanie ładowania są istotne dla sieci ładowania

W przypadku tworzenia sieci ładowania dla floty firmowej, warto wziąć także pod uwagę kwestię kontroli dostępu. Na co dzień z pojazdów wymagających ładowania ze źródła zewnętrznego korzystają pracownicy biura. Przeważnie ich pojazdy stoją na parkingu, na przypisanych miejscach, w godzinach pracy. Ale również na tym samym parkingu zostawiają swoje pojazdy goście lub inni najemcy biur.

Wskazane jest zatem wyposażenie ładowarek w kontrolę dostępu, dzięki której korzystać z nich będą mogli tylko autoryzowani użytkownicy. Pomocny tu będzie tzw. CPMS (Charging Point Management System), który pozwala też na rejestrację sesji ładowania, generowanie raportów zużycia, a nawet, w razie potrzeby, sprzedaż prądu i fakturowanie, np. dla gości.

– Należy też pamiętać, że sieć ładowania warto projektować w oparciu o podej-

ście perspektywiczne. Już na wstępie dobrze zaplanować instalację „do granic jej możliwości”, a tylko stopniowo dodawać do niej kolejne punkty ładowania – rekomenduje Kuba Jedliński. – W rozmowach z naszymi klientami zawsze potarżam, że w nikt w biurze nie instaluje tylko „jednego” punktu ładowania, za to każdy instaluje „pierwszy”. Takie spojrzenie fundamentalnie zmienia optykę.

Kiedy Dynamic Load Management jest niezbędny

Przywołany przykład instalacji dla BMW bazuje na dostępnej mocy przyłączeniowej aż 200 kW, ale w praktyce dla wielu parkingów nawet taki zapas jest nieosiągalny, a ewentualne koszty zwiększenia mocy przyłączeniowej są olbrzymie. W praktyce rzadko dysponujemy mocą przekraczającą 240 kW, co więcej – znaczenie częściej nie mamy nawet zapasu 40 kW. Dynamic Load Management przydaje się w każdym z tych przypadków oraz we wszystkich scenariuszach pomiędzy tymi skrajnymi opcjami.

Przykładowo, dla zainstalowania dwóch punktów ładowania o mocy 22 kW każdy (wszystkie nowe modele samochodów elektrycznych mogą już ładować się z taką mocą), potrzebujemy aż 44 kW. Nie dość że nie często tyle mocy nie mamy, to już przy takich dwóch punktach trafiamy w bardzo drogą taryfę dystrybucyjną.

Jednym ze sposobów radzenia sobie w Polsce z tym ograniczeniem jest obniżanie mocy punktów ładowania, np. do 11, 7,4, a nawet do 3,7 kW. W efekcie samochody zawsze ładują się wolno, nawet wtedy, kiedy z innych ładowarek nikt nie korzysta. Natomiast właśnie Dynamic Load Management pozwala zwiększyć liczbę punktów ładowania i ich moc szczytową.

Przykładowo, na parkingu z dostępną mocą 240 kW (relatywnie bardzo duży zapas) da się zamontować tylko dziesięć punktów o mocy nominalnej 22 kW. Wykorzystując możliwości Dynamic Load Management E.ON Drive, na tym samym parkingu można swobodnie zamontować między czterdzieści a pięćdziesiąt punktów. W takim wariantcie, przy określonych warunkach technicznych, E.ON deklaruje, że górny limit wynosi sześćdziesiąt punktów o mocy nominalnej 22 kW.

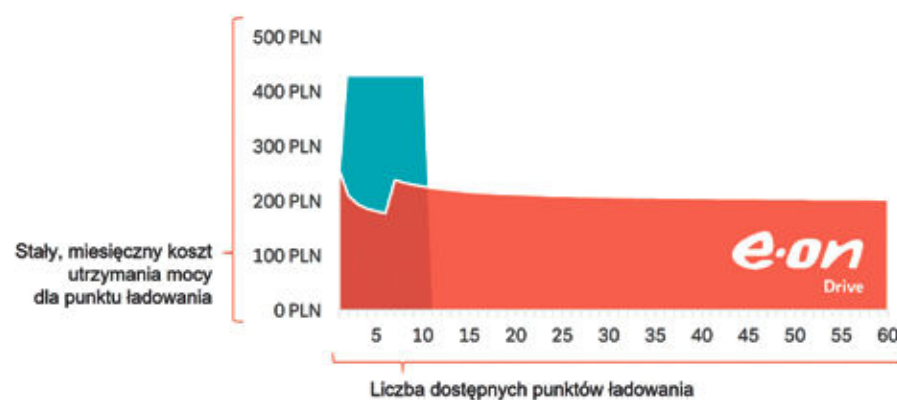
bucyjnych pięciu największych polskich operatorów systemów dystrybucyjnych (OSD), w taryfach dla biznesu (C11 dla mocy poniżej 40 kW, C21 dla mocy powyżej 40kW). Zaskakująco, ale dla punktów ładowania o mocy 22 kW, system Dynamic Load Management jest opłacalny kosztowo już dla dwóch punktów, a przewaga kosztowa rośnie lawinowo. Miesięczny koszt utrzymania każdego punktu ładowania o mocy 22 kW waha się między 391 zł a 764 zł, i to bez względu na liczbę tych punktów. Przedział cenowy zależy od kosztów taryfy dystrybucyjnej zależnych od regionu w Polsce. Dzięki swojemu systemowi, E.ON Drive może obniżyć koszty te koszty stałe do poziomu między 183 zł a 335 zł, a przedział również zależy od obowiązującej w regionie taryfy dystrybucyjnej. Mimo że oszczędności kosztów nie są kluczowym powodem, dla którego warto zastosować Dynamic Load Management, żaden manager nie powinien przejść obojętnie obok takiej optymalizacji kosztowej.

Możliwość zainstalowania liczby punktów ładowania o mocy 22 kW oraz koszt ich utrzymania w taryfach dla biznesu (C11 i C21) warszawskiego Stoen Operatora, jednych z tańszych w Polsce, ilustruje poniższy wykres

– Zanim rozpoczniemy proces elektryfikacji floty, trudno jest nam sobie wyobrazić przewagę, jaką daje zastosowanie naszego systemu. Ale klienci biznesowi, dla których instalujemy i zarządzamy kilkoma lub kilkunastoma punktami ładowania jednocześnie, rozumieją naszą ofertę wręcz intuicyjnie – podsumowuje Kuba Jedliński.

Jaka przyszłość stoi przed eMobility

Obecnie wydaje się, że nie ma już możliwości odrotu od unijnej polityki osiągnięcia neutralności klimatycznej. Także perspektywa zakazu sprzedaży samochodów z napędem spalinowym (w tym dostępnych wciąż hybryd typu plug-in) jest dla tej polityki kluczowa, ale również coraz bliższa. Niektórzy producenci deklarują, że ich portfolio stanie się w pełni elektryczne nawet przed 2035 rokiem. Prędzej czy później, każdy nowy samochód w firmowej flocie będzie potrzebował ładowarki.



– Zwiększenie liczby dostępnych punktów i efektywne wykorzystanie mocy to główne zalety tego systemu – podkreśla Kuba Jedliński. – Dodatkowo nasze rozwiązanie pozwala również znacząco oszczędzić koszty.

Czy Dynamic Load Management się opłaca

E.ON Drive w Polsce dokonał wyliczenia, do którego przyjął koszty opłat dystry-

Ładowanie biurowe nie zaspokoi całego popytu na energię, co wiadomo z obserwacji rynków tak zaawansowanych jak Dania czy Niemcy. Niemniej, ponieważ ładowanie w biurach (tzw. office charging, lub charge@work) jest kilka razy ważniejsze niż ładowanie w stacjach publicznych, warto przyglądać się rozwiązaniom eMobility dostępnym już na zachodnich rynkach.

Mali przedsiębiorcy coraz częściej decydują się na wynajem długoterminowy samochodu służbowego

Dla wielu przedsiębiorstw samochód jest niezbędnym narzędziem do prowadzenia działalności, większość z nich stoi przed dylematem: czy warto go kupić, wziąć w leasing czy może skorzystać z coraz bardziej popularnego wynajmu długoterminowego?

Ta kwestia dotyczy zwłaszcza małych, mikro i jednoosobowych działalności gospodarczych, których liczba w Polsce stale wzrasta. Według badań Głównego Urzędu Statystycznego, spośród około 370 tysięcy nowych rejestracji przedsiębiorstw w 2022 roku, aż 80 proc. stanowiły jednoosobowe działalności gospodarcze. W obliczu rosnących kosztów zakupu, eksploatacji i utrzymania własnego pojazdu, coraz większa liczba przedsiębiorców zaczyna decydować się na formy finansowania samochodu, które mogą okazać się atrakcyjną alternatywą dla zakupu ze środków własnych, kredytu czy klasycznego leasingu, jak na przykład wynajem długoterminowy.

Liczba jednoosobowych działalności gospodarczych znacząco wzrosła w ostatnich latach. Wzrost ten wynika z różnych czynników, takich jak postępująca automatyzacja, zmiany na rynku pracy oraz rozwój technologii, które ułatwiają prowadzenie działalności na mniejszą skalę. Dzięki temu przedsiębiorcy mogą zrealizować swoje pomysły i zyskać niezależność finansową. Analiza struktury podmiotów gospodarczych pod względem liczby pracujących pracowników pokazuje, że grupą dominującą we wszystkich województwach są działalności zatrudniające maksymalnie 9 pracowników (mapka 1).

Wraz z rozwojem mniejszych i jednoosobowych przedsiębiorstw pojawia się potrzeba posiadania samochodu jako niezbędnego narzędzia pracy. Zadania takie jak dostawa towarów, spotkania z klientami, zdobywanie nowych kontraktów czy obsługa różnych lokalizacji wymagają mobilności i skutecznego zarządzania czasem. Wielu przedsiębiorców z sektorów takich jak handel detaliczny, usługi budowlane, czy transport, nie jest w stanie osiągnąć sukcesu bez odpowiedniej floty samochodów. Dlatego też wynajem długoterminowy auta staje się coraz popularniejszą opcją dla

różnych branż, także dla małych firm i działalności gospodarczych takich jak trenerzy personalni, organizatorki wesel, makijażystki oraz małe firmy remontowe, cateringowe, usługowe czy eventowe.

Uniknąć dużych inwestycji na początek

– Wiele nowych na rynku, mniejszych przedsiębiorstw decyduje się na wynajem długoterminowy samochodu, ponieważ w ten sposób mogą uniknąć dużych początkowych inwestycji związanych z zakupem czy klasycznym leasingiem auta, co pozwala im skoncentrować się na rozwoju swojej działalności – komentuje Robert Antczak, Prezes Zarządu Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP). – W wynajmie długoterminowym zazwyczaj nie jest wymagana żadna opłata wstępna czy wkład własny i to bardzo ważna zaleta dla tej grupy klientów. Dodatkowo,

koszty utrzymania pojazdu, takie jak serwisowanie, ubezpieczenia i naprawy, są wliczone w sposób zryczałtowany w ratę wynajmu, wysokość raty pozostaje niezmienna przez cały okres umowy, co eliminuje nieprzewidziane wydatki, zapewnia stabilne koszty związane z samochodem i umożliwia precyzyjne planowanie budżetu. Ponadto, dzięki wynajmowi długoterminowemu mali przedsiębiorcy mogą elastycznie prowadzić biznes, dostosowując flotę pojazdów do zmieniających się potrzeb biznesowych, bez konieczności angażowania dużych dodatkowych środków finansowych – dodaje Robert Antczak, prezes Zarządu Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP).

Dla małych, mikro i jednoosobowych działalności gospodarczych inwestycja związana z zakupem samochodu może być znaczącym obciążeniem. Konieczność sfinansowania pojazdu i poniesienia kosztów związanych z jego zakupem stanowi wyzwanie dla przedsiębiorców, którzy często muszą sięgać po kredyty lub inne formy finansowania, aby sprostać tym wydatkom. Ponadto, małe firmy muszą stawić czoła rosnącym kosztom związanym z eksploatacją samochodu – wydatki na paliwo, ubezpieczenie, naprawy i inne czynności związane z utrzymaniem pojazdu. Te rosnące i mało przewidywalne w obecnych czasach koszty mogą poważnie obciążać budżet firm, zwłaszcza na początku ich działalności i stanowić istotne wyzwanie finansowe. Dodatkowo,

zmieniające się potrzeby biznesowe mogą wymagać elastyczności, której zakup czy leasing auta nie zapewniają.

Dlatego też wynajem długoterminowy jest atrakcyjnym rozwiązaniem dla małych przedsiębiorstw, spełniającym ich aktualne oczekiwania i potrzeby, przede wszystkim pod względem przewidywalności i stabilności kosztów. Umożliwia lepszą kontrolę wydatków związanych z autem, na dodatek bez konieczności ponoszenia wysokich początkowych nakładów finansowych. Tym samym pozwala

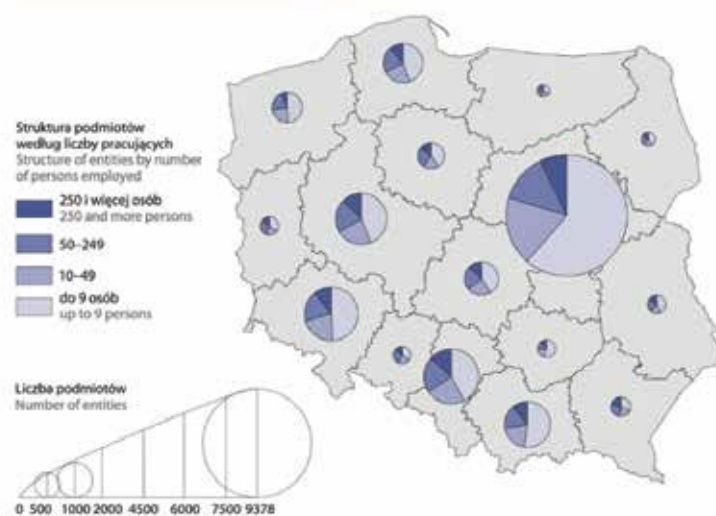


na lepsze zarządzanie budżetem i unikanie nieprzewidzianych kosztów, np. wynikających z awarii pojazdu. Wynajem długoterminowy staje się w Polsce coraz

bardziej popularny, także wśród najmniejszych firm. Zgodnie z danymi PZWLP, w 2022 r. po rozwiązaniu to sięgało już 28,1 proc. przedsiębiorców i firm w Polsce nabywających w tym czasie nowe samochody. W ciągu 5 lat udział wynajmu długoterminowego w sprzedaży nowych aut w naszym kraju powiększył się o prawie 7 punktów procentowych. Wynajem długoterminowy zyskuje wobec zakupu samochodów ze środków własnych, w kredycie czy z wykorzystaniem klasycznego leasingu.

Źródło: „Podmioty krajowe należące do grup przedsiębiorstw w 2021 roku” (<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarcze-wyniki-finansowe/przedsiębiorstwa-niefinansowe/grupy-przedsiębiorstw-w-polsce-w-2021-roku,14,14.html>)

Podmioty krajowe należące do grup przedsiębiorstw w 2021 r.
Domestic entities belonging to enterprise groups in 2021



Handlowcy coraz częściej będą jeździć wynajętymi samochodami

65 proc. firm handlowych ocenia swoją sytuacją finansową jako dobrą, 27 proc. jako stabilną, a tylko 8 proc. jako ciężką. To najlepsze wyniki wśród pięciu badanych sektorów. Jednak 2023 rok to rok wyzwań.

W szczególności handlowcy wskazują na inflację (85 proc.), spadek sprzedaży (63 proc.) i rosnące koszty pracy (51 proc.). Stąd widoczna potrzeba wyboru najmu jako sposobu finansowania najczęściej wykorzystywanego narzędzia pracy, jakim jest samochód osobowy.

W ciągu najbliższych 3 lat z wynajmu osobówek planuje skorzystać 42 proc. firm handlowych. To ponad dwa razy więcej niż obecnie (18 proc.) – wynika z raportu EFL „MŚP wynajmują czy kupują? Pod lupą”. Głównie z uwagi na stałe koszty przez cały czas trwania umowy (53 proc.) i szyb-

ki dostęp do auta (40 proc.). Na razie niewielu handlowców myśli o uzupełnieniu swojej floty o napędy elektryczne lub hybrydowe – jedynie 13 proc.

– Sektor handlowy jak żaden inny jest uzależniony od konsumpcji, a ta będzie spadać. W otoczeniu wzrostów kosztów życia i realnym spadku wynagrodzeń, które rosną, ale poniżej poziomu inflacji, gospodarstwa domowe będą kupować mniej. I choć w ubiegłym roku, kiedy realizowaliśmy nasze badanie, handlowcy byli największymi optymistami w kwestii swojej sytuacji finansowej, to już w opiniach na

temat przyszłych wyzwań widać, że zdawali sobie sprawę, że perspektywa długoterminowa nie zapowiada się optymistycznie. Dlatego przedsiębiorstwa szukają metod optymalizacji kosztów i pracy. Biorąc pod uwagę, że samochody osobowe to najczęściej wykorzystywane narzędzia pracy w handlu, a koszty z nimi związane od kilku lat galopują w górę, najlepszym rozwiązaniem okazuje się zmiana sposobu. Choć leasing i gotówka nadal pozostaną najchętniej wybranymi opcjami, to największą dynamikę wzrostu w perspektywie najbliższych 3 lat osiągnie wynajem. Przede wszystkim za sprawą korzyści, które są odpowiedzią na największe bóle handlowców, czyli rosnące ceny samochodów i ich eksploatacji – mówi Wojciech Przybył, członek zarządu EFL.

Dobrze już było? Inflacja osłabi sprzedaż

Z raportu EFL „MŚP wynajmują czy kupują. Pod lupą” wynika, że większość przedstawicieli sektora handlowego uważa swoją sytuację finansową za dobrą (65 proc. wskazań). Co czwarty zapytany określił ją jako stabilną (27 proc.). W kontekście trwającej wojny na terytorium Ukrainy oraz trudnego otoczenia gospodarczego największe bóle są natury finansowej. Zdecydowana większość respondentów wskazuje na inflację (85 proc.), niemal dwie trzecie na spadek sprzedaży (63 proc.), a połowa na rosnące koszty pracy (51 proc.).

Sen z powiek 48 proc. firm handlowych spędza brak pracowników, a w przypadku 39 proc. – brak zleceń.

Wynajem zyska najwięcej

Niemal co druga firma handlowa planuje w tym roku wymienić osobówki w swojej flocie (48 proc.), a w perspektywie 3 lat ten odsetek wzrasta niemal dwukrotnie do 92 proc. Wciąż większość firm decyduje się na silniki benzynowe (94 proc.), 38 proc. handlowców stawia na diesle, a 26 proc. LPG. Na razie niewielu przedsiębiorstw myśli o uzupełnieniu swojej floty o napędy elektryczne lub hybrydowe – o tym myśli jedynie 13 proc. Firmy handlowe najczęściej finansują zakup floty pojazdów, korzystając z leasingu (98 proc.). 7 na 10 przedsiębiorców stawia na własne zasoby finansowe, a 6 proc. na kredyt. 18 proc. badanych korzysta z najmu. I choć w najbliższych latach leasing osobówek pozostanie najchętniej wybieraną opcją (96 proc.), to warto zwrócić uwagę na rosnący udział wynajmu.

Rozwój sektora automotive oparty na liczbach

W ostatnich latach branża automotive, pomimo licznych trudności, przechodzi rewolucyjne zmiany w niespotykanym dotąd tempie. Jesteśmy coraz bliżej realizacji, do niedawna nierealnych, marzeń o samochodach autonomicznych czy opartych o software. Rozwój branży motoryzacyjnej, podobnie jak pozostałych sektorów technologicznych, opiera się na zbieraniu, analizie i wykorzystywaniu danych.

W branży automotive na dużych zbiorach danych bazuje każdy etap procesu wytwarzania pojazdów, zaczynając od prac badawczo-rozwojowych, poprzez sprzedaż, aż po dostarczenie klientom i klientkom gotowego produktu.

To dzięki danym, które zbierane są z samochodów połączonych z siecią (connected car) możliwe jest tworzenie nowoczesnych rozwiązań takich jak samochód autonomiczny. Obecnie, największą szansą, a zarazem wyzwaniem, dla firm motoryzacyjnych staje się skrupulatne zbieranie i analizowanie dużej ilości informacji.

Przewidywanie potrzeb i tworzenie nowoczesnych rozwiązań

Aby planować zmiany technologiczne i przygotowywać produkty, które

będą odpowiadać na potrzeby klientów i klientek przyszłości, należy skutecznie wyciągać wzorce z posiadanych danych. Do niedawna trudnością w tym procesie był brak odpowiedniej ilości danych oraz fakt, że nie spływały one do producentów w czasie rzeczywistym. Aktualnie auta wychodzące z linii produkcyjnej muszą być gotowe do dzielenia się danymi. Wyzwaniem jest efektywna selekcja danych, które są niezbędne do zwiększenia bezpieczeństwa użytkowników. – Mimo tego, że przechowywanie danych staje się coraz tańsze, a rozwój sieci 5G pozwala nam uzyskiwać je bardzo szybko, nikt nie może pozwolić sobie na przechowywanie każdej pozyskanej informacji, chociażby z powodu ekologii cyfrowej. Nadmiarowa infrastruktura sieciowa już teraz gene-

ruje spore wyzwania dla sieci energetycznych. Kluczowym zadaniem dla specjalistów i specjalistek w branży IT z obszaru Big Data i Data Science będzie zatem selekcja i organizacja danych, aby zbierać wyłącznie te niezbędne do wygenerowania wartości biznesowej – mówi Rafał Modelski, dyrektor projektów branży produkcyjnej i telekomunikacyjnej w Capgemini Polska.

Prawo do danych

Kolejnym ważnym zagadnieniem jest ochrona danych osób posiadających i prowadzących auta. Rozwiązania, które obecnie pozwalają nam świadomie wyrażać zgodę na pozyskiwanie i przechowywanie informacji o nas nie będą miały zastosowania w odniesieniu do samochodów. Trudno wyobrazić sobie podpisywanie dokumentu zbliżonego do zgody regulowanej przez RODO, za każdym razem, kiedy chcemy gdzieś dojechać. A przecież zgodnie z obowiązującym rozporządzeniem firmy mają obowiązek uzyskania zgody, od osób, których dane osobowe planują przetwarzać. Co więcej, taka zgoda powinna być łatwa do wycofania. Sytuacja komplikuje się jeszcze bardziej kiedy pomyślimy o tym, że większość samochodów ma więcej niż jednego

użytkownika czy użytkowniczkę. Tu prawdopodobnie niezbędne okażą się odgórne regulacje prawne, w których wyspecjalizują się osoby pracujące w odpowiednich działach firm motoryzacyjnych.

Nie musimy jednak wybiegać daleko w przyszłość, aby zauważyć problem z własnością danych w sektorze motoryzacyjnym. Aby skutecznie korzystać z danych przestrzegając najwyższych możliwych standardów związanych z ochroną prywatności, konieczne będą również zmiany wewnątrz organizacji. Firmy nie będą mogły pozwolić sobie na delegowanie tych zadań pojedynczym osobom czy niewielkim grupom. Tworzenie dużych, interdyscyplinarnych zespołów, które będą odpowiedzialne za procesy związane z przechowywaniem i przetwarzaniem danych stanie się koniecznością. Wsparcie dla tych osób będzie stanowiła technologia. Capgemini Polska już dziś tworzy mikroserwisy umożliwiające ochronę danych klienta dla wiodących firm motoryzacyjnych.







Samochód na zamówienie

Kolejnym obszarem motoryzacji, w którym dane pełnią istotną rolę jest przemysł. Samochody już od dawna nie są kupowane prosto

z salonu, a przygotowywane zgodnie z wymaganiami poszczególnych klientów i klientek. Liczba informacji, które trafiają do fabryk to również obszar, który wymaga skutecznego zarządzania. Jedną z najbardziej palących potrzeb przemysłu motoryzacyjnego coraz częściej jest implementacja procesu przyjmowania i obsługi zamówień, który zapewnia rzetelność, elastyczność, szybkość procesowania zamówień, punktualność dostaw oraz umożliwia szybkie zmiany w planowaniu produkcji. Eksperti i ekspertki Capgemini Polska projektują i wdrażają systemy składania zamówień, integrując wiele sektorów i etapów: od projektowania samochodu, poprzez sprzedaż, aż po rozliczenie zamówienia. Wprowadzanie tego rodzaju narzędzi znacząco skraca czas przetwarzania zamówień, a w konsekwencji także czas oczekiwania na nowy samochód. Systemy są stale rozwijane o nowe funkcjonalności. Przyszłość sektora automotive z pewnością będzie oparta na danych. W drodze do niej firmy będą musiały podejmować się wielu wyzwań. Z pomocą przyjdzie im technologia. To co najważniejsze z dzisiejszego punktu widzenia, to otwarte podejście do nadchodzących zmian i wdrażania nowoczesnych rozwiązań.

REKLAMA



-  **Kompleksowa oferta dla każdego rodzaju floty**
-  **5 000 stacji w Polsce**
-  **Ponad 57 000 stacji w Europie**
-  **Atrakcyjne rabaty i dostęp do najtańszych stacji**
-  **Narzędzia wspierające efektywne zarządzanie flotą**
-  **Jasne i przejrzyste rozliczenia**

Więcej na: uta.com/pl

Rozliczyć samochód elektryczny w działalności gospodarczej

W ostatnich latach wzrosła popularność samochodów elektrycznych, nie tylko ze względów środowiskowych, ale i ekonomicznych. Również przedsiębiorcy coraz częściej decydują się na wykorzystywanie w swojej działalności gospodarczej aut z napędem elektrycznym. Mogą wtedy skorzystać z dodatkowych preferencji podatkowych. Jak wprowadzać i użytkować elektryki w firmie?

Paulina Włodarczyk

księgowa w firmie inFakt

Osobowy samochód elektryczny w prawie podatkowym

Osobowy samochód elektryczny w przepisach o podatku dochodowym i VAT jest traktowany tak jak pojazdy spalinowe. Wyjątkiem jest jedynie wartość nabycia, którą można zaliczyć do kosztów podatkowych. W przypadku samochodów osobowych spalinowych jest to 150 tys. zł, a w przypadku elektrycznych 225 tys. zł

Zgodnie z przepisami o ruchu drogowym elektryki to samochody, których masa nie przekracza 3,5 t, a konstrukcja pozwala na jazdę powyżej 25 km/h.

Zakup lub leasing osobowego samochodu elektrycznego

Przedsiębiorca, który chce wykorzystywać w swojej działalności gospodarczej samochód osobowy, może go kupić ze środków własnych, biorąc kredyt lub korzystając z leasingu. Niezależnie od sposobu finansowania, do kosztów podatkowych można zaliczyć tylko określoną z góry wartość pojazdu.

Zgodnie z obowiązującymi przepisami, maksymalna wartość spalinowego samochodu osobowego, jaką można wprowadzić do kosztów działalności, to 150 tys. zł. Natomiast dla samochodów elektrycznych kwota, jaka podlega odliczeniu, to aż 225 tys. zł.

Należy pamiętać jednak o prawidłowym ustaleniu wartości początkowej samochodu: składa się na nią wartość netto oraz podatek VAT, który nie podlega odliczeniu. Dla przedsiębiorcy korzystającego ze zwolnienia z VAT wartość początkowa pojazdu to jego wartość brutto. Natomiast przedsiębiorca będący czynnym podatnikiem VAT ma do wyboru:

- Zgłoszenie samochodu elektrycznego do urzędu skarbowego na druku VAT-26, jako pojazd wykorzystywany tylko do celów służbowych. Konieczne jest w tym przypadku prowadzenie szczegółowej ewidencji przebiegu pojazdów, a przedsiębiorcy przysługuje prawo do odliczenia 100 proc. VAT od nabycia samochodu. Wartość początkowa to kwota netto wynikająca

z umowy zakupu.

- Użytkowanie samochodu do celów mieszanych, czyli zarówno do działalności gospodarczej, jak i do celów prywatnych. Przedsiębiorcy przysługuje prawo do odliczenia 50 proc. VAT, natomiast na wartość początkową samochodu składa się kwota netto oraz 50 proc. VAT, który nie podlega odliczeniu.

Przedsiębiorca, który dokonał zakupu samochodu elektrycznego, jest zobowiązany do jego wprowadzenia do ewidencji środków trwałych i amortyzowania. Suma odpisów amortyzacyjnych nie może przekroczyć 225 tys. zł. Poza tym do osobowych samochodów elektrycznych mają zastosowanie te same zasady, co dla spalinowych: nie mogą podlegać jednorazowej amortyzacji i stosuje się do nich taką samą stawkę amortyzacyjną.

Przedsiębiorca również może skorzystać z leasingu na samochód elektryczny. W takim wypadku należy porównać wartość początkową pojazdu z limitem 225 tys. zł. Jeśli przekracza ona podany limit, trzeba ustalić proporcję, w jakiej można zaliczyć kwotę raty leasingowej do kosztów podatkowych. Służy do tego wzór:

$(225 \text{ tys. zł} \times 100 \text{ proc.}) / \text{wartość początkowa osobowego samochodu elektrycznego}$

Proporcje stosujemy jedynie do tzw. raty kapitałowej, natomiast rata odsetkowa zaliczana jest w całości do kosztów podatkowych.

Rozliczenie kosztów eksploatacji osobowych samochodów elektrycznych

Do rozliczania kosztów użytkowania samochodu elektrycznego, na gruncie podatku dochodowego i VAT stosowane są te same przepisy jak dla samochodów spalinowych. Dlatego w zależności od sposobu użytkowania pojazdu przedsiębiorca ma trzy możliwości wyboru sposobu użytkowania samochodu na potrzeby działalności

- dla pojazdów firmowych wykorzystywanych jedynie do działalności gospodarczej, gdzie przedsiębiorca złożył VAT-26 i prowadzi ewidencję przebiegu pojazdu – przysługuje odliczenie 100 proc. VAT, a kwota netto w całości stanowi koszt podatkowy;

- dla pojazdów firmowych wykorzystywanych do celów służbowych i prywatnych – przysługuje prawo do odliczenia 50 proc. VAT. Do kosztów podatkowych zalicza się 75 proc. z sumy kwoty netto i 50 proc. VAT niepodlegającego odliczeniu;

- dla pojazdów prywatnych, wykorzystywanych jedynie okazjonalnie do celów działalności gospodarczej – przysługuje prawo odliczenia 50 proc. VAT. Do kosztów podatkowych zalicza się jedynie 20 proc. z sumy kwoty netto i 50 proc. VAT niepodlegającego odliczeniu.

Powyższe ograniczenia dotyczą kosztów takich jak opłaty za przejazd autostradą, koszty serwisu czy części zamiennych, ale też kosztów ładowania pojazdu. O ile przedsiębiorca będzie korzystał z ogólnodostępnych stacji szybkiego ładowania, w których otrzyma fakturę, rozliczenie kosztów ładowania będzie proste. Jednak jeśli energia elektryczna będzie pobierana z domowego gniazdka, to rekomendowane jest założenie osobnego licznika, który określi rzeczywiste zużycie prądu do ładowania samochodu.

Warto pamiętać także, że dla osobowych aut elektrycznych limit dotyczący składek na ubezpieczenia AC jest taki sam jak dla spalinowych – do 150 tys. zł wartości pojazdu.

Dostawczy samochód elektryczny
Rynek samochodów elektrycznych jest zdominowany przez samochody osobowe. Jednak producenci tych pojazdów poszerzają swoją ofertę także o samochody ciężarowe. Przedsiębiorcy, którzy zdecydują się na wykorzystywanie w działalności elektrycznych samochodów dostawczych, powinni wiedzieć, że zastosowanie do nich mają przepisy analogiczne jak dla ciężarowych pojazdów spalinowych.

Przy nabyciu ciężarowego samochodu elektrycznego przedsiębiorcy przysługuje prawo do odliczenia 100 proc. VAT i zaliczenia do kosztów podatkowych wartości początkowej samochodu, bez żadnego limitu. Przy zakupie samochodu ciężarowego, który trzeba amortyzować (wartość początkowa powyżej 10 tys. zł), przedsiębiorca może skorzystać z jednorazowego odpisu amortyzacyjnego dla małych podatników w ramach pomocy de minimis lub zastosować stawki amortyzacyjne takie same jak w przypadku pojazdu spalinowego.



Dla przedsiębiorcy, który zdecyduje się na wykorzystywanie w swojej działalności samochodu elektrycznego, dodatkowym atutem mogą być obniżone stawki akcyzy.



Rozliczając koszty użytkownika, przedsiębiorca może odliczyć 100 proc. podatku VAT oraz zaliczyć w koszty podatkowe 100 proc. kwoty netto wynikającej z faktury. Tak jak w przypadku elektrycznych samochodów osobowych, zalecana jest instalacja osobnego licznika, na podstawie którego będzie możliwe rozliczenie rzeczywistego zużycia prądu na potrzeby ładowania.

Akcyza na firmowy samochód elektryczny

Dla przedsiębiorcy, który zdecyduje się na wykorzystywanie w swojej działalności samochodu elektrycznego, dodatkowym atutem mogą być obniżone stawki akcyzy. Standardowo obowiązują dwie stawki: 3,1 proc. dla samochodów z silnikiem do 2000 cm³ oraz 18,6 proc. dla samochodów powyżej 2000 cm³. Jednak dla samochodów elektrycznych stawki akcyzy, zostały obniżone o 50 proc. i prezentują się w następujący sposób:

- Klasyczna hybryda (z silnikiem spalinowym) bez możliwości ładowania z gniazdka o pojemności do 2000 cm³ – akcyza 1,55 proc.;

- Klasyczna hybryda (z silnikiem spalinowym) bez możliwości ładowania z gniazdka o pojemności powyżej 2000 cm³ – akcyza 9,3 proc.;

- Klasyczna hybryda (z silnikiem spalinowym) z możliwością ładowania z gniazdka o pojemności powyżej 2000 cm³ – akcyza 9,3 proc.;

- Samochody elektryczne z silnikiem powyżej 2000 cm³ – akcyza 9,3 proc.

Przedsiębiorca, który nabył samochód elektryczny z możliwością ładowania z gniazdka do pojemności 2000 cm³, może skorzystać z całkowitego zwolnienia z akcyzy.

Warto przy tym pamiętać, że kwota zapłaconego podatku akcyzowego wpływa na podwyższenie wartości początkowej samochodu.

Dofinansowanie na zakup samochodu elektrycznego

Przedsiębiorcy mogą otrzymać dotację na zakup elektryka lub dofinansowanie leasingu (opłaty wstępnej i transferowej) w ramach programu „Mój elektryk”. Wartość dotacji zależy od przebiegu rocznego samochodu. Jeśli przedsiębiorca nie zadeklaruje przebiegu wartość dotacji to 18 750 zł, dla przebiegu min. 30 tys. km to kwota 27 tys. zł. Dla elektrycznych samochodów ciężarowych maksymalna kwota dofinansowania to 70 tys. zł. Wartość dotacji zależy od tego, czy przedsiębiorca zadeklaruje wysokość rocznego przebiegu auta. Dotacja w ramach programu „Mój elektryk” jest zwolniona z podatku dochodowego.