

LIDERZY FLOTY



Flota firmowa w czasach niepewności gospodarczej

Decyzje dotyczące flot samochodowych coraz częściej przestają być wyłącznie kwestią logistyczną czy operacyjną. W warunkach zmiennych stóp procentowych, rosnących kosztów eksploatacji oraz nowych regulacji podatkowych flota staje się elementem strategicznego zarządzania finansami przedsiębiorstwa. Firmy analizują dziś nie tylko koszt zakupu pojazdu, lecz także długoterminową stabilność kosztów i całkowity koszt jego użytkowania.



ŁUKASZ PASZKIEWICZ
ekspert ds. finansów i walut,
prezes Ekantor

Gospodarka a decyzje flotowe przedsiębiorstw

Sytuacja gospodarcza w Polsce i w całej Unii Europejskiej w ostatnich latach znacząco wpłynęła na sposób planowania inwestycji flotowych przez przedsiębiorstwa. Spowolnienie gospodarcze, niepewność regulacyjna oraz rosnąca zmienność kosztów finansowania powodują, że firmy podejmują decyzje flotowe znacznie bardziej ostrożnie niż jeszcze kilka lat temu.

Flota samochodowa coraz rzadziej jest traktowana wyłącznie jako narzędzie mobilności pracowników. W wielu przedsiębiorstwach staje się elementem szerszej strategii finansowej. Zarządy analizują dziś decyzje flotowe podobnie jak inne inwestycje kapitałowe – przez pryzmat kosztu pieniądza, inflacji oraz stabilności budżetu w kilkuletnim horyzoncie. W praktyce oznacza to rosnącą popularność modeli finansowania, które pozwalają ograniczyć niepewność kosztową, takich jak wynajem długoterminowy czy kompleksowe zarządzanie flotą przez wyspecjalizowane firmy.

Zmienność stóp procentowych a koszt finansowania flot

Jednym z najważniejszych czynników wpływających na rynek

flotowy w ostatnich latach była zmienność stóp procentowych. Wzrost kosztu pieniądza bezpośrednio przełożył się na wyższe koszty leasingu, kredytów oraz wynajmu długoterminowego.

Ponieważ floty samochodowe w większości przedsiębiorstw finansowane są przy wykorzystaniu kapitału zewnętrznego, zmiany stóp procentowych bardzo szybko znajdują odzwierciedlenie w budżetach firm. W efekcie przedsiębiorstwa coraz częściej analizują całkowity koszt użytkowania pojazdu – tzw. TCO (Total Cost of Ownership) – zamiast koncentrować się wyłącznie na cenie zakupu. W kalkulacji uwzględniane są m.in. koszty finansowania, paliwa, serwisu, ubezpieczeń oraz wartość rezydualna pojazdu. Dopiero suma tych elementów pozwala realnie ocenić opłacalność inwestycji flotowej.

Inflacja kosztów operacyjnych flot

W ostatnich latach wyraźnie widoczna jest również inflacja kosztów operacyjnych flot. Wzrost cen usług serwisowych, części zamiennych oraz ubezpieczeń komunikacyjnych sprawia, że utrzymanie pojazdów staje się coraz większym obciążeniem dla budżetów przedsiębiorstw.

Co istotne, w wielu przypadkach koszty eksploatacyjne rosną szybciej niż inflacja konsumencka. Oznacza to, że największym wyzwaniem dla firm przestaje być sam zakup pojazdu, a staje się nim utrzymanie przewidywalności kosztów jego użytkowania w kolejnych latach. Z tego powodu przedsiębiorstwa coraz częściej sięgają po narzędzia analityczne oraz systemy telematyczne pozwalające optymalizować wykorzystanie pojazdów, kontrolować styl jazdy kierowców czy planować serwis w sposób bardziej efektywny.

Podatki i regulacje jako czynnik strategii flotowej

Istotnym elementem wpływającym na decyzje flotowe są również zmiany legislacyjne. Dotyczą one m.in. zasad opodatkowania samochodów służbowych, możliwości rozliczania kosztów oraz regulacji wynikających z polityki klimatycznej Unii Europejskiej. Dla wielu przedsiębiorstw oznacza to konieczność uwzględnienia w strategii flotowej nie tylko bieżących kosztów, ale również potencjalnych zmian regulacyjnych w długim horyzoncie. Szczególne znaczenie mają tu kwestie podatkowe oraz regulacje do-

tyczące emisji i raportowania środowiskowego.

Flota jako element strategii finansowej

Wszystkie te czynniki sprawiają, że flota samochodowa coraz częściej staje się elementem strategicznego zarządzania finansami przedsiębiorstwa. Decyzje dotyczące struktury floty, sposobu finansowania czy okresu użytkowania pojazdów są dziś analizowane w kontekście stabilności kosztów i odporności firmy na zmiany gospodarcze.

Przedsiębiorstwa, które potrafią spojrzeć na zarządzanie flotą w sposób kompleksowy – uwzględniając koszt kapitału, inflację kosztów operacyjnych oraz zmieniające się regulacje – mają większą szansę utrzymać przewidywalność wydatków i stabilność finansową w długim okresie.

W najbliższych latach mobilność pracowników pozostanie ważnym elementem funkcjonowania firm. Jednocześnie rosnące koszty i zmienność otoczenia gospodarczego sprawiają, że zarządzanie flotą będzie coraz częściej traktowane nie tylko jako kwestia operacyjna, lecz jako jeden z kluczowych obszarów strategii finansowej przedsiębiorstwa.

NOWA

MAZDA 6e



STWORZONA W DUCHU JAPONSKIEGO RZEMIOSŁA

Nowa Mazda6e to perfekcyjne połączenie zaawansowanych technologii z japońską estetyką. Doskonałe osiągi napędu elektrycznego i zasięg nawet do 552 km* zapewnią ci poczucie jedności z samochodem i czystą przyjemność z prowadzenia.

* Zasięg samochodu został określony zgodnie z wytycznymi światowej zharmonizowanej procedury badania pojazdów lekkich (WLTP). Rzeczywisty zasięg może różnić się w zależności od wyposażenia i czynników indywidualnych. Faktyczny zasięg osiągnięty w realnych warunkach różni się w zależności od stylu jazdy, prędkości, korzystania z udogodnień (np. ogrzewanie foteli, klimatyzacja), wyposażenia dodatkowego, temperatury zewnętrznej, liczby pasażerów/obciążenia, topografii terenu oraz wieku i zużycia akumulatora. W zależności od wersji samochod u średnie zużycie energii oraz emisja CO₂ (na podstawie WLTP) dla Mazdy 6e wynoszą odpowiednio: 16,6 kWh/100 km oraz 0 g/km. Samochody Mazda są wyposażone w układ klimatyzacji zawierający fluorowany gaz cieplarniany o współczynniku ocieplenia globalnego powyżej 150. Informacje dotyczące odzysku i recyklingu samochodów wycofanych z eksploatacji znajdują się na mazda.pl

Segment flot samochodowych w Polsce dynamicznie się rozwija, a na rynku wyłania się grupa liderów, którzy kształtują jego trendy i standardy obsługi. Raport przedstawia najważniejszych

graczy w branży, ich strategię oraz udział w rynku. Analiza pozwała zrozumieć, które firmy dominują w segmencie i jakie czynniki decydują o ich pozycji.



Liderzy floty

Nazwa firmy	Osoba zarządzająca w Polsce	Ogólny opis firmy	Czy firma wspiera elektromobilność? Jeśli tak, to jak? Jak ją promujecie?	Wielkość obsługiwanej floty	Kluczowi klienci
Carefleet	dr Daniel Trzaskowski	Carefleet to firma działająca na polskim rynku usług finansowania i zarządzania flotą samochodową. Spółka powstała w 2004 r. i wywodzi się z działalności flotowej Europejskiego Funduszu Leasingowego, należącego do grupy Crédit Agricole. Carefleet specjalizuje się w wynajmie długoterminowym samochodów oraz kompleksowej obsłudze flot firmowych. Oferta obejmuje m.in. finansowanie pojazdów, serwis, ubezpieczenia i zarządzanie eksploatacją aut. Z rozwiązań spółki korzystają zarówno duże przedsiębiorstwa, jak i firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw.	Carefleet promuje elektromobilność poprzez finansowanie i wynajem samochodów elektrycznych, realizację projektów elektrycznych flot dla firm oraz działania edukacyjne skierowane do przedsiębiorstw.	16 669 szt.	Branża elektronarzędzia, nowe technologie/IT, ubezpieczenia, samochody pool car.
Cartrack Polska	Bartłomiej Dębski	Cartrack Polska jest jednym z najchętniej wybieranych i nagradzanych dostawców nowoczesnych rozwiązań telematycznych dla biznesu w Polsce. Od ponad 17 lat firma projektuje i rozwija własny sprzęt oraz oprogramowanie, dostarczając stabilne usługi Big Data z elementami sztucznej inteligencji dla przedsiębiorstw z różnych sektorów gospodarki – od flot osobowych i handlowych, przez transport ciężki i dostawczy, po pojazdy specjalistyczne. Jednym z kluczowych atutów Cartrack Polska jest pełna kontrola nad jakością wdrożeń i obsługi klienta. Firma dysponuje własnymi, etatowymi zespołami instalatorów działającymi na terenie całego kraju oraz całodobowym, wewnętrznym Biurem Obsługi Klienta, którego pracownicy są specjalnie przeszkoleni w zakresie oferowanych technologii. Cartrack Polska łączy telematykę, rozwiązania z zakresu bezpieczeństwa, analitykę danych, monitoring wizyjny, rozwiązania OEM, wsparcie elektromobilności oraz doradztwo operacyjne. Dzięki temu wspiera klientów w ograniczaniu kosztów, zwiększaniu bezpieczeństwa, digitalizacji procesów oraz podejmowaniu trafnych decyzji flotowych opartych na danych, a nie przypuszczeniach. Dostarczane przez firmę technologie, wsparcie eksperckie i odpowiedzialne podejście do współpracy pomagają przedsiębiorstwom budować przewagę konkurencyjną każdego dnia.	Cartrack Polska aktywnie wspiera elektromobilność zarówno technologicznie, jak i edukacyjnie. Nasze rozwiązania pomagają firmom zarządzać flotami nisko- i zeroemisijnymi w oparciu o dane: monitorować poziom naładowania baterii, zdarzenia ładowania, szacowane zużycie energii oraz zasięg pojazdów elektrycznych, co ułatwia planowanie tras, kontrolę kosztów i wdrażanie polityki dekarbonizacji. Równoległe promujemy elektromobilność poprzez działania eksperckie i edukacyjne: publikacje, poradniki dla fleet managerów, materiały o elektryfikacji flot oraz serię „Z PRADEM”, poświęconą elektromobilności i dekarbonizacji. Ważnym elementem tej aktywności jest także współpraca z Polską Izba Rozwoju Elektromobilności, dzięki której jeszcze mocniej angażujemy się w rozwój rynku, edukację firm i popularyzację rozwiązań wspierających redukcję emisji CO ₂ w transporcie.	85 000+ pojazdów w Polsce	Klientami firmy są liderzy w branży kurierskiej, budowlanej, farmaceutycznej.
Mazda Motor Poland	Maciej Hochman	Mazda Motor Poland dostarcza modele o unikalnym designie, wysokiej jakości i świetnych wartościach rezydualnych. W ramach Mazda Multi Solution daje klientom wybór różnych napędów: mHEV, HEV, PHEV, benzynowych, a także ekonomicznego diesla. Atrakcyjne finansowanie, niskie TCO i najwyższy poziom serwisu zapewniają niezawodność oraz pełną elastyczność dla biznesu.	Mazda posiada w swojej gamie w 100 proc. elektryczne modele, takie jak Mazda6e oraz Mazda CX-6e, które łączą wydajność z niezawodnością. Mazda od dziesięcioleci projektuje niezawodne samochody, które dostarczają emocji i inspirują. W tym samym duchu kształtuje podejście do samochodów elektrycznych, wprowadzając doskonałe osiągi, jakość wykonania i niezawodność w nową erę. Aktualnie Mazda6e dostępna jest m.in. w leasingu dla firm już od 103,9 proc. w programie Mazda Lease oraz z ubezpieczeniem OC/AC za 1 zł.	Każdy klient biznesowy z parkiem flotowym od 5szt może u dealerów Mazdy pozyskać atrakcyjne warunki flotowe.	Samochody marki Mazda użytkują zarówno klienci z sektora MŚP, jak i duże, międzynarodowe korporacje.
SEAT&CUPRA	Daria Zielaskiewicz	SEAT to hiszpańska marka motoryzacyjna, znana z produkcji dynamicznych i przystępnych cenowo samochodów. Od samego początku SEAT łączy hiszpański styl z nowoczesną technologią, oferując pojazdy dla kierowców ceniących design, komfort i bezpieczeństwo. W portfolio marki są zarówno modele miejskie, kompaktowe jak i cieszące się dużą popularnością SUV-y. CUPRA wyróżnia się unikalnym, hiszpańskim temperamentem, sportowym designem i wysokimi osiągnięciami, łącząc emocje z technologią przyszłości. Marka stawia na innowacyjne rozwiązania, takie jak elektryczne i hybrydowe napędy, oraz na unikalne doświadczenie kierowcy, w tym w zakresie cyfrowych usług i personalizacji pojazdów. CUPRA to symbol nowoczesnej, odważnej motoryzacji dla osób poszukujących zarówno stylu, jak i wrażeń z jazdy. Obie marki łączą pasję do motoryzacji, zaawansowaną inżynierię i hiszpański charakter, oferując produkty i doświadczenia dopasowane do różnych potrzeb kierowców na całym świecie.	SEAT&CUPRA aktywnie wspierają elektromobilność, rozwijając gamę pojazdów elektrycznych i hybrydowych. CUPRA, zaprojektowana w Barcelonie, ze sportowym DNA, inwestuje w elektromobilność, łącząc sportowe osiągi z innowacyjnymi rozwiązaniami i cyfrową integracją. W swoim portfolio ma samochody w 100% elektryczne - Born, Tavascan i Raval oraz modele hybrydowe - Leon, Formentor i Terramar. Marka planuje, aby od 2030 roku wszystkie jej modele były w pełni elektryczne, co jest częścią strategii na rzecz zrównoważonego rozwoju i przyszłości bezemisyjnej motoryzacji. Obie marki udowadniają, że elektromobilność to nie tylko troska o środowisko, ale również nowe, inspirujące doświadczenie motoryzacyjne.	Roczny wolumen sprzedaż aut do firm, posiadających flotę przekracza obecnie 4000 aut.	Kluczowymi klientami są firmy z branży elektronarzędzi, sektora nowych technologii IT oraz ubezpieczeń, a także przedsiębiorstwa wykorzystujące samochody w modelu pool car.
UTA Edenred	Michał Gwiaździński	UTA Edenred jest jednym z wiodących dostawców rozwiązań w zakresie mobilności w Europie. Swoją szeroką ofertę dedykuje firmom transportowym, spedycyjnym oraz tym, które wykorzystują flotę dla własnych celów. Wśród rozwiązań proponowanych przez UTA Edenred szczególne miejsce zajmuje karta paliwowo-serwisowa UTA Card oraz karta rozszerzona o funkcję ładowania pojazdów elektrycznych – UTA eCard. Wygodne i bezgotówkowe transakcje możliwe są w około 91 500 punktach (w tym prawie 70 tys. to stacje paliwowe) w Europie oraz w europejskiej publicznej sieci ładowania obejmującej ponad 1 milion ładowarek. W Polsce sieć obejmuje ponad 5 tys. stacji paliw i około 11 tys. publicznych ładowarek. Oprócz bezgotówkowych tankowań i ładowań, UTA Edenred oferuje również rozwiązania do poboru myta w 27 krajach, w tym interoperacyjne boxy do rejestracji opłat drogowych w wielu europejskich państwach: UTA One® next dla pojazdów o DMC powyżej 3,5 t oraz UTA One® Move dla samochodów o DMC do 3,5 t. W portfolio produktów i usług z UTA Card znajdują się także przejazdy przez mosty i tunele, parkingi, promy, myjnię, serwisy, pomoc drogowa, akcesoria niezbędne do kontynuowania jazdy, a także usługi telematyczne oraz zwrot podatku VAT i akcyzy z zagranicy.	UTA Edenred posiada w ofercie kartę UTA eCard z usługą ładowania dla samochodów z napędem elektrycznym i hybrydowym – UTA eCharge. Aktualnie usługa ta jest dostępna dla klientów z Polski w ponad 1 mln punktów w publicznej sieci ładowarek w Europie.	Wielkość floty i kategoria pojazdu nie ma znaczenia, rozwiązania dla pojazdów ciężarowych, dostawczych, autobusów, busów i samochodów osobowych.	Firmy transportowe, spedycyjne lub wykorzystujące flotę dla własnych potrzeb.

Flota jako benefit pracowniczy – nowe modele użytkowania

W powszechnej opinii samochód służbowy wciąż bywa traktowany jako przywilej managera lub narzędzie handlowca. Tymczasem firmowe auto nie musi być przypisane do stanowiska i zależeć od charakteru pracy – może być realnym benefitem, który poprawia wizerunek firmy w oczach pracowników.



GRZEGORZ FIJAŁKOWSKI
prezes zarządu spółek
z Grupy Masterlease

Statystyki pokazują, że pracownicy chcą mieć dostęp do pojazdów służbowych. W badaniu Randstad „Monitor Rynku Pracy” samochód znajduje się na 3. miejscu wśród najbardziej pożądaných świadczeń pozapłacowych. Aż 27 proc. ankietowanych umieściło go w TOP3 najważniejszych benefitów. Tymczasem dostęp do służbowego samochodu deklaruje 15 proc. pracowników w Polsce. Wyraźnie widać więc dysproporcję pomiędzy popytem na taki benefit a jego rzeczywistą dostępnością. To punkt wyjścia do rozmowy o tym, jak przekuć trendy w rynkową rzeczywistość.

Samochód służbowy – dla kogo i po co?

Powszechne podejście do służbowej floty zakłada dość oczywisty, ugruntowany przez lata podział – służbowym samochodem jeździ kadra zarządzająca. W zależności od firmowych standardów dotyczy to osób na średnim i wysokim szczeblu kierowniczym. Służbowe auto jest w tym przypadku zarówno wizytówką firmy, jak i elementem pakietu wynagrodzenia.

Drugą stroną podziału stanowią m.in. handlowcy i przedstawiciele terenowi, dla których auto jest w pewnym sensie „mobilnym biurem”, które pozwala realizować cele sprzedażowe. A oprócz nich także specjaliści techniczni i inżynierowie terenowi, którzy potrzebują pojazdu do transportu sprzętu i szybkiej reakcji u klienta. Model „auta do celów operacyjnych” jest nadal powszechny i uzasadniony w wielu branżach. Wystarczy spojrzeć na sektor FMCG, budownictwo, usługi techniczne czy finansowe.

Coraz więcej firm potrzebuje jednak rozwiązań, które wykraczają poza schemat



„samochodu do pracy”. Pracownicy wciąż potrzebują pojazdu, który zawiezie ich do klienta, pomoże odwiedzić dzieci do szkoły czy wyjechać na weekend. Pracodawcy widzą potencjał w mieszanym modelu, bo rozumieją, że to element skutecznego lojalizowania pracowników. Codzienna wartość tego benefitu mierzy się w stałym dostępie do mobilności, a nie tylko w przejechanych służbowo kilometrach.

To przesunięcie perspektywy rodzi praktyczne pytanie: jak zaoferować ten benefit szerszej grupie pracowników, a nie tylko kadry na górze firmowej struktury?

Nowe formy firmowej floty.

Potrzeba mobilności jest powszechna, ale nie da się przyznać indywidualnego służbowego auta każdemu pracownikowi. Dlatego na rynku pojawiają się niestandardowe rozwiązania, które odpowiadają na to wyzwanie.

W Masterlease oferujemy firmom rozwiązania, które pozwala im udostępnić pracownikom atrakcyjny benefit w postaci dostępu do samochodu na preferencyjnych warunkach. Produkt ten nosi nazwę MasterBenefit i umożliwia organizacjom włączenie do pakietu benefitów pracowniczych usługi dostępu do samochodów.

Pracownicy mogą uzyskać dostęp usług wynajmu samochodu prywatnego, korzystając z warunków dostępnych standardowo dla klientów korporacyjnych. Oznacza to bezpieczne i przejrzyste umowy oraz możliwość obsługi samochodu prywatnego w taki sam sposób, jak pojazd firmowy – z kompleksowym zakresem usług i standardem obsługi właściwym dla flot korporacyjnych.

Mechanizm produktu jest przejrzysty. Pracodawca podpisuje umowę ramową z firmą leasingową, ale nie generuje to po jego stronie żadnych kosztów, pracownicy otrzymują dostęp do platformy z ofertami wynajmu długoterminowego samochodów, a także mogą wybrać auto na „korporacyjnych” warunkach i korzystać z niego w ramach miesięcznego

czynszu, który obejmuje m.in. pełne ubezpieczenie, usługi assistance, przeglądy i serwis, a także wymianę i przechowywanie opon. Tego rodzaju warunki do tej pory były domeną firm zarządzających dużymi flotami.

Dziś w ramach programu benefitowego stają się dostępne dla pracowników.

Benefit, który pracownicy naprawdę doceniają

Popularność programów benefitowych opartych na samochodach wynika z dwóch procesów. Po pierwsze, standardowe świadczenia, jak opieka medyczna czy karty sportowe, przestały wyróżniać pracodawcę. Po drugie, pracownicy coraz lepiej rozumieją realną wartość finansową benefitu samochodowego.

Stalą, przewidywalną opłatą miesięczną za użytkowanie nowego auta z pełnym pakietem usług przelicza się na konkretne oszczędności. Pracownikowi na własną rękę trudno byłoby uzyskać finansowanie na takich warunkach, jak może dostać w miejscu pracy. W kalkulacjach łatwo jest przeoczyć jeden element – wsparcie w obsłudze samochodu. Przeglądy, naprawy, opony, ubezpieczenie, kontakt z warsztatem – w tym wszystkim pomoże pracownikowi firma specjalizująca się w wynajmie długoterminowym.

REKLAMA

UTA | Edenred
we simplify mobility

UTA eCharge®
Podłącz się do publicznej sieci ładowania.
Zawsze tam, gdzie potrzebujesz.

Zeskanuj!

NOWOCZESNE ROZWIĄZANIA FLOTOWE

Zestawienie prezentuje nowoczesne rozwiązania dla flot, które wspierają efektywne zarządzanie pojazdami, optymalizację kosztów i poprawę bezpieczeństwa w firmach.

CAREFLEET

Nazwa rozwiązania

Aplikacja mobilna Carefleet Go

Opis rozwiązania

Carefleet GO to mobilna aplikacja dla użytkowników samochodów finansowanych przez Carefleet. Umożliwia szybki dostęp do najważniejszych informacji o pojeździe, takich jak dane techniczne, historia serwisowa czy terminy przeglądów. W aplikacji można także wyszukać najbliższe serwisy, zgłosić szkodę, zarządzać oponami oraz składać wnioski, np. o wyjazd za granicę. Narzędzie usprawnia kontakt z Carefleet i ułatwia codzienne korzystanie z samochodu.

CARTRACK POLSKA

Nazwa rozwiązania

Telematyka wizyjna

Opis rozwiązania

Telematyka wizyjna Cartrack łączy monitoring GPS, zapis obrazu i analizę AI w jednym środowisku danych. Rozwiązanie zwiększa bezpieczeństwo kierowców, przyspiesza wyjaśnianie zdarzeń, ogranicza nadużycia i wspiera coaching stylu jazdy. Dla firm to praktyczna innowacja: mniej ryzyka, mocniejszy materiał dowodowy i lepsze decyzje operacyjne oparte na obrazie oraz telemetrii.

Nazwa rozwiązania

Telematyka OEM

Opis rozwiązania

Telematyka OEM Cartrack wykorzystuje fabryczne dane z pojazdu i integruje je z platformą zarządczą bez potrzeby dodatkowej instalacji. To innowacyjne rozwiązanie przyspiesza wdrożenia, zwiększa skalowalność projektu i daje flotom precyzyjny dostęp do danych potrzebnych do kontroli kosztów, raportowania, poprawy bezpieczeństwa oraz budowy nowoczesnych procesów fleet managementu.

Rynek aut flotowych w Polsce: między elektryfikacją a pragmatyzmem firm

Polski rynek samochodów firmowych pozostaje jednym z głównych motorów sprzedaży nowych aut. Choć liczba rejestracji bije rekordy, branża flotowa stoi dziś przed nowymi wyzwaniami – od rosnącej popularności SUV-ów, przez presję elektryfikacji, po zmieniające się regulacje prawne i oczekiwania przedsiębiorców.



MARCIN KORZENIEWSKI
członek zarządu Autoplac.pl

Jeszcze 10 lat temu całkowita sprzedaż nowych aut w Polsce wynosiła około 350 000 sztuk rocznie. Potem systematycznie rosła, mając jeden gorszy moment podczas pandemii. W minionym 2025 r. osiągnęła rekord niemal 600 000 samochodów. Jeżeli chodzi o udział firm w tej sprzedaży, od 10 lat waha się on od 65 do 75 proc., zatem cały czas jest na zbliżonym poziomie. Przedsiębiorstwa są od dawna kluczowym klientem dla dealerów i importerów pojazdów, kupującym coraz więcej. Praca zdalna poza kodeksowymi regulacjami nie we wszystkich firmach jest już tak bardzo pożądana, jak jeszcze całkiem niedawno. Zresztą w wielu branżach trudno prowadzić aktywną sprzedaż tylko z siedziby przedsiębiorstwa, bez bezpośredniego kontaktu z potencjalnym nabywcą produktu lub tym bardziej usługi.

O SUV-ach

Zmianom ulegają inne elementy związane z rynkiem sprzedaży pojazdów, takie jak chociażby preferowane nadwozie, bowiem również do flot dotarła „moda” na SUV-y. Podobnie wyglądają kwestie związane z paliwem napędzającym samochody. Ekologiczna misja Unii Europejskiej powoduje, że firmy wręcz są zmuszone do sięgania po hybrydy oraz auta elektryczne, bo też w tę stronę, w związku z narzucanymi regulacjami prawnymi, przestawieniu ulega produkcja pojazdów.

O hybrydach i pojazdach elektrycznych

Specjaliści przewidują, że w 2026 r. sprzedaż nowych samochodów elektrycznych w Polsce ulegnie zmniejszeniu. Proces elektryfikacji napotyka na wiele wyzwań, w tym wartość rezydualną, która jak wiadomo ma



olbrzymie znaczenie w procesie zakupowym do flot. Jednym z głównych czynników budzących wątpliwości wśród klientów używanych elektryków pozostaje kondycja baterii po kilku latach eksploatacji. Istotną rolę odgrywa także ich koszt, gdyby ktoś chciał dokonać wymiany. Jeśli produkcja stanie się jeszcze bardziej masowa, a ceny spadną do poziomu akceptowalnego dla klientów, sytuacja na rynku nowych samochodów baterijnych powinna ulec poprawie. Trzeba bowiem pamiętać, że rynek wtórny, a szczególności tych modeli, które nadal są produkowane, również ma wpływ na zakupy pojazdów nowych.

Rozwój elektryfikacji, która co warto dodać, jest nieunikniona, będzie postępował, lecz z pewnością wolniej, niż władarze UE wcześniej planowali. Patrząc na mapę Starożytnego Kontynentu, zależy on między innymi od warunków geograficznych poszczególnych krajów, ich zielonego DNA, ale także strategii dofinansowań rządowych. Zupełnie inaczej wygląda sytuacja w Norwegii czy Holandii, gdzie mamy naturalne źródła energii i szerokie programy subsydiów, a inaczej niestety w Polsce. To wszystko wpływa na TCO pojazdów baterijnych, bo wysokie koszty energii i jej źródła w naszym kraju są powszechnie znane i przykładowo fotowoltaika ma tutaj znaczenie.

O remarketingu

Ciekawie wygląda obecnie kwestia remarketingu aut flotowych, które nie wracają do leasingodawcy. Firmy chcą optymalizować koszty, więc wielu przedsiębiorców szuka bezpłatnych rozwiązań. Sporym powodzeniem cieszą się social media, jednak tam kupujący mają utrudnione możliwości poszukiwań.

Dlatego moim zdaniem dalszy rozwój czeka portale ogłoszeniowe, które minimalizują bariery wejścia dla sprzedawców. Samochody bowiem „szukają” klientów nawet przez kilka miesięcy, a wydatki 200-300 zł miesięcznie za jedno auto pomnożone przez liczbę pojazdów sprawiają, że faktury mogą być wysokie. Warto przy tym zwrócić uwagę na liczbę wystawionych samochodów. Takie minimum z punktu widzenia potencjalnego nabywcy środka lokomocji to 100 000 ogłoszeń, wówczas jest już z czego wybierać.

O regulacjach prawnych hamujących rozwój flot samochodowych

Od lat w Polsce olbrzymim problemem dla funkcjonowania flot samochodowych jest niestabilność prawa. Wielokrotnie słyszeliśmy w rozmowach branżowych, że nawet najgorsze prawo jest lepsze od prawa ulegającego ciągłym zmianom. Kłopoty z punktu widzenia rodzimych przepisów dotyczą zarówno regulacji związanych ze sprawami fiskalnymi, elektryfikacją, jak i finansami. A także wszelkimi innymi zagadnieniami, które mają związek z efektywnymi działaniami osób odpowiedzialnych za zarządzanie parkiem maszyn. Problemy zresztą dotyczą także unijnych zasad, chociażby jak mówimy o poziomie emisji szkodliwych substancji nowo produkowanych pojazdów, a ostatecznie zaniechania tworzenia silników spalinywych.

O tym, dlaczego firmy korzystają również z aut używanych

Warto także zauważyć, że mikro i małe firmy sięgają nie tylko po nowe samochody, ale także po pojazdy używane. Przyczyn jest kilka. Przedsiębiorców nie zawsze stać na auto prosto z salonu kosztujące 100 000 czy 200 000 zł. Wielu z nich wybiera samochody z niskim przebiegiem – wciąż wysokiej jakości, wciąż na gwarancji, lecz już po największym spadku wartości i w niższych cenach niż pojazdy nowe. To bardzo rozsądne, pragmatyczne myślenie, nacechowane na optymalizację kosztów z ograniczeniem ryzyka utraty mobilności.

Analizując wyniki Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów za rok 2025, można dojść do wniosku, że wynajem długoterminowy wszedł w naszym kraju w fazę stabilizacji. Prawdopodobnie udział w rynku usługi full service leasing nie będzie już rósł tak dynamicznie, jak jeszcze to było do niedawna. Zdecydowana większość dużych przedsiębiorstw posiadających flotę wie, czym jest CFM, czyli Car Fleet Management i bierze bądź brała pod uwagę skorzystanie z tego rodzaju finansowania powiązanego z zarządzaniem. Otwarte pozostaje pytanie, czy tego rodzaju usługi mogą się sprawdzić w małych i mikroprzedsiębiorstwach? Z punktu widzenia czysto finansowego pewnie nie zawsze, ale jeśli ktoś uzna, że czas poświęcony na pojazdy przekazuje w zarabianie w swoim core biznesie – warto spróbować.

Programy wsparcia elektromobilności dla firm

Programy dopłat do pojazdów elektrycznych w ostatnich latach były jednym z najważniejszych czynników przyspieszających elektryfikację flot.

Dane rynkowe pokazują jednak, że po zakończeniu systemu subsydiów rynek wchodzi w fazę wyraźnej korekty i testu tzw. naturalnego popytu. Jak wskazuje Anita Rodkiewicz-Ryżek, dyrektor rozwoju zielonego finansowania w Santander Leasing, zakończenie programu „NaszEauto” niemal natychmiast przełożyło się na spadek liczby nowych kontraktów na pojazdy elektryczne. Zgodnie z danymi firmy, w lutym liczba zawartych umów była o ponad 40 proc. niższa niż miesiąc wcześniej. Jednocześnie wzrosła średnia wartość finansowanego auta, co oznacza, że brak dopłat najmocniej uderzył w tańsze modele oraz mniejsze firmy. Jak zauważa ekspertka, „po wycofaniu wsparcia finansowego w portfolio leasingowym dominują dziś droższe samochody, dla których brak dopłaty ma mniejsze znaczenie w całkowitym koszcie inwestycji”.

Dopłata głównym bodźcem

Jak wynika z danych Santander Leasing, mechanizm funkcjonowania dopłat dobrze poka-

zuje także dynamika rynku pod koniec 2025 r. W ostatnich miesiącach działania programu firmy przyspieszały decyzje zakupowe, aby zdążyć z finansowaniem przed wygaśnięciem budżetu. Po rekordowym grudniu, w którym liczba umów znacząco wzrosła, kolejne miesiące przyniosły gwałtowne schłodzenie rynku. Zdaniem przedstawicieli branży leasingowej taka zmiana potwierdza, że dla wielu przedsiębiorców dopłata była głównym bodźcem do podjęcia decyzji o zakupie samochodu elektrycznego.

Wyraźne ochłodzenie

Jednocześnie Mariusz Włodarczyk, dyrektor zarządzający Obszarem Prawo, Produkty i Partnerzy Strategiczni w Santander Leasing, zwraca uwagę, że obecna sytuacja nie oznacza zatrzymania elektromobilności, lecz wejście w bardziej wymagający etap rozwoju rynku. Jego zdaniem pierwsza połowa 2026 r. będzie okresem wyraźnego ochłodzenia, bo po roku napędzanym subsydiami rynek musi zweryfikować poziom naturalnego popytu. Druga połowa roku może przynieść stopniowe szukanie nowego punktu równowagi, choć prawdopodobnie będzie to poziom niższy niż w rekordowym 2025 r. W ocenie Mariusza Włodarczyka ten proces będzie przebiegał różnie w zależności od rodzaju klienta. Duże przedsiębiorstwa i korporacje nie rezygnują z elektryfikacji flot,

ponieważ traktują ją jako element strategii ESG, dekarbonizacji i raportowania niefinansowego. W ich przypadku dopłata poprawia opłacalność inwestycji, ale nie jest warunkiem jej realizacji. Inaczej wygląda sytuacja w sektorze MŚP i JDG, gdzie decyzje flotowe są dziś znacznie mocniej podporządkowane bieżącej ekonomice i poziomowi miesięcznych kosztów. To właśnie tam brak programu wsparcia najmocniej hamuje tempo zmian.

Wspierać elektromobilność

Dlatego coraz większego znaczenia nabiera pytanie nie o to, czy wspierać elektromobilność, ale w jaki sposób robić to skutecznie. Zdaniem Mariusza Włodarczyka, większą wartość dla przedsiębiorców mogłyby mieć rozwiązania systemowe, takie jak zmiany w limitach amortyzacji pojazdów zeroemisyjnych czy bardziej przewidywalne zasady rozliczania VAT. Takie mechanizmy działałyby dłużej niż jednorazowa dopłata i mogłyby lepiej wspierać firmy w planowaniu całego cyklu użytkowania pojazdu, a nie tylko momentu zakupu. W efekcie rok 2026 może stać się momentem przejścia rynku elektromobilności do bardziej dojrzałej fazy. Liczba transakcji może być niższa niż w rekordowym 2025 r., ale decyzje zakupowe będą w większym stopniu oparte na ekonomii użytkowania pojazdu oraz strategiach środowiskowych przedsiębiorstw.

DOM UBEZPIECZENIOWY SPECTRUM

Nazwa rozwiązania

Ubezpieczenie flotowe już od 5 pojazdów

Opis rozwiązania

Oferta obejmuje wszystkie rodzaje ubezpieczeń komunikacyjnych (OC, AC, NNW, assistance, ochrona prawna) od wiodących towarzystw. Polisa flotowa to umowa generalna, która gwarantuje stałą stawkę składki za wszystkie pojazdy przez cały rok. Umożliwia też prostsze zarządzanie ubezpieczeniami i dostęp do atrakcyjnych pakietów w korzystnej cenie.

MAZDA MOTOR POLAND

Nazwa rozwiązania

Elektryczny model Mazda 6e

Opis rozwiązania

Nowa Mazda6e została zaprojektowana z myślą o kierowcach, którzy cenią połączenie zaawansowanych technologii z japońską estetyką. Ten w pełni elektryczny samochód z zasięgiem do 552km (w wersji Long Range) wyróżnia się najwyższą jakością wykonania, funkcjonalnością oraz wysokimi osiąganiami, a także intuicyjnym prowadzeniem podczas każdej podróży.

REKLAMA

CA CRÉDIT AGRICOLE
CAREFLEET

Z korzyścią dla Twojego biznesu

**WSZYSTKO POWINNO BYĆ,
TAK ŁATWE, JAK ZARZĄDZANIE
FLOTĄ Z CAREFLEET**

Sprawdź, jak aplikacja **Carefleet GO** i **Portal Klienta Carefleet** pomogą Ci w kompleksowej obsłudze samochodów.

 CAREFLEET.PL



SEAT&CUPRA

Nazwa rozwiązania

Lakiery matowe w marce CUPRA

Opis rozwiązania

Matowe lakiery CUPRA to unikalna oferta w segmencie marek wolumenowych, która pozwala firmom wyróżnić flotę w sposób niedostępny dla większości konkurencji. Kolory Magnetic Tech Matt, Century Bronze Matt oraz Enceladus Grey Matt stanowią wyrazisty element stylistyczny, podkreślający sportowe DNA marki CUPRA i nadający samochodom firmowym unikalny i nowoczesny charakter.

Nazwa rozwiązania

Ładowarka DC 50KW w autach w hybrydach PLUG-IN

Opis rozwiązania

Pokładowa ładowarka DC 50 kW w hybrydach plug-in SEAT i CUPRA umożliwia szybkie ładowanie na publicznych stacjach prądu stałego, skracając przestoje pojazdów. W kontekście flot pozwala efektywnie zarządzać czasem pracy aut, szybciej uzupełniać energię (do ok. 80 proc., nawet w 26 min) i zwiększać dostępność pojazdów, co poprawia efektywność operacyjną.

UTA EDENRED

Nazwa rozwiązania

Karta paliwowa UTA eCard i UTA Card

Opis rozwiązania

UTA Edenred oferuje karty paliwowe UTA Card i UTA eCard oraz rozwiązania dla firm transportowych, spedycyjnych lub wykorzystujących flotę dla własnych celów, wspierające mobilność, ułatwiające zarządzanie parkiem pojazdów oraz niezbędne kierowcy w podróży. UTA eCard to karta do ładowania pojazdów elektrycznych i hybrydowych działająca w publicznej sieci ładowarek (ponad 1 mln ładowarek w Europie). Tak jak znana od lat karta paliwowa UTA Card, UTA eCard akceptowana jest w 40 krajach i umożliwia bezgotówkowe transakcje w szerokiej sieci ponad 91 500 punktów, w tym tankowania na prawie 70 000 stacjach paliw w Europie oraz ponad 5 000 w Polsce. Klienci UTA Edenred korzystają z serwisu opłat drogowych z nowoczesnymi urządzeniami EETS, usług dodatkowych takich jak naprawy, pomoc drogowa, myjnię i serwisy opon, zamawianie promów, rozwiązania telematyczne czy zwrot podatku VAT i akcyzy. Mają dostęp do niskich cen na stacjach oraz ofert specjalnych i rabatów. Wszystkie transakcje są ujęte w przejrzystej fakturze, co umożliwia lepszą kontrolę wydatków.

Mobility as a Service jako alternatywa dla klasycznej floty

Firmy coraz częściej traktują mobilność jako usługę, a nie jako zasób. Za tym trendem stoją z jednej strony możliwości elastycznych modeli wynajmu pojazdów, optymalizacja kosztów operacyjnych i dodatkowe usługi dla użytkowników, z drugiej – wymogi transformacji energetycznej w transporcie, a także inne potrzeby młodej generacji pracowników. To czynniki, które sprawiają, że koncepcja Mobility as a Service staje się realną alternatywą dla tradycyjnej floty firmowej.



DAMIAN TYMANOWSKI
dyrektor sprzedaży Hertz Polska

Mobilność w biznesie a gospodarka

Sposób organizowania mobilności ma bezpośredni wpływ na efektywność operacyjną wielu przedsiębiorstw. To oznacza, że mobilność na poziomie firm ma duże znaczenie dla gospodarki, co potęguje skala tego rynku. Park samochodowy w Polsce należy do największych w Europie. Dane CEPiK oraz Eurostat wskazują, że mamy zarejestrowanych ponad 27 mln pojazdów, w tym ponad 20 mln samochodów osobowych. Jednocześnie według danych Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP) sektor firmowy odpowiada za większość nowych rejestracji samochodów osobowych w Polsce, a floty firmowe pozostają jednym z głównych motorów rynku motoryzacyjnego. Wynika z tego, że zapewnienie efektywnej mobilności odgrywa kluczową rolę w działalności gospodarczej firm – od branż sprzedaży i usług terenowych po logistykę czy transport, a co za tym idzie – ma przełożenie

na ich kondycję, co w konsekwencji ma wpływ na całą gospodarkę.

Elastyczna mobilność zamiast własności

Mobilność biznesowa znajduje się obecnie w fazie dynamicznych zmian. Przez lata dominował model klasycznej floty firmowej zarządzanej przez przedsiębiorstwo, oparty na zakupie samochodów lub kilkuletnim leasingu. Dzisiaj coraz więcej organizacji zaczyna traktować mobilność w zupełnie inny sposób – nie jako aktywa, które tworzą majątek firmy i są inwestycją, lecz jako usługę, którą można wynająć i elastycznie dopasować do bieżących potrzeb biznesowych.

Dlaczego firmy odchodzą od klasycznej floty? Niestabilne czasy powodują, że lokalne rynki charakteryzują się rosnącą zmiennością. Związana z tym niepewność finansowa skłania firmy do poszukiwania modeli zapewniających elastyczność. Popularność zyskują rozwiązania ograniczające koszty, ale jednocześnie odpowiadające aktualnemu zapotrzebowaniu biznesu i zapewniające pracownikom sprawną mobilność w kluczowych dla firmy obszarach.

Hertz jako praktyk rynku Rent-a-Car obserwuje w ostatnich latach wyraźny wzrost zainteresowania rozwiązaniami elastycznymi. Coraz więcej firm wykorzystuje wynajem średnio- lub krótkoterminowy jako uzupełnienie klasycznych flot, szczególnie w sytuacjach, gdy zachodzi szybka potrzeba dostosowania liczby pojazdów do skali działalności.auta sezonowe, przedkontraktowe czy będące czasowym benefitem pracowniczym dają firmie swobodę decyzji, zabezpieczają przed nadmiarowym stanem pojazdów i kosztem ich bezużytecznego postoju, także w przypadku konieczności optymalizacji kadry.

Jednym z kierunków zmiany w podejściu jest koncepcja Mobility as a Service (MaaS), czyli mobilności dostępnej w modelu usługowym. W praktyce biznesowej oznacza to możliwość korzystania z różnych form mobilności – od wynajmu krótko- i średnioterminowego po rozwiązania współdzielone, bez konieczności



długoterminowego posiadania pojazdu. MaaS jest przedstawiana też jako concept dla mobilności prywatnej, która umożliwiałaby podróże za pomocą różnych środków transportu, takich jak autobusy, rowery, hulajnogi, taksówki, zintegrowanych w jednej aplikacji mobilnej. Ogólnie rzecz ujmując Mobility as a Service to zmiana myślenia o przemieszczaniu się – odejście od posiadania pojazdu na rzecz płynnego dostępu do środków transportu „na żądanie”.

Według analiz McKinsey&Company dotyczących przyszłości mobilności rozwój usług mobilności napędzają przede wszystkim urbanizacja, cyfryzacja transportu oraz zmieniające się oczekiwania użytkowników dotyczące wygody i dostępności usług. Nie bez znaczenia jest młode pokolenie, dla którego posiadanie traci na znaczeniu na rzecz niezależności i możliwości wyboru, wspierane przez potrzebę zachowań proekologicznych.

Całkowity koszt mobilności

W organizacjach upowszechnia się strategiczne myślenie o mobilności, które uwzględnia całkowity koszt użytkowania pojazdów, a nie tylko cenę ich zakupu czy wysokość rat leasingowych. Analizy Deloitte Global Automotive Consumer Study 2025 wskazują, że Total Cost of Ownership (TCO) obejmuje również szereg innych elementów, takich jak serwis, ubezpieczenie, utrata wartości pojazdu czy koszty administracyjne zarządzania flotą.

Firmy coraz częściej zwracają również uwagę na koszty operacyjne związane z flotą. Przykład Hertz pokazuje, że elastyczne modele wynajmu w połączeniu ze skalą naszej działalności pozwalają realnie optymalizować koszty mobilności naszych klientów. Dotyczy to m.in. ograniczenia kosztów napraw, usprawnienia logistyki serwisowej czy minimalizowania przestoju pojazdów związanych z obsługą techniczną. Takie indywidualne, elastyczne podejście pozwala osiągnąć nawet 40 proc. oszczędności na flocie. Dla przedsiębiorstw oznacza to nie tylko niższe koszty, ale również większą dostępność samochodów dla pracowników.



CORAZ WIĘCEJ FIRM WYKORZYSTUJE WYNAJEM ŚREDNIO- LUB KRÓTKOTERMINOWY JAKO UZUPEŁNIENIE KLASYCZNYCH FLOT, SZCZEGÓLNI W SYTUACJACH, GDY ZACHODZI SZYBKA POTRZEBA DOSTOSOWANIA LICZBY POJAZDÓW DO SKALI DZIAŁALNOŚCI.



W MODELU MOBILNOŚCI
USŁUGOWEJ CORAZ
WIĘKSZĄ ROLĘ ODGRYWAJĄ
DODATKOWE BENEFITY DLA
UŻYTKOWNIKÓW POJAZDÓW.

Mobilność jako pakiet usług

W modelu mobilności usługowej coraz większą rolę odgrywają także dodatkowe benefity dla użytkowników pojazdów. Klienci doceniają fakt, że mobilność może być rozszerzona o dodatkowe usługi. Na przykład w modelu Mobility by Hertz są m.in. pakiety obejmujące usługi lotniskowe, takie jak transfery na lotnisko z kierowcą, parkingi lotniskowe, Fast Track, czyli szybka ścieżka odpraw, czy saloniki lotniskowe oraz strefy VIP. Wsparcie Hertz obejmuje też realizację wynajmów aut za granicą. Taka wzbogacona elastyczna mobilność daje użytkownikom realne udogodnienia w podróżach służbowych, których zazwyczaj nie oferują tradycyjne modele flotowe.

Mobilność a transformacja energetyczna

Istotnym elementem zmian w mobilności biznesowej jest również transformacja energetyczna transportu. Według danych ACEA (European Automobile Manufacturers' Association) floty firmowe odgrywają ważną rolę w procesie elektryfikacji rynku samochodowego w Europie, ponieważ przedsiębiorstwa stanowią znaczącą część nabywców nowych pojazdów. Jednocześnie coraz więcej organizacji uwzględniła mobilność w swoich strategiach zrównoważonego rozwoju oraz raportowaniu ESG, szczególnie w kontekście nowych regulacji takich jak Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Tu warto podkreślić, że elastyczne podejście do mobilności, stosowane w Hertz, pozwala organizacji przejść transformację w sposób sprawny, bezstresowy, dostosowany do konieczności i potrzeb firmy, maksymalizując efektywne wykorzystanie pojazdów, obniżając koszty, a także wprowadzając

jąc współdzielenie aut oraz modele hybrydowe i elektryczne w tych obszarach działania, gdzie jest to zasadne.

Przyszłość mobilności firmowej

Wszystko wskazuje na to, że mobilność biznesowa będzie w najbliższych

latach rozwijać się w modelu hybrydowym. Klasyczne floty firmowe pozostaną ważnym elementem organizacji transportu w przedsiębiorstwach, jednak coraz częściej będą uzupełniane rozwiązaniami elastycznymi typu Mobility as a Service oraz nowymi rozwiązaniami

technologicznymi wspierającymi zarządzanie transportem. Trendy w mobilności odzwierciedlają zmiany w innych obszarach gospodarki – firmy nie zawsze potrzebują posiadać zasób na stałe. Coraz częściej kluczowy staje się szybki dostęp do mobilności dokładnie wtedy, gdy jest ona potrzebna.

SEAT & CUPRA: OD CENY DO TCO – jak firmy dziś wybierają samochody flotowe



Z Jackiem Mrugalskim, kierownikiem sprzedaży SEAT & CUPRA, rozmawiała Justyna Szymańska.

Jak w ostatnich latach zmienił się rynek flotowy w Polsce i jakie czynniki dziś najmocniej wpływają na decyzje zakupowe firm?

Rynek flotowy w Polsce bardzo się profesjonalizował. W dużych organizacjach procesy zakupowe są dziś jasno zdefiniowane i często odbywają się w formie przetargów, w których analizuje się nie tylko parametry techniczne samochodów, ale także finansowanie, koszty serwisowe czy wartość rezydualną pojazdu.

Jednocześnie zmienia się podejście do samej roli samochodu służbowego. Coraz częściej jest on traktowany jako benefit pracowniczy. Firmy dają pracownikom możliwość wyboru auta zgodnie z ich preferencjami, prowadzą nawet ankiety satysfakcji z użytkowania pojazdów. W efekcie rosną także standardy flot – przykładem jest choćby powszechność automatycznych skrzyń biegów czy bogatszego wyposażenia.

Jaką rolę w strategii flotowej pełnią obecnie marki SEAT i CUPRA? Czy obserwuje Pan wyraźny podział między nimi wśród klientów biznesowych?

SEAT i CUPRA są wobec siebie komplementarne i dzięki temu pozwalają nam obsłużyć bardzo szerokie spektrum klientów flotowych – od stanowisk operacyjnych po najwyższą kadrę menedżerską.

Modele SEAT, takie jak Ibiza czy Arona, bardzo dobrze sprawdzają się w codziennej pracy przedstawicieli handlowych – szczególnie tam, gdzie samochód porusza się głównie po mieście i pokonuje wiele krótkich odcinków. Z kolei SEAT Leon to bardzo popularny wybór wśród firm, które szukają uniwersalnego samochodu segmentu C.

CUPRA natomiast naturalnie trafia do kadry menedżerskiej oraz do programów typu „user chooser”, gdzie pracownicy sami wybierają samochód z określonej puli mo-

deli. W takich sytuacjach CUPRA jest bardzo często wybierana – bo łączy design, osiągi i unikalny wizerunek marki.

Które modele z oferty SEAT i CUPRA są dziś najczęściej wybierane przez firmy i co decyduje o ich popularności?

Jednym z najpopularniejszych modeli flotowych jest SEAT Leon w wersji 115 KM z czterocylindrowym silnikiem i automatyczną skrzynią DSG. To samochód bardzo dobrze dopasowany do potrzeb firm – ekonomiczny, komfortowy i trwały w eksploatacji.

W ofercie CUPRY dużą popularnością cieszą się Leon ST oraz Formentor – szczególnie w wersjach 150 KM oraz 204 KM z napędem 4Drive. Firmy doceniają tu połączenie dynamicznych osiągnięć, bezpieczeństwa oraz charakterystycznego designu z Barcelony.

Istotnym elementem jest także pięcioletnia gwarancja do 150 tys. kilometrów. W praktyce oznacza to, że samochód po 3–4 latach użytkowania nadal pozostaje na gwarancji, co znacząco wpływa na jego wartość rezydualną i obniża całkowity koszt użytkowania pojazdu.

Czy przedsiębiorstwa w Polsce podejmują dziś decyzje flotowe przede wszystkim w oparciu o cenę zakupu, czy raczej analizują całkowity koszt użytkowania pojazdu (TCO)?

Już od wielu lat kluczowym parametrem w decyzjach flotowych jest całkowity koszt użytkowania samochodu, czyli TCO. Cena zakupu jest tylko jednym z elementów tej układanki.

Coraz większą rolę odgrywa także wynajem długoterminowy. Dla wielu firm najważniejsza staje się dziś wysokość miesięcznej raty, która obejmuje samochód, serwis, ubezpieczenie i często także opony. To pozwala bardzo precyzyjnie planować koszty i upraszcza zarządzanie flotą.

Jak zmienia się podejście firm do elektryfikacji flot?

Zainteresowanie elektryfikacją zdecydowanie rośnie. W części firm wynika to

z globalnych strategii koncernów, które narzucają określony poziom redukcji emisji w flotach. Są też przedsiębiorstwa, które decydują się na pełną elektryfikację swoich samochodów służbowych.

Bardzo dużą rolę odgrywają dziś hybrydy plug-in, które oferują zasięg elektryczny sięgający około 100 km. Dla wielu firm jest to naturalny pierwszy krok w kierunku elektromobilności – pozwala korzystać z jazdy elektrycznej w codziennych dojazdach, a jednocześnie zachować pełną elastyczność podróży dzięki silnikowi spalinowemu.

Jakie bariery najczęściej wskazują klienci flotowi przy przechodzeniu na napędy zelektryfikowane?

Najczęściej pojawiają się trzy obszary wyzwań. Pierwszy to polityki flotowe, które w wielu firmach wciąż są dostosowane do samochodów spalinowych i wymagają aktualizacji.

Drugim elementem jest infrastruktura ładowania. Choć rozwija się ona bardzo dynamicznie, wciąż zdarzają się sytuacje, w których liczba ładowarek jest niewystarczająca lub ich dostępność jest ograniczona.

Trzeci czynnik to naturalna ostrożność wobec nowych technologii. Elektromobilność wymaga zmiany przyzwyczajeń, dlatego ważne jest stopniowe osvajanie użytkowników z nowym sposobem korzystania z samochodu.

Jak, Pana zdaniem, będzie wyglądał rynek flotowy w Polsce w najbliższych latach i jaką rolę będą na nim odgrywać SEAT i CUPRA?

Rynek flotowy będzie się dalej profesjonalizował i coraz mocniej koncentrował na efektywności kosztowej oraz elektromobilności. Jednocześnie samochód służbowy będzie w jeszcze większym stopniu elementem wizerunku firmy i sposobem budowania atrakcyjności pracodawcy.

W tym kontekście szczególnie duży potencjał widzę w marce CUPRA. W ciągu zaledwie ośmiu lat sprzedała ona ponad milion samochodów i wprowadziła siedem nowych modeli. To marka dynamiczna, odważna i bardzo wyrazista, a właśnie takich wartości coraz częściej poszukują firmy, które chcą wyróżnić się na rynku.



Telematyka i analiza danych w optymalizacji kosztów flotowych

Telematyka, która pozwala na szczegółowe monitorowanie floty, jest nieocenionym narzędziem do optymalizacji użytkowania pojazdów firmowych w bardzo wielu wymiarach – od zużycia paliwa, przez optymalizację tras, do kwestii bezpieczeństwa i wielu innych. Z perspektywy biznesowej przekłada się to na duże oszczędności w obszarze mobilności.



SEBASTIAN PECHMAN
Head of Business Development,
Nivette Fleet Management

O ile duże organizacje stosują to rozwiązanie w procesach zarządzania flotą w sposób zaawansowany, o tyle wśród małych i średnich przedsiębiorców telematyka jest wciąż niedoceniana. Tymczasem ta nowoczesna technologia daje szerokie spektrum możliwości w zakresie zwiększenia efektywności firmy w tym obszarze i redukcji kosztów operacyjnych, a nakłady potrzebne do wdrożenia tej inwestycji zwracają się już w ciągu 5-8 miesięcy.

Rola telematyki w mobilności firmowej

Współczesna telematyka w transporcie to połączenie informatyki, telekomunikacji i nawigacji – zbiera, analizuje i dostarcza pełne dane związane z przemieszczaniem się samochodu, jego stanem technicznym i sposobem użytkowania przez kierowcę. Systemy telematyczne podpięte są pod szynę CAN pojazdu, przez co zawsza wykrywają zużycie elementów czy problemy pod-

zespołów, dzięki czemu można eliminować negatywne zdarzenia zanim zostaną one zasygnalizowane. Pozwala to uniknąć większych kosztów napraw oraz zakłóceń w realizacji obowiązków czy dostaw. Firmy CFM mają dostęp do danych telematycznych i wgląd w koszty codziennej eksploatacji, zatem są w stanie przygotowywać pełne raportowanie zużycia samochodu. Daje to podstawy do podjęcia koniecznych kroków w celu utrzymania sprawności technicznej pojazdu, jak też argumenty i wskazówki dla menedżera floty co do zmian w eksploatacji samochodu przez kierowcę.

EcoDriving i niższe koszty użytkowania

Telematyka jest bardzo dużym wsparciem w ograniczaniu kosztów użytkowania samochodu. W tym obszarze najistotniejszy jest monitoring zużycia paliwa i stylu jazdy kierowcy, który w połączeniu z motywowującym systemem grywalizacji czy dyscyplinującym nagród i kar, może przynieść od 5% do 15% oszczędności na paliwie, w zależności od struktury i wielkości floty. W dobie wymogów prośrodowiskowych liczy się też zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko, co dzięki telematyce można zaraportować na konkretnych liczbach.

Ekonomiczna technika jazdy, tzw. EcoDriving, to także redukcja kosztów zużycia opon i innych wrażliwych części auta.

Mniej wypadków, niższe koszty na polisach

Ważny aspekt bezpiecznego użytkowania pojazdu to zmniejszenie ryzyka wypadków i wyłączenia pracownika z pracy oraz unieruchomienia samochodu na czas naprawy. W razie ewentualnego zdarzenia, telematyka powiadamia menedżera floty i umożliwia sprawne zapewnienie zastępczej mobilności, a także pozwala na precyzyjną i szybką diagnozę pojazdu, co skraca czas pobytu u mechanika. Z kolei niższy poziom kolizji i napraw wiąże się z niższą szkodowością, co bezpośrednio przekłada się na oszczędności na polisach ubezpieczeniowych. Dodatkowo doświadczenie Nivette Fleet Management wykazuje, że argument o stosowaniu telematyki może w negocjacjach z ubezpieczycielem otworzyć drogę do nawet 20-procentowej niżki.

Tak więc EcoDriving, niejako naturalnie wymuszony przez telematykę przy prawidłowym jej wdrożeniu do krwiobiegu organizacji, z zaangażowaniem pracowników, nie tylko sprzyja środowisku, ale też redukuje koszty paliwa, serwisu i remontów, obniża wypadkowość i szkodowość oraz zapobiega problemom związanym z przerwaniem płynności procesów.

Prywatny kilometr jako benefit

Kolejny obszar optymalizacji kosztowej floty jest związany z funkcją lokalizacyjną telematyki. Oprócz oczywistych ułatwień w przypadku kradzieży oraz możliwości kontroli czasu pracy pracownika, lokalizacja pozwala też na oszczędności

dzięki dokładnemu rozdzieleniu tras służbowych od kilometrażu przejechanego prywatnie. Dzięki takiej wiedzy, można oszacować wartość kilometrów pokonanych przez użytkownika poza pracą i przedstawić to jako dodatkowy, wartościowy benefit pracownicy. Mając świadomość kosztów pokrywanych przez pracodawcę, pracownik zmniejsza roszczeniowość.

Niższe ryzyko wartości rezydualnej

Dla firm zarządzających flotą, które zarabiają też na sprzedaży używanych aut po zwrotach, bardzo istotna jest wartość rezydualna samochodu, wyznaczająca cenę pojazdu na rynku wtórnym. Trzeba zauważyć, że samochód objęty telematyką, użytkowany prawidłowo, bez przeciążeń i uszkodzeń, ma na koniec wyższą wartość. Gdy jeszcze zebrane dane można podpisać pod tzw. paszport auta, jego wartość dodatkowo rośnie. To oznacza w efekcie niższy całkowity koszt posiadania samochodu (TCO), a więc niższą ratę za jego wynajem dla klienta.

Na wartość samochodu ma też wpływ jego aktualna gwarancja i regularne serwisowanie. Dzięki telematyce firma ma na bieżąco kontrolę nad przebiegiem auta i interwałami przeglądowymi, co przy obecnym zastrzeżeniu wymogów producentów w kwestii punktualnego serwisu pod groźbą utraty gwarancji – a co za tym idzie utraty wartości i wzrostu kosztów użytkowania – jest bardzo ważnym czynnikiem.

Optymalizacja tras, zasobów ludzkich i struktury floty

Telematyka w połączeniu z AI pozwala również na optymalizację tras poszczególnych kierowców na danym obszarze. Znając historię przejazdów można opracować naj-

bardziej ekonomiczne trasy. Dane wykazują, że optymalizacja skraca trasy o 5 proc. na rok, co w skali życia całej floty daje gigantyczne oszczędności. Obniża koszty związane z przebiegiem samochodu, jego eksploatacją i zużyciem paliwa. Jesteśmy też w stanie ocenić, czy cała flota jest optymalnie zorganizowana na analizowanym odcinku – czy dana liczba pracowników i pojazdów jest uzasadniona na tym obszarze, czy raczej ekonomika nakazuje przetrząsnąć siły w inne miejsce lub dostosować ilość zadań, by wyeliminować puste przebiegi. Telematyka razem z AI przeanalizują też, jakie rodzaje napędów najlepiej się sprawdzą w danym regionie i na jakich trasach jest możliwość wprowadzenia elektryków, by spełnić wymagane cele dekarbonizacyjne.

Zaangażowanie kierownictwa firmy

Funkcjonowanie telematyki musi iść w parze ze zrozumieniem przez kierownictwo jej roli w optymalizacji procesów i kosztów w organizacji. Efekty będą widoczne tylko wtedy, gdy Fleet Manager będzie mieć pełne wsparcie zarządu firmy i dyrektorów handlowych oraz możliwość współpracy z nimi przy polityce premiowania oraz korygowania działań pracowników. Dotyczy to zarówno nagród za implementowanie sugerowanych zmian wynikających z danych telematycznych, jak i kar dla najbardziej kosztogennych pracowników, którzy nadmiernie eksploatują pojazdy i narażają firmę na ponadnormatywne obciążenia. W osiągnięciu pożądanego celu i maksymalizacji korzyści z telematyki pomocne są też szkolenia dla kierowców, które uświadamiają wpływ sposobu użytkowania auta na koszty i wskazują właściwe wzorce.

Koszt inwestycji w telematykę Koszty implementacji telematyki zależą od wielkości floty i czasu umowy wynajmu, a także od sposobu jej nabycia. Najkorzystniejszą formą jest wynajem urządzeń razem z autami od firmy zarządzającej flotą, gdyż podniesie to wysokość raty średnio o kilkadziesiąt złotych miesięcznie, co jest niewspółmiernie małą kwotą w stosunku do zysków, a jednocześnie zyskuje się gwarancję sprawnego działania i najnowszego oprogramowania. Warto dodać, że telematyka staje się coraz bardziej dostępna, ponieważ producenci zaczynają już na etapie produkcji instalować do samochodów fabryczne urządzenia telematyczne, tzw. OEM (Original Equipment Manufacturer), i można je bezproblemowo integrować z systemami do zarządzania flotą.

Nowoczesna flota z Mazdą

Z Grzegorzem Zaczkiem, Fleet Sales Manager w Mazda Motor Poland, rozmawiała Justyna Szymańska.



Jakie są prognozy dla rynku zarządzania flotami i CFM w 2026 r. i jak w tym kontekście zmienia się rola producentów samochodów, takich jak Mazda, w tworzeniu kompleksowych rozwiązań dla klientów flotowych?

Na podstawie prognoz PZWLP udział wynajmu długoterminowego powinien utrzymać tempo wzrostu na poziomie ok. 8 proc., co wynika również z potrzeby przewidywalności kosztów i postępującej profesjonalizacji zarządzania flotami.

Wraz z tym trendem rola firm z branży automotive zmienia się fundamentalnie. Nie wystarczy już dostarczyć firmie samochód w atrakcyjnej cenie. Dziś klient biznesowy potrzebuje kompleksowego doradztwa w zakresie:

- analizy całkowitego kosztu użytkowania (TCO),
- doboru odpowiednich napędów do potrzeb danej floty,
- wsparcia nowych technologii i telematyki oraz zaawansowanych systemów bezpieczeństwa ADAS poprawiających bezpieczeństwo,
- pomocy przy przejściu na napędy zelektryfikowane.

Mazda od lat buduje swoją pozycję jako producent oferujący samochody o wysokiej niezawodności, bogatym wyposażeniu – również na polu bezpieczeństwa – i bardzo dobrych wartościach rezydualnych, co dla flot przekłada się na wymierne korzyści finansowe.

Dobrym przykładem może tu

być Mazda CX60 2.5 L e-SKYACTIV PHEV Plugin Hybrid – model o mocy 327 KM, wyposażony w baterię 17,8 kWh i elektryczny zasięg do 63 km WLTP, co w większości przypadków pozwala wykonywać codzienne przebiegi w trybie zeroemisyjnym.

Coraz większą popularność zyskują elastyczne modele finansowania – wynajem długoterminowy czy subskrypcje. Jak Mazda postrzega rozwój tych form użytkowania samochodów i czy mogą one w przyszłości zastąpić tradycyjny model posiadania auta we flotach?

Leasing i wynajem długoterminowy z roku na rok zyskują coraz większe zainteresowanie wśród klientów biznesowych, którzy szukają optymalizacji kosztów w swoich firmach i elastycznych form finansowania.

Mazda bardzo dobrze odpowiada na potrzeby każdej oczekiwanej przez klienta formy finansowania. Zarówno przy zakupie za gotówkę, jak i w najmie, leasingu, czy kredycie nasze modele dają właścicielowi samochodu marki Mazda atrakcyjne wartości rezydualne i charakteryzują się niskimi kosztami eksploatacji, m.in. dzięki rozwijającym od lat technologiom Skyactiv.

W dynamicznie zmieniającym się świecie, który nas otacza taka przewidywalność dla naszych klientów ma dziś ogromne znaczenie. Natomiast subskrypcje samochodowe nadal będą cieszyły się

popularnością szczególnie tam, gdzie kluczowa jest elastyczność i szybkie zapewnienie mobilności, czyli np. przy realizacji krótkoterminowych projektów, gdzie samochód potrzebny jest na już, a jego zwrot może nastąpić w krótszym niż najem długoterminowy, czy leasing terminie.

Wśród wielu form finansowania nadal kluczowy jest jednak wybór odpowiedniego produktu i na tym polu posiadanie w swojej flocie modeli marki Mazda daje realne korzyści takie, jak m.in. obniżone koszty użytkowania (TCO) dzięki stabilnym wartościom rezydualnym i legendarnej już niezawodności.

Elektryfikacja flot to jeden z największych trendów w branży. Jak Mazda wspiera firmy w przygotowaniu do e-mobilności – zarówno pod kątem doboru pojazdów, jak i wyzwań związanych z infrastrukturą ładowania czy całkowitym kosztem użytkowania?

Współpracując z firmami, widzimy, że elektryfikacja to proces oparty na kompleksowej analizie danych, a nie na modzie. Dlatego Mazda w zależności od potrzeb danego rynku podchodzi do tego wyzwania koncentrując się na strategii „multi-solution”, dzięki której oferujemy zróżnicowane napędy (mHEV, HEV, PHEV, BEV) dopasowane do różnych potrzeb biznesowych.

Natomiast wśród 100 proc. elektrycznych samochodów mamy w naszej gamie model Mazda 6e z zasięgiem nawet do 552 km (według cyklu WLTP), który dodatkowo wyróżnia się unikatowym designem i precyzją wykonania na najwyższym poziomie. Model ten od chwili, gdy pojawił się w salo-

nach jesienią 2025 r. zdobył do tej pory uznanie w oczach klientów. Potwierdzają to ostatnie nagrody przyznane dla Mazdy 6e w plebiscycie The Best of Moto 2025, Profesjonalnego Testu Flotowego 2025 Stowarzyszenia Kierowników Flot Samochodowy oraz TYTANI OTOMOTO 2026.

A latem tego roku w salonach pojawi się nasz kolejny model – elektryczna Mazda CX-6e, to elegancki crossover, który wyróżnia się sportową sylwetką i doskonałym japońskim rzemiosłem w każdym detalu, zaprojektowanym zgodnie ze stylistyką projektową Kodo „Dusza ruchu”. Mazda CX-6e posiada silnik elektryczny o mocy 258 KM i zapewnia zasięg do 484 km (według cyklu WLTP) i szybkie ładowanie prądem stałym (DC) do 195 kW.

Oba nasze modele elektryczne zarówno Mazda 6e, jak i Mazda CX-6e już dziś budzą spore zainteresowanie wśród firm i w przypadku niektórych z nich wpisują się w ich polityki flotowe, co oparte zostało analizą kosztową oraz potwierdzoną przydatnością pod kątem codziennej eksploatacji przez użytkowników.

Naszym klientom oferujemy również bezpłatną aplikację Mazda Charging App, dostępną w 23 krajach europejskich i dającą dostęp do ponad 1 005 000 punktów ładowania w Europie oraz ponad 5 000 punktów ładowania w Polsce tak, aby zapewnić pełną kontrolę podczas podróży samochodem elektrycznym.

Nowoczesne technologie takie jak telematyka, AI czy systemy bezpieczeństwa ADAS coraz częściej pomagają firmom optymalizować koszty i zwiększać bezpieczeństwo kierowców. Jakie rozwiązania w tym obszarze oferuje Mazda i jak mogą one wspierać zarządzanie flotą?

Mazda słynie z tego, że bezpieczeństwo traktuje priorytetowo. Większość zaawansowanych systemów ADAS znajduje się już w standardzie, co flotom pozwala ograniczyć koszty doposażenia. Integrując zaawansowane systemy bezpieczeństwa czynnego i-Activsense, jak np.



DLA NAS KLUCZOWE JEST TO, ABY FLOTY WYBIERAŁY ROZWIĄZANIA DOPASOWANE DO REALNYCH POTRZEB, A NIE DO CHWILOWEJ MODY.

system ostrzegania o opuszczeniu pasa ruchu, czy asystent utrzymania pasa, Mazda koncentruje się na redukcji ryzyka wypadków, optymalizacji kosztów eksploatacji oraz zwiększeniu komfortu pracy kierowców. Różne badania rynkowe pokazują, że pojazdy wyposażone w systemy ADAS generują zdecydowanie mniejszą ilość szkód niż pojazdy bez tych systemów.

Stopniowo wprowadzamy też rozwiązania oparte na analizie danych i elementach AI, które zwiększają przewidywalność zachowania pojazdu i bezpieczeństwa jazdy. Przykładem może tu być system iActiv AWD – jest to automatyczny i inteligentny napęd na wszystkie koła, który włącza się tylko w razie potrzeby i zbiera dane w trakcie jazdy z wielu czujników, a wszystko to odbywa się w ułamkach sekund. Dla kierowcy to świetne rozwiązanie, zwłaszcza dla samochodów typu SUV i crossover. Dzięki iActiv AWD można znacząco zwiększyć bezpieczeństwo jazdy w trudnych warunkach drogowych, a także poprawić efektywność jazdy po drogach niskiej jakości.

Dla nas kluczowe jest to, aby floty wybierały rozwiązania dopasowane do realnych potrzeb, a nie do chwilowej mody. Dlatego Mazda oferuje pełne spektrum napędów (mHEV, HEV, PHEV, BEV, a także ekonomiczny napęd 3.3 L e-SKYACTIV D), wysoką niezawodność, zaawansowane systemy bezpieczeństwa i korzystne koszty posiadania (TCO).

Dlatego jesteśmy w pełni przygotowani do tego, aby wspierać klientów i ich firmy w transformacji i dostosowywać ich floty do zmieniających się na rynku warunków.

materiał partnera



MAZDA BARDZO DOBRZE ODPOWIADA NA POTRZEBY KAŻDEJ OCZEKIWANEJ PRZEZ KLIENTA FORMY FINANSOWANIA.