

UBEZPIECZENIA GRUPOWE



Coraz więcej dodatkowych ubezpieczeń

Z danych Polskiej Izby Ubezpieczeń wynika, że dzięki dodatkowym ubezpieczeniom zdrowotnym już 2,17 mln Polaków korzysta z prywatnej opieki zdrowotnej. Wg prognoz liczba ta będzie nadal rosła, zwłaszcza w kontekście zmniejszających się wydatków na świadczenia specjalistyczne zapewniane w ramach publicznej opieki zdrowotnej oraz coraz niższą ocenę jakości publicznej opieki zdrowotnej.

W III kwartale 2017 r. składka przypisana brutto na rynku dodatkowych ubezpieczeń zdrowotnych wzrosła o 21 proc. rok do roku i osiągnęła wartość 482,4 mln zł. Jak wynika z danych Polskiej Izby Ubezpieczeń, liczba korzystających z prywatnych ubezpieczeń zdrowotnych wzrosła aż o 23 proc. po III kwartale ubiegłego roku.

– Polacy dostrzegają problemy, z jakimi boryka się publiczna opieka zdrowotna, dlatego też coraz częściej sami inwestują w swoje zdrowie. Już teraz wydają ponad 40 mld zł, a nie-

które zestawienia pokazują, że nawet 46 mld zł. To ogromna kwota – zauważa Dorota M. Fal, ekspert ds. ubezpieczeń zdrowotnych Polskiej Izby Ubezpieczeń. – Z najnowszego

Europejskiego Konsumentckiego Indeksu Zdrowia wynika, że nasz kraj znalazł się na szóstym miejscu od końca. To pokazuje, że konieczne są zmiany legislacyjne. Wzór powinniśmy czerpać z takich krajów europejskich, które znajdują się na szczycie rankingu, jak Holandia, Szwajcaria, czy z państw skandynawskich. Duży wpływ na wzrost kosztów publicznej opieki zdrowotnej ma także rozwój coraz nowszych technologii medycznych oraz leków. Ponadto obciążony i słabo regulowany bezpłatny dostęp do świadczeń medycznych powoduje m.in. nadmierne wykorzystywanie publicznej opieki zdrowotnej przez część pacjentów. – Dodatkowe ubezpieczenia zdrowotne gwarantują szybki dostęp do

lekarza pierwszego kontaktu, większość zapewnia go w ciągu jednego, maksymalnie dwóch dni. To pozwala na szybką interwencję w przypadku zwykłego przeziębienia lub grypy. Gwarantowane najczęściej w polisach 5-7 dni oczekiwania na specjalistę, w porównaniu z czasem oczekiwania w publicznej opiece zdrowotnej, to ogromna różnica – podkreśla Dorota M. Fal. – Jak pokazują ostatnie statystyki, na wizytę u ortopedy trzeba czekać 9-10 miesięcy, na tomografię dolnego odcinka kręgosłupa blisko pół roku, a na rezonans magnetyczny blisko 10 miesięcy. Dodatkowe ubezpieczenia zdrowotne stanowią również dużą wartość dla pracodawców. Jak wynika

z raportu PIU „Jak ubezpieczenia zmieniają Polskę i Polaków” opublikowanego w listopadzie ubiegłego roku, dostęp do opieki medycznej jest w stanie skutecznie ograniczać nawet o 70 proc. absencję chorobową pracowników. To w dużej mierze wpływa na fakt, że obserwuje się dziś nie tylko wzrost liczby osób objętych ochroną, ale także rozszerzenie jej zakresu. Wyniki raportu potwierdzają, że przedsiębiorcy dostrzegają wartość prywatnej opieki zdrowotnej i zdają sobie sprawę z kosztów związanych z nieobecnością pracowników z powodu choroby. Straty określają nawet na 30 tys. zł w przeliczeniu na jednego pracownika rocznie.

UBEZPIECZENIA GRUPOWE

Ubezpieczenie pracownika
to zysk dla pracodawcy

Gdy na rynku brakuje rąk do pracy, firmy starają się zatrzymać pracowników na wszelkie sposoby. Benefity pracownicze stają się więc w dzisiejszych czasach nie przywilejem, lecz koniecznością. Jednym z nich są grupowe ubezpieczenia zdrowotne i na życie. Zyskuje nie tylko pracownik, ale przede wszystkim pracodawca – lepsza motywacja pracowników oraz budowanie pozytywnego wizerunku firmy na rynku pracy. Współczesny tryb życia spowodował rozkwit chorób XXI wieku – schorzenia układu krążenia, stres, przepracowanie, otyłość, to tylko niektóre z nich. Profilaktyka jest najlepszym lekarstwem, a ubezpieczenia zdrowotne zdecydowanie ją ułatwiają.

Teresa Domańska

dyrektor biura ubezpieczeń
zdrowotnych w Towarzystwie
Ubezpieczeń INTER Polska

Przed polską gospodarką pojawiło się nowe wyzwanie. Już ponad 50 proc. firm deklaruje, że ma trudności rekrutacyjne, a to wpływa na ich rozwój. Z raportu „Barometr Rynku Pracy VIII” przygotowanego przez agencję Work Service wynika, że 1/3 przedsiębiorstw narzekających na braki kadrowe, nie jest w stanie z tego powodu zawierać nowych kontraktów z klientami. Kłopoty z pozyskiwaniem wykwalifikowanych pracowników deklaruje 50,8 proc. firm – o 15 p. proc. więcej niż roku temu. Do podobnych wniosków doszli konsultanci firmy doradczej Deloitte. W raporcie „Trendy HR 2017. Zmiana zasad w erze cyfryzacji” zauważają, że rozwój technologii po-

zwala pracownikom na dużo bardziej swobodne poruszanie się pomiędzy stanowiskami, zarówno w obrębie jednego przedsiębiorstwa, jak również poza nim. Pracodawcy zaczynają więc coraz częściej traktować swoich pracowników z równie dużą starannością jak klientów. Do najważniejszych benefitów, na które zwracają uwagę pracownicy, należą te związane ze zdrowiem i bezpieczeństwem. Dodatkowe grupowe ubezpieczenia zdrowotne i na życie stanowią dużą wartość dla pracodawców. Takie polisy to jedno z najbardziej pożądanых benefitów pozapłacowych, które budują dobry wizerunek firmy. Sprawna opieka medyczna, dostosowana do potrzeb pracownika, pozwala obniżyć koszty absencji związane z zwolnieniami lekarskimi. Pracownicy wysoko cenią objęcie ich ubezpieczeniem zdrowotnym przez pracodawcę, gdyż kolejki do specjalistów w publicznej służbie zdrowia są zwykle dość

długie. Z kolei wsparcie finansowe w trudnych sytuacjach, takich jak np. pobyt w szpitalu, ciężkie choroby, wypadki, operacje, które zapewnia grupowe ubezpieczenie na życie, także dobrze postrzeganym dodatkowym bonusem dla pracowników. Badania potwierdzają, że dzięki takim udogodnieniom pracownicy czują większą satysfakcję ze współpracy z firmą, doceniają ją, co przekłada się na ich zaangażowanie i lojalność w stosunku do pracodawcy.

Syndrom XXI wieku i choroby zawodowe Polaków

Postęp cywilizacji spowodował, że żyjemy w czasach, które często wymagają od nas życia na najwyższych obrotach. A to, wraz z zanieczyszczeniami środowiska, przelożyło się na rozkwit chorób XXI wieku. Do najczęstszych zaliczamy schorzenia układu krążenia, które są przyczyną śmierci co drugiej osoby w Polsce. Eksperti alarmują też, że plagami obecnych czasów są stres i przepracowanie. Z badań londyńskiego Uniwersytetu College wynika, że przepracowanie zwiększa ryzyko udaru o 33 proc., a zawału – o 13 proc. Stres może powodować też wrzody żołądka, wysokie ciśnienie krwi, stany lękowe, niespodziewane zaskabnięcia, zawroty głowy, a nawet udar i zawał serca. Istnieje już nawet nazwa jednostki chorobowej związanej z przepracowaniem, złą dietą

i małą aktywnością fizyczną – to syndrom XXI wieku. Z danych Głównego Urzędu Statystycznego wynika, że głównymi przyczynami zgonów w Polsce są choroby układu krążenia i nowotwory, które odpowiadają za ponad 70 proc. wszystkich zgonów. Na kolejnych miejscach znajdują się choroby układu oddechowego oraz urazy i zatrucia, które są przyczyną ok. 5–6 proc. wszystkich zgonów. Umieralność z powodu chorób układu krążenia od kilku lat nieznacznie spada. W 2015 r. choroby te spowodowały ponad 51 proc. wszystkich zgonów kobiet (dla porównania: w 2000 r. – ok. 53 proc.). Wśród mężczyzn udział ten spadł w ciągu 15 lat z ok. 43 do ok. 41 proc.

Z kolei jak wynika z raportu „Choroby zawodowe w Polsce w 2016 r.”, przygotowanego przez Instytut Medycyny Pracy im. prof. J. Nofera, wśród chorób zawodowych w naszym kraju najczęściej występują pylice płuc, choroby zakaźne lub pasożytnicze, przewlekłe choroby narządów głosu oraz przewlekłe choroby obwodowego układu nerwowego. Łącznie w całej Polsce w 2016 r. na choroby zawodowe zapadło 2119 osób. Najczęściej na takie choroby zapadają pracownicy w województwach: śląskim, wielkopolskim, małopolskim i mazowieckim. Niezbędna jest więc profilaktyka, dostęp do odpowiedniej opieki me-

dycznej, a w razie nieszczęśliwego zdarzenia – odpowiednia rekompensata. Grupowe ubezpieczenia zdrowotne i na życie nie tylko więc stanowią pozapłacowy benefit dla pracownika i jeden z elementów budowania wizerunku firmy, ale przede wszystkim są realną inwestycją w zdrowie zatrudnionego. Takie ubezpieczenie staje się dla pracowników coraz bardziej atrakcyjne, tym bardziej, że jak wynika z raportu Światowej Organizacji Zdrowia, z powodu chorób cywilizacyjnych na świecie co roku umiera przedwcześnie aż 16 mln osób. Dbałość o zdrowie pracownika jest więc także w interesie samego pracodawcy. Nie jest to tylko rozwiązanie dla dużych firm. Małe i średnie przedsiębiorstwa także mogą sięgnąć po takie benefity dla swoich pracowników.

Żyjemy w XXI wieku, wieku chorób cywilizacyjnych, jesteśmy zabiegani, zestresowani, często przemęczeni. Zła dieta, siedzący tryb pracy, mała aktywność fizyczna – wszystko to zwiększa ryzyko choroby. Zmiana stylu życia, w połączeniu z profilaktyką prozdrowotną zdecydowanie poprawi jakość naszego życia. Pracodawco, dzięki grupowemu ubezpieczeniu swojej załogi, możecie skutecznie eliminować problemy zdrowotne swoich pracowników, skracać czas ich absencji chorobowej i zwiększać efektywność pracy. Dostępna i skuteczna opieka medyczna to korzyść dla obu stron.

Dane pod szczególną ochroną,
czyli jak RODO wpłynie na branżę finansową

Już 25 maja w życie wchodzi Rozporządzenie o Ochronie Danych Osobowych (RODO), które ma na celu zwiększenie kontroli nad tym, w jaki sposób firmy korzystają i przechowują dane o swoich klientach. Wprowadzane zmiany znacząco wpłyną na działanie firm z branży finansowej, zwłaszcza w zakresie wewnętrznych procedur dotyczących obrotu danymi osobowymi oraz automatyzacji procesów profilowania klienta.



mec. **Paweł Pawlukiewicz**
członek zarządu Aasa Polska

Zgodnie z nowymi przepisami jednym z obowiązków firm z branży finansowej będzie powołanie Inspektora Ochrony Danych, którego zadaniem jest nadzór nad przeprowadzaniem wewnętrznych procedur. Taki wymóg będą musiały spełnić przedsiębiorstwa, które w ramach swojej głównej działalności regular-

nie i na dużą skalę monitorują osoby lub jeżeli ich działalność polega stricte na przetwarzaniu w szerokim zakresie szczególnych kategorii danych osobowych. Wraz z wejściem w życie RODO wszystkie bazy danych dotyczące klientów będą musiały być znacznie bardziej uporządkowane. Jeśli dana osoba wycofa upoważnienie do przetwarzania jego danych osobowych to firma będzie musiała usunąć ze swoich systemów wszelkie informacje na jego temat. Może to powodować problemy, z uwagi na fakt, że niektóre przepisy wymagają przechowywania danych o umowach lub klientach przez określony czas – czasami dłuższy niż klient by sobie tego życzył, wycofując wcześniej zgodę

na przetwarzanie danych. Istotną sprawą dla firm związanych z sektorem finansowym jest kwestia automatyzacji procesów profilowania klienta. RODO wymaga, aby mimo wszechobecnych chatbotów i nowych technologii pozwalających na automatyczną wycenę wysokości ubezpieczenia lub pożyczki, w procesie decyzyjnym uczestniczył człowiek, który ostatecznie oceni możliwości klienta. Oznacza to, że firmy nie będą mogły podejmować decyzji wyłącznie na podstawie działania systemu automatycznego profilowania.

Sankcje za niestosowanie się firm do nowych przepisów

Za złamanie przepisów dotyczących ochrony danych osobowych po 25 maja będą groziły nowe sankcje karne, administracyjnoprawne oraz cywilnoprawne. RODO wprowadza dodatkowo wysokie kary pieniężne, których wartość będzie określana indywidualnie w odniesieniu do każdego przedsiębiorcy w zależności od tego, jakiego uchybienia

się dopuścił. Rozporządzenie wyróżnia dwa przedziały kar: do 10 milionów euro lub do 2 proc. wartości rocznego globalnego obrotu przedsiębiorstwa (w przypadku naruszenia art. 25 oraz art. 29-32) albo do 20 milionów euro lub do 4 proc. wartości rocznego globalnego obrotu przedsiębiorstwa (w przypadku naruszenia art. 5, art. 7 lub art. 15-16) – przy czym w obu przedziałach zastosowanie będzie miała zawsze kara wyższa. Środki finansowe pochodzące z kar pieniężnych będą stanowiły dochód budżetu państwa, przy czym 1 proc. zgromadzonych środków zostanie przeznaczonych na Fundusz Ochrony Danych Osobowych – państwowy fundusz celowy powołany w celu upowszechniania wiedzy o prawach i obowiązkach związanych z ochroną danych osobowych.

Bez zgody klienta ani rusz

Nowe regulacje mają za zadanie przede wszystkim chronić interesy konsumentów i zadbać o bezpieczeństwo ich danych osobowych,

zwłaszcza, że dotychczas problemy w egzekwowaniu istniejących uregulowań były powszechne. Istotną kwestią dla klientów będzie wyrażanie przez nich zgody na przetwarzanie ich danych osobowych. Od 25 maja przedsiębiorstwa nie tylko będą musiały szczegółowo określić zakres i cel przetwarzania danych, ale również poinformować klientów o możliwości cofnięcia na to zgody. Taka informacja musi się również znaleźć w e-mailach ofertowych.

Zmiany w przepisach mają zakończyć, a przynajmniej ograniczyć przypadki, w których dzwoniący telemarketer nie chce ujawnić informacji, skąd posiada numer telefonu danej osoby. Na firmach kupujących bazy będzie spoczywał obowiązek udowodnienia, że uzyskały zgodę na przetwarzanie zawartych w nich danych od poszczególnych osób. W przypadku, gdy klient stwierdzi, że jednak takowej zgody nie wyrażał, to firma musi udowodnić, że było inaczej.

UBEZPIECZENIA GRUPOWE

UBEZPIECZENIE GRUPOWE – inwestycja z wysoką stopą zwrotu

Rozmowa z Michałem Jakubowskim, Dyrektorem Departamentu Klienta Korporacyjnego i Partnerów Zewnętrznych w Nationale-Nederlanden TUnŻ

Według danych KNF składka przypisana brutto w III kwartale 2017 r. była o ponad 5 mld wyższa niż rok wcześniej. Jak obecnie kształtuje się sprzedaż ubezpieczeń grupowych w Nationale-Nederlanden?

Ostatni rok zakończyliśmy znaczącymi sukcesami – co miesiąc grono naszych klientów poszerza się o kilkaset nowych firm. Obecnie jesteśmy w pierwszej trójce ubezpieczycieli o najwyższym wzroście sprzedaży, a w ciągu ostatniego roku awansowaliśmy w tym rankingu aż o sześć pozycji.

Jaki jest kluczowy kierunek rozwoju ubezpieczeń grupowych w Nationale-Nederlanden?

Jednym z najważniejszych elementów naszej strategii w perspektywie kilku najbliższych lat są grupowe ubezpieczenia na życie dla małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP). Zależy nam, aby zwiększyć udział w rynku wśród najmniejszych przedsiębiorców, dlatego stale monitorujemy potrzeby oraz oczekiwania firm i na ich podstawie wprowadzamy do oferty nowe rozwiązania. Widzimy duży potencjał w sprzedaży tego rodzaju produktów i dopasowujemy ofertę nawet do małych firm.

Dlaczego kierują Państwo swoją ofertę właśnie do małych i średnich przedsiębiorstw?

Z raportu Nationale-Nederlanden „Sektor MŚP w obliczu rotacji pracowników” wynika, że mali przedsiębiorcy borykają się z dużą rotacją, związaną z panującym obecnie rynkiem pracownika. Wśród problemów, na które zwracają uwagę osoby zarządzające kadrami w MŚP, dominują rosnące oczekiwania płacowe – wskazuje na to więcej niż połowa badanych. Pracodawcy nie zawsze mają możliwość podnieść pensję, starają się więc przyciągać kandydatów poza-płacowymi elementami wynagrodzenia. Co trzeci badany przez nas pracownik wskazuje, że wysoko ceni tego typu benefity, w tym ubezpieczenie grupowe chroniące zdrowie i życie. Oferując je, wielu małych pracodawców może w ten sposób uatrakcyjnić ofertę pracy w swoim przedsiębiorstwie. Możliwość przystąpienia do

grupowego ubezpieczenia na życie to dla pracownika znak, że przedsiębiorca dba o zatrudnionych. Dzięki ubezpieczeniu na życie pracownicy zyskują gwarancję wsparcia finansowego oraz poczucie bezpieczeństwa w przypadku nieprzewidzianych zdarzeń. Jednocześnie większy komfort psychiczny przekłada się na jakość ich pracy i motywację.

Czym wyróżnia się oferta Nationale-Nederlanden dla MŚP?

Istotną rolę we wzmacnieniu naszej pozycji na rynku małych i średnich przedsiębiorstw odgrywa elastyczność oferty – to nas wyróżnia. Dzięki niej polisa „Razem dla Siebie” umożliwia dopasowanie wysokości sumy ubezpieczenia oraz zakresu ryzyka do potrzeb pracowników i pracodawcy. Jedna polisa obejmuje kompleksowe ubezpieczenie zdrowia ubezpieczonego pracownika: aż do 60 chorób (m.in. zawał serca, udar mózgu, nowotwory) i inne nieprzewidziane zdarzenia, w tym otwarty katalog operacji. Ponadto, produkt obudowany jest szeregiem umów dodatkowych. Są to m.in. „Miesięczna wypłata”, która zapewnia ubezpieczonemu regularne wypłaty na wypadek niezdolności do pracy trwającej dłużej niż pół roku, czy umowa na wypadek uszczerbku na zdrowiu dziecka pracownika, która charakteryzuje się odrębną kwotą ubezpieczenia na każde dziecko w rodzinie.

Czy Polacy mają świadomość istnienia takich produktów?

Niewątpliwie Polacy są coraz bardziej świadomymi konsumentami – także jeśli chodzi o produkty finansowe. Z naszego raportu wynika, że 95 proc. badanych słyszało o możliwości zorganizowania ubezpieczeń grupowych na życie dla swoich pracowników. Dlatego staramy się dopasować ofertę do indywidualnych potrzeb i oczekiwań klienta. W Nationale-Nederlanden wprowadziliśmy m.in. umowy dodatkowe na wypadek zachorowania na choroby serca i nowotwory. Dodatkowo, limit przystąpienia do ubezpieczenia grupowego może wynosić nawet 75 lat. To odpowiedź na zgłaszane do nas pytania ze strony potencjalnych klientów.



Skoro mówimy o indywidualizacji oferty, to czy zakres ubezpieczanych ryzyk różni się w zależności od branży?

Specyfika niektórych miejsc pracy sprawia, że zatrudnieni są narażeni na nieco inne zagrożenia. Pierwsza myśl to zwykle zawody, które kojarzymy z narażaniem życia i zdrowia. Jednak specyficzne ryzyka pojawiają się także w branżach postrzeganych jako całkowicie bezpieczne. Dlatego w Nationale-Nederlanden oferujemy pakiety dla poszczególnych grup zawodowych, w których szczególnie uwytądnione są konkretne aspekty zdrowotne, jak np. choroby związane z długotrwałym przebywaniem w pozycji siedzącej dla pracowników biurowych czy zespół cieśni nadgarstka u osób pracujących na stanowisku kasjera. Dzięki temu pracownicy mogą przystąpić do ubezpieczenia grupowego, które jest dostosowane do charakteru wykonywanej pracy.

Jak wielu pracodawców jest skłonnych zapewnić zatrudnionym taką opcję?

Można tu zauważyć pewną rozbieżność. Choć niemal wszyscy badani przedsiębiorcy deklarują, że wiedzą o możliwości przystąpienia do ubezpieczenia grupowego, w praktyce robi to mniej niż 40 proc. z nich. Kolejne 24 proc. byłoby gotowych zaoferować pracownikom ubezpieczenie grupowe przygotowane zgodnie z potrzebami i specyfiką swojej firmy. Pozostali prawdopodobnie boją się kosztów, które wiązałyby się z wprowadzeniem takiego

benefitu – zupełnie niesłusznie. Przewidujemy jednak, że wraz ze wzrostem świadomości klientów, liczba posiadaczy polis – zarówno ubezpieczeń indywidualnych, jak i grupowych – będzie rosła w kolejnych latach.

Polskiego pracodawcę stać na oferowanie ubezpieczenia grupowego w swojej firmie?

Zdecydowanie tak. Warto wiedzieć, że udział pracodawcy w składce nie jest obligatoryjny. Może on zdecydować, że jedynie podpisze polisę ubezpieczeniową, a późniejsze składki będą pobierane z pensji pracowników. Istnieją oczywiście także inne rozwiązania: solidarne współfinansowanie wpłat albo pełne pokrywanie kwoty przez pracodawcę.

Które z tych rozwiązań cieszy się największą popularnością wśród przedsiębiorców?

Gotowość do pokrycia więcej niż połowy miesięcznej składki deklaruje co dziesiąta osoba skłonna zaproponować ubezpieczenia swoim pracownikom. Prawie połowa tej grupy byłaby gotowa zapłacić pełną kwotę. W deklaracjach dominuje jednak model, w którym pracodawca i pracownik dzielą się kosztami po połowie – taką odpowiedź wskazał co drugi respondent. Ponadto więcej niż 60 proc. badanych chętnie wprowadziłoby w firmie możliwość ubezpieczenia także członków rodzin zatrudnionych (małżonków, partnerów i dzieci pracowników). To pokazuje, że o poczucie bezpieczeństwa chcą dbać obie strony kontraktu.

Czy deklaracje pracodawców przekładają się na realne działania?

Obserwujemy, że właściciele firm z sektora małych i średnich przedsiębiorstw coraz częściej są gotowi sponsorować składkę pracownikom. W Nationale-Nederlanden nawiązujemy współpracę z ok. 600 przedsiębiorcami miesięcznie, co plasuje nas w pierwszej trójce pod względem nowej sprzedaży. 8 proc. tej grupy klientów pokrywa cały koszt składki albo dzieli go z pracownikiem. Wierzymy, że ten udział będzie wzrastał – tak wskazuje obecny trend. Jeszcze kilka lat temu tylko najwięksi rynkowi gracze zdecydowali się na takie rozwiązanie. Obecnie także pracodawcy z sektora MŚP zauważają, że współfinansowanie ubezpieczenia dla pracowników zwiększa ich przywiązanie do firmy i satysfakcję z pracy.

Zadowolenie pracownika jest warte poniesienia dodatkowych nakładów?

Bez wątpliwości to inwestycja z wysoką stopą zwrotu. Pozyskanie i utrzymanie wartościowego pracownika to dziś niełatwe zadanie – wielu pracodawców miało już okazję przekonać się o tym osobiście. Tymczasem według badania Nationale-Nederlanden już co trzeci Polak uważa ubezpieczenie grupowe za jeden z istotnych benefitów pozapłacowych, który wpływa na ich decyzję o zmianie miejsca pracy. Warto mieć to w pamięci, zastanawiając się, jak poprawić wizerunek firmy wśród obecnych i potencjalnych pracowników.

FLOTA



Rośnie popularność wynajmu długoterminowego aut

W pierwszym kwartale 2018 roku popularność wynajmu długoterminowego samochodów wśród firm i przedsiębiorców w Polsce nadal rosła. Jak wynika z danych Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów, tempo rozwoju rynku wynajmu długoterminowego wyniosło na koniec pierwszego kwartału 15,1 proc. r/r, co oznacza, że było wyższe o prawie dwa punkty procentowe niż rok wcześniej i aż o ponad sześć procent, aniżeli dwa lata temu. Wysoką popularność wynajmu potwierdzają dane na temat liczby zakupionych przez branżę nowych samochodów osobowych.

W pierwszym kwartale, na potrzeby wynajmu długoterminowego zakupiono o 26,4 proc. więcej aut osobowych niż rok wcześniej. W porównaniu do pozostałych form finansowania samochodów służbowych, czyli m.in. do klasycznego leasingu finansowego, liczba nowych aut w wynajmie długoterminowym rosła zdecydowanie, bo ponad 2,5-krotnie, szybciej. Bardzo wysokie tempo wzrostu w pierwszych trzech miesiącach 2018 roku osiągnęła również branża Rent a Car (wypożyczalnia samochodów) – w jej przypadku dynamika rozwoju wyniosła aż 36,2 proc. r/r. Wiele wskazuje na to, że 2018 rok może być kolejnym bardzo udanym dla rynku motoryzacyjnego w Polsce. Zdaniem ekspertów, poziom sprzedaży nowych samochodów w salonach może być jeszcze wyższy niż w zeszłym roku, a ten – warto zaznaczyć – był pod tym względem rekordowy w ostat-

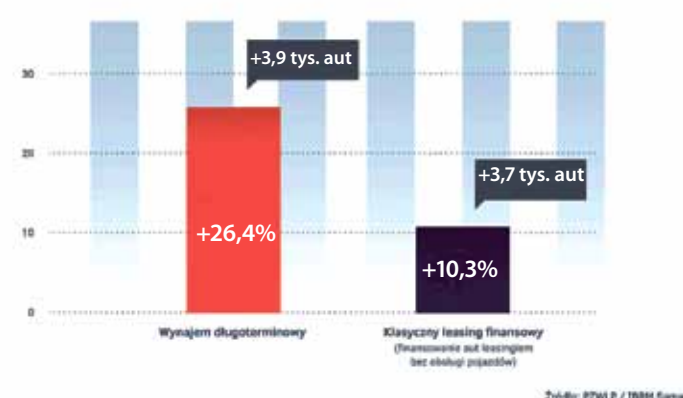
nich 18 latach. Za rosnącą sprzedaż w salonach, podobnie jak już od kilku lat, odpowiadały w I kwartale 2018 roku przede wszystkim firmy, które zgodnie z danymi IBRM Samar, były nabywcami blisko 2/3 (65,3 proc.) nowych aut osobowych. Firmy zakupiły o 13,2 proc. więcej samochodów osobowych, niż rok wcześniej.

Liczba nowych aut w wynajmie długoterminowym rosła 2,5-krotnie szybciej niż w klasycznym leasingu finansowym

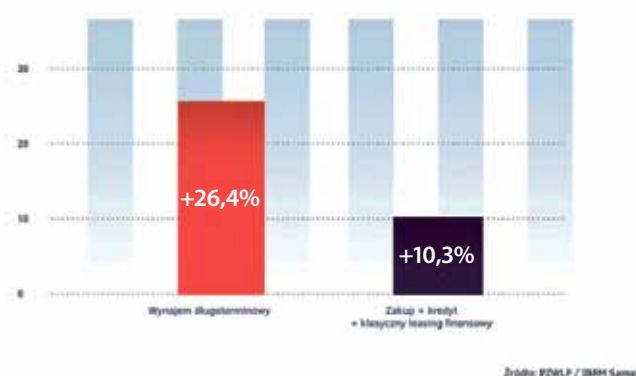
Sposobem na sfinansowanie aut służbowych, którego popularność rosła wśród przedsiębiorców w Polsce w pierwszym kwartale 2018 r. w najwyższym tempie, był tzw. wynajem długoterminowy, czyli mówiąc precyzyjniej, leasing operacyjny z pełną lub częściową obsługą pojazdów. To właśnie w jego przypadku liczba kupowanych nowych samo-

chodów osobowych zwiększała się najszybciej – o 26,4 proc. w porównaniu z analogicznym okresem rok wcześniej. Co więcej, wzrost wynajmu długoterminowego był pod tym względem aż 2,5-krotnie większy, niż w przypadku pozostałych dostępnych form finansowania aut dla firm. Dla porównania, liczba nowych samochodów nabywanych przez przedsiębiorców ze środków własnych, w kredycie oraz przy użyciu klasycznego leasingu finansowego (wyłącznie finansowanie pojazdów leasingiem, bez ich obsługi) razem, była w I kwartale 2018 r. większa o 10,3 proc. r/r.

Wzrost liczby zakupionych nowych samochodów osobowych r/r (I kwartał 2018 vs I kwartał 2017)



Wzrost liczby zakupionych nowych samochodów osobowych r/r (I kwartał 2018 vs I kwartał 2017)



Podobna sytuacja miała miejsce w przypadku porównania z najbardziej konkurencyjnym wobec wynajmu długoterminowego, klasycznym leasingiem finansowym, przy użyciu którego przedsiębiorcy w naszym kraju nabyli w pierwszych trzech miesiącach bieżącego roku o 10,4 proc. samochodów więcej, aniżeli w I kwartale 2017 r.

Biorąc pod uwagę główny wskaźnik dynamiki rozwoju rynku wynajmu długoterminowego aut, a więc łączną liczbę samochodów znajdujących się w Full Serwis Leasingu (jedna z dwóch usług zaliczanych do wy-

najmu długoterminowego), branża na koniec I kwartału 2018 r. odnotowała wzrost na poziomie 15,1 proc. r/r. Tempo rozwoju rynku dynamicznie rośnie od kilku lat – w pierwszych trzech miesiącach bieżącego roku było bowiem o blisko dwa punkty procentowe wyższe niż w I kwartale 2017 r. oraz o ponad sześć procent większe niż w analogicznym okresie roku 2016. We flocie w wynajmie długoterminowym firm należących do PZWLP, liczącej nieco ponad 163 tys. samochodów*, 84,3 proc. pojazdów znajdowało się w usłudze Full Serwis Leasingu (leasing operacyjny z pełną obsługą), a 15,7 proc. w Leasingu z Serwisem (leasing operacyjny z częściową obsługą aut).

niętych rynkach zachodnioeuropejskich, przedsiębiorcy decydując się na leasing, w pierwszej kolejności sięgali w naszym kraju przede wszystkim po zwykły leasing finansowy. Jak pokazują doświadczenia z Zachodniej Europy, po pewnym czasie i przekonaniu się do finansowania aut leasingiem, firmy zaczynają sięgać po formy bardziej zaawansowane, gwarantujące nie tylko finansowanie samochodów, ale również ich pełną obsługę, a więc po tzw. wynajem długoterminowy. Innymi słowy, zaczynają zastępować klasyczny leasing finansowy wynajmem długoterminowym. Proces ten w Polsce już się rozpoczął i w przyszłości może wpłynąć na jeszcze bardziej dynamiczny rozwój branży

mochody wyposażone w silniki wysokoprężne traciły swój udział kosztem aut benzynowych i z napędami ekologicznymi (hybrydowymi i elektrycznymi). We flocie 163 tys. samochodów, Diesle stanowiły na koniec marca 2018 roku 64,9 proc., co oznacza spadek ich udziału o 1,4 proc. w ciągu jednego kwartału (w porównaniu ze stanem na 31 grudnia 2017 r.) oraz o 5,2 proc. r/r. Zyskiwały auta z silnikami benzynowymi, których udział na koniec I kw. 2018 r. wyniósł 33,9 proc. i zwiększył się w ciągu roku o 4,3 proc. Jeśli chodzi o samochody z napędami ekologicznymi, to na koniec marca bieżącego roku w ich przypadku osiągnięta została symboliczna bariera 2000 aut, przy udziale w łącznej flocie na poziomie 1,2 proc.auta ekologiczne stanowiły więc nadal marginalną część całego parku pojazdów, ale warto zaznaczyć, że w ciągu roku ich udział zwiększył się 4-krotnie (z poziomu 0,3 proc. na koniec I kw. 2017 r.). Na 2 tys. pojazdów ekologicznych składały się przede wszystkim hybrydy, których liczba wynosiła 1974 auta (wzrost z 416 aut na koniec marca 2017 r.). Samochodów elektrycznych było jedynie 26, co więcej, ich liczba pozostała niezmienna w stosunku do stanu sprzed roku.

Sławomir Wontrucki, członek zarządu PZWLP, prezes LeasePlan Polska.



– Należy się spodziewać, że Diesle we flotach będą w najbliższym czasie nadal zastępowane silnikami benzynowymi oraz napędami ekologicznymi. Ciężko ocenić do jakiego poziomu może spaść ich udział. Z całą pewnością można jednak stwierdzić, że dopóki będą produkowane, to będą obecne we flotach, np. w segmencie aut dostawczych czy klasy premium. Na uwagę zasługuje rosnący szybko udział aut ekologicznych, pomimo że relatywnie do łącznej floty, jest ich nadal bardzo mało. Przy czym, rośnie tylko liczba aut hybrydowych, a pojazdów elektrycznych jest nie tylko zaledwie 26, ale ich liczba w ciągu ostatniego roku w ogóle się nie zmieniła. Mamy nadzieję, że sytuację w tym zakresie poprawi Ustawa o elektromobilności. Wszła ona w życie w pierwszym kwartale 2018 roku, a więc na jej ewentualny wpływ należy jeszcze poczekać. W łącznej flocie aut w wynajmie długoterminowym firm PZWLP, wśród najpopularniejszych modeli samochodów znalazły się na koniec marca bieżącego roku: Skoda Octavia, Volkswagen Passat, Ford Focus i Toyota Yaris.

emisja CO₂ wyniosła 123,33 g/km i była o 4,9 proc. (6,39 g/km) niższa niż w analogicznym okresie rok wcześniej. Jeśli chodzi o auta dostawcze, to średnia emisja CO₂ nabywanych w pierwszym kwartale bieżącego roku pojazdów tego typu wyniosła 151,43 g/km i była o 4,4 proc. (6,9 g/km) mniejsza niż w porównywalnym czasie roku 2017.

Branża Rent a Car w pierwszym kwartale 2018 roku - wzrost aż 36,2% r/r

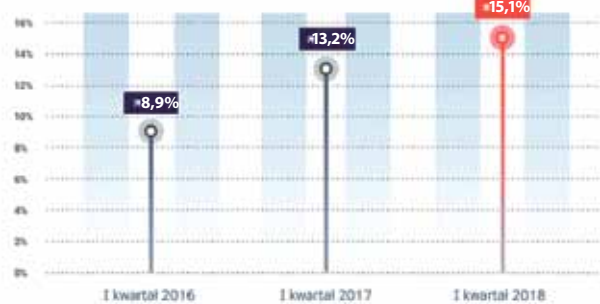
Pierwszy kwartał 2018 r. okazał się być również bardzo udanym dla branży Rent a Car, reprezentowanej w PZWLP przez 7 dużych sieciowych, polskich i międzynarodowych wypożyczalni samochodów. Na koniec marca łączna flota firm Rent a Car w PZWLP** w usługach wynajmu krótkoterminowego (1-30 dni) oraz średnioterminowego (1 miesiąc – 2 lata) wynosiła ponad 16 tys. aut (16.163), co oznacza, że branża odnotowała wzrost na poziomie aż 36,2% r/r.

Członkowie PZWLP generują 1/3 sprzedaży nowych aut osobowych do firm w Polsce

Biorąc pod uwagę całokształt działalności 20 firm należących do Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP), a więc przede wszystkim usługi wynajmu krótko-, średnio- i długoterminowego samochodów, ale również leasing finansowy aut, firmy PZWLP zakupiły w pierwszym kwartale 2018 roku łącznie 29,5 tys. nowych samochodów osobowych. Oznacza to, że 1/3 (32,4 proc.) nowych aut osobowych kupowanych w pierwszym kwartale 2018 roku przez przedsiębiorców w polskich salonach oraz ponad 1/5 (21,1 proc.) samochodów sprzedanych w tym czasie ogółem (do klientów instytucjonalnych i osób prywatnych łącznie) zostało nabyte przez firmy należące do PZWLP***.

* - bez floty firmy Athlon Car Lease
** - bez floty firmy Avis Budget / Jupol - Car
*** - Firmy PKO Leasing, Volkswagen Leasing i mLeasing są również członkami ZPL (Związku Polskiego Leasingu).

Tempo wzrostu r/r branży wynajmu długoterminowego samochodów w Polsce
Łączna liczba aut w usłudze Full Serwis Leasing



Źródło: PZWLP

– Popularność wynajmu długoterminowego wśród polskich przedsiębiorców rośnie dynamicznie już od kilku lat, co jest dowodem, że polski rynek jest jeszcze wciąż bardzo daleki od nasycenia tą usługą – mówi

Grzegorz Szymański, prezes zarządu PZWLP, dyrektor generalny Arval Polska.

– Na przykładzie sprzedaży nowych samochodów do firm w I kwartale 2018 roku, po raz kolejny już w ostatnim czasie widać, że wynajem długoterminowy rozwija się znacznie szybciej od pozostałych form finansowania floty. Do niedawna, wynajem długoterminowy był kojarzony przede wszystkim z dużymi międzynarodowymi korporacjami, a obecnie sięga po to rozwiązanie coraz większa liczba przedsiębiorców z sektora MŚP. To jeden z głównych czynników stymulujących dużą i wciąż rosnącą dynamikę rozwoju branży. Dodatkowo, na efekt ten składa się również ważna zmiana w podejściu przedsiębiorców w naszym kraju do finansowania aut służbowych. Jeszcze kilkanaście lat temu firmy, podobnie jak użytkownicy prywatni, dążyły do posiadania samochodów, w związku z czym finansowały je przede wszystkim własnymi środkami lub kredytem. Obecnie jednak postawy w tym zakresie znacznie się zmieniły – ok. 2/3 aut jest finansowanych którąś z form leasingu, a więc klasycznego leasingu finansowego, operacyjnego lub operacyjnego z obsługą, czyli wynajmu długoterminowego. Podobnie jak miało to miejsce na starszych i bardziej rozwi-

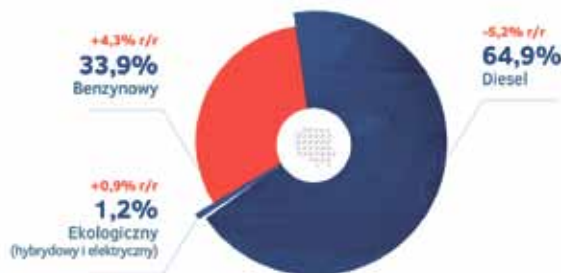
– Popularność wynajmu długoterminowego w naszym kraju.

W pierwszym kwartale już co piąty przedsiębiorca w Polsce decydował się na wynajem długoterminowy aut. Zgodnie z danymi IBRM Samar, w pierwszym kwartale 2018 roku firmy zakupiły w polskich salonach łącznie 91,3 tys. nowych aut osobowych. Jak wynika z danych PZWLP, co piąty (20,5 proc.) nowy samochód osobowy zakupiony w tym czasie przez przedsiębiorców znajdował się w wynajmie długoterminowym. Branża nabyła łącznie 18,7 tys. aut (z czego 14,6 tys. samochodów firmy CFM należące do PZWLP).

Diesel nadal traci – zyskują auta benzynowe i ekologiczne

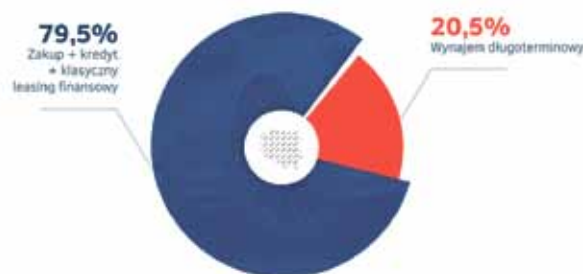
– Obserwowany już od dłuższego czasu spadek udziału aut z silnikami wysokoprężnymi we flotach w wynajmie długoterminowym to efekt

Rodzaje napędów w samochodach w wynajmie długoterminowym w Polsce na koniec I kwartału 2018 roku



Źródło: PZWLP

Udział wynajmu długoterminowego w sprzedaży nowych aut osobowych do firm w I kwartale 2018 roku

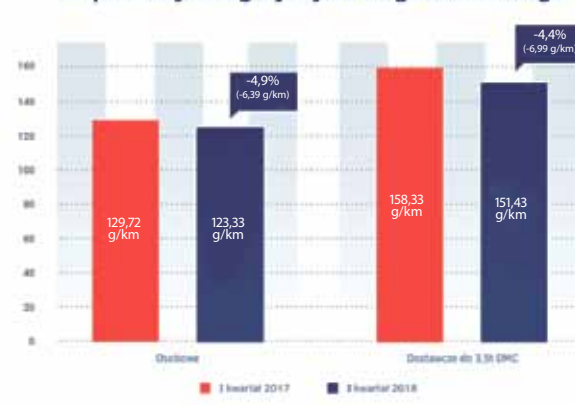


Źródło: PZWLP / IBRM Samar

W pierwszym kwartale bieżącego roku kontynuowany był trend spadku udziału aut z silnikami Diesla w łącznej flocie samochodów w wynajmie długoterminowym. Sa-

przede wszystkim ogólnych trendów rynkowych, u których podstaw leży dokonująca się na naszych oczach w bardzo szybkim tempie rewolucja w motoryzacji – mówi

Średnia emisja CO₂ nowych samochodów kupowanych przez firmy PZWLP na potrzeby usług wynajmu długoterminowego



Źródło: PZWLP
(Do emisji CO₂ nie wliczamy samochodów, wyposażonych do 40% w pojemności składowej gazu przez firmy PZWLP, ponieważ aut dostawczych jest ponad 10% łącznej samochodowej floty)

FLOTA

TCO – jak wpływa na koszty firmowych aut?

Pojęcie floty firmowych pojazdów jeszcze niedawno kojarzyło się z przynajmniej kilkunastoma służbowymi autami. Obecnie jednak za „flotę” można uznać na przykład dwa samochody. Niezależnie od liczby, jednym z najważniejszych czynników związanych z firmowym parkiem pojazdów jest koszt jego utrzymania. Do obliczenia wydatków najlepiej wykorzystać analizę TCO, która jest zestawieniem wszystkich kosztów, jakie ponosić będzie firma z tytułu posiadania aut.



Maciej Zwiewka

Fleet Brand Manager
w Volkswagen Financial Services

Pełny wynajem długoterminowy

| | Firma | Statystyka po I kwartale 2018 r. (sztuki) |
|----|--------------------------|---|
| 1 | LeasePlan Polska | 24 237 |
| 2 | Arval Polska | 23 296 |
| 3 | Alphabet Polska | 15 920 |
| 4 | Carefleet | 15 205 |
| 5 | ALD Automotive | 12 336 |
| 6 | mLeasing | 10 401 |
| 7 | Volkswagen Leasing | 8 763 |
| 8 | Hitachi Capital Polska * | 8 136 |
| 9 | Business Lease | 5 950 |
| 10 | PKO Leasing | 5 522 |
| 11 | Express | 3 138 |
| 12 | NFM | 2 778 |
| 13 | Idea Fleet | 1 786 |

Leasing z serwisem - LS

| | Firma | Statystyki po I kwartale 2018 r. (sztuki) |
|---|--------------------------|---|
| 1 | Volkswagen Leasing | 17634 |
| 2 | mLeasing | 4083 |
| 3 | PKO Leasing | 2976 |
| 4 | LeasePlan Polska | 448 |
| 5 | Alphabet Polska | 174 |
| 6 | NFM | 129 |
| 7 | Hitachi Capital Polska * | 123 |

Wynajem krótko i średnioterminowy – STR&MTR

| | Firma | Statystyki po I kwartale 2018 r. (sztuki) |
|---|----------------------------|---|
| 1 | Express | 8620 |
| 2 | Hertz / Motorent | 1858 |
| 3 | 99rent | 1703 |
| 4 | PANEK | 1597 |
| 5 | Rentis | 1298 |
| 6 | Sixt rent a car / Eurorent | 1087 |

źródło: PZWLP, oprac.: CBSF

Według oficjalnych danych statystycznych, w naszym kraju zarejestrowanych jest około dwa miliony aktywnych firm, z których wiele posiada samochody. Zarządzając parkiem pojazdów w dużych firmach, menadżerowie korzystają z różnych narzędzi umożliwiających skuteczne zbilansowanie i ograniczanie wydatków przeznaczanych na auta. W tym celu wykorzystują m.in. programy analityczne, ale także korzystają z własnego doświadczenia oraz z analizy TCO. Ten ostatni element, znany osobom związanym z flotami, to angielski skrót oznaczający całkowity koszt posiadania (total cost of ownership). Określa on wszystkie wydatki, jakie ponosi firma w związku z posiadaniem i użytkowaniem samochodu. W skład TCO wchodzi m.in. koszt zakupu samochodu, koszty jego użytkowania i codziennego utrzymania, ale także wartość pojazdu po okresie eksploatacji. Stąd tak ważne jest poprawne

określenie wszystkich elementów wpływających na jak najbardziej opłacalny wybór samochodu do firmy. Jedną z podstawowych kwestii w przypadku analizy TCO jest dobór odpowiedniej metody finansowania zakupu auta. W przypadku gotówki lub klasycznego leasingu z wykupem na poziomie 1 proc., przedsiębiorcy dużo uwagi przykładają do ceny auta. Pomijają jednak kwotę, za którą będą mogli je sprzedać na rynku wtórnym po okresie użytkowania. Dlatego tak istotna jest dobrze oszacowana wartość końcowa (czyli inaczej: rezydualna), która w dużej mierze kształtuje wartość TCO. Należy dodać, że koszty finansowania należy wziąć pod uwagę nawet wtedy, gdy flota samochodowa firmy jest finansowana za gotówkę.

Rzetelność danych

Kalkulację należy opierać na rzeczywistych wydatkach, jakie firma ponosi przy okazji korzystania z auta. W przypadku korporacji zebranie danych potrzebnych do kalkulacji nie powinno stanowić problemu. Inaczej sprawa wygląda w nowych przedsiębiorstwach lub nowo tworzonych flotach, w których nie ma rzetelnych informacji „historycznych” na temat utrzymania aut. Wówczas należy opierać się na szacunkowych kosztach, biorąc pod

uwagę następujące elementy: finansowanie, ubezpieczenie, paliwo, opony, serwis oraz wszelkie inne koszty związane z użytkowaniem samochodu. Bez tej wiedzy niemożliwe do przewidzenia będą koszty parku samochodowego w firmie, a w szczególności ich skuteczna optymalizacja. Na TCO wszak składają się przede wszystkim wydatki związane z zakupem auta (z uwzględnieniem jego wartości końcowej), paliwem, ubezpieczeniem i serwisowaniem. Ponadto nieuwzględnienie rezerwy budżetowej na nagłe naprawy może spowodować, że osoby zarządzające firmowymi autami będą miały problemy z realizacją założeń budżetowych na utrzymanie floty.

Od czego zacząć?

Na wstępie należy ustalić metodę finansowania auta: czy będzie to gotówka, leasing czy kredyt. Drugim etapem jest określenie potrzeb firmy. Wówczas możliwe będzie określenie, na jakie auta oraz w jakiej wersji wyposażenia dane przedsiębiorstwo powinno się zdecydować. Spośród wstępnie wybranych marek i modeli należy następnie sprawdzić, jaka jest ich wartość na rynku wtórnym po zakładanym okresie użytkowania, najczęściej po 3-4 latach. Wybór ten należy rozsądnie przemyśleć, gdyż początkowe oszczędności mogą w ogólnym rozrachunku

spowodować stratę. – Załóżmy, że mamy dwa samochody do wyboru. Pierwszy w cenie 70 tys. zł., a drugi 75 tys. zł. Po trzech latach użytkowania ich wartości rezydualne to odpowiednio ok. 30 tys. zł. i ok. 40 tys. zł. Wynika z tego, że droższe w zakupie auto, w rezultacie – przy odsprzedaży pojazdu po trzech latach na rynku wtórnym – kosztuje firmę o 5 tys. zł. mniej.

Zakup gotówkowy wielu przedsiębiorcom może wydawać się najbardziej opłacalną formą pozyskania auta do firmy. Jednak pomijają w tym przypadku fakt, że przeznaczone na kupno pieniądze zostają „zamrożone” w postaci auta. – Wybierając ofertę leasingową opartą na rynkowej wartości końcowej aut, klienci otrzymują szereg korzyści. W ramach budżetu zbliżonego do klasycznego leasingu mogą sobie pozwolić na wyższy model wyposażenia marki lub bogatszą wersję wyposażenia. Dodatkowo mogą dokonać odliczeń podatkowych. Jeżeli nie dysponują środkami lub nie chcą wydawać pieniędzy na opłatę wstępną, mogą jej nie uiszczać. Pod koniec umowy, która zazwyczaj trwa 2, 3 albo 4 lata, mają do wyboru dwie drogi: jednorazową spłatę pozostałej wartości samochodu lub oddanie go i – jeżeli firma tego potrzebuje – podpisanie kolejnej umowy leasingu na nowy samochód w niskich miesięcznych ratach.

Kto zyska na telematyce w motoryzacji?

Polska wciąż znajduje się w niechlubnej czołówce państw Unii Europejskiej pod względem liczby wypadków drogowych oraz zdarzeń, w których ginie najwięcej osób. Według ostatnich danych raportu przygotowanego przez Krajową Radę Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego koszty wszystkich zdarzeń drogowych w 2015 roku, wyniosły 48,2 mld zł. W 2016 roku liczba wypadków oraz ich ofiar wzrosła. Na szczęście 2017 rok zakończyliśmy z niższą liczbą wypadków oraz zabitych i rannych.

Cezary Świerszcz

prezes zarządu Bacca

Wypadki pociągają za sobą ogromne koszty, które zakładają opłacenie pracy służb ratowniczych, postępowań sądowych, odszkodowań, a nawet strat firm, w których zatrudnieni byli poszkodowani. Jeśli chodzi o sam poziom wypłacanych odszkodowań i świadczeń, według podsumowania Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego, w 2017 roku ubezpieczyciele wypłacili blisko 10,2 mld zł odszkodowań i świadczeń z tytułu wypadków drogowych w Polsce (w tym łącznie OC i AC). To 40 proc. więcej niż 5 lat temu. W latach 2013-2014 roczne wypłaty tego typu były poniżej 7,5 mld zł. Jednym ze sposobów na ograniczenie strat społecznych i ekonomicznych jest poprawa bezpieczeństwa drogowego przez edukowanie kierowców na podstawie ich osobistych

danych telematycznych i uzależnienie ceny ubezpieczenia od stwierdzonego stylu jazdy.

Telematyka w branży ubezpieczeniowej

Systemy monitorujące styl jazdy kierowców zyskują w Polsce wielu sympatyków. Rynek ubezpieczycieli intensywnie rozwija rozwiązanie, które umożliwia nie tylko oszczędności dla kierowców, ale także poprawę bezpieczeństwa wszystkich uczestników ruchu drogowego. Technologia telematyczna to system, który pozwala naliczać zniżki w OC za dobry styl jazdy i przestrzeganie przepisów drogowych. A jak wynika z badania przeprowadzonego przez ośrodek SW Research na zlecenie firmy Bacca, już 44 proc. ankietowanych jest zainteresowanych urządzeniem monitorującym styl ich jazdy. Z kolei 60 proc. ankietowanych zgodziłoby się na zainstalowanie aplikacji monitorującej jazdę w zamian za

zniżki. Prognozy dla rozwoju systemu telematycznego w Polsce są bardzo optymistyczne. Zalety tego rozwiązania sprawiają, że monitoring jazdy może niebawem stać się codziennością. To dobra wiadomość przede wszystkim dla kierowców, którzy będą mogli uzyskać niższą składkę w zależności od stylu jazdy lub po prostu kolejne wzrosty cen na rynku nie będą ich dotyczyć. Dzięki telematyce możliwa jest ocena ryzyka i dostosowanie do niego odpowiedniej ceny. To także szansa dla ubezpieczycieli na przyciągnięcie i utrzymanie klientów, którzy często zmieniają firmy ubezpieczeniowe, kierując się w swoim wyborze głównie wysokością składki.

Bezpieczna jazda się opłaca

Wprowadzenie systemu telematycznego do ubezpieczeń może zrewolucjonizować rynek i przyczynić się do znacznej poprawy warunków bezpieczeństwa na polskich drogach. Możliwość zmniejszenia ilości wypadków oraz ograniczenia kosztów z nimi związanych, pozwoliłoby na uzyskanie znacznych oszczędności w budżecie domowym lub firmowym. Poza tym obniżenie składki dla kierowców oraz zmniejszenie ilości oszustw ubezpieczeniowych, to korzyści odnoszące się bezpośrednio do portfela samych kierowców i zysków ubezpieczycieli.

Telematyka wydaje się być optymalnym dla wszystkich sposobem na oszczędności oraz rozwiązaniem, które może sprawić, że Polacy zaczną jeździć bezpieczniej.

Jak działa telematyka?

Aplikacja mobilna lub urządzenie montowane w samochodzie zbierają dane z wielu dostępnych czujników (akcelerometr, żyroskop, kompas, nadajnik GPS) oraz serwisów (mapowych, pogodowych itp.). Odczytane dane podlegają ocenie pod względem prędkości jazdy, częstotliwości i gwałtowności hamowań i przyspieszeń, zachowania w zakrętach oraz dostosowania do panujących warunków zewnętrznych (pory dnia, pogody, natężenia ruchu). Algorytm oceny jest tak ustawiony, żeby wyłapywać zachowania ryzykowne i informować kierowcę o tym, co i jak może poprawić dla swojego bezpieczeństwa. Kierowca ma dostęp do oceny za każdy przejazd oraz do oceny całkowitej w badanym okresie. Na bazie tego ubezpieczyciel określa, czy kierowca zachowuje się bezpieczniej niż inni i jaka zniżka mu przysługuje. System telematyczny to bardzo zaawansowane rozwiązanie. Wiedząc o tym, tak przygotowaliśmy swój system, że w dwa tygodnie jesteśmy w stanie wdrożyć pełne rozwiązanie pod marką ubezpieczyciela.

CZAS TO PIENIĄDZ

Zoptymalizuj swój zysk, redukując koszty administracyjne związane z płatnościami za paliwo, opłaty drogowe, promy, parkingi i inne usługi.

- Krajowa i europejska sieć akceptująca kartę CircleK (18 000 stacji w 29 krajach)
- Obsługa klienta przez całą dobę
- Pomoc w odzyskaniu podatku VAT
- Elastyczne rozwiązania płatnicze

JAZDA POD KONTROLĄ

Przy każdej transakcji, gdziekolwiek jesteś - oferujemy pełną kontrolę nad wydatkami Twojej firmy.

- Portal internetowy do zarządzania kartami
- Raporty i powiadomienia
- Statystyki użytkowania kart
- Ustawianie limitów transakcyjnych

GROSZ DO GROSZA

Ruszaj z nami i korzystaj z rabatów na paliwo. Dzięki naszym elastycznym rozwiązaniom płacisz jak chcesz, z odroczonym terminem lub przedpłatą.

- Rabaty na paliwo i zakupy w sklepie
- Elastyczne rozwiązania płatnicze
- Szczegółowy raport z faktur
- Niższe koszty dzięki wydajnym paliwom



Niezależnie od wielkości Twojej firmy lub branży, w której działasz, jako partner Circle K otrzymasz rozwiązania dostosowane do Twoich indywidualnych potrzeb.

Skontaktuj się z nami i pozwól nam usprawnić Twój biznes.

Biuro Obsługi Klienta:
tel.: 22 255 22 55, e-mail: bok@circlekeurope.com



Take it easy

FLOTA

Rok 2018 przełomowy dla rozwoju

Elektromobilność wkracza na nowy obszar motoryzacyjnego rynku. Po transporcie osób, nadchodzi czas na niskoemisyjny transport towarów. W tym roku spodziewana jest ofensywa premier elektrycznych pojazdów dostawczych, których do tej pory w ofercie koncernów brakowało. Skorzysta branża logistyczna, ale w przyszłości odetchną także miasta – prognozuje Obserwatorium Rynku Paliw Alternatywnych ORPA.PL, które przeanalizowało ofertę marek motoryzacyjnych w tym zakresie.

Zainteresowanie pojazdami elektrycznymi zwiększa się nie tylko w segmencie transportu osób, ale również towarów. Koncerny motoryzacyjne przygotowują się do wypuszczenia na rynek samochodów dostawczych i ciężarowych wyposażonych w napęd elektryczny.

- Elektromobilność cieszy się coraz większą popularnością. Kierowcy, wraz z postępującym upowszechnieniem tej technologii, są coraz bardziej zainteresowani pojazdami napędzanymi energią elektryczną. Zmianie ulega jednak także podejście firm do elektromobilności i paliw alternatywnych, które w niskiej emisji upatrują przyszłość transportu, licząc nie tylko na korzyści środowiskowe, ale i ekonomiczne – mówi Maciej Mazur, Dyrektor Zarządzający Polskiego Stowarzyszenia Paliw Alternatywnych (PSPA). – W przyszłości na rozwoju tego segmentu transportu skorzystają także miasta, tworzące strefy czystego transportu. Jest to trend obowiązujący w wielu europejskich metropoliach, w których wysokie stężenia zanieczyszczeń powietrza, nie tylko CO₂, ale też tlenków azotu, siarki i pyłów, spowodowały wprowadzenie ograniczeń dla ruchu wysokoemisyjnych pojazdów.

Wprowadzenie stref dało wymierne korzyści m.in. w Londynie, Mediolanie, Lipsku czy Kopenhadze, a co za tym idzie poprawę zdrowia mieszkańców. Z tego względu, w opinii PSPA, ustanawianie stref w polskich miastach, zwłaszcza dotkniętych smogiem, jest wysoce pożądane. Nie tylko będzie to prowadzić do poprawy jakości powietrza, ale też faktycznie wymusi korzystanie z bardziej ekologicznych pojazdów, także w logistyce, przyczyniając się tym samym do ich upowszechnienia.

- Póki co, rynek pojazdów elektrycznych nie jest jeszcze gotowy do świadczenia usług logistycznych. Oferta pojazdów jest dość ograniczona, choć wkrótce się to zmieni. Analizując zapowiedzi koncernów, przyszłość branży transportu towarów jest zdecydowanie elektryczna – mówi Jan Wiśniewski z Obserwatorium Rynku Paliw Alternatywnych ORPA.PL.

Waga ciężka

Tesla swoją pierwszą zeroemisyjną ciężarówkę zaprezentowała w listopadzie ubiegłego roku. Semi, w zależności od wersji, przejedzie od 480 km do 800 km na jednym ładowaniu. Mimo że pod względem zasięgu pojazd nie będzie konkurował z klasycznymi dieslami, sprawdzi się na krótszych dystansach (około 30 proc. towarowego transportu drogowego w USA odbywa się na trasach o długości od 160 do 320 km). Oprócz osiągnięć, Tesla ujawniła także ceny elektrycznej ciężarówki. Za odmianę dysponującą zasięgiem 480 km będzie trzeba zapłacić 150 tys. dolarów (ok. 538 000 zł). Cenę wersji o zasięgu 800 km ustalono na 180 tys. dolarów (ok. 646 000 zł). Dla porównania, średnie ceny konwencjonalnych samochodów ciężarowych w USA wynoszą ok. 120 000 dolarów (ok. 431 000 zł). Tesla poinformowała, że środki finansowe zainwestowane w kupno elektrycznej ciężarówki zwrócą się w przeciągu dwóch lat. Koszty ope-

racyjne mają wynosić 1,26 dolara na milę. W przypadku samochodów ciężarowych z silnikiem diesla współczynnik ten wynosi 1,51 dolara na milę.

- Semi trafi do produkcji dopiero w 2019 r., a Tesla już otrzymał szereg zamówień na pojazd, m.in. od takich przedsiębiorstw jak UPS (125 sztuk), PepsiCo (100 sztuk) czy amerykańskiego producenta piwa Budweiser – koncernu Anheuser-Busch (40 sztuk). Rezerwacje na Semi można już składać na wybranych rynkach w Europie (Norwegia, Wielka Brytania, Holandia). Asko, norweski dystrybutor żywności, otrzyma 10 sztuk ciężarowego EV – dodaje Jan Wiśniewski.

Kolejna firma z USA, Cummins, zademonstrowała w sierpniu ubiegłego roku w pełni elektryczny, prototypowy ciągnik siodłowy – AEOS. Pojazd otrzymał zestaw baterii o pojemności 140 kWh, zapewniający 160 km zasięgu na jednym ładowaniu. Zastosowanie dodatkowych akumulatorów ma pozwolić na przejechanie 480 km. Thor Trucks, kalifornijski startup z siedzibą w Los Angeles, zaprezentował pod koniec 2017 r. koncept w pełni elektrycznego samochodu ciężarowego. Model ET-One zostanie wyposażony w silniki o mocy do 300 do 700 KM i maksymalnym momencie obrotowym na poziomie 6 400 Nm. Pojazd, w zależności od wersji, przejedzie na jednym ładowaniu do 300 mil (480 km). To identyczny zasięg jak ten, który ma oferować podstawowa Tesla Semi. Bazowe odmiany ET-One będą jednak w stanie przejechać znacznie mniejszy dystans: 100 mil, czyli ok. 160 km. Thor podaje, że akumulatory pojazdu zostaną specjalnie zaprojektowane pod kątem zastosowań komercyjnych i dużych obciążeń. Nie ujawniono ich pojemności, wiadomo jednak, że dostarczy je LG Chem. Czas ładowania akumulatorów określono na 90 minut.

- Według Thor Trucks, koszt utrzymania ciężarowego EV na każdą przejechaną milę ma być o 60 proc. niższy niż jego spalinowych odpowiedników, zaś koszty paliwa mniejsze o 70 proc. Wersja o zasięgu 160 km będzie kosztować 150 tys. dolarów (ok. 536 000 zł), zaś odmiana, która przejedzie na jednym ładowaniu 480 km – 250 tys. dolarów (ok. 893 000 zł). Trudno uznać te ceny za atrakcyjne, biorąc pod uwagę fakt, że podstawową wersję Semi również wyceniono na 150 tys., tyle że ma ona dysponować trzykrotnie dłuższym zasięgiem niż bazowy ET-One – mówi Jan Wiśniewski.

Wypuszczenie na rynek elektrycznej ciężarówki zapowiedział także szerzej nieznanemu producent z Węgier – eTruck Motor Company. Podobnie jak Tesla Semi, pojazd ma trafić do produkcji w 2019 r.

Wielkie koncerny motoryzacyjne również są zainteresowane rozwojem elektromobilności w transporcie towarów. Podczas zeszłorocznych targów motoryzacyjnych w Tokio, należące do Daimlera Mitsubishi Fuso Truck and Bus Corporation (MFTBC) ogłosiło plany elektryfikacji wszystkich pojazdów ciężarowych i autobusów w swojej gamie modelowej. Firma zapowie-

ZEROEMISYJNE SAMOCHODY CIĘŻAROWE
WYBRANE NOWOŚCI

Elektryfikacja dotyka nie tylko samochody osobowe, lecz również pojazdy dostawcze i ciężarowe. Wprowadzenie na rynek zeroemisyjnych pojazdów użytkowych zapowiadają zarówno uznani producenci, jak i motoryzacyjne startupy. Elektryczne i wodorowe ciężarówki przyczynią się do spadku kosztów transportu, redukcji poziomu hałasu w miastach oraz poprawy stanu powietrza. Na ich szeroką ofertę czeka branża TSL (transport-spedycja-logistyka).

POJAZDY DOSTAWCZE

MERCEDES-BENZ EVITO

Rodzaj napędu: **elektryczny (BEV)**
Pojemność baterii: **41,4 kWh**
Zasięg: **150 km**
Moc maks.: **115 KM**
Maks. moment obrotowy: **300 Nm**
Prędkość maks.: **120 km/h**
Cena: **39 900 EUR (bez VAT)**
Rozpoczęcie produkcji: **2018 r.**



DOCELOWO, WSZYSTKIE MODELE W OFERCIE MERCEDES-BENZ VANS OTRZYMAJĄ NAPĘD ELEKTRYCZNY

działa jednocześnie wprowadzenie na rynek marki E-FUSO, pod logo której na rynek trafią elektryczne pojazdy użytkowe.

MFTBC zaprezentowało ponadto model E-FUSO Vision One – koncepcyjny, napędzany prądem samochód ciężarowy o zasięgu 350 km na jednym ładowaniu. Maksymalna masa własna pojazdu wynosi około 23 ton. Samochód może przewieźć ok. 11 ton ładunku – o 2 tony mniej niż jego odpowiednik z silnikiem diesla. Vision One jest zasilany przez akumulatory litowo-jonowe o pojemności 300 kWh. Pojazd ma się najlepiej sprawdzać w transporcie ciężkich towarów w obszarach miejskich. Wersja produkcyjna Vision One prawdopodobnie trafi do sprzedaży w ciągu kilku lat na rozwiniętych rynkach takich jak Japonia, Europa czy USA.

Waga średnia

W ofercie Daimlera znajduje się obecnie mniejszy, dostawczy pojazd elektryczny – ciężarówka Fuso eCanter. Samochód dysponuje sześcioma pakietami akumulatorów litowo-jonowych o łącznej pojemności 82,8 kWh. eCanter rozpędza się maksymalnie do 80 km/h, a na jednym ładowaniu może przejechać ponad 100 km. Masa akumulatorów trakcyjnych wynosi ok. 600 kg. W porównaniu do swoich odpowiedników z silnikiem diesla, dostawczy EV zapewnia oszczędności na poziomie 1 tys. euro na każde przejechanie 10 tys. km. Pierwsze sztuki modelu zostały już dostarczone klientom w Europie, m.in. takim przedsiębiorstwom jak DHL, DB Schenker, Rhenus czy Dachser).

- Daimler w niedalekiej przyszłości wprowadzi do sprzedaży szereg kolejnych pojazdów użytkowych napędzanych prądem. W drugiej połowie 2018 r. do klientów trafi elektryczny Mercedes eVito. W ślad za nim, na rynku pojawią się napędzane prądem wersje Sprintera (w 2019 r.) i Citana. Zamówienia na eVito można składać w Niemczech już teraz. Ceny (bez VAT) rozpoczynają się od 39 900 euro (ok. 170 tys. zł) – mówi Jan Wiśniewski. - Mercedes-Benz Vans

planuje wprowadzić do oferty elektryczne odmiany wszystkich swoich modeli użytkowych. W najbliższych latach firma wyda na ten cel 150 milionów euro. Niemiecki producent dostarczy samochody elektryczne m.in. firmie logistycznej Hermes. Do 2020 r. w skład floty Hermesa będzie wchodzić 1 500 sztuk Vito i Sprinterów napędzanych energią elektryczną.

Volvo Trucks ogłosiło w styczniu, że w 2019 r. rozpocznie sprzedaż elektrycznych samochodów ciężarowych w Europie, zaś pierwsze pojazdy zostaną, w porozumieniu z wybranymi klientami, przekazane do eksploatacji jeszcze w tym roku. Jak poinformował szwedzki producent, elektryczne ciężarówki zapewniają radykalne ograniczenie emisji hałasu i spalin oraz utrudniają drogę dla nowych sposobów zarządzania logistyką. Dzięki nim więcej zadań transportowych może być wykonywanych nocą, co skutkuje zmniejszeniem liczby pojazdów ciężarowych na ulicach w godzinach szczytu.

O podobnych planach poinformowało Renault Trucks, które współpracuje z Volvo w zakresie zeroemisyjnych samochodów użytkowych. Francuski producent w 2019 r. wprowadzi do sprzedaży gamę pojazdów ciężarowych z napędem elektrycznym. W 2010 r. na rynku pojawił się, produkowany na niewielką skalę, 4,5-tonowy elektryczny pojazd ciężarowy Electric Maxity, opracowany wspólnie przez Renault i PVI. W wersji podstawowej samochód został wyposażony w akumulatory litowo-jonowe o pojemności 42 kWh, jego ładowność przekracza 2 tony, zaś prędkość maksymalna wynosi 70 km/h. Renault Trucks testuje elektryczne pojazdy ciężarowe od 10 lat przy pomocy takich partnerów jak Guerlain, Nestlé, Delanchy i Carrefour. Znaczne inwestycje w dziedzinie niskoemisyjnego transportu planuje także Volkswagen. Firma przeznaczy 1,4 miliarda euro na nowe technologie, takie jak napędy elektryczne, systemy autonomicznego prowadzenia oraz opro-

ekotransportu

gramowanie oparte na chmurze. Elektryfikacja obejmie m.in. należącą do niemieckiego koncernu markę Scania. Elektryczny samochód ciężarowy Volkswagena, nazwany e-Delivery, zacznie zjeżdżać z taśm produkcyjnych w Brazylii począwszy od 2020 r. Ponadto, od września 2018 r. w sprzedaży ukaze się napędzany prądem Volkswagen e-Crafter o zasięgu ok. 200 km. Pierwsze egzemplarze pojazdu zostały już przekazane do testów wybranym klientom w Europie.

- Na rynkowy debiut oczekują także inne elektryczne modele dostawcze m. in. Renault Master Z.E. Podobnie jak e-Crafter, pojazd będzie w stanie przejechać ok. 200 km na jednym ładowaniu. W ubiegłym roku Ford zaprezentował prototyp Transita w wersji plug-in hybrid. Seryjna produkcja modelu rozpocznie się w 2019 r. Samochód na napędzie elektrycznym będzie w stanie przejechać ponad 50 km – mówi Jan Wiśniewski.

Elektryfikacja nie ominie także pick-upów, bardzo popularnych na rynku amerykańskim. Wprowadzenie na rynek EV tego typu zapowiedziała m.in. Tesla. Spółka Workhorse z siedzibą w Ohio już teraz oferuje zelektryfikowanego pick-upa W15, który został wyposażony również w silnik spalinowy pełniący funkcję range extendera. Workhorse zebrał na samochód ok. 5 500 zamówień, a pierwsze dostawy rozpoczną się jeszcze w 2018 r.

Technologia wodorowa

Wśród pojazdów użytkowych nie zabraknie również modeli zasilanych wodorem (FCEV). Do 2021 r. w sprzedaży pojawią się samochody ciężarowe opracowane wspólnie przez Bosch oraz Nikola Motor Company, wyposażone w wodorowo-elektryczny układ napędowy. Pojazdy, nazwane Nikola One i Nikola Two, mają dysponować mocą przekraczającą 1000 KM, momentem obrotowym na poziomie 2700 Nm, zasięgiem rzędu ok. 1280-1600 km i zapewnią całkowicie bezemisyjny transport towarów. NMC planuje rozbudować własną sieć punktów tankowania wodoru, która docelowo będzie liczyć 16 stacji.

Wodorem zainteresowani są również producenci obecni na rynku od wielu lat. Podczas tegorocznego Consumer Electronics Show w Las Vegas, Kenworth zaprezentował publiczności zeroemisyjny samochód ciężarowy zasilany ogniwami paliwowymi. Model T680 wykorzystuje sprężony wodór oraz powietrze by wytwarzać energię elektryczną napędzającą silnik. Produktem ubocznym reakcji jest jedynie para wodna. Pojazd został wyposażony w baterie litowo-jonowe o pojemności 100 kWh, magazynujące nadmiar energii, która może być wykorzystana później w miarę potrzeby. Kenworth pracuje ponadto nad niskoemisyjną odmianą hybrydową pojazdu, wykorzystującą silnik zasilany sprężonym gazem ziemnym. Obie wersje są w stanie przejechać na napędzie elektrycznym (bez używania wodoru lub CNG) ok. 50 km.

- Testy wodorowych samochodu ciężarowego w porcie Los Angeles rozpoczęła także Toyota. Co ciekawe, pojazd japońskiego producenta został oparty na ciężarówce Kenwortha – mówi Jan Wiśniewski.

Największą na świecie flotą wodorowych pojazdów dostawczych w 2018 r. będzie dysponował Szanghaj. Na ulice miasta wyjedzie 500 ciężarowych FCEV opracowanych przez kanadyjską spółkę Ballard Power Systems oraz pochodzące z Chin Dongfeng i Re-Fire.

Branża logistyczna czeka

Rozwój rynku pojazdów niskoemisyjnych związany jest jednak nie tylko z działaniem koncernów motoryzacyjnych, ale i firm transportowych.

Przykładowo, wspomniany już UPS, który zamówił Teslę Semi, zamierza zredukować emisje gazów cieplarnianych wytwarzanych w ramach swoich operacji naziemnych o 12 proc. do 2025 r. Ponadto, do 2025 r. 25 proc. energii elektrycznej zużywanej przez spółkę będzie pochodzić ze źródeł odnawialnych. Do 2020 r. jeden z czterech nowych pojazdów nabywanych przez UPS ma być zasilany paliwami alternatywnymi lub wykorzystywać „zaawansowaną technologię”. Dodatkowo, do 2025 r. 40 proc. paliw zużywanych przez spółkę w operacjach naziemnych będzie innego rodzaju niż benzyna i olej napędowy. Obecnie, flota UPS składa się łącznie z ponad 8 500 pojazdów korzystających z paliw alternatywnych lub „zaawansowanej technologii”, m.in. w pełni elektrycznych, hybrydowych, zasilanych CNG, LNG, LPG czy biometanem. Spółka, zamierza wypuścić na drogi w USA własne dostawcze EV, zaprojektowane od podstaw we współpracy z Workhorse. Elektryczne ciężarówki będą dysponować zasięgiem ok. 160 km na jednym ładowaniu i rozpoczną służbę jeszcze w 2018 r.

- UPS planuje wykorzystać te pojazdy głównie do dostaw na terenach miejskich: w Atlancie, Dallas oraz Los Angeles. Od 2019 r. zeroemisyjne ciężarówki będą produkowane na większą skalę. UPS spodziewa się, że koszty utrzymania EV okażą się znacznie niższe niż ich spalinowych odpowiedników, zaś cena zakupu, nawet bez subsydiów, osiągnie zbliżony poziom. W przyszłości pojazdy elektryczne staną się podstawą floty, którą dysponuje amerykańska spółka – mówi Jan Wiśniewski.

Deutsche Post, jeden z największych na świecie koncernów logistycznych, właściciel m. in. marki DHL, zaprezentował w ubiegłym roku opracowany we współpracy z Fordem w pełni elektryczny samochód dostawczy – StreetScooter Work XL, oparty na podwoziu Transita. Ford zadeklarował niedawno, że pomoże niemieckiej spółce wprowadzić te pojazdy na światowe rynki.

- Deutsche Post zakupił firmę StreetScooter, producenta dostawczych EV, w 2014 r. Obecnie, niemiecki koncern logistyczny dysponuje flotą 5 tys. vanów oraz 2,2 tys. pojazdów dwu- i trójkołowych, zbudowanych przez StreetScooter. Deutsche Post zamierza docelowo świadczyć swoje usługi wyłącznie za pomocą zeroemisyjnych środków transportu. Planuje również sprzedawać pojazdy StreetScooter podmiotom zewnętrznym, takim jak np. lotniska. W połowie 2018 r. StreetScooter otworzy nową fabrykę i będzie w stanie produkować 20 tys. pojazdów rocznie – dodaje Jan Wiśniewski.

Polskie plany

A jak wygląda sytuacja niskoemisyjnego transportu towarów w Polsce? Na rynku dostępne są dwa dostawcze samochody elektryczne: Nissan e-NV200 oraz Renault Kangoo Z.E. W wersji dostawczej e-NV 200 jest dostępny od 134 070 zł, zaś Kangoo Z.E. od 143 787 zł. Klienci mają większy wybór wśród pojazdów użytkowych zasilanych gazem ziemnym. W segmencie lekkich pojazdów dostawczych dostępne są takie modele jak Iveco Daily Natural Power CNG, Opel Combo 1.4 Turbo CNG ecoFLEX, czy Fiati

Panda van, Fiorino, Doblo oraz Ducato w wersjach Natural Power.

- Wśród samochodów ciężarowych w polskiej ofercie znajduje się m.in. zasilane LNG Iveco Stralis NP. Przeprowadzone przez firmy Iveco, Unilever, Link i Cryogas testy dalekodystansowe wykazały, że w porównaniu do swojego odpowiednika na olej napędowy, pojazd zapewnia oszczędności na paliwie na poziomie co najmniej 15 proc. Jest ponadto cichszy i znacznie bardziej przyjazny dla środowiska naturalnego – mówi Jan Wiśniewski.

Operujące na polskim rynku firmy z branży TSL (transport, spedycja, logistyka) w wielu przypadkach deklarują zainteresowanie pojazdami niskoemisyjnymi, w tym elektrycznymi. DHL poinformował w zeszłym roku, że bada możliwość wykorzystania w pracy kurierskiej samochodu napędzanego prądem i planuje testy takiego rozwiązania. Firma realizuje program ochrony środowiska GoGreen, w ramach którego m. in. zamierza się skupić na korzystaniu z ekologicznych paliw i źródeł energii.

Polska spółka No Limit już od 2016 r. realizuje dystrybucję za pomocą pojazdów zasilanych CNG opatrzonych logo No Limit eko logistyka. Firma w 2018 r. będzie dysponować flotą już kilkunastu samochodów dostawczych napędzanych gazem ziemnym.

- W przypadku niektórych klientów spółki, udział dostaw opierających się na paliwach al-

ternatywnych sięga 20 proc. No Limit rozważa ponadto poszerzenie swojej floty o samochody zasilane LNG i pojazdy w pełni elektryczne – mówi Jan Wiśniewski.

Oprócz braków infrastrukturalnych, w upowszechnieniu się dostawczych EV na polskim rynku przeszkadza niewielki wybór wśród oferowanych modeli, jednak wkrótce ten stan rzeczy ulegnie zmianie. Oprócz szeregu oczekujących na premierę elektrycznych pojazdów zagranicznych producentów, na rynek trafi pierwszy polski samochód dostawczy napędzany prądem. W 2017 r., podczas II edycji Kongresu 590 w Rzeszowie Ursus zaprezentował prototyp ELVI, który został wyposażony w innowacyjny system szybkiego doładowywania baterii w 15 minut do 90 proc.

- Całkowita masa pojazdu to 3,5 tony, zaś jego ładowność wynosi 1 500 kg. Na pełnej baterii samochód może przebyć 150 km, co odpowiada zapotrzebowaniu firm i spółek prowadzących działalność w obrębie jednego miasta. Prędkość maksymalna ELVI to 100 km/h, zaś napęd jest przenoszony na tylne koła – mówi Jan Wiśniewski. - Samochód jest dedykowany dla firm zajmujących się wywozem odpadów, przewozem paczek, budownictwem czy dostawą żywności. Może być także skonfigurowany na potrzeby służb medycznych lub straży pożarnej.

Według zapowiedzi Ursusa, produkcja seryjna ELVI ruszy w drugim kwartale 2018 r.

Wynajem długoterminowy samochodów dla dużych i małych firm oraz klientów indywidualnych

W 2017 roku pod względem wzrostu liczby zarejestrowanych samochodów, wynajem długoterminowy rozwijał się szybciej od pozostałych form finansowania pojazdów, czyli zakupu za gotówkę, kredytu i klasycznego leasingu finansowego. Rok 2018 zapowiada się równie dobrze, a może nawet lepiej. Jak wynika z danych PZWLP, tempo rozwoju rynku wynajmu długoterminowego wyniosło na koniec pierwszego kwartału br. 15,1 proc. r/r, co oznacza, że było wyższe o prawie dwa punkty procentowe niż rok wcześniej i aż o ponad sześć procent niż dwa lata temu.



Bartosz Olejnik

dyrektor sprzedaży i marketingu w Carefleet

Usługa cieszy się coraz większą popularnością wśród polskich przedsiębiorców, również tych, którzy posiadają niewielkie ilości samochodów. Polska branża CFM konsekwentnie podąża bowiem tą samą drogą, którą przeszły kraje Europy Zachodniej, gdzie obecnie większość aut służbowych finansowana jest w formie wynajmu długoterminowego. Tam również z usługi początkowo korzystały korporacje i duże przedsiębiorstwa, a dopiero później, mniejsze podmioty. Jak wynika z badań przeprowadzonych na zlecenie Carefleet, obecnie niemal 20 proc. przedsiębiorców z sektora MŚP w Polsce finansuje samochody służbowe w formie wynajmu długoterminowego. Jest to rozwiązanie niewymagające

zamrażania kapitału, a co za tym idzie, pozwalające dodatkowo zdynamizować rozwój firmy. Tym, co wyróżnia wynajem, jest duża elastyczność zakresu usługi, dzięki czemu każdy przedsiębiorca może ją dopasować do potrzeb prowadzonego biznesu i sposobu korzystania z pojazdów.

Rosnąca popularność wynajmu długoterminowego w sektorze biznesowym sprawiła, że postanowiliśmy zaproponować to rozwiązanie również klientom indywidualnym. W ramach programu „Twój Nowy Samochód” oferujemy wynajem wybranych modeli samochodów wraz z dodatkowymi usługami, takimi jak obsługa techniczna, sezonowa wymiana opon czy też karta paliwowa lub Assistance. Można również skorzystać z preferencyjnego ubezpieczenia lub pozyskać je we własnym zakresie. Podobnie jak w przypadku wynajmu dla firm, klient indywidualny korzysta z samochodów w ramach atrakcyjnej, stałej opłaty miesięcznej. Dodatkowo ma możliwość wykupienia pojazdu po zakończeniu umowy. Dzięki naszej ofercie, korzyści z wynajmu długoterminowego, który dotychczas dedykowany był dla przedsiębiorstw, mogą uzyskać również klienci indywidualni.

FLOTA

Zestawienie kart paliwowych

Karta paliwowa to podstawowe narzędzie pozwalające na sprawne zarządzanie flotą w firmie. Jak ją wybrać? Jak ułatwić funkcjonowanie

sobie i swoim kierowcom? Mamy nadzieję, że nasze zestawienie ułatwi Państwu wybór i przybliży dostępne na rynku rozwiązania.

| Nazwa firmy oferującej kartę | Nazwa karty paliwowej | Oferta karty paliwowej |
|------------------------------|---------------------------|---|
| AMIC POLSKA | LUKOIL Fleet Card Prepaid | Karta przedpłacona to doskonale rozwiązanie dla wszystkich przedsiębiorców. Charakteryzuje ją minimum formalności związanych z przystąpieniem do programu, zbiorcza e-faktura, brak jakichkolwiek opłat, dowolność wykonywania przedpłat, dostęp do nowoczesnego serwisu flotowego przystosowanego do urządzeń mobilnych, możliwość zamówienia dowolnej ilości kart i ich zaawansowanej personalizacji oraz przede wszystkim atrakcyjne rabaty przyznawane już od 150 litrów/miesiąc. Umowę można podpisać na każdej ze 115 stacji paliw LUKOIL w Polsce. Klient ma możliwość wyboru pomiędzy rabatem naliczanym od ceny z dystrybutora lub ceny hurtowej, a jego wysokość ustalana jest w wyniku indywidualnych negocjacji. |
| Anwim / MOYA | MOYA Firma | Karta akceptowana na wszystkich (obecnie prawie 170) stacjach sieci MOYA, w tym 11 stacjach automatycznych w kluczowych dla przewoźników lokalizacjach. Umożliwia zakup wszystkich paliw dostępnych na stacji, płynu AdBlue oraz płynu do spryskiwaczy. W ramach programu klienci mają dostęp do panelu klienta online, w którym mogą zarządzać kartami i rozliczeniami z zakupów oraz w czasie rzeczywistym podglądać widok z kamer na stacjach automatycznych. Karta umożliwia płatność zbliżeniowo. Wsparcie techniczne dla klientów jest dostępne 24h/7 dni w tygodniu. |
| Circle K | Circle K Polska | Karta Circle K Polska daje możliwość dokonywania bezgotówkowych zakupów w ramach przyznanego limitu kupieckiego z odroczonym terminem płatności. Można nią płacić zarówno za zakupy na stacjach, jak i za przejazdy płatnymi drogami na terenie kraju. Klienci mają możliwość korzystania z niej na wszystkich stacjach zrzeszonych w ramach porozumienia Routex w Polsce. Dzięki tej karcie klient otrzymuje faktury zbiorcze oraz dostęp do portalu www.kartypaliwowe.pl , co ułatwia kontrolowanie kosztów utrzymania floty. |
| Shell | euroShell | Karta flotowa euroShell integruje transakcje związane bezpośrednio z transportem m.in. za paliwo, opłaty za przejazdy płatnymi drogami (w Polsce za viaTOLL oraz autostrady A1, A2, A4), zakupy na stacjach czy pomoc drogową, w jednym miejscu na zbiorczej fakturze, co znacznie upraszcza procesy administracyjne. Karta pozwala także na precyzyjną analizę wydatków floty, dzięki czemu właściciel przedsiębiorstwa może nie tylko zoptymalizować koszty operacyjne, ale również łatwiej planować trasy przejazdów biorąc pod uwagę dokładne koszty zużycia paliwa. W Polsce kartą euroShell można uregulować transakcje na 900 strategicznie zlokalizowanych stacjach. |
| UTA Polska | UTA Full Service Card | Karta UTA to bezgotówkowe płatności na ponad 54 000 punktów akceptacji w 40 krajach Europy, oferujące wszystko to, co potrzebne kierowcy w trasie m.in. zakup paliwa, opłaty drogowe, myjnie, usługi serwisowe, pomoc drogową, a także zwrot podatku VAT i części akcyzy z zagranicy. Zaletą współpracy z UTA jest także odroczony termin płatności, lepsza kontrola wydatków, e-faktury, dostęp do nowoczesnych rozwiązań wspomagających zarządzanie flotą, indywidualne doradztwo, niskie ceny na stacjach oraz możliwość uzyskiwania rabatów. UTA udostępnia swoim klientom nowe urządzenie do opłat drogowych w systemie EETS – UTA One®. Urządzenie to ma największy zasięg z dotychczas dostępnych na rynku i obsługuje aż 8 systemów mycia: Belgia, Włochy, Austria, Francja, Hiszpania, Portugalia i w Polsce (A4). Kolejnym etapem będzie dodanie jeszcze w 2018 roku systemu TC w Niemczech. Rozwiązania techniczne zastosowane w nowym urządzeniu pozwalają na zdalne aktywowanie w przyszłości dowolnego systemu opłat drogowych. |

Parkowanie auta pod domem pracownika mobilnego z pełnym odliczeniem VAT

Zakres odliczenia VAT naliczonego od wydatków związanych z nabyciem i użytkowaniem samochodów służbowych zależy od sposobu wykorzystywania pojazdu. W przypadku samochodów osobowych, pełne odliczenie dotyczy pojazdów używanych wyłącznie do działalności gospodarczej, a więc tych, których sposób wykorzystywania przez podatnika wyklucza ich użycie do celów innych niż działalność gospodarcza. Podatnik powinien wprowadzić i stosować wewnętrzne zasady i regulaminy służące wyeliminowaniu ryzyka, że samochód zostanie użyty do celów prywatnych, a na potwierdzenie prowadzić ewidencję przebiegu pojazdu.



Agnieszka Bieńkowska

doradca podatkowy,
Partner w Gekko Taxens

Regulacje te wywołują w firmach pytania w jaki sposób należy postępować z samochodami parkowanymi w miejscu zamieszkania pracownika. Czy takie podejście automatycznie oznacza, że pojazd powinien być uznawany za wykorzystywany również do celów prywatnych i wyklucza pełne odliczenie VAT od wydatków z nim związanych? Wszak pojazdem takim pracownik dociera z domu do pracy i z pracy do domu.

Użytkowanie pojazdu na cele prywatne

Fiskus stoi na stanowisku, że takie działanie zawsze oznacza użytkowa-

nia pojazdu na cele prywatne, a przynajmniej go nie wyklucza. Stosowanie 100 proc. odliczenia VAT naliczonego nie jest więc w takim przypadku możliwe. Innego zdania natomiast są sądy administracyjne w utrwalonej już linii orzeczniczej w tym zakresie. W ich ocenie, wszystko zależy od sytuacji, w tym przede wszystkim od tego:

- na jakich warunkach pojazdy są udostępniane i używane i do jakich celów,
 - w kontekście profilu działalności firmy oraz funkcji jaką w jej ramach pełni konkretny pracownik.
- Jeżeli parkowanie samochodu służbowego pod domem pracownika jest związane głównie z możliwością przemieszczania się przez niego z domu do biura i odwrotnie, to faktycznie pełne odliczenie VAT się nie należy. W wyroku w sprawie C-118/11 EON Asset Management Trybunał Sprawiedliwości UE rozpatrywał skutki wykorzystywania samochodu służbowego przez prezesa spółki, który przydzielone mu auto używał do przemieszczania się z domu do biura. Trybunał

uznał jednoznacznie, że działanie takie jest realizacją celów prywatnych pracownika, a zatem nie ma związku z działalnością przedsiębiorstwa tego podatnika. Podobnie orzekają polskie sądy administracyjne. W wyroku z 12 czerwca 2015 r., I FSK 1764/13, Naczelny Sąd Administracyjny stwierdził, że dojazd pracownika do pracy – co do zasady – nie ma związku z działalnością gospodarczą pracodawcy. Pracownik ma obowiązek się stawić w miejscu pracy o określonej godzinie i sam musi zdecydować w jaki sposób tego dokona. Zapewnienie ułatwienia w tym zakresie ze strony pracodawcy realizuje cel prywatny (obowiązek wynikający ze stosunku pracy) pracownika, nie zaś cel gospodarczy pracodawcy. Zasadą jest więc, że w przypadku, gdy pracownik dojeżdża samochodem służbowym do miejsca świadczenia pracy, ma miejsce wykorzystanie auta do celów prywatnych.

Niekoniecznie bezwzględnie

Zdaniem sądów jednak, zasada ta nie ma charakteru bezwzględnie obowiązującej. Nie można bowiem tej samej miary co do pracowników biurowych przykładać do pracowników, u których konieczność posiadania natychmiastowego dostępu do auta służbowego nie wynika z wygody, lecz z pełnionej przez nich funkcji i nałożonych w związku z tym obowiązków. Tych, którzy ze względu na charakter wykonywanych zadań muszą mieć zapewnioną możliwość dojazdu do pracy w każdej chwili i o każdej po-

rze, jak również tych, którzy z miejsca zamieszkania przemieszczają się bezpośrednio do klientów bądź potencjalnych klientów.

Takie stanowisko Naczelny Sąd Administracyjny zajął przykładowo w wyroku z 21 lutego 2017 r., I FSK 1201/15. W ocenie sądu, parkowanie auta poza siedzibą firmy nie oznacza automatycznie, że samochód nie jest wykorzystywany wyłącznie do działalności gospodarczej. Na gruncie ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych wykształcił się pogląd, że przejazdy pracowników mobilnych samochodem służbowym na trasie pomiędzy wyznaczonym miejscem zamieszkania lub w jego pobliżu (parkowania), a miejscem wykonywania pracy – o ile nie służą osobistym celom pracowników, lecz wykorzystywane są w ramach realizacji zadań służbowych – nie stanowią nieodpłatnego świadczenia w rozumieniu tej ustawy, a zatem ich wartości nie można uważać za przychód pracowników ze stosunku pracy. Zdaniem sądu nie ma żadnych przeszkód ku temu, aby kwestie te podobnie rozumieć na gruncie ustawy o VAT. Chodzi jedynie o to, by możliwość parkowania pojazdu poza siedzibą firmy była uzasadniona specyfiką prowadzonej działalności, określona została w wewnętrznych regulacjach obowiązujących u podatnika, zaś podatnik zapewnił odpowiednie mechanizmy kontroli przestrzegania wykorzystania tak postawionych do dyspozycji pracowników (użytkowników) pojazdów wyłącznie dla celów

związanych z działalnością gospodarczą (wykonywaniem obowiązków służbowych).

Jeżeli pracownik (przedstawiciel handlowy) ma w umowie o pracę zapis, że miejsce wykonywania jego pracy to województwo inne niż województwo, w którym mieści się siedziba firmy, jeżeli firma nie ma w województwie pracy pracownika żadnego lokalu, a pracownik zaczyna i kończy dzień w swoim mieszkaniu, to trudno oczekiwać, aby podatnik przyjmował nieracjonalną procedurę i zobowiązywał pracownika do przyjazdu prywatnym środkiem transportu do siedziby spółki znajdującej się w innym województwie tylko po to aby pobrać samochód służbowy i wrócić do województwa, które obsługuje i w którym mieszka, a po zakończeniu pracy odstawiać auto służbowe do siedziby spółki. Takie działanie nie ma przecież uzasadnienia ekonomicznego. Zdaniem sądu, nieuprawniony jest również pogląd, że praca przedstawicieli handlowych charakteryzuje się tym, że nie jest możliwe dokładne określenie z góry w jakim czasie (każdego dnia) samochód będzie wykorzystywany do realizacji obowiązków na rzecz spółki, a zatem istnieje realna możliwość wykorzystania samochodów służbowych do celów prywatnych. Jeśli by przyjął stanowisko organu podatkowego za słuszne, pełne odliczenie podatku VAT naliczonego od aut wykorzystywanych przez pracowników mobilnych byłoby niemożliwe u żadnego pracodawcy.