



INDICATOR
CENTRUM BADAŃ MARKETINGOWYCH

MAŁE FIRMY O LEASINGU 2020

wyciąg z raportu MAŁE FIRMY O USŁUGACH FINANSOWYCH
dla Związku Polskiego Leasingu

WWW.INDICATOR.PL

GRUPA DOCELOWA

Badanie przeprowadzono w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach, w których przychody ze sprzedaży netto w 2019 roku nie przekraczały 30 mln złotych i które rozpoczęły działalność przed 31 grudnia 2018 roku. Wywiad przeprowadzany był z właścicielem lub współwłaścicielem firmy, dyrektorem lub głównym księgowym.

METODOLOGIA

Badanie zostało zrealizowane metodą indywidualnych wywiadów standaryzowanych wspomaganych komputerowo, z powodu stanu epidemii kontakt z respondentami miał formę niebezpośrednią (telefonicznie lub za pośrednictwem komunikatorów).

W kwestionariuszu zawarte zostało ponad 100 pytań (prostych lub o rozbudowanej kafeterii) oraz metryczka.

PRÓBA BADAWCZA

W niniejszym raporcie prezentujemy wyniki 881 mikro i małych firm, które w 2019 roku osiągnęły obroty do 5 mln PLN. Badaniem objęto łącznie 1104 firm. Próba badawcza miała charakter losowo – warstwowy.

REALIZACJA

Badanie zrealizowano na przełomie I i II kwartału 2020 roku (w trakcie epidemii koronawirusa).

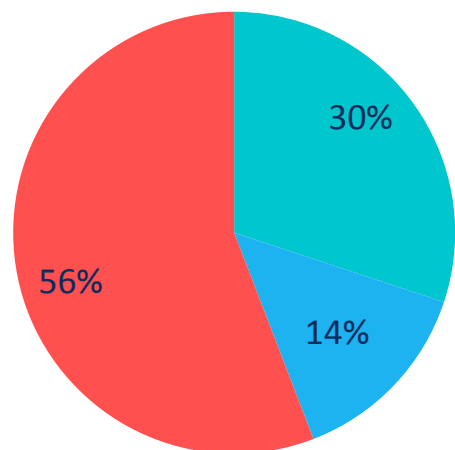
LEASINGOBIORCY AKTYWNI I PRZESZLI



PRZEDMIOT LEASINGU

P33. Proszę wskazać źródła finansowania dotychczasowej działalności firmy.

LEASING, POŻYCZKA LEASINGOWA



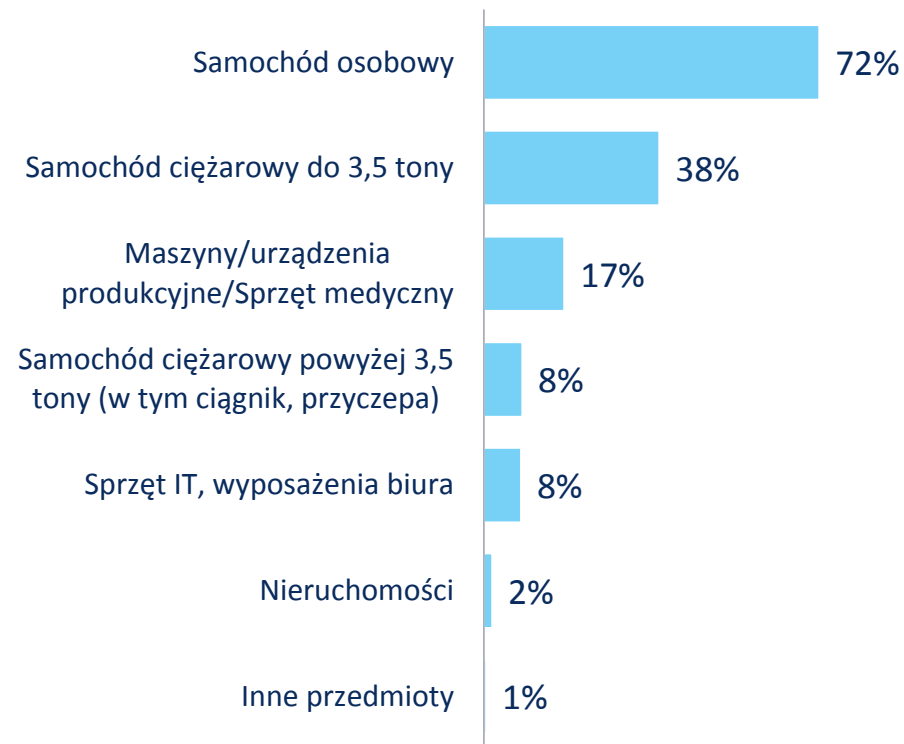
44%

n=389*

N=881

- firma aktualnie korzysta
- firma nie korzysta, ale korzystała
- firma nie korzysta i nie korzystała

L1. Jaki przedmiot / jakie przedmioty Pana(i) firma ma obecnie lub miała w leasingu.

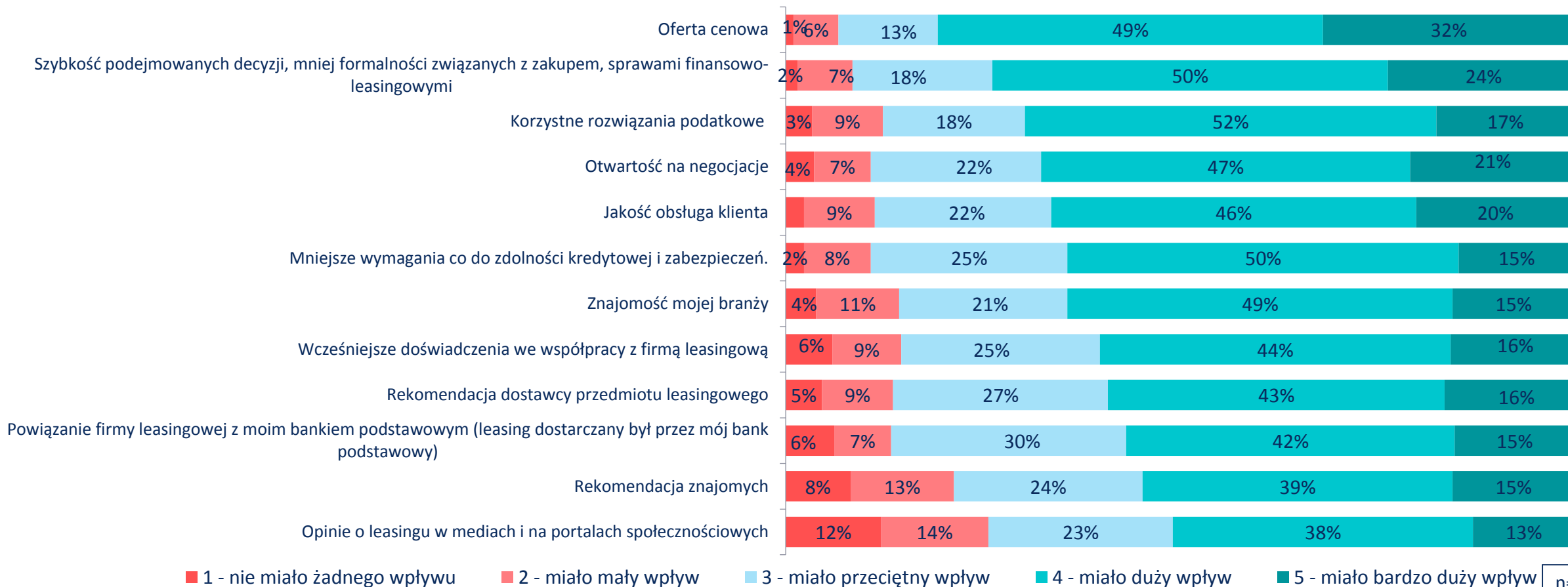


W grupie 44% firm korzystających (aktualnie lub w przeszłości) z leasingu najczęściej finansowanym przedmiotem jest auto osobowe (72% tej grupy). Ponadto często leasingowane przedmioty w mikro i małych firmach to samochody ciężarowe do 3,5 tony (38%).

* Pytanie zadawano tylko tym respondentom, którzy korzystają lub korzystali z leasingu

CZYNNIKI WAŻNE PRZY WYBORZE LEASINGU

L2. Proszę dokonać oceny (na skali od 1 do 5) wpływu wymienionych czynników na wybór leasingu jako formy finansowania :

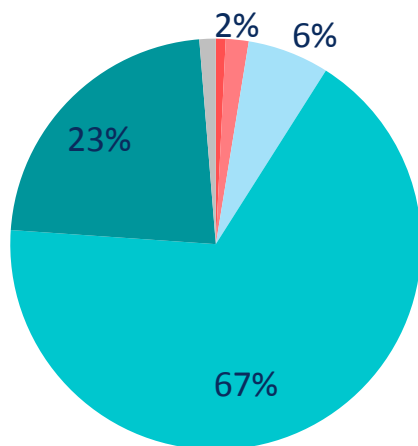


Najważniejsze czynniki uwzględniane przy wyborze przy wyborze leasingu to: oferta cenowa (81% - zsumowane odpowiedzi „miało duży wpływ” i „miało bardzo duży wpływ”), szybkość podejmowania decyzji (74%), korzystne rozwiązania podatkowe (69%) oraz otwartość na negocjacje (68%).

* Pytanie zadawano tylko tym respondentom, którzy korzystają lub korzystali z leasingu

ZADOWOLENIE Z LEASINGU

L3. Czy Pana(i) firma jest zadowolona z leasingu jako formy finansowania?

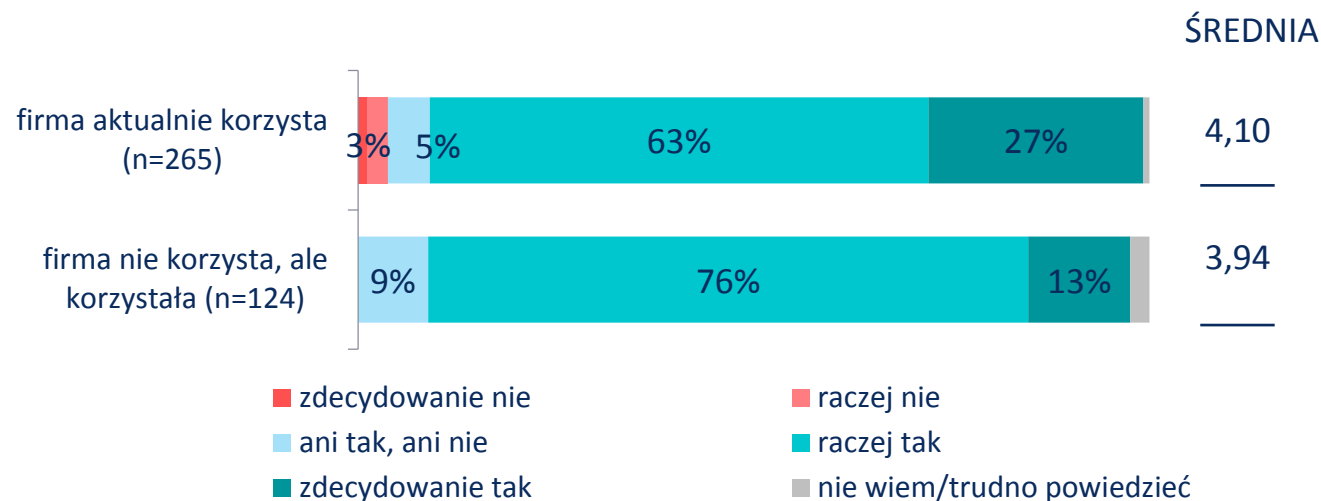


ŚREDNIA: 4,05

- zdecydowanie nie
- raczej nie
- ani tak, ani nie
- raczej tak
- zdecydowanie tak
- nie wiem/trudno powiedzieć

n=389*

AKTUALNE lub PRZESZŁE korzystanie z leasingu



- zdecydowanie nie
- raczej nie
- ani tak, ani nie
- zdecydowanie tak

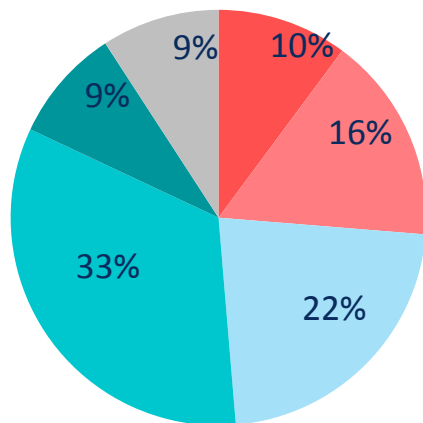
- raczej nie
- raczej tak
- nie wiem/trudno powiedzieć

Firmy korzystające z leasingu są raczej z niego zadowolone (średnia ocena 4,05 na pięciostopniowej skali). Widać niewielką różnicę w poziomie zadowolenia w zależności od czasu korzystania z leasingu – firmy korzystające z leasingu aktualnie deklarują wyższe zadowolenie niż te, które zakończyły już leasingowanie (średnie 4,10 vs 3,94).

* Pytanie zadawano tylko tym respondentom, którzy korzystają lub korzystali z leasingu

DEKLAROWANE PONOWNE SKORZYSTANIE Z LEASINGU

L4. Czy Pana(i) firma zamierza ponownie skorzystać z leasingu w ciągu najbliższych 12 miesięcy?

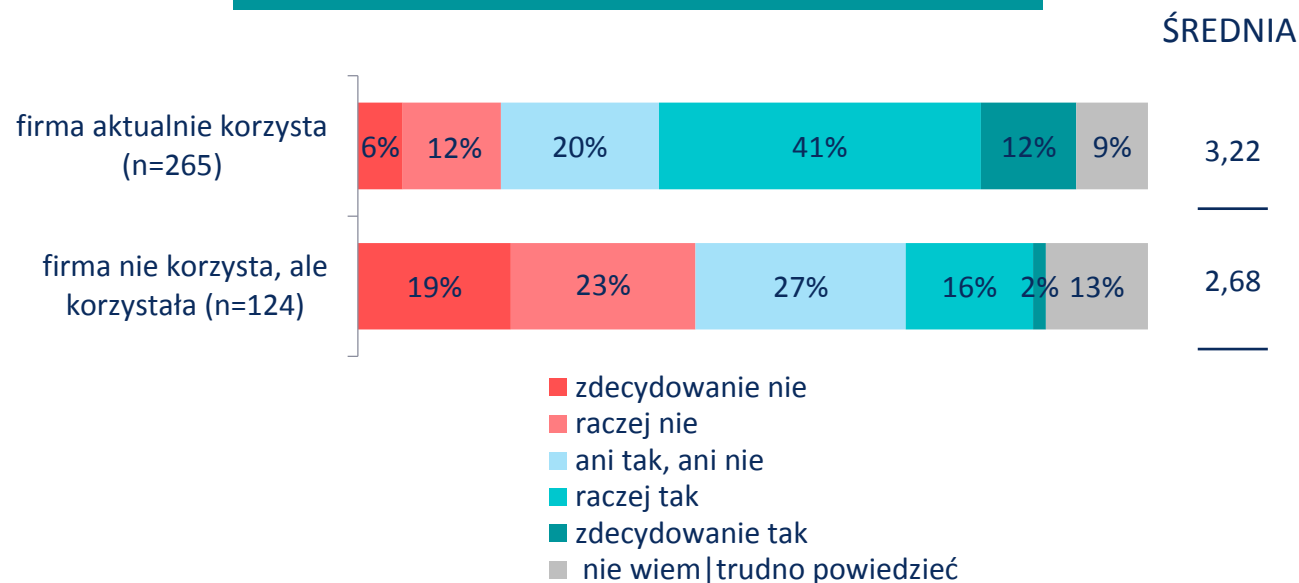


ŚREDNIA: 2,84

- 1. zdecydowanie nie
- 2. raczej nie
- 3. ani tak, ani nie
- 4. raczej tak
- 5. zdecydowanie tak
- nie wiem/trudno powiedzieć

n=389*

AKTUALNE lub DAWNE korzystanie z leasingu



Przeszło jedna trzecia (42%) firm korzystających z leasingu deklaruje zamiar ponownego skorzystania z tej formy finansowania. Przeciwnego zdania jest 26% firm.

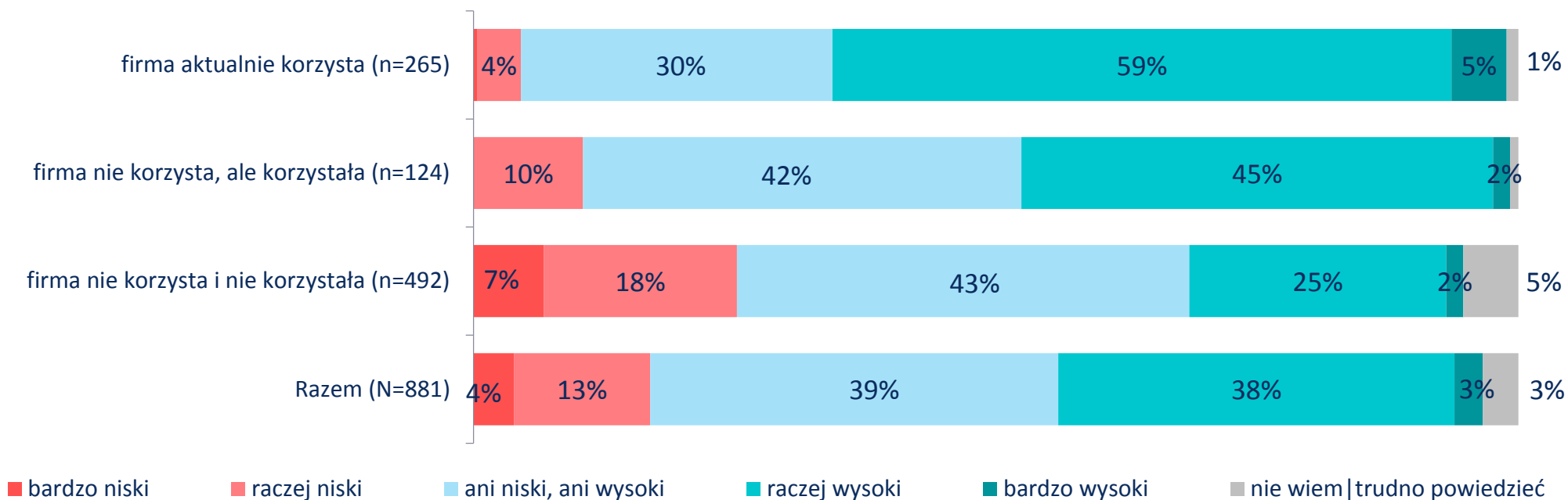
* Pytanie zadawano tylko tym respondentom, którzy korzystają lub korzystali z leasingu

OGÓŁ BADANYCH w podziale na aktywnych, przeszłych i potencjalnych leasingobiorców



SAMOOOCENA WIEDZY NA TEMAT LEASINGU

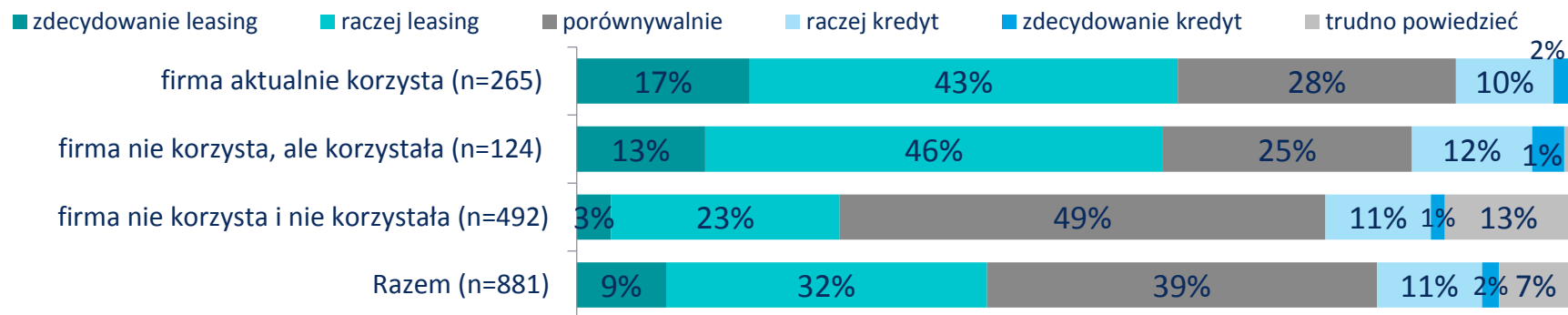
L5. Proszę ocenić poziom swojej wiedzy na temat leasingu. Proszę dokonać oceny na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo niski poziom wiedzy, a 5 bardzo wysoki poziom wiedzy.



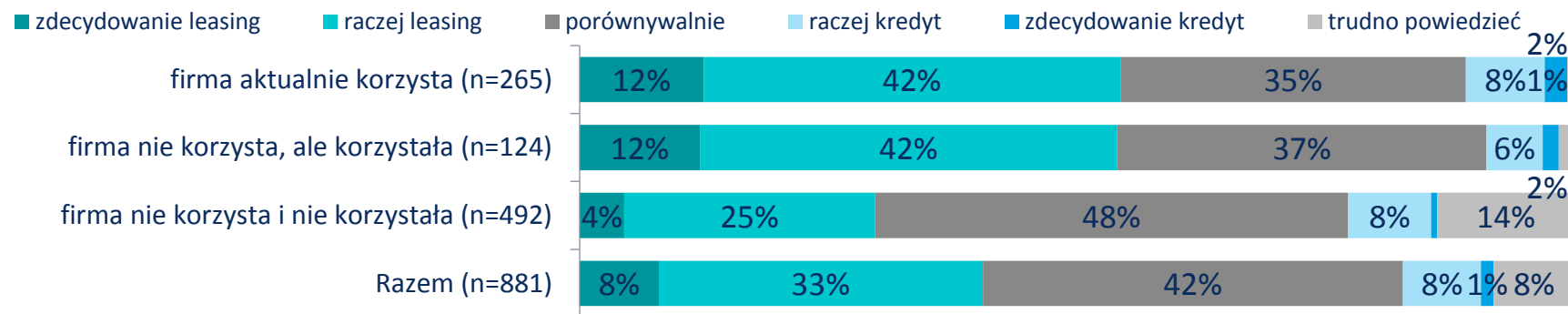
Poziom wiedzy na temat leasingu jest bardzo zróżnicowany w zależności od korzystania z tej formy finansowania. Przedstawiciele firm aktualnie korzystających z leasingu wysoko oceniają swoją wiedzę na ten temat (64% - zsumowane odpowiedzi „raczej wysoki” i „bardzo wysoki”). Wśród firm w przeszłości korzystających z leasingu wysoka samoocena wiedzy wynosi 47%, a wśród firm nie mających doświadczeń z tą formą finansowania poziom wiedzy jest najniższy – 27%.

LEASING VS KREDYT – PORÓWANIE (1/2)

L6. Proszę ocenić, która z form finansowania inwestycji - leasing czy kredyt - jest bardziej:



ELASTYCZNA

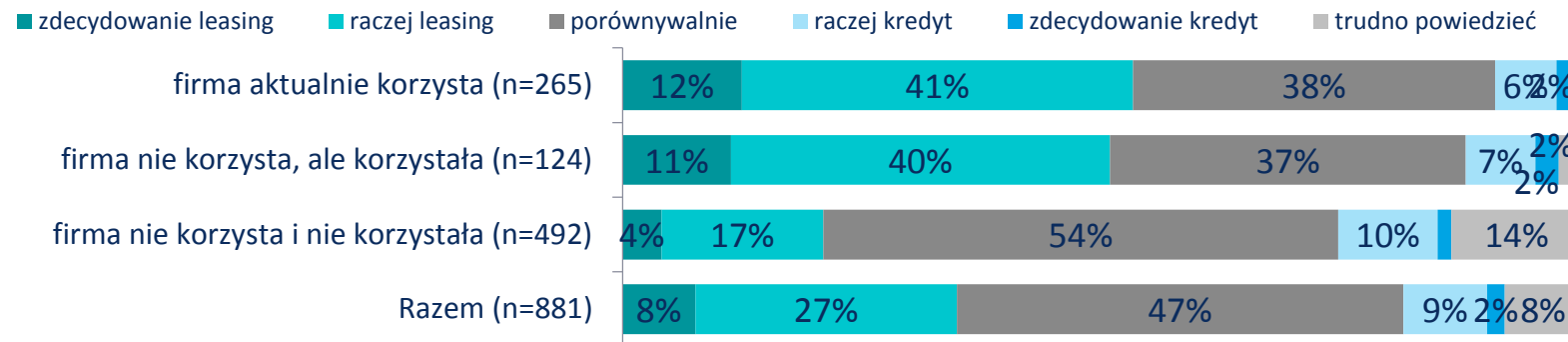


TAŃSZA

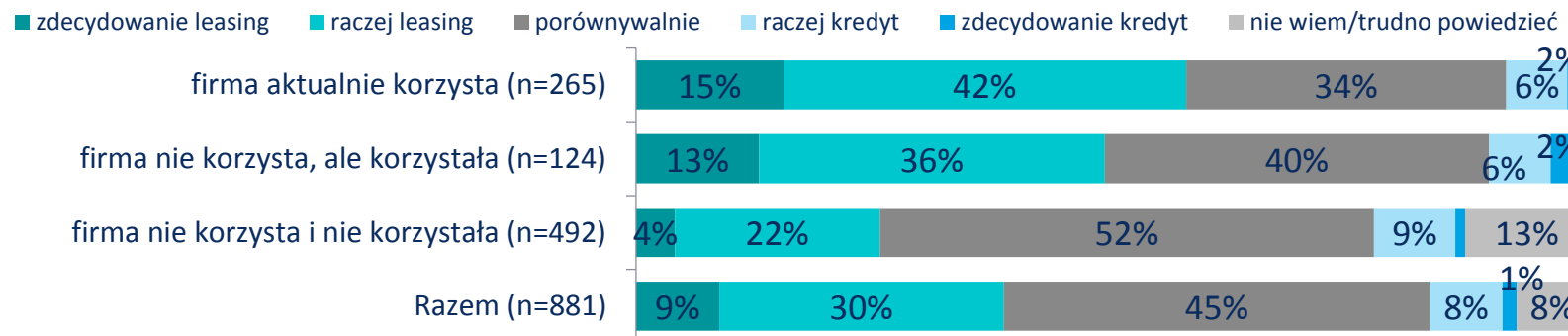
W opinii mikro i małych przedsiębiorców leasing jest elastyczniejszą i tańszą dla firm formą finansowania niż kredyt. Przedsiębiorcy aktualnie korzystający z leasingu są znacznie bardziej utwierdzeni w tym poglądzie niż ci, których firmy nigdy nie korzystały z tej formy finansowania.

LEASING VS KREDYT – PORÓWANIE (2/2)

L6. Proszę ocenić, która z form finansowania inwestycji - leasing czy kredyt - jest bardziej:



BEZPIECZNA (MNIJ RYZYKOWNA)

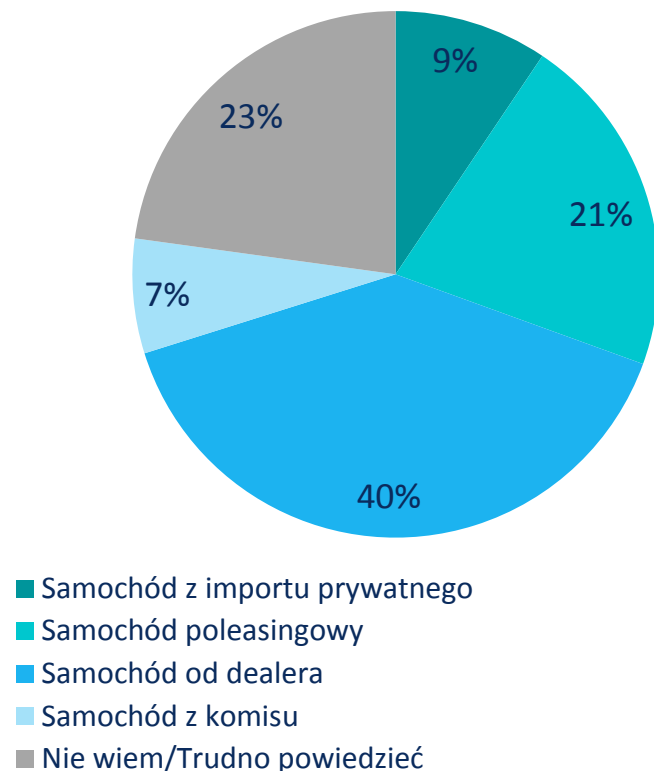


PRZYJAZNA DLA PRZEDSIĘBIORCY

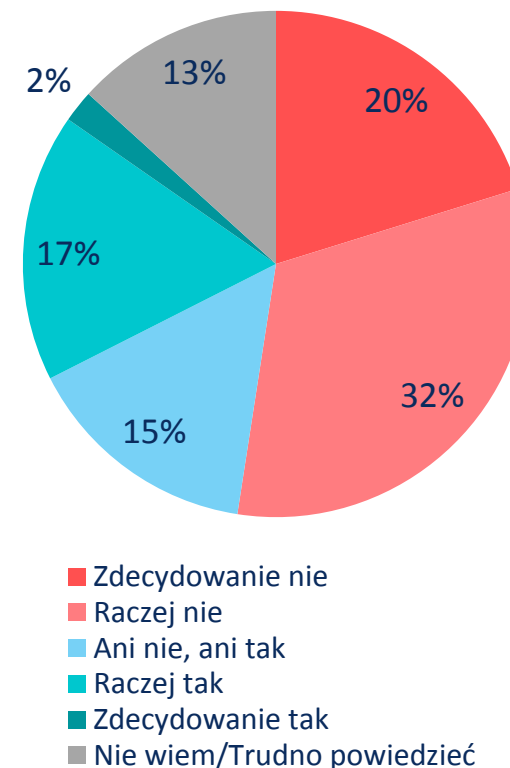
W opinii małych przedsiębiorców leasing jest również bezpieczniejszą i przyjaźniejszą dla firm formą finansowania niż kredyt. Przedsiębiorcy aktualnie korzystający z leasingu są znacznie bardziej utwierdzeni w tym poglądzie niż ci, których firmy nigdy nie korzystały z tej formy finansowania.

ZAKUP SAMOCHODU UŻYWANEGO / POLEASINGOWEGO

L11. Najbardziej korzystną dla Pana(i) firmy formą finansowania zakupu / korzystania z samochodu używanego jest:



L12. Czy w ciągu najbliższych 12 miesięcy Pana(i) firma byłby zainteresowana zakupem/leasingiem samochodu poleasingowego?



N=881

Mikro przedsiębiorcy uważają, że najkorzystniejszą formą finansowania zakupu lub korzystania z samochodu używanego jest pośrednictwo dealera (40%). Ponadto 21% wskazuje na samochód z poleasingowy. Co piąta (19%) mikro i mała firma deklaruje zainteresowanie zakupem lub leasingiem samochodu poleasingowego w ciągu najbliższych 12 miesięcy.

PODSUMOWANIE



- 🌀 Prawie połowa (44%) małych przedsiębiorców deklaruje wykorzystanie leasingu jako źródła finansowania (aktualnie lub w przeszłości) działalności firmy. Głównie przedmiotem leasingu w małych firmach jest samochód osobowy lub ciężarowy do 3,5 tony.
- 🌀 Na wybór leasingu jako formy finansowania wpływa przede wszystkim oferta cenowa, szybkość podejmowania decyzji, korzystne rozwiązania podatkowe oraz otwartość na negocjacje.
- 🌀 Firmy korzystające z leasingu są zadowolone z tej formy finansowania i raczej deklarują zamiar ponownego jej wykorzystania.
- 🌀 Poziom wiedzy na temat leasingu jest raczej średni wśród małych przedsiębiorców. Oczywiście jest najmniej w grupie, która nie korzystała dotychczas z tej formy finansowania.
- 🌀 Leasing jest elastyczniejszy, tańszy, bezpieczniejszy i bardziej przyjazny dla przedsiębiorcy niż kredyt.
- 🌀 Jest zainteresowanie wśród przedsiębiorców zakupem lub leasingiem samochodów poleasingowych.

**Centrum Badań Marketingowych INDICATOR
funkcjonuje nieprzerwanie od 1990 roku, jesteśmy więc jedną
z najdłużej działających na rynku agencji.**

INDICATOR posiada aktualny certyfikat jakości PKJPA
(Programu Kontroli Jakości Pracy Ankieterów) w zakresie
badań PAPI, CAPI, CATI, CAWI oraz badań jakościowych.
Od 2002 roku jesteśmy członkiem programu i co roku
poddajemy się audytowi jakościowemu.



INDICATOR z badania
„Mikro, małe i średnie firmy o usługach finansowych 2020”
oferuje następujące raporty:

Mikro i małe firmy o usługach finansowych (obroty do 3,6 mln PLN)

Małe firmy o usługach finansowych (obroty do 5 mln PLN)

Średnie firmy o usługach finansowych (obroty 3,6 - 30 mln PLN)

Średnie i większe firmy o usługach finansowych (obroty 5 - 30 mln PLN)

Dziękuję za uwagę!



Wojciech Terlikowski

Kierownik Projektu
wterlikowski@indicator.pl

Centrum Badań Marketingowych INDICATOR Sp. z o.o.

ul. Świętojerska 5/7

00 - 236 Warszawa

WWW.INDICATOR.PL