

MAŁE FIRMY

(o rocznych obrotach do 5 mln PLN)

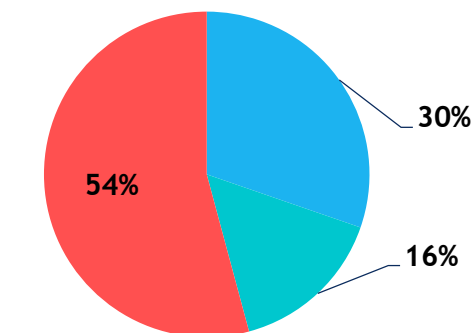
O USŁUGACH FINANSOWYCH 2019

wyciąg z raportu dla Związku Polskiego Leasingu

LEASINGOBIORCY AKTYWNI I PRZESZLI

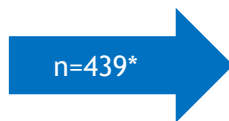
P33. Proszę wskazać źródła finansowania dotychczasowej działalności firmy.

LEASING, POŻYCZKA LEASINGOWA



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

N=959



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

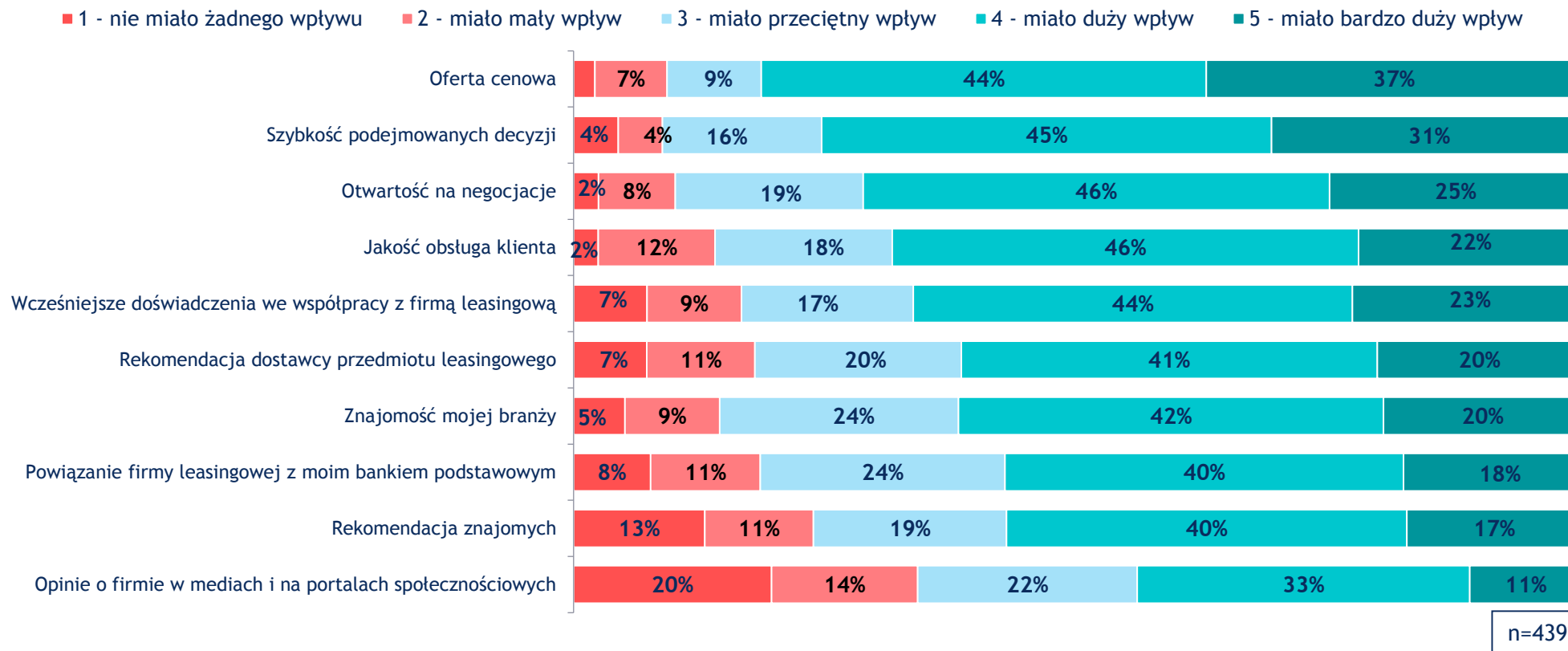


W grupie 46% firm korzystających (aktualnie lub w przeszłości) z leasingu najczęściej finansowanym przedmiotem jest auto osobowe (70% tej grupy). Ponadto często leasingowane przedmioty w małych firmach to samochody ciężarowe do 3,5 tony (33%).

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

CZYNNIKI WAŻNE PRZY WYBORZE FIRMY LEASINGOWEJ

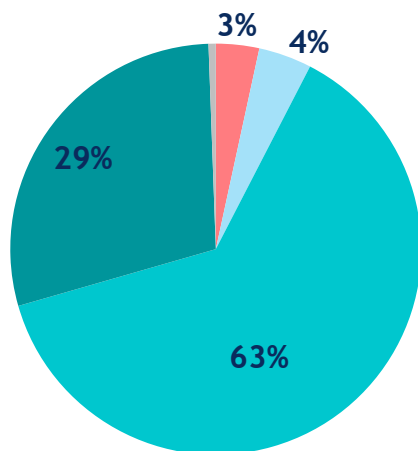
L2. Proszę dokonać oceny (na skali od 1 do 5) wpływu wymienionych czynników na wybór firmy leasingowej:



Najważniejsze czynniki uwzględniane przy wyborze firmy leasingowej to: oferta cenowa (81% - zsumowane odpowiedzi „miało duży wpływ” i „miało bardzo duży wpływ”), szybkość podejmowania decyzji (76%), otwartość na negocjacje (71%), jakość obsługi klienta (68%) oraz wcześniejsze doświadczenia we współpracy z firmą leasingową (67%).

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

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

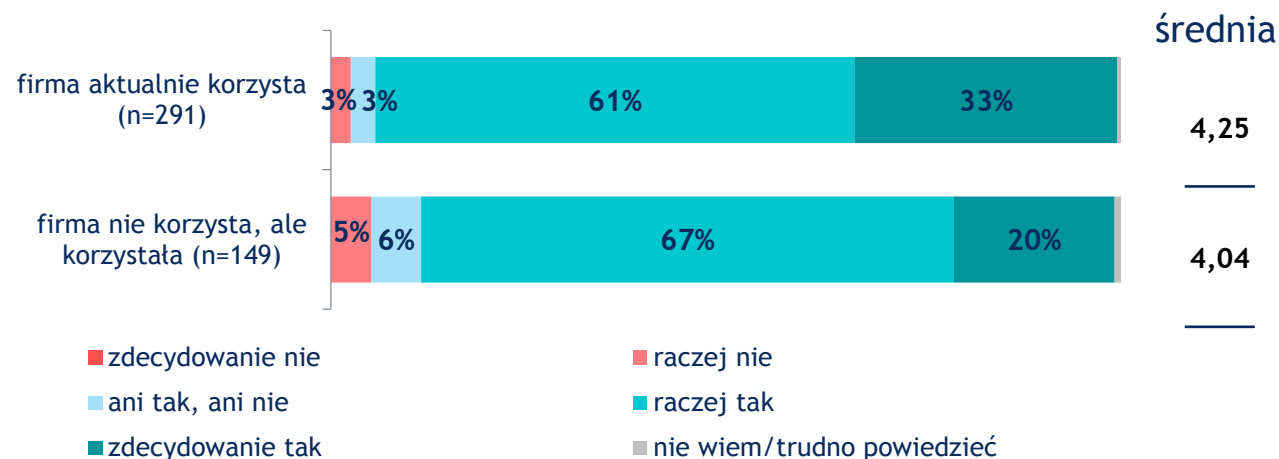


Średnia: 4,18

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

n=439*

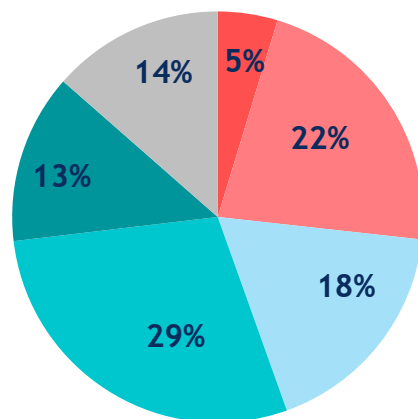
AKTUALNE lub PRZESZŁE korzystanie z leasingu



Firmy korzystające z leasingu są raczej z niego zadowolone (średnia ocena 4,18 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 4,25 vs 4,04).

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

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

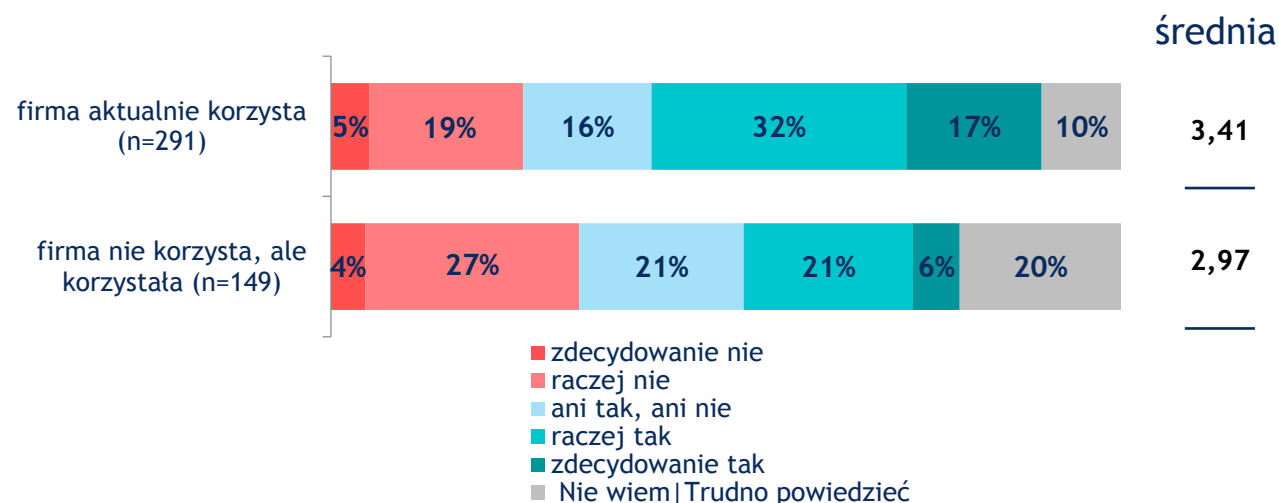


Średnia: 3,27

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

n=439*

AKTUALNE lub DAWNE korzystanie z leasingu

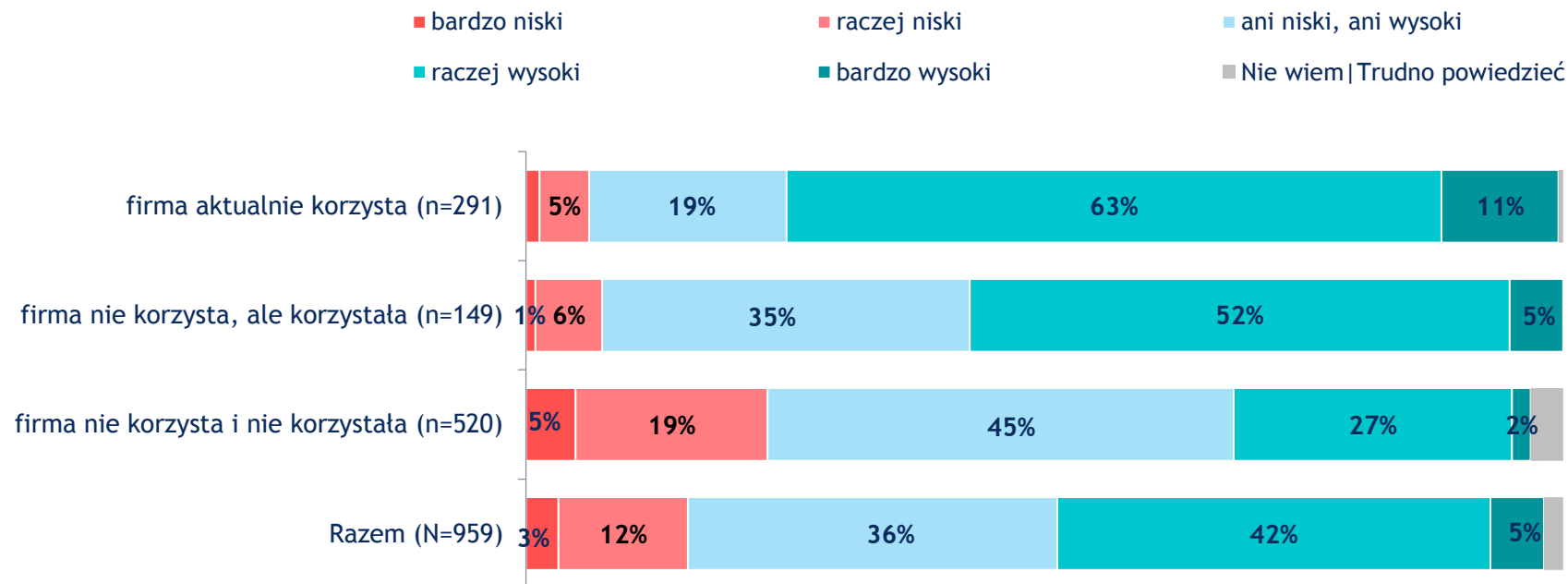


Prawie połowa (42%) firm korzystających z leasingu deklaruje zamiar ponownego skorzystania z tej formy finansowania. Przeciwnego zdania jest 27% firm.

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

OGÓŁ BADANYCH
w podziale na
potencjalnych i aktywnych
leasingobiorców

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.

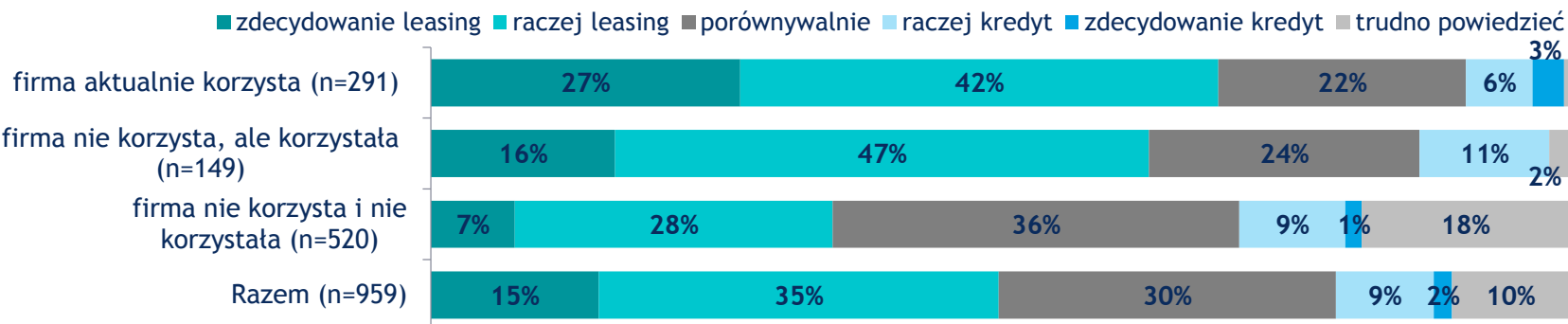


Poziom wiedzy na temat leasingu jest bardzo zróżnicowany w zależności od korzystania z tej formy finansowania. Przedstawiciele firm aktualnie korzystających z leasingu wysoko oceniają swoją wiedzę na ten temat (74% - zsumowane odpowiedzi „raczej wysoki” i „bardzo wysoki”). Wśród firm w przeszłości korzystających z leasingu wysoka samoocena wiedzy wynosi 57%, a wśród firm niemających doświadczeń z tą formą finansowania poziom wiedzy jest najmniejszy - 29%.

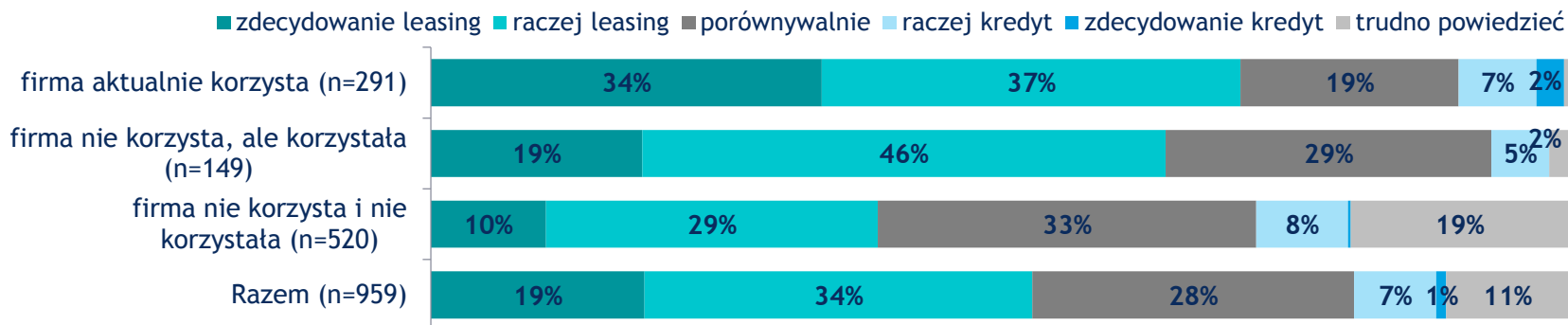
LEASING VS KREDYT – PORÓWANIE (1/2)

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

ELASTYCZNA



TAŃSZA



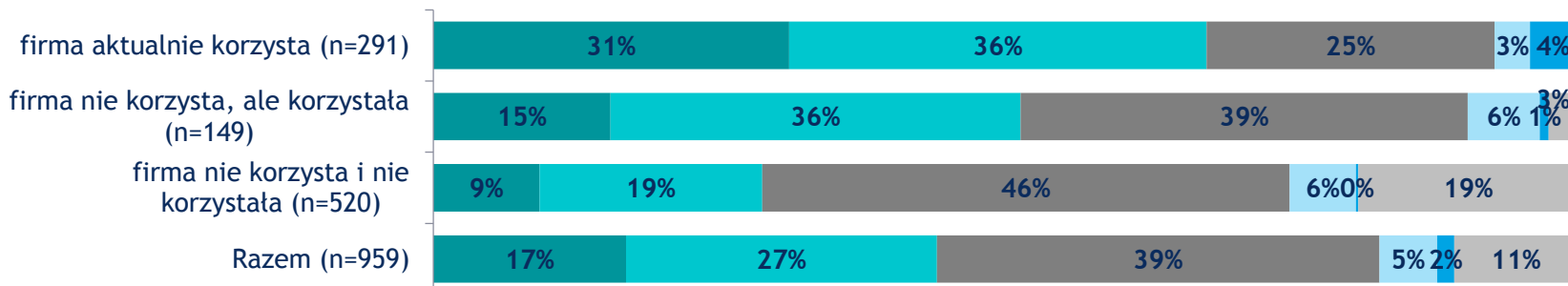
W opinii małych przedsiębiorców leasing jest elastyczniejszą i tańszą dla firm formą finansowania niż kredyt. Przedsiębiorcy aktualnie korzystający z leasingu są znacznie bardziej utwierdzeni w tym poglądzie niż ci, których firmy nigdy nie korzystały z tej formy finansowania.

LEASING VS KREDYT – PORÓWANIE (2/2)

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

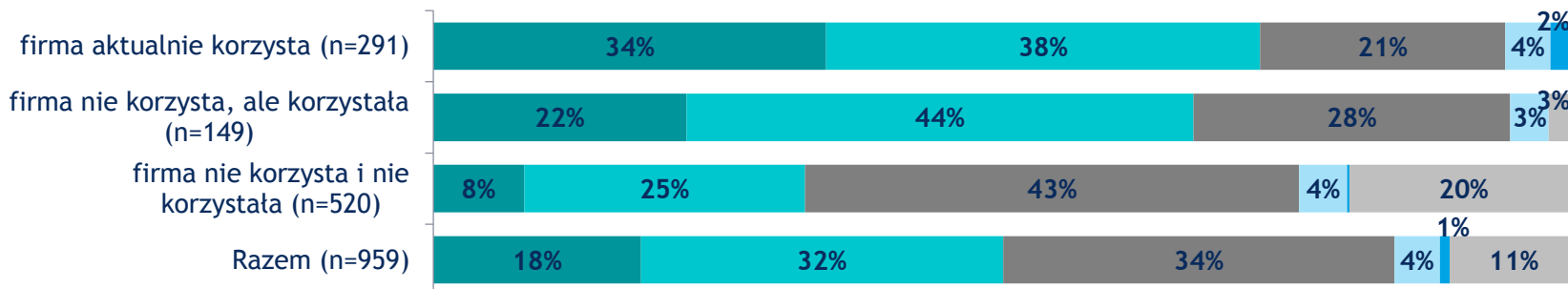
BEZPIECZNA (MNIEJ RYZYKOWNA)

■ zdecydowanie leasing ■ raczej leasing ■ porównywalnie ■ raczej kredyt ■ zdecydowanie kredyt ■ trudno powiedzieć



PRZYJAZNA DLA PRZEDSIĘBIORCY

■ zdecydowanie leasing ■ raczej leasing ■ porównywalnie ■ raczej kredyt ■ zdecydowanie kredyt ■ trudno powiedzieć



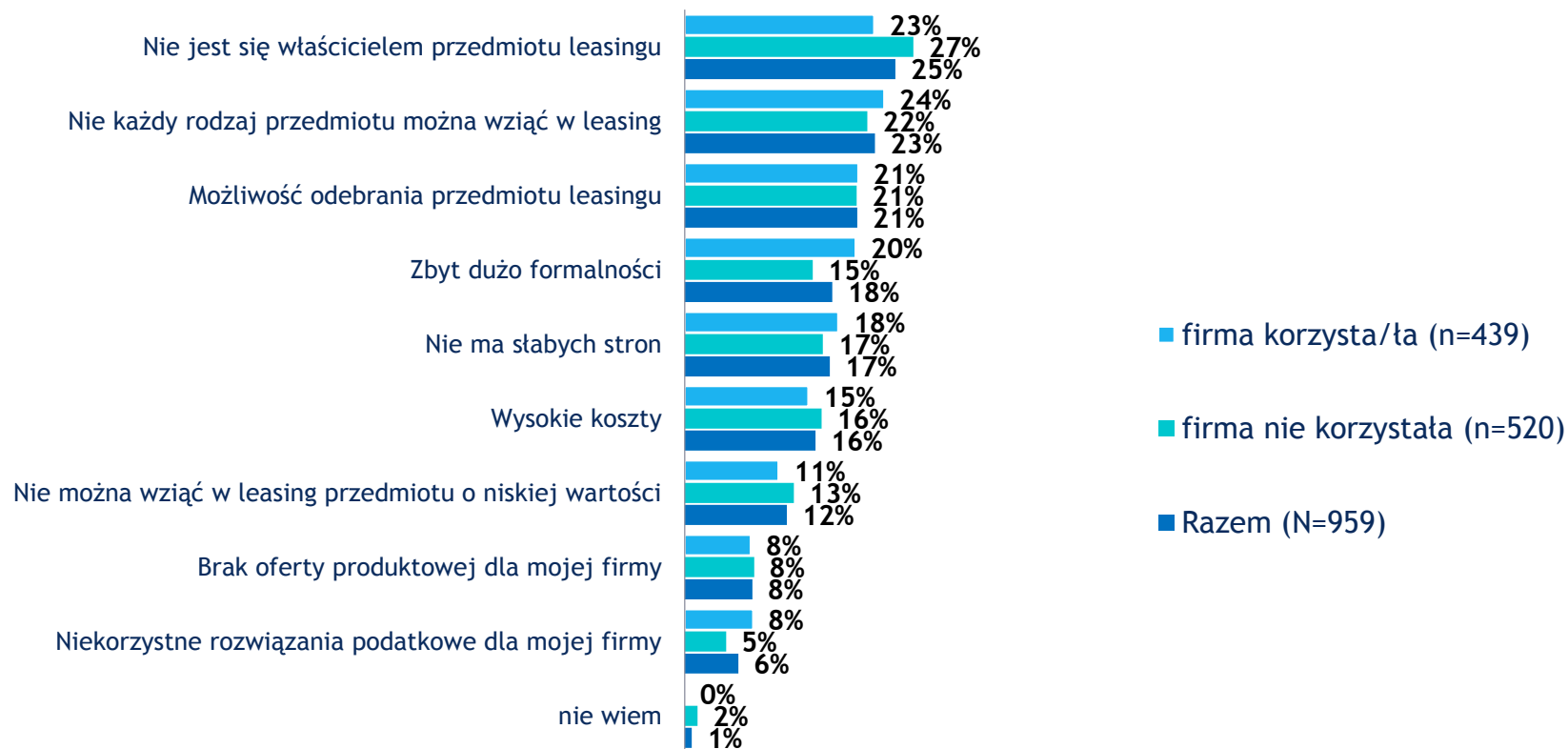
W opinii małych przedsiębiorców leasing jest również bezpieczniejszą i przyjaźniejszą dla firm formą finansowania niż kredyt. Przedsiębiorcy aktualnie korzystający z leasingu są znacznie bardziej utwierdzeni w tym poglądzie niż ci, których firmy nigdy nie korzystały z tej formy finansowania.

L7. Jakie są, Pana(i) zdaniem, mocne strony leasingu?



Głównymi zaletami leasingu są: mniejsze wymagania związane z zakupem (30%) i korzystne rozwiązania podatkowe dla firmy (29%), mniejsze wymagania co do zabezpieczeń (28%) oraz fakt, że leasing nie ogranicza zdolności kredytowej (26%).

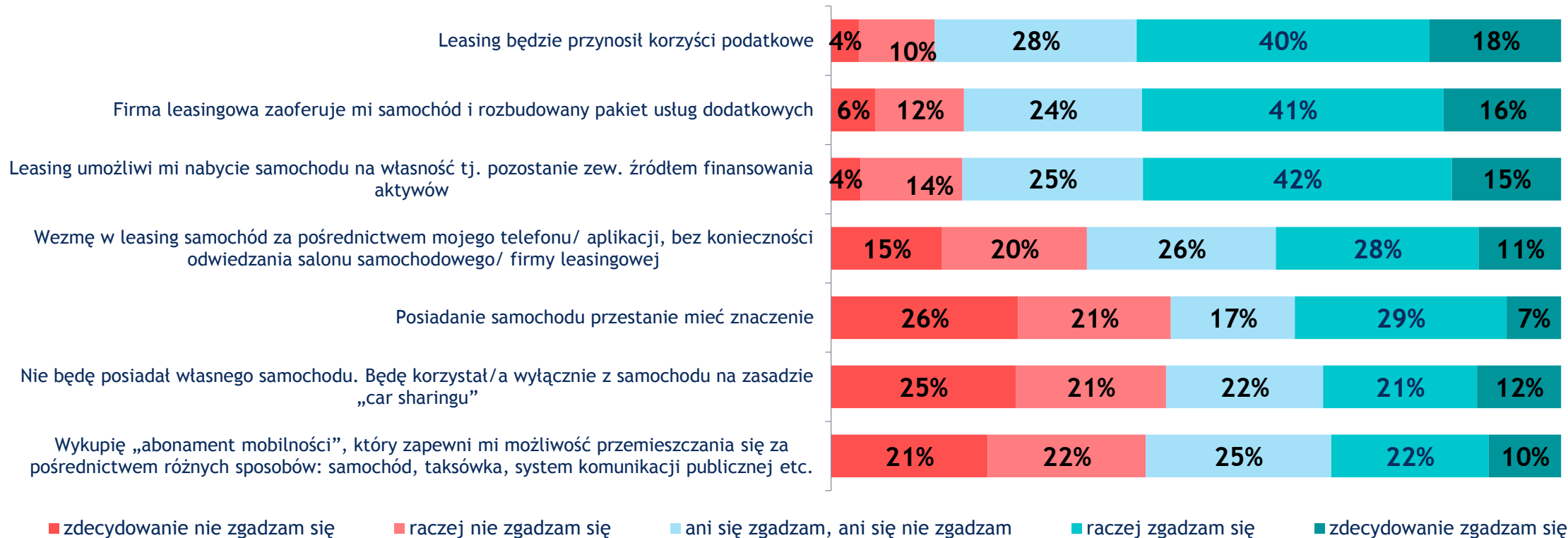
L8. Jakie są, Pana(i) zdaniem, słabe strony leasingu?



Największe strony leasingu zdaniem badanych przedstawicieli małych firm stanowi fakt, że nie jest się właścicielem przedmiotu (25%), a także że nie każdy rodzaj przedmiotu można wziąć w leasing (23%) oraz możliwość odebrania przedmiotu leasingu (21%).

PRZYSZŁOŚĆ LEASINGU – ZA 10 LAT

L10. Z którymi stwierdzeniami dotyczącymi przyszłości zgadza się Pan/ Pani? Proszę udzielić odpowiedzi na 5-stopniowej skali, gdzie 1 - oznacza zdecydowanie nie zgadzam się, a 5 zdecydowanie zgadzam się. Za 10 lat:



Przedstawiciele małych firm optymistycznie patrzą na rynek leasingu za 10 lat. Ponad połowa badanych zgadza się ze stwierdzeniami, że leasing będzie przynosił korzyści podatkowe (58%), firma leasingowa zaoferuje samochód i rozbudowany pakiet usług dodatkowych (57%) oraz umożliwi nabycie samochodu na własność (56%).

N=959

PODSUMOWANIE i METODOLOGIA

- Prawie połowa (46%) małych przedsiębiorców deklaruje wykorzystanie leasingu jako źródła finansowania (aktualnie lub w przeszłości) działalności firmy.
- 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 najmniejszy w grupie, która nie korzystała dotychczas z tej formy finansowania.
- Mocne strony leasingu to: mniejsze formalności przy zakupie oraz korzystne rozwiązania podatkowe. Największe wady leasingu to fakt, że nie jest się właścicielem przedmiotu leasingu oraz możliwość odebrania go, a także ograniczenia w zakresie tego co może być przedmiotem leasingu.
- Menadżerowie małych firm oczekują, że w perspektywie najbliższych 10 lat leasing w dalszym ciągu będzie przynosił korzyści podatkowe.

METODOLOGIA

Badanie zostało zrealizowane metodą indywidualnych wywiadów standaryzowanych wspomaganych komputerowo (CAPI).

Zaletą badań realizowanych metodą CAPI jest wysoka jakość otrzymywanych wyników, dzieje się tak dzięki:

- eliminacji błędów ankierskich związanych ze stosowaniem reguł przejść
- kontroli logiczności udzielanych odpowiedzi
- możliwości skupienia uwagi ankietera na aranżacji wywiadu i na prawidłowym zadawaniu pytań
- lepszej kontroli pracy ankietera (kontrola czasu trwania wywiadów)

INDICATOR w badaniach CAPI wykorzystuje system CADAS.

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

GRUPA DOCELOWA

Badanie przeprowadzono w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach, w których obroty (przychody ze sprzedaży netto) w 2018 roku nie przekraczały 30 mln złotych i które rozpoczęły działalność gospodarczą przed 31 grudnia 2017 roku.

Wywiad przeprowadzany był z właścicielem lub współwłaścicielem firmy, dyrektorem lub głównym księgowym.

PRÓBA BADAWCZA

W niniejszym raporcie prezentujemy wyniki 959 małych firm, które w 2018 roku osiągnęły obroty do 5 mln PLN.

Badaniem objęto łącznie 1210 przedsiębiorstw MMŚP.

Próba badawcza miała charakter losowo – warstwowy.

REALIZACJA

Badanie zrealizowano w II kwartale 2019 roku.

INFORMACJE O FIRMIE

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

CBM INDICATOR jest firmą prywatną z większościovym kapitałem krajowym.

Współpracują z nami pracownicy naukowci najlepszych polskich uniwersytetów, w tym Uniwersytetu Warszawskiego i Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

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 i małe firmy o usługach finansowych 2019” 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)



prof. Jan Garlicki
Dyrektor Generalny
jgarlicki@indicator.pl



Wojciech Terlikowski
Kierownik Projektu
wterlikowski@indicator.pl

Dziękujemy za uwagę!

Centrum Badań Marketingowych INDICATOR Sp. z o.o.

ul. Świętojerska 5/7

00 - 236 Warszawa

WWW.INDICATOR.PL