

raport leasing

Leasingowe eldorado

Coraz mniejsze transakcje, coraz elastyczniejsze umowy
i coraz większe pakiety usług dodanych – **leasingodawcy wychodzą naprzeciw
już nie tylko największym klientom**

Pecunia non olet, te z leasingu też – można dodać, uzupełniając nieco wypowiedź cesarza Wespazjana, który wprowadził podatek od toalet, argumentując, że „pieniądze nie śmierdzą”. I nie chodzi tu tylko o czystą statystykę i rosnącą popularność usług leasingowych, ale też o bardziej dosłowny przykład pokazujący, jakie możliwości drzemią w tej formie finansowania.

Istniejąca od 14 lat firma Toi Toi

Polska (50 mln zł obrotów rocznie, 250 pracowników) oprócz – standardowo – samochodów leasinguje również około 3 tys. przenośnych toalet z 17 tys., jakie dzisiaj posiada. Początek przygody Toi Toi Polska z leasingiem przypada na lata 1998–1999.

– Kiedyś przekonanie kogoś do leasingu przenośnych toalet było zupełnie niemożliwe, dziś współpracujemy z kilkoma firmami. Gdybym miał porównać tamte realia z dzisiejszymi, to jest jak ziemia i niebo – opo-

wiada Ryszard Głuchowski, prezes Toi Toi Polska.

Co więcej, firma korzysta z bardziej zaawansowanej formy usług, kiedyś zarezerwowanej raczej dla dużych transakcji – leasingu zwrotnego finansowego.

– Pozwala nam to bez problemów podnajmować urządzenia – wyjaśnia Głuchowski. Gdyby firma wybrała leasing operacyjny, musiałaby na każdy podnajem (a przecież na tym polega jej biznes) uzyskiwać zgodę leasingodawcy. Natomiast leasing zwrotny wziął się stąd, że spółka działa w niszowej branży, ma stałych dostawców w Niemczech i USA i łatwiej jej dokonać zakupu niż firmie leasingowej.

To jeden z powodów, dla których warto pomyśleć o takiej właśnie formie transakcji, innym jest poprawa płynności finansowej.

– Leasing zwrotny umożliwia uwolnienie środków zamrożonych w aktywach trwałych i wykorzystanie ich na sfinansowanie bieżącej działalności lub inwestycji – tłumaczy Mariusz Kurzac, dyrektor marketingu i sprzedaży, członek zarządu ING Lease.

Takie posunięcie bywa czasami jedyną deską ratunku dla przedsiębiorcy, któremu banki nie chcą udzielić kredytu ze względu na kłopoty finansowe.

W związku ze zwiększonym ryzykiem dla firmy ➔



raport leasing

leasingowej taki produkt jest jednak nieco droższy od tradycyjnych rozwiązań.

Leasingodawcy są skłonni wchodzić w coraz mniejsze transakcje, bo choć duzi klienci pozwalają zarobić najwięcej, to coraz ostrzejsza konkurencja nie pozwala lekceważyć tych mniejszych. A błyskawicznie rosnący rynek nie zostawia wiele czasu do namysłu tym, którzy chcą na tym wzroście dobrze zarobić.

– W Raiffeisen-Leasing firmy z sektora MSP stanowią blisko 90 proc. wszystkich klientów – mówi Radosław Kowalski, specjalista ds. badań i analiz departamentu marketingu i wsparcia sprzedaży Raiffeisen-Leasing, jednego z liderów rynku. Podobnie jest u konkurencji, na przykład w ING Lease odsetek ten sięga ok. 80 procent. Zasadniczo przedmiotem leasingu mogą być środki trwałe o wartości początkowej co najmniej 3,5 tys. złotych. W praktyce transakcje poniżej 15–20 tys. zł są rzadkością. Pułap ten od lat się obniża, ale powoli zbliża się już do nieprzekraczalnej granicy.

– Wynika to z prostej kalkulacji: jeśli notebook kosztuje dziś 5 tys. zł, to ile będzie wart po dwu-, trzyletniej eksploatacji, czyli po wygaśnięciu umowy leasingowej? – pyta retorycznie Radosław Kowalski.

Poza tym mała kwota umowy oznacza mały zysk dla firmy leasingowej, a pracy trzeba włożyć tyle samo co przy większej transakcji. Przedsiębiorcy nie są więc zachęceni do takich działań.

Wychodząc naprzeciw małym i średnim firmom, leasingodawcy upraszczają formalności. Nowością jest rosnąca liczba produktów kierowanych do konkretnych branż (np. budowlanej czy transportowej). Największy na rynku Europejski Fundusz Leasingowy (EFL) ma w ofercie m.in. pakiet Europrawo dla adwokatów, radców prawnych, notariuszy, komorników i innych przedstawicieli tej grupy zawodowej. W pakiecie jest leasing samochodów, sprzętu IT, nieruchomości i wyposażenia biurowego – czyli w zasadzie nic nowego.

– Wyróżniają go jednak znacznie uproszczone procedury i szybka decy-

LICZNA GRUPA

90

proc.

nawet taki odsetek klientów niektórych firm leasingowych stanowią małe i średnie przedsiębiorstwa

zja kredytowa – zaznacza Maja Lidke, doradca zarządu EFL ds. PR.

W przypadku leasingu pojazdów przy wpłacie w wysokości 30 proc. wartości transakcji wystarczy przedstawić zaświadczenie o dochodach.

Kolejnym magnesem dla klientów jest szeroki pakiet usług dodanych, takich jak ubezpieczenia, assistance czy serwisowanie przedmiotu leasingu. Za-

LEASINGUJE KTO MOŻE

Popularna poligrafia

Według badań Związku Przedsiębiorstw Leasingowych z leasingu często korzystają firmy z branży poligraficznej.

– Najmniej skomplikowane urządzenie to inwestycja ok. 30–40 tys. euro. Kupując bardziej wyrafinowaną maszynę, trzeba się liczyć z wydatkiem rzędu kilku milionów euro – wyjaśnia Artur Szor, współwłaściciel firmy Printmax, pracującej na potrzeby rynku reklamowego i opakowań. Kwota przekraczająca roczne obroty firmy wyklucza zakup ze środków własnych lub kredyt. Leasing jest wówczas jedynym rozwiązaniem.

Zawrotne tempo


W I kwartale 2007 r. wartość leasingu ruchomości i nieruchomości sięgnęła 6,9 mld złotych. To o 83,4 proc. więcej niż w takim samym okresie ubiegłego roku – wynika z danych Związku Przedsiębiorstw Leasingowych. Dominują środki transportu drogowego (4,2 mld zł, 75,4 proc. wzrostu) oraz maszyny i urządzenia (1,8 mld zł, 70,3 proc. wzrostu).

interesowani mogą też zrealizować transakcje w innych walutach albo sfinansować inwestycje w złotych, a potem denominować umowę np. w euro lub we frankach szwajcarskich.

Wzorem banków czy operatorów telekomunikacyjnych firmy leasingowe wyznaczają też indywidualnych opiekunów już nie tylko dużym, ale także małym oraz średnim firmom.

– Przydzielono nam do opieki pracownika, który załatwia za nas wszystkie sprawy administracyjne. Kłopotów nie było także przy okazji likwidacji szkód. Wszystko poszło szybko i sprawnie, a nasze zadanie polegało jedynie na poinformowaniu doradcy o sprawie – opowiada Rafał Młochowski, prezes niewielkiej firmy kurierskiej Agap (3 mln obrotu w 2006 r.). Leasinguje ona dwa samochody osobowe i dwie półciężarówki. – Szykujemy się do rozszerzenia floty. To będą dwa auta o łącznej wartości ponad 240 tys. zł, oczywiście bierzemy je w leasing – dodaje.

Mimo niewątpliwej atrakcyjności leasingu (korzyści podatkowe związane z zaliczeniem raty do kosztów uzyskania przychodu) trzeba pamiętać, że nie zawsze jest on najlepszym rozwiązaniem. Oprócz arytmetyki, która może wskazać na kredyt, pozostały jeszcze nierozwiązane niektóre problemy prawne. Polskie przepisy nie do końca jasno wyjaśniają kwestię np. leasingu oprogramowania komputerowego, a to może prowadzić do problemów z interpretacją prawa przez poszczególne urzędy skarbowe.

Problemy z uzyskaniem finansowania w postaci leasingu mogą też mieć firmy rozpoczynające działalność. Leasingodawcy chętniej rozmawiają z przedsiębiorstwem, które ma co najmniej półtoraroczną czy dwuletnią historię. Przy krótszej najłatwiej o leasing samochodu osobowego. 

Marcin Krason