



# ROSJANIE NA CELOWNIKU

Rosyjskie oprogramowanie  
ma zniknąć z unijnych  
instytucji. Ruszył wielki audyt.



Grzegorz Jakubowski, s. 6

## BIZNES RAPORT

LEASING  
DLA MSP



## LEASING DLA MSP

TYGODNIK NR 24

22-28 CZERWCA 2018 R.

NR INDEKSU 34625X

ISSN 1734-8900

www.gf24.pl

# GAZETA FINANSOWA

FEDERAL MEDIA COMPANY FMC



# CZY UNIA EUROPEJSKA JESZCZE ŻYJE?

Robert Cheda, s. 24



Zagrożona jest już nie tylko  
dalsza lub bliższa przyszłość  
projektu europejskiego.  
Niepewność dotyczy już jego  
teraźniejszości.



Same Niemcy nie są stabilne, o czym świadczy  
tamtejszy kryzys rządowy, który grozi rozpadem  
koalicji CDU/CSU/SPD. Choć niemiecka gospodarka  
ma się świetnie, to bawarskie ugrupowanie CSU żąda  
zmiany polityki Angeli Merkel wobec imigrantów.

5,95 zł  
(w tym  
8 proc. VAT)

## Od smartfonu do biura – co może wyleasingować mały przedsiębiorca?

Na przestrzeni ostatnich kilku lat przedsiębiorcy coraz częściej korzystają z oferty wynajmu różnych środków trwałych np.: samochodów, maszyn budowlanych. Wynika to w dużej mierze ze zmiany ich podejścia – wyraźnie dostrzegają zalety wynikające z możliwości używania narzędzi niezbędnych do prowadzenia biznesu zamiast ich posiadania.



Monika **Kuligowska**

dyrektor rozwoju i sprzedaży Technology Solutions, BNP Paribas Leasing Solutions

Potwierdzają to ostatnie dane Związku Polskiego Leasingu pokazujące wzrost rynku maszyn i innych urządzeń, w tym IT, o niemalże 19 proc. w pierwszym kwartale 2018 roku.

Każda działalność gospodarcza wymaga prowadzenia biura wraz z jego wyposażeniem. W większości firm nie można sobie dzisiaj wyobrazić pracy nie tylko bez komputera, drukarki, kopiarki, telefonu, lecz także np. ekspresu do kawy. W przypadku większych firm niezbędne stają się korzystanie z narzędzi multimedialnych takich jak projektory, tablice interaktywne, czy systemy audiowizualne, które zapewniają efektywną komunikację z klientami oraz wewnątrz firmy.

### Zaawansowanie technologiczne

Z uwagi na zaawansowanie technologiczne większości z tych urządzeń, istnieje wymóg regularnej konserwacji lub serwisu wykonywanych przez wyspecjalizowane firmy. To samo zaawansowanie technologiczne oraz konieczność dostosowywania urządzeń do coraz szybciej zmieniającego się otoczenia powoduje również konieczność ich regularnej wymiany na nowsze, bardziej zaawansowane modele. W takich warunkach oferty leasingu, dzierżaw lub wynajmu urządzeń biurowych cieszą się coraz większym zainteresowaniem. Z tytułu dzierżawy klient nie ponosi żadnych opłat poza ratami dzierżawnymi i opłatami za serwis. W momencie zakończenia dzierżawy nie musi martwić się, co zrobić ze zużytą ko-

piarką lub drukarką. Jeśli potrzebne jest nowe, bardziej wydajne urządzenie, klient może oddać zużyty sprzęt i korzystać z nowej dzierżawy użytkując kolejny model.

### Przewidywalność kosztów

Bardzo ważna dla większości przedsiębiorców jest przewidywalność kosztów wynikających z używania narzędzi do prowadzenia biznesu. Rata dzierżawy jest stała w całym okresie, natomiast koszty związane z eksploatacją są pod pełną kontrolą klienta. Wysokość opłat eksploatacyjnych wynika bezpośrednio tylko z ilości wydruków generowanych przez użytkowników, ilości filiżanek zaparzonej kawy lub wykonanych połączeń telefonicznych.

Podobnie jak w większości innych urządzeń elektronicznych, coraz większą rolę w efektywnym ich używaniu odgrywa odpowiedni software. W przypadku większej ilości maszyn pozwala np. na przypisanie kosztów związanych z wydrukami do poszczególnych działów. Zapewnia bezpieczeństwo wydruku, chociażby dzięki opcji druku podążającego (follow-me print). Wydruk z komputera następuje dopiero wtedy, gdy zlecający go podejrze do urządzenia i autoryzuje swoje zlecenie. Wydrukowany dokument trafi bezpośrednio w jego ręce — żadna nieupoważniona osoba go nie przeczyta. W ramach dzierżawy klient dostaje do dyspozycji oprogramowanie, które uzna za najbardziej odpowiednie dla swojej firmy.

### Nie warto oszczędzać na jakości

Zapewnienie całego wyposażenia biura to niemalże koszt. Dziś, zamiast jednorazowej, dużej inwestycji w sprzęt i odpowiednie oprogramowanie, które za chwilę będzie przestarzałe, możemy wybrać comiesięczne raty i płacić za użytkowanie, pozostając na bieżąco ze zmieniającą się, coraz nowocześniejszą technologią. Warto z tego skorzystać. Pamiętajmy, że o konkurencyjności na dzisiejszym rynku decydują m.in. dobre decyzje biznesowe.

**GO** leasing®  
EKSPERCI LEASINGU



# Gdy szukasz WSZYSTKIEGO NAJLEPSZEGO

**60** Oddziałów w całej Polsce

Współpraca z **37** firmami leasingowymi

Ponad **120** specjalistów i doradców

**Profesjonalne usługi**

**Dopasowane oferty**

**Wiarygodni dostawcy**

Znajdziesz nas blisko siebie

**go-leasing.pl**



## LEASING DLA MSP

## Myślisz – leasing? Wybierz GO-leasing!

Największa Ogólnopolska Sieć Brokerów Leasingu w nowych szatach



Z Grzegorzem Olszewskim, prezesem zarządu spółki GO-leasing, rozmawiała Joanna Zielińska.

Po 5 latach funkcjonowania na rynku leasingu rozpoczęliście proces rebrandingu spółki GO-leasing. Dlaczego?

Potrzeba zmian została zauważona już rok temu podczas spotkania Rady Rozwoju GO-leasing. Prace nad nową strategią ruszyły pełną parą, gdy do firmy dołączył Rafał Kiewisz, pełniący w GO-leasing funkcję marketing managera. Jego doświadczenie, poparte licznymi sukcesami w przeprowadzanych dotychczas kampaniach marketingowych, przekonało nas do postawienia istotnego kroku

w kierunku zmiany wizerunku. Jesteśmy największym w Polsce, niezależnym brokerem leasingu i kredytów samochodowych z 60 oddziałami w całym kraju. Zdobyliśmy już tyle cennej wiedzy, umiejętności i doświadczenia, że możemy śmiało mówić o sobie jako mądrym, bezpiecznym, profesjonalnym graczu na rynku leasingu w Polsce. To chcemy podkreślić w nowej strategii.

Co dla Pana oznacza być mądrym, bezpiecznym i profesjonalnym graczem na rynku leasingu?

Jeszcze bardziej niż dotychczas towarzyszyć klientom na drodze w rozwiązywaniu ich problemów, potrzeb i wyzwań oraz być realnym opiekunem w całym okresie trwania umowy, a nawet jeszcze dłużej. Nie przedstawiamy sztywnych ofert, jakich wiele na rynku, lecz staramy się dopasować najlepsze rozwiązanie do aktualnej sytuacji i oczekiwań klienta. Na pierwszym planie stawiamy interes oraz oczekiwania naszych klientów, jednocześnie utrzymując trwałe i dobre relacje z ponad 40 firmami leasingowymi, kredytowymi, pożyczkowymi i ubezpieczeniowymi, których produkty oferujemy – to nas definiuje i wyróżnia. Wierzmy, że za-

ufanie i wiarygodność w biznesie to podstawa.

Pierwszą widoczną zmianą związaną z przyjętą w kwietniu strategią marketingową firmy jest nowe logo.

18 czerwca 2018 r. to data, którą uznajemy za moment oficjalnego startu nowego brandu. Nowe logo, nowe kolory, nowe podejście do naszej marki oraz do potrzeb klienta, to pierwsze kroki realizacji przyjętej strategii marki, której słowem – kluczem jest „dopasowanie”. Wartości, wizja, cele firmy znalazły swój obraz w znaku graficznym. Dotychczasowe logo oparte było na dwóch kolorach: niebieskim i pomarańczowym. Pozostał tylko ten drugi, który nabrał żywszego tonu i ma sprawić, że oferta GO-leasing będzie jeszcze bardziej widoczna. Dotychczasowe logo składało się z sygnetu w postaci trzech nachodzących na siebie niebieskich okręgów oraz logotypu złożonego ze słów „GO” oraz „leasing”

pisanych z łącznikiem. Poniżej zapisany był claim marki – Eksperti Leasingu. Mam pewność, że właśnie claim marki, który zostawiamy, będzie identyfikował nas w oczach klientów również przez kolejne lata.

Widoczną zmianą w nowym logo jest większe wyeksponowanie słowa „GO”.

Tak. Pierwotnie był to prosty zabieg, by w nazwie firmy umieścić moje inicjały. To pomysł stosowany w wielu firmach. Z czasem jednak dostrześliśmy, że klient chce naprawdę, by jego sprawa, wniosek, problem, był jak najszybciej rozwiązywany, dlatego zawołanie „GO” stało się naszym „powietrzem” i zarazem elementem wymagającym większego podkreślenia w znaku marki. Litera „O” przejęła więc po dawnych „dyskach” rolę sygnetu, w którym umieszczono nowy element – znak większości. Ten sam, który widzimy na co dzień

w przeglądarce, czy na grafikach internetowych jako znak „forward” (naprzód).

Jaką informację dla klientów i partnerów biznesowych niesie ze sobą nowe logo?

Nowy znak symbolizuje, że w dopasowaniu do oczekiwań klientów będziemy kierować się proaktywnością, nie ustając w poszukiwaniu najbardziej korzystnych rozwiązań, dając przy tym więcej niż inni. Chcemy, by klient, który coraz bardziej żyje w świecie cyfrowym i mobilnym, był zaproszony do kliknięcia i pójścia dalej za propozycją, jaką dla niego mamy. Ten element logo, które ma być nie tylko „ładne”, przybiera też cechy praktyczne w procesie komunikacji z klientem. Z czasem ma być także wystarczającym znakiem do rozpoznania całej marki. Jest też trzecie, nasze ciche pragnienie, by wkrótce GO-leasing było jeszcze większe, jeszcze lepsze, jeszcze przyjaźniejsze dla klienta niż nasza konkurencja. Wszystkie zmiany jakie wprowadzamy, mają na celu jedno: gdy klient pomyśli „leasing” wybierze zawsze „GO-leasing”, gdy pomyśli „auto” – wybierze „GO-auto”, gdy ceni spokój i ład, wybierze „GO-gap”.



MATERIAŁ PRZY WSPÓŁPRACY Z GO-LEASING

## Co przyniosą zmiany podatkowe?

Ministerstwo Finansów opublikowało 13 czerwca 2018 roku komunikat, w którym zarysowało szereg zmian podatkowych planowanych na najbliższe miesiące. Zdecydowana większość z tych zmian budzi optymizm – chodzi tu m.in. o ujednoczenie matrycy stawek VAT (o co środowiska pracodawców zabiegały już od dawna – trzeba skończyć z absurdalnym mnożeniem stawek na analogiczne produkty), napisanie nowej Ordynacji podatkowej, czy też zmniejszenie liczby obowiązków sprawozdawczych i informacyjnych ciążyących na przedsiębiorcach. Niestety, wydaje się, że Ministerstwo postanowiło wykorzystać te – niewątpliwie zasługujące na poparcie – zapowiedzi po to, by między nimi „przemycić” zmiany powodujące, że leasing aut stanie się całkowicie nieopłacalny. Związek Przedsiębiorców i Pracodawców z dużym niepokojem przygląda się tej koncepcji i ocenia ją zdecydowanie negatywnie.

W 2017 roku sprzedano w Polsce ponad 480 tysięcy nowych samochodów osobowych. Wzrost liczby sprzedanych aut w ciągu ostatnich lat może budzić zdumienie – jeszcze w 2015 roku dealerzy cieszyli się z przekroczenia bariery 400 tysięcy sprzedanych egzemplarzy, a w roku 2013, który był wówczas najlepszym od dłuższego czasu, sprzedano 331 tysięcy samochodów osobowych. Tym samym, w ciągu czterech lat liczba nowych sprzedanych aut zwiększyła się o 50 proc. Nie ulega zatem wątpliwości, że dynamika wzrostu rynku jest potężna – wiąże się to zarówno ze stopniowym bogaceniem się społeczeństwa, które coraz częściej decyduje się na zakup auta z salonu, jak i – w przypadku przedsiębiorców

– z korzystnymi ofertami umożliwiającymi finansowanie auta w inny sposób, niż kupno go na własność, takimi jak np. leasing.

Dotychczas korzystne rozwiązanie obowiązuje dotychczas regulacje sprawiały, że leasing operacyjny samochodu był dla leasingobiorcy bardzo korzystnym rozwiązaniem – ratę leasingu można było bowiem bez ograniczeń wliczać w koszty uzyskania przychodu. Tym samym, wzięcie auta w leasing było bardziej opłacalne, niż kupno go na własność za gotówkę, ponieważ w tym drugim przypadku można było skorzystać z odpisów amortyzacyjnych wliczanych w koszty uzyskania przychodu, ograniczonych do równowartości 20 tysięcy euro. W ten sposób, ustawo-

dawca zachęcał przedsiębiorców do korzystania z leasingu, dzięki czemu powodował, że chętniej decydowali się oni na pozyskanie auta za jego pomocą, nie musząc wydawać jednorazowo dużej sumy pieniędzy, które mogli wykorzystać w inny sposób. Taki układ był korzystny w istocie dla wszystkich uczestników rynku – nowe auta znajdowały swoich nabywców, przedsiębiorcy cieszyli się coraz nowocześniejszą flotą, a jednocześnie kwoty, które musieliby wydać na zakup nowych samochodów na własność, wciąż pozostawały w ich dyspozycji, dzięki czemu mogli zdecydować się na inne inwestycje.

Proponowane zmiany Propozycja Ministerstwa Finansów zakłada radykalne zerwanie z wyżej opisanym stanem rzeczy. MF proponuje bowiem przeprowadzenie kilku kroków:

- Podniesienie limitu podatkowej amortyzacji o niecałe 70 tys. złotych do poziomu 150 tys. złotych,
- Wprowadzenie limitu zaliczania rat leasingowych do kosztów podatkowych w kwocie 150 tys. złotych,
- Wprowadzenie limitu zaliczania do kosztów podatkowych zarówno rat leasingowych, jak i odpisów amortyzacyjnych w przypadku zakupu samochodu na własność, przy wykorzystywaniu samochodów do celów mieszanych (tj. nie tylko służbowych) do 50 proc. wartości auta.

Podsumowując, ustawodawca planuje zrównać podatkowe skutki wzięcia samochodu w leasing ze skutkami zakupu nowego samochodu, poprzez ustanowienie górnego limitu 150 tysięcy złotych dla obu przypadków, przy jednoczesnym ograniczeniu możliwości zaliczania w koszty rat i odpisów do 50 proc. wartości samochodu w przypadku, w którym auto wykorzystywane jest nie tylko do celów służbowych. Tym samym, w istotny sposób stracą nie tylko leasingobiorcy, którzy nie będą mogli wliczyć w koszty całości rat leasingowych, ale także osoby, które planują zakupić na własność auto o wartości nieprzekraczającej ok. 170 tysięcy złotych i wykorzystywać je nie tylko do celów służbowych. O ile bowiem do tej pory, przy zakupie auta za 150 tys. zł, mogli oni zaliczyć w koszty odpisy amortyzacyjne do kwoty ok. 86 tysięcy złotych, o tyle po wprowadzeniu w życie omawianych zmian, będą mogli skorzystać z odpisów tylko do kwoty 75 tysięcy złotych (połowa wartości samochodu). W analogicznym przypadku, leasingobiorca może dzisiaj wliczyć w koszty wszystkie raty, a po wprowadzeniu zmian będzie ograniczony również do kwoty 75 tysięcy złotych, czyli suma, którą może wliczyć w koszty zmniejszy się dwukrotnie.

Proponowany system w istotny sposób premiuje zakup na własność aut droższych – do wartości 300 tysięcy złotych. W ich przypadku, przedsiębiorca kupujący samochód może liczyć na wliczenie w koszty odpisów amortyzacyjnych do kwoty 150 tys. zł, czyli niemal dwukrotnie więcej, niż w tej chwili.

Uważamy, że zaproponowany model jest skrajnie niesprawiedliwy i szkodliwy dla wszystkich użytkowników rynku. Pozostaje tajemnicą, dlaczego Ministerstwo Finansów zdecydowało się zatrzymać tak dynamicznie rosnący segment sprzedaży nowych samochodów. Zyskują na nim bowiem nie tylko przedsiębiorcy (i ci, którzy samochody sprzedają, i ci, którzy potem z nich korzystają), ale również państwo – z uwagi na wpływy z tytułu VAT, akcyzy i innych podatków. Uważamy, że przedstawiona propozycja jest całkowicie absurdalna. Można ją wręcz nazwać sabotowaniem dobrze prosperującej i dynamicznie rozwijającej się branży. Nie istnieją żadne racjonalne argumenty uzasadniające wprowadzenie proponowanych przez Ministerstwo Finansów rozwiązań. Apelujemy zatem o wycofanie się z tych szkodliwych propozycji i umożliwienie Polakom jeżdżenia coraz nowszymi autami – wszak rząd zdaje się dbać o czystość powietrza, a nie ma wątpliwości, że niskoemisyjne będą raczej nowsze pojazdy, niż starsze.