

Raport Managerski

Potencjał Flotowy Firm

Nietransportowych 2019

Raport o przedsiębiorstwach inwestujących
we własną flotę ciężarową (pow. 3,5 t)

OFERTA SPRZEDAŻY RAPORTÓW KOMERCYJNYCH: zakup z licencją niewyłączną, krajową
Branża: motoryzacja
Sygn. 456/11/2018 KERALLA RESEARCH 2018

raporty@keralla.pl
T +48 71 335 77 82

Wiele sektorów – jedna specjalizacja. Marketingowe i rynkowe badania w firmach (B2B)

KERALLA
RESEARCH
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B

POTENCJAŁ FLOTOWY FIRM NIETRANSPORTOWYCH 2019

RAPORT O PRZEDSIĘBIORSTWACH INWESTUJĄCYCH
WE WŁASNĄ FLOTĘ CIĘŻAROWĄ (pow. 3,5 t)



KERALLA
RESEARCH
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B

Raport managerski
opracowany przez Instytut Keralla Research

Z RAPORTU DOWIESZ SIĘ MIĘDZY INNYMI:

- Jakie są motywy inwestowania** firm we własną flotę ciężarową?
- Jaki potencjał ma ten segment** klienta? Ile firm w Polsce inwestuje we własne floty ciężarowe? Czy rozmiar ich flot zwiększa się? Czy firmy te zaczynają świadczyć transport innym podmiotom?
- Jakie czynniki wpływają na wybór** pojazdów ciężarowych powyżej 3,5 t?
- W jaki sposób finansują flotę** firmy nietransportowe? Leasing producencki czy zewnętrzny? Który jest lepiej dostosowany do specyfiki branżowej i czy zauważalne są już zmiany w obszarze finansowania, które zachodzą w segmencie firm przewozowych TSL
- Jak kształtuje się znajomość i użytkowanie** wynajmu długoterminowego?
- Jak oceniane są zmiany** wynikające z usieciowienia taboru (Logistyka 4.0)?
- Co będzie największym wyzwaniem** w zarządzaniu flotą ciężarową w 2019 roku?
- W jakie marki ciągników siodłowych inwestują** firmy z transportem na potrzeby własne?

WSPARCIE STRATEGII

KEY FINDINGS

1. Szacowany rozmiar segmentu firm nietransportowych inwestujących we flotę ciężarową.....	5
I. INWESTYCJE, FINANSE, PRAKTYKI ZAKUPOWE	
1. Sposób przewożenia towarów oraz polityka inwestowania we własną flotę ciężarową.....	7
2. Świadczenie usług przewozu innym podmiotom przez firmy z własną flotą ciężarową.....	8
3. Motywy inwestowania we własną flotę ciężarową.....	9
4. Czynniki wyboru przy zakupie pojazdów ciężarowych w firmach nietransportowych.....	10
5. Źródła pochodzenia pojazdów ciężarowych oraz częstotliwość inwestycji we flotę.....	11
6. Zmiany w potencjale flot ciężarowych (wg rozmiaru).....	12
7. Źródła finansowania floty ciężarowej w firmach nietransportowych.....	13
8. Leasing producencki w segmencie klienta z własną flotą ciężarową.....	14
9. Profile zakupowe: plany inwestycyjne a zatrudnienie, branża, typ przewozów.....	15
10. Planowane inwestycje we flotę na 2019 rok wg typu pojazdu.....	16
11. Profile zakupowe: kryteria wyboru pojazdów i dominująca marka ciągników siodłowych.....	17
II. TRENDY, INNOWACJE, WYZWANIA NA ROK 2019	
1. Wyzwania na rok 2019 w polityce zarządzania własną flotą ciężarową.....	19
2. Postawy firm z własnym transportem ciężarowym wobec usieciowienia (Logistyka 4.0).....	20
3. Zakładane konsekwencje usieciowienia (Logistyki 4.0) w 2019.....	21
4. Poziom znajomości usługi wynajmu długoterminowego pojazdów ciężarowych i dostawczych.....	22
III. METODOLOGIA BADANIA, CHARAKTERYSTYKA BADANYCH FIRM, INFORMACJE LICENCYJNE	
1. Metodologia badania.....	24
2. Średni wiek pojazdów i dominujące marki ciągników siodłowych we flotach.....	25
3. Profile zakupowe: kategorie posiadanych pojazdów a rozmiar flot.....	26
4. Charakterystyka firm z własną flotą: zatrudnienie, branża, typ działalności.....	27
5. Charakterystyka firm z własną flotą: kapitał, kierunki, rodzaj przewożonego ładunku.....	28
6. Charakterystyka firm z własną flotą w ujęciu regionalnym.....	29

INFORMACJE LICENCYJNE

WSPARCIE MARKETINGU I SPRZEDAŻY

Metodyka badania

- **Ogólnopolskie badanie wśród 250 firm posiadających transport na własne potrzeby, dobranych losowo.** Pomiar wykonano w miesiącach wrzesień – listopad 2018 r. techniką CATI (standaryzowane wywiady telefoniczne z pełną kontrolą poprawności doboru respondenta).
- **Respondent: właściciel, współwłaściciel (w przypadku mniejszych firm), fleet manager, dyrektor lub inna osoba wskazana jako odpowiedzialna i/lub zarządzająca flotą ciężarową w firmie.**
- **Badanie prowadzono wyłącznie wśród firm posiadających minimum 3 pojazdy ciężarowe,** prowadzących aktywną działalność zarobkową, z wyłączeniem podmiotów w stanie zawieszenia lub upadłości likwidacyjnej.
- **W raporcie umieszczono dodatkowe informacje z tzw. analiz krzyżowych. Analizy wykonano dla** wszystkich pytań przez tzw. zmienne metrykowe typu zatrudnienie, branża, typ przewozów, kapitał. Tylko, gdy różnice w odpowiedziach (rozkładach częstości) były istotne statystycznie (co sprawdzono testami SPSS), informację umieszczono w raporcie w postaci profilu lub charakterystyki.
- **Wynik testu informuje, czy pomiędzy grupami firm, ich opiniami, praktykami zakupowymi, a cechami są** różnice, które warto wziąć pod uwagę, np. podczas projektowania kampanii, budowania strategii, tworzenia segmentacji, przy pracach nad programem lojalnościowym, na etapie budżetowania wydatków wspierających całokształt działań marketingowo-sprzedażowych firmy.

- Data wydania raportu: listopad 2018
- Stron: 30 (PowerPoint)
- Format dostawy: elektronicznie PDF
- Język: polski
- Cena licencji krajowej: 3.470 PLN netto.
- [Kup raport](#)



Wydawca:

Keralla Research Instytut Badań i Rozwiązań B2B
Ul. Kazimierza Wielkiego 67
50-077 Wrocław Polska
T 48 71 335 77 82
www.keralla.pl
raporty@keralla.pl



Wiele sektorów – jedna specjalizacja. Marketingowe i rynkowe badania w firmach (B2B)

KERALLA
RESEARCH
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B