

Raport Managerski Finanse Inwestycje Trendy Branży Transportowej w 2019 roku

OFERTA SPRZEDAŻY RAPORTÓW KOMERCYJNYCH: zakup z licencją niewyłączną, krajową
Branża: motoryzacja, transport – branża TSL
Sygn. 457/04/2019 KERALLA RESEARCH 2019

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

FIT TSL 2019

Finanse, inwestycje, trendy branży transportowej w 2019 roku

Raport opracowany przez Instytut Keralla Research
Kwiecień 2019

**KERALLA
RESEARCH**
INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B

Raport managerski
opracowany przez Instytut Keralla Research

CO BĘDZIE KSZTAŁTOWAĆ BRANŻĘ W NASTĘPNYCH MIESIĄCACH B.R.?

- ❑ Co będzie **kształtować branżę TSL** do końca roku 2019?
- ❑ Czy **aktualnie obserwowane zmiany** (Brexit, Pakiet Mobilności, regulacje rządowe, braki kadrowe) – zmarginalizują rolę polskiego rynku usług przewozowych czy będą impulsem do szukania nowych przewag konkurencyjnych?
- ❑ Jakie **drivery zmian będą kształtować polski sektor TSL** i jakie czynniki będą oddziaływać na sytuację branży w kolejnych miesiącach?
- ❑ Jak **duży jest dziś rynek firm przewozowych** (wg licencji, zezwoleń i szacunków własnych – liczba firm aktywnie działających w branży transportu towarów)? Uwaga! Potwierdziły się nasze ubiegłoroczne prognozy wskazujące na spadek dynamiki wydawanych zezwoleń. Co to oznacza dla partnerów branży TSL?

WSPARCIE STRATEGII

USIECIOWIENIE, KIEROWCY, KONKURENCYJNOŚĆ – JAK BRANŻA PLANUJE SOBIE PORADZIĆ Z WYZWANIAM I W 2019 ROKU?

- ❑ Jak zmieniły się **postawy transportowców wobec nowych wyzwań**, które wiążą się z m.in. z **usieciowieniem** i przechodzeniem branży na wyższy level sztuki biznesowej, czyli **Transport 4.0**? Czy przewoźnicy są **przygotowani mentalnie** do nadchodzących zmian?
- ❑ Co świadczy o **konkurencyjności polskich przewoźników**? Na ile w ocenie firm naszą przewagą są wciąż niższe koszty?
- ❑ W jaki sposób transportowcy określają **politykę prowadzonej przez siebie działalności**? Czy branża „stawia” na sieciowość i technologię czy raczej na zmianę podejścia z posiadania na rzecz użytkowania pojazdów?
- ❑ W aktualnym raporcie również **metody pozyskiwania kierowców** w kontekście niedoboru pracowników w branży TSL. W jaki sposób przewoźnicy rekrutują kierowców? Czy zauważają wzrost oczekiwań kierowców?

I. NASTROJE, KONDYCJA, PROGNOZY I WSKAŹNIK FIT NA 2019 ROK

1. Aktualna i prognozowana liczba frachtu w 2019	6
2. Powody zmian skali obsługiwanego frachtu w 2019	7
3. Plany dotyczące skali działalności do 2021 i postawy wobec przeniesienia działalności poza Polskę	8
4. Aktualna i prognozowana skala zatorów w 2019	9
5. Aktualna i prognozowana skala upadłości w 2019	10
6. Skala niewypłacalnych spółek zgłoszonych do KRS	11
7. Rozmiar rynku transportowego - tendencje i zmiany	12
8. Charakterystyka rynku TSL wg województw i formy prawnej	13
9. Wartość wskaźnika Finanse Inwestycje Trendy na 2019 rok	14
10. O czym informuje wskaźnik FIT branży transportowej?	15

II. DRIVERY ZMIAN, CZYNNIKI WAŻNE DLA KONDYCJI BRANŻY TRANSPORTOWEJ W 2019

1. Drivery zmian branży transportowej w 2019 roku	17
2. Drivery ekonomiczne	18
3. Drivery ustawodawcze	19-20
4. Drivery społeczne	21
5. Drivery technologiczne	22
6. Na czym firmy TSL planują w 2019 opierać konkurencyjność?	23
7. Przewagi polskich przewoźników (cytaty)	24
8. Plany firm transportowych na utrzymanie przewag konkurencyjnych w 2019 r. – cz. I – IV	25-28
9. Konsolidacja operatorów logistycznych i rola alternatywnych form transportu	29
10. Czynniki wskazywane jako ważne dla branży w 2019	30
11. Czynniki wskazywane jako mniej ważne dla branży w 2019	31
12. Profile: ocena sytuacji w branży wg typu transportu, stażu firmy i rozmiaru floty	32
13. Trendy w polskiej branży transportowej (cytaty)	33

III. FINANSE, INWESTYCJE, OCZEKIWANE METODY WSPARCIA FINANSOWEGO DLA TSL

1. Planowane inwestycje według źródeł finansowania w 2019	35
2. Planowane inwestycje według kategorii pojazdów	36
3. Ekspansja leasingu producenckiego w 2019	37
4. Ocena dostępnych form finansowania w branży TSL	38
5. Brakujące formy finansowania (cytaty)	39
6. Profile zakupowe: plany inwestycyjne a zatrudnienie, flota, typ transportu, obsługiwane kierunki	40

IV. METODY POZYSKIWANIA KIEROWCÓW, USIECIOWIENIE I BEZPIECZEŃSTWO, PRZYGOTOWANIE DO SUKCESJI

1. Oczekiwania kierowców wobec warunków pracy	42
2. Sposoby radzenia sobie branży TSL z rekrutacją kierowców	43
3. Postawy przewoźników wobec usieciowienia	44
4. Wpływ usieciowienia na bezpieczeństwo drogowe	45
5. Profile: usieciowienie a staż firmy na rynku, typ transportu, wykonywane przewozy, źródło pochodzenia floty	46
6. Przygotowanie branży TSL do sukcesji	47

V. METODOLOGIA BADANIA, CHARAKTERYSTYKA BADANYCH FIRM TRANSPORTOWYCH, INFORMACJE LICENCYJNE

1. Metodologia badania	49
2. Charakterystyka badanych firm transportowych	50-51
3. Informacje licencyjne	52

Metodyka badania

- **Ogólnopolskie badanie wśród 300 firm transportowych, dobranych losowo, zajmujących się krajowym i międzynarodowym przewozem towarów.**
- Pomiar wykonano w marcu 2019 techniką CATI (standaryzowane wywiady telefoniczne z pełną kontrolą poprawności doboru respondentą).
- **Respondent:** właściciel/współwłaściciel (w przypadku mniejszych firm), dyrektor, główny logistyk lub inna osoba wskazana jako decyzyjna, współzarządzająca firmą.
- Badanie prowadzono wyłącznie wśród firm transportowych prowadzących aktywną działalność zarobkową, z wyłączeniem podmiotów w stanie zawieszenia lub upadłości likwidacyjnej
- **Na potrzeby opracowania raportu wykonano też analizy danych wtórnych. W tym zwłaszcza poddano analizom stan i zmiany w liczbie wydanych zezwoleń i licencji, danych o skali likwidacji, upadłości.**
- W raporcie umieszczono też dodatkowe informacje z tzw. analiz krzyżowych. Profile wykonano dla wszystkich pytań przez tzw. zmienne metrykowe typu zatrudnienie czy flota. Tylko, gdy różnice w odpowiedziach (rozkładach częstości) były istotne statystycznie (co sprawdzono specjalistycznymi testami SPSS), informację umieszczono w raporcie. Wynik testu tego typu sygnalizuje, że pomiędzy grupami, ich opiniami lub praktykami, a cechami z metryczki, są różnice, które warto wziąć pod uwagę np. podczas projektowania kampanii reklamowych, w budowaniu programów lojalnościowych czy na etapie budżetowania wydatków wspierających całokształt działań marketingowo-sprzedażowych firmy.

- ❑ Data wydania raportu: 2Q2019
- ❑ Stron: 52 (PowerPoint)
- ❑ Format dostawy: elektronicznie PDF
- ❑ Język: polski
- ❑ Cena licencji krajowej: 3 470 PLN netto.
- ❑ Proste zamówienie



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