



STOWARZYSZENIE  
DYSTRYBUTORÓW  
I PRODUCENTÓW  
CZĘŚCI  
MOTORYZACYJNYCH

# Barometr Branży Części Motoryzacyjnych w Polsce

Badanie przeprowadzone przez SDCM i Frost & Sullivan

I kw. 2018

F R O S T & S U L L I V A N

# Cel Badania



Dynamiczny wzrost rynku e-commerce, coraz silniejsza konkurencja oraz nadchodzące zmiany w przepisach podatkowych mogą znacząco wpłynąć na kierunki rozwoju segmentu dystrybucji i sprzedaży części motoryzacyjnych.

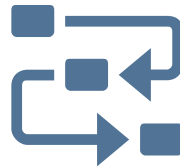
Rozwój nowych rodzajów napędów, ewolucja w stronę inteligentnej produkcji w zakresie Przemysłu 4.0 oraz konkurencyjność segmentu części regenerowanych wymagają od producentów części motoryzacyjnych podejmowania odpowiednich decyzji biznesowych, aby reagować na przyszłe zmiany i wyzwania.

Nowe narzędzia niezbędne w procesie zwiększenia lojalności klientów punktów serwisowych wymagają szybkiego dostosowania się do wymagań rynku.

- **Jaką opinię mają menedżerowie odnośnie bieżących oraz przyszłych trendów w branży?**
- **Jak się przygotowują do wyzwań i w jaki sposób zwiększają swoją konkurencyjność?**

W celu uzyskania odpowiedzi na te i inne pytania **Stowarzyszenie Dystrybutorów i Producentów Części Motoryzacyjnych** wraz z międzynarodową firmą doradczą **Frost & Sullivan** przygotowało **Barometr Branży Części Motoryzacyjnych w Polsce**.

# Metodologia Barometru

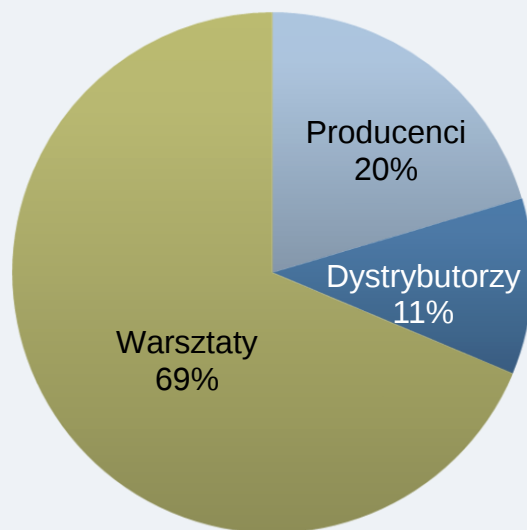


# Metodologia Barometru



- 201 respondentów – menedżerowie i właściciele
- 3 grupy podmiotów – producenci, dystrybutorzy, warsztaty
- 10 dostosowanych pytań do każdej z grup = 30 pytań
- Pytania zamknięte jednokrotnego, wielokrotnego wyboru oraz z możliwością zaznaczenia własnej odpowiedzi w rubryce „inne”
- Badanie internetowe przeprowadzone w styczniu-lutym 2018 przez SDCM i Frost & Sullivan

## Respondenci



# Produkcja części motoryzacyjnych



# Produkcja części – problemy



## Jakie są główne problemy, które utrudniają rozwój fabryk części motoryzacyjnych w Polsce?



\*brak odpowiedniej liczby wykwalifikowanych pracowników technicznych, rosnące koszty prowadzenia działalności oraz podejście organów państwowych

# Produkcja części – zagrożenia



## W czym upatrujesz największych zagrożeń w rozwoju firmy/fabryki?

brak wykwalifikowanego personelu (brak dostosowania  
profilu nauczania)

56%

rosnące koszty produkcji

51%

rosnące płace pracownicze

51%

zbyt częste zmiany prawa

32%

niejasna polityka w stosunku do inwestorów  
zagranicznych

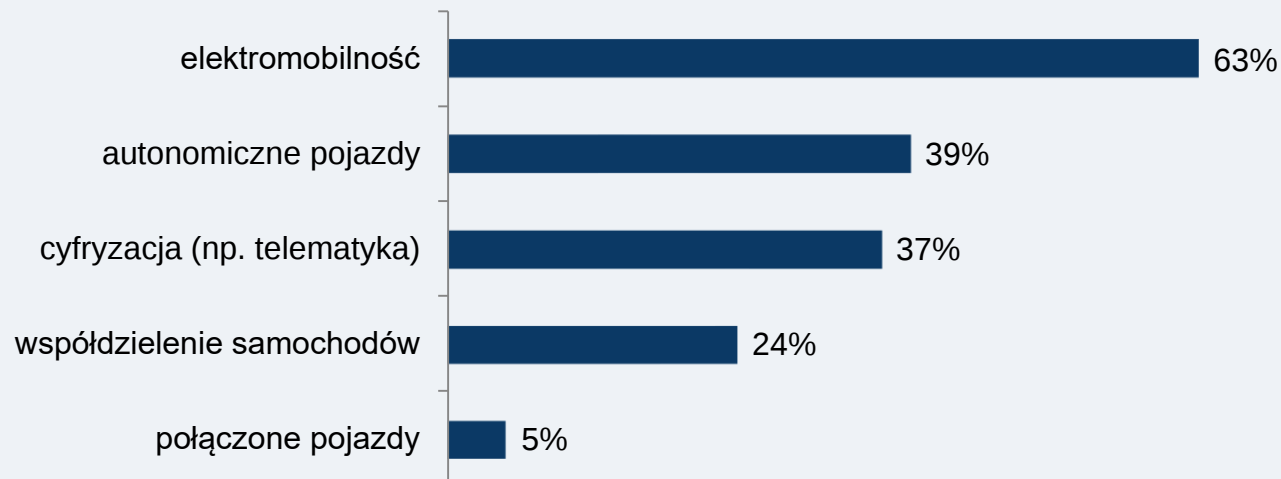
7%

inne - biurokratyzacja i obawa przed zbytnią ingerencją  
Państwa

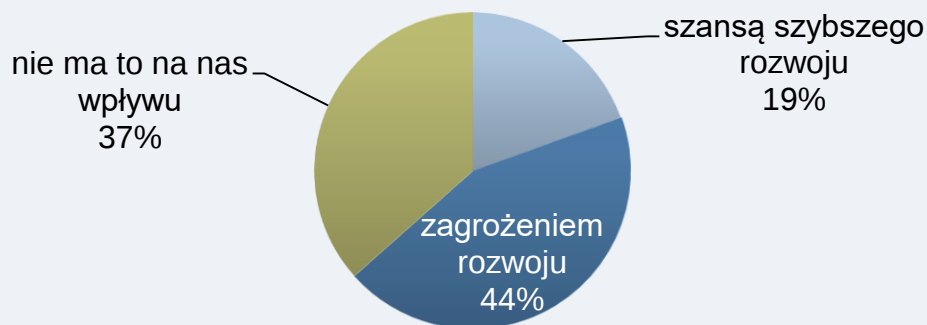
2%



## Które z mega trendów w największym stopniu zmieniają rynek handlu i usług w motoryzacji?



## Gwałtowny rozwój elektromobilności dla Twojej firmy jest





**Jeżeli działalność Państwa firmy zakłada niski poziom kooperacji / współpracy to jaki jest tego powód?**



# Produkcja części – Przemysł 4.0



## Co najbardziej może motywować przedsiębiorstwa do transformacji w stronę Przemysłu 4.0?



## Jakie są podstawowe bariery wejścia na drogę transformacji w stronę Przemysłu 4.0?



\*ograniczone zaufanie do partnerów ze względu na obawę przed utratą własnego know-how

# Produkcja części – segment części regenerowanych



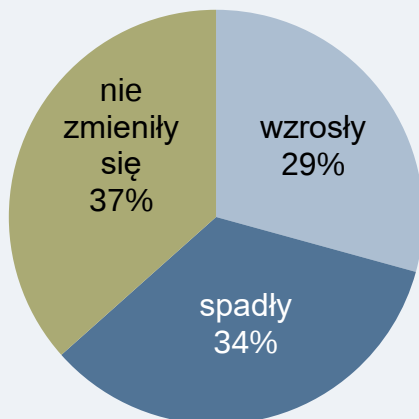
## Jak widzisz rozwój segmentu produkcji części regenerowanych?



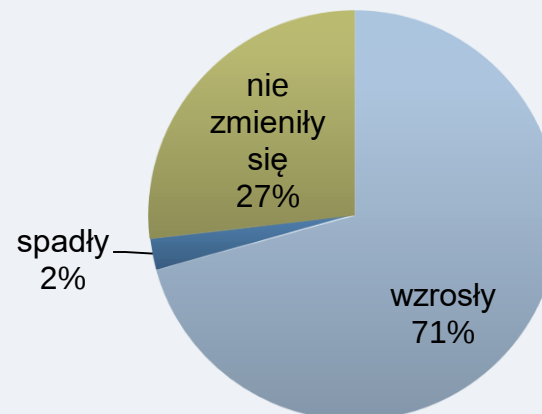
# Produkcja części – wyniki operacyjne w 4 kw. 2017 do 3 kw. 2017



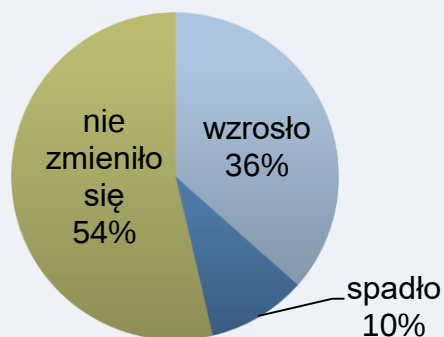
## Przychody



## Koszty



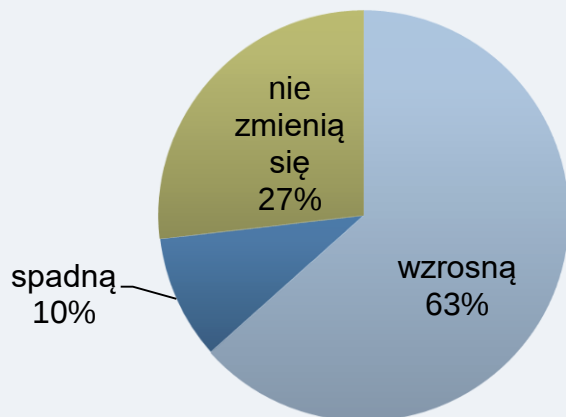
## Zatrudnienie



# Produkcja części – prognoza wyników operacyjnych w 1 kw. 2018 do 4 kw. 2017



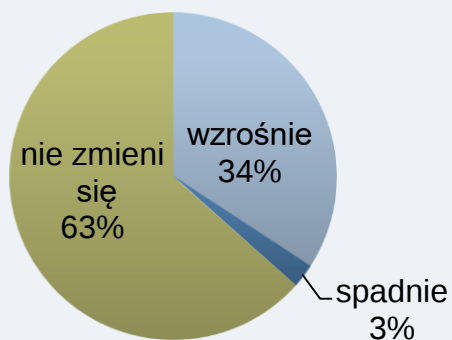
## Przychody



## Koszty



## Zatrudnienie



# Dystrybucja części motoryzacyjnych



# Dystrybucja części – problemy



Które z poniższych stanowią największy problem dla firmy?



# Dystrybucja części – trendy



Jak oceniasz wpływ zapowiadanego wprowadzenia split payment na segment handlu częściami motoryzacyjnymi?



Jak firma widzi rozwój elektronicznej sprzedaży części (e-commerce) w Polsce?

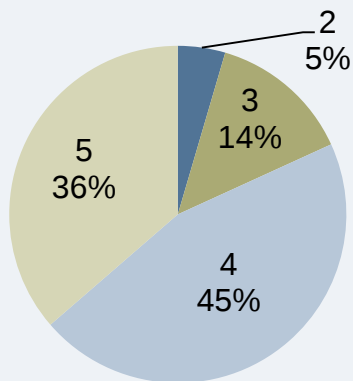




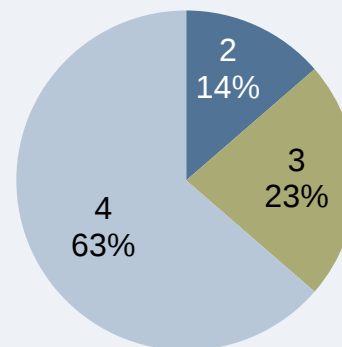
# Dystrybucja części – poziom wojen cenowych



## Poziom wojen cenowych w 2017 r. w skali od 1 do 5 w segmencie produktów premium



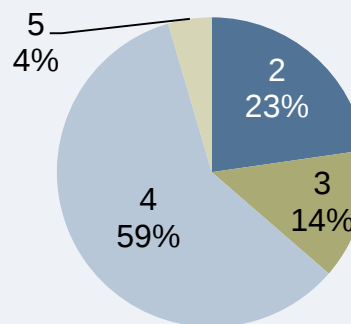
## Poziom wojen cenowych w 2017 r. w skali od 1 do 5 w segmencie produktów średniej półki



- 1 - nie występują
- 2- czasami występują, ale nie mają dużego wpływu
- 3 - występują, ale mają ograniczony wpływ na opłacalność
- 4 - występują i mają znaczący wpływ na opłacalność
- 5 - całkowicie niszczą opłacalność



## Poziom wojen cenowych w 2017 r. w skali od 1 do 5 w segmencie tanich części

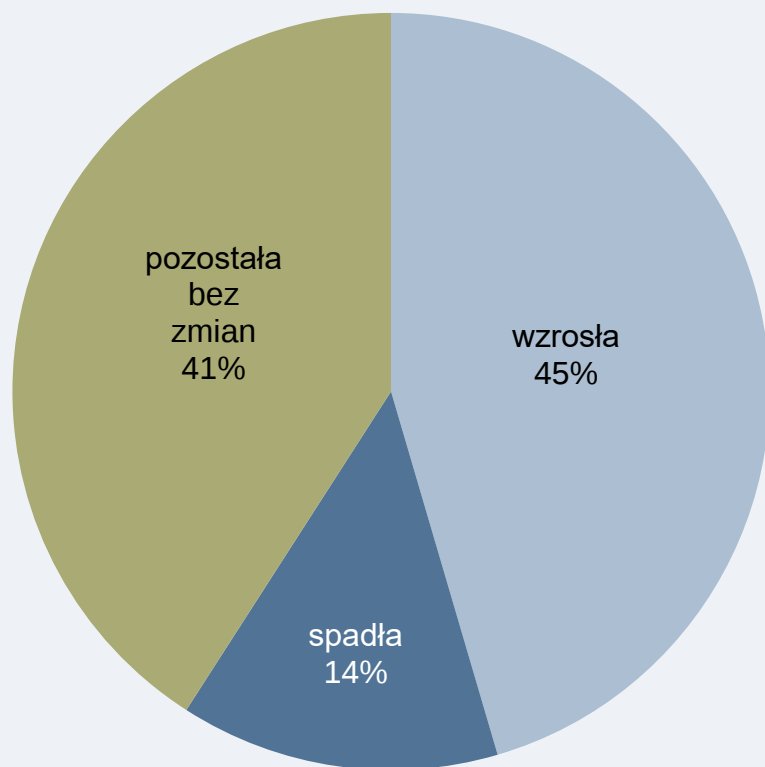




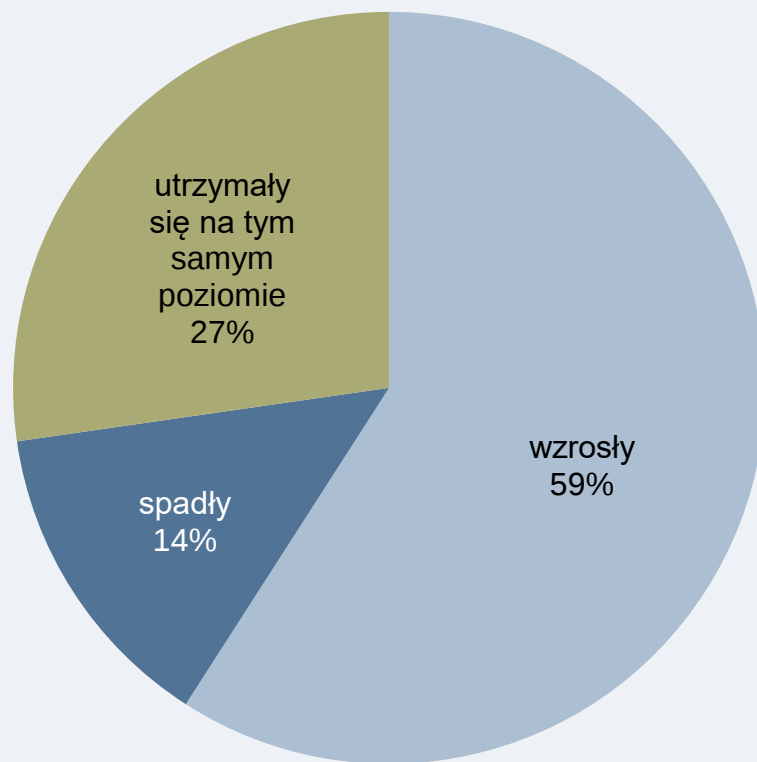
## Dystrybucja części – wyniki w 2017 r.



Czy w 2017 r. rotacja zapasów magazynowych firmy w porównaniu do 2016 r.



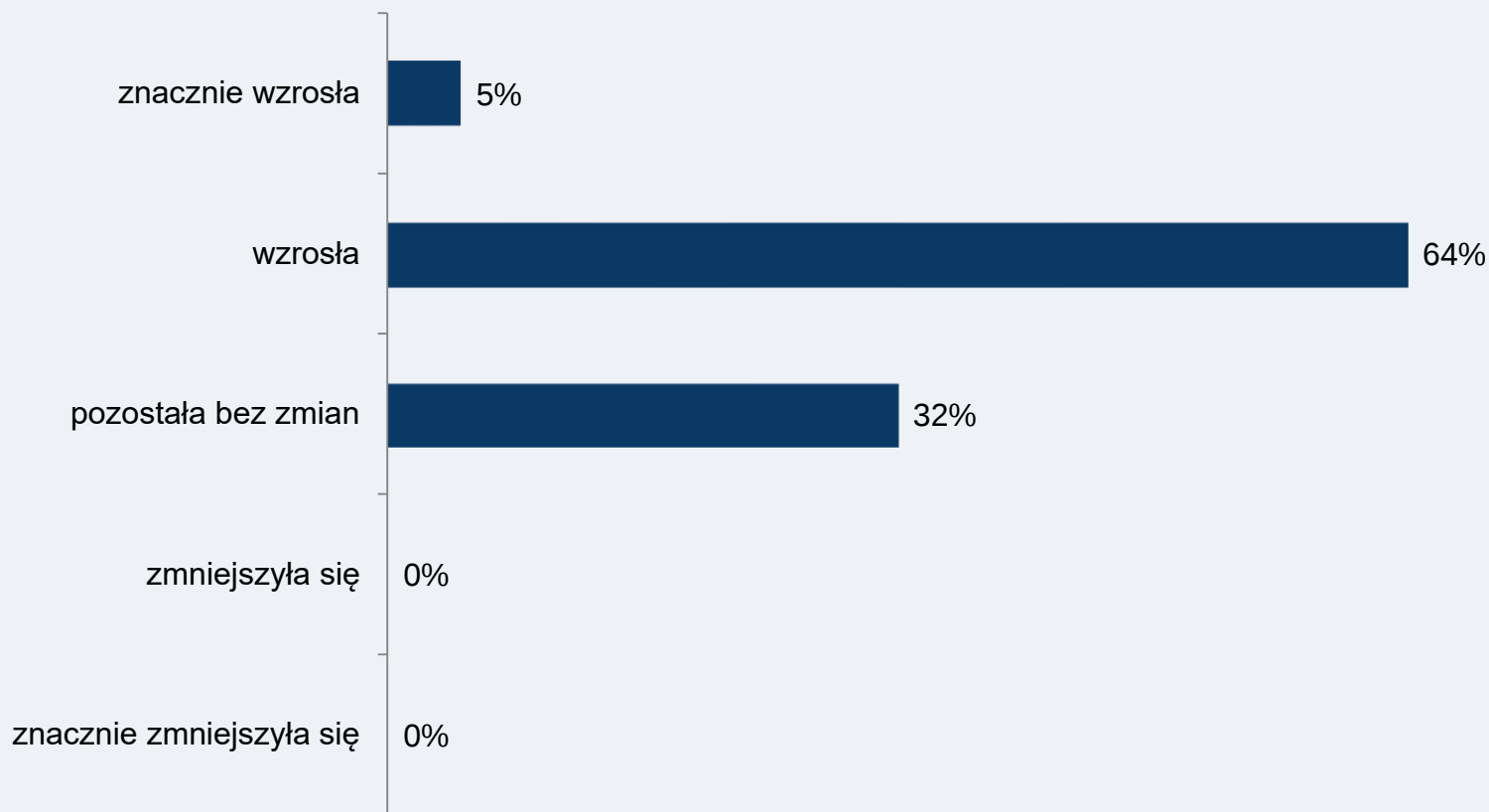
Nakłady inwestycyjne firmy w Polsce w 2017 w stosunku do 2016 r.



# Dystrybucja części – aktywność sektora OES



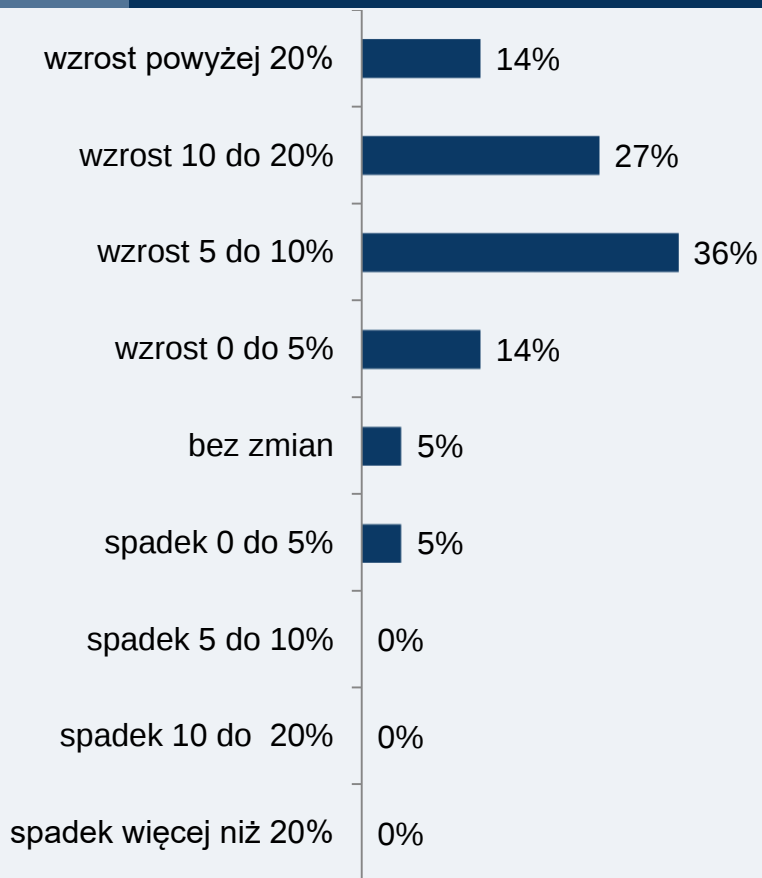
Jak w 2017 r. zmieniła się aktywność sektora OES w obszarze sprzedaży części zamiennych?



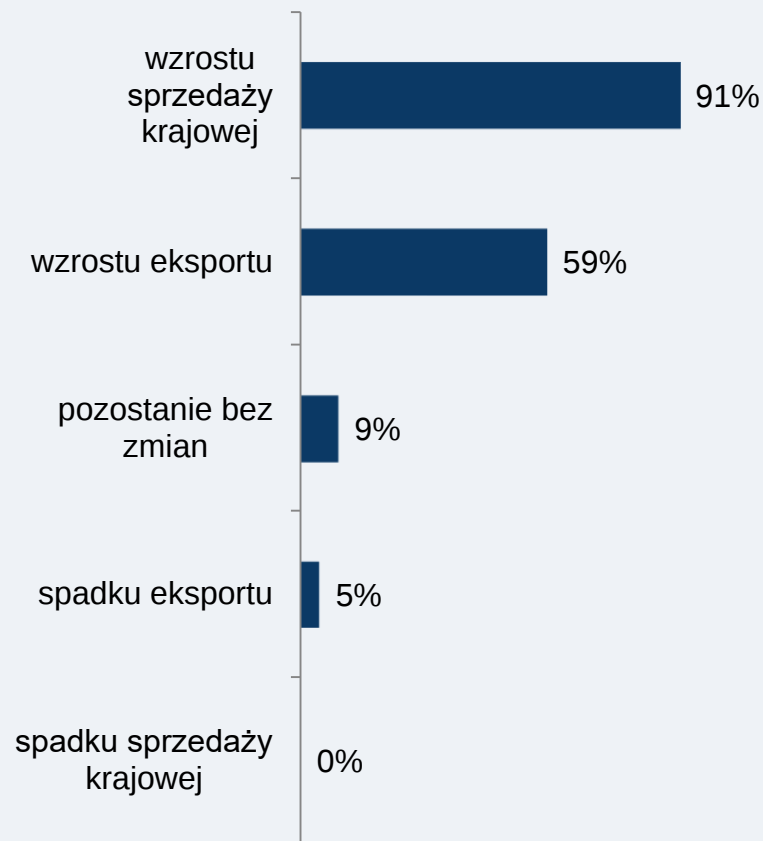
# Dystrybucja części – prognoza zmiany przychodów w 2018 r.



## Prognozowana zmiana przychodów firmy na 2018 w porównaniu do 2017 r.?



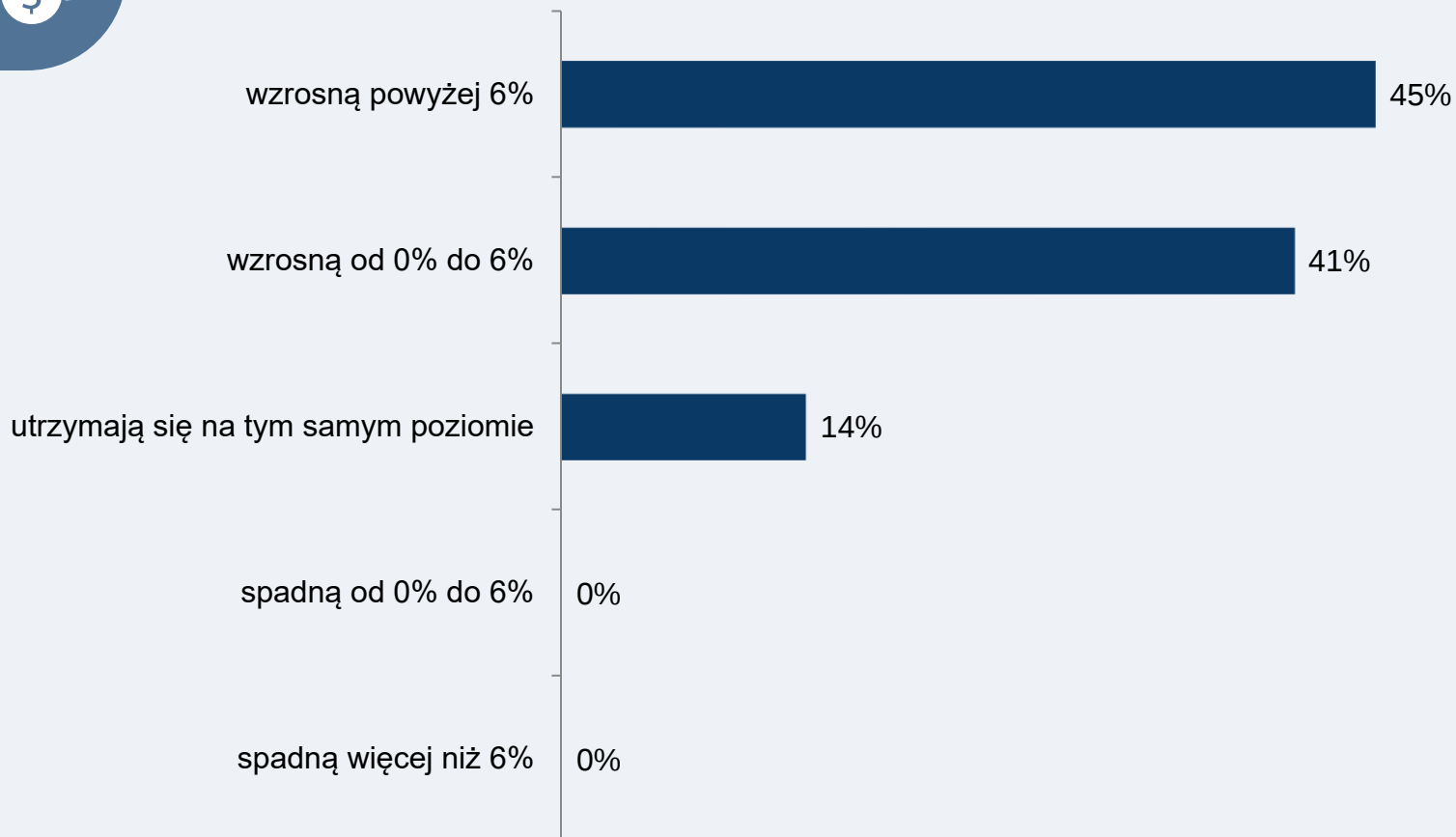
## Zmiana wartości przychodów w Państwa firmie w 2018 r. nastąpi w wyniku



## Dystrybucja części – prognoza zmiany kosztów w 2018 r.



Jak zmienią się koszty w 2018 r. w stosunku do 2017 r.?



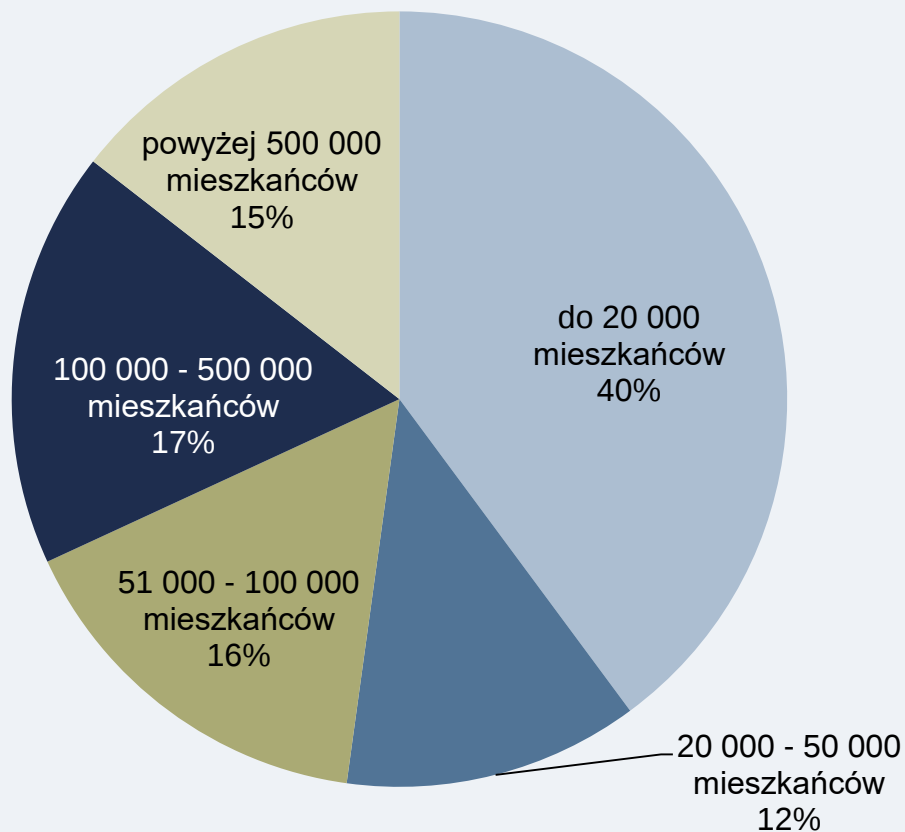
# Serwis i naprawy





## METRYCZKA

Podaj wielkość miejscowości, w której działa warsztat:





## Jakie narzędzia stosujesz aby przyczynić się do tego żeby klient powracał do Twojego warsztatu?

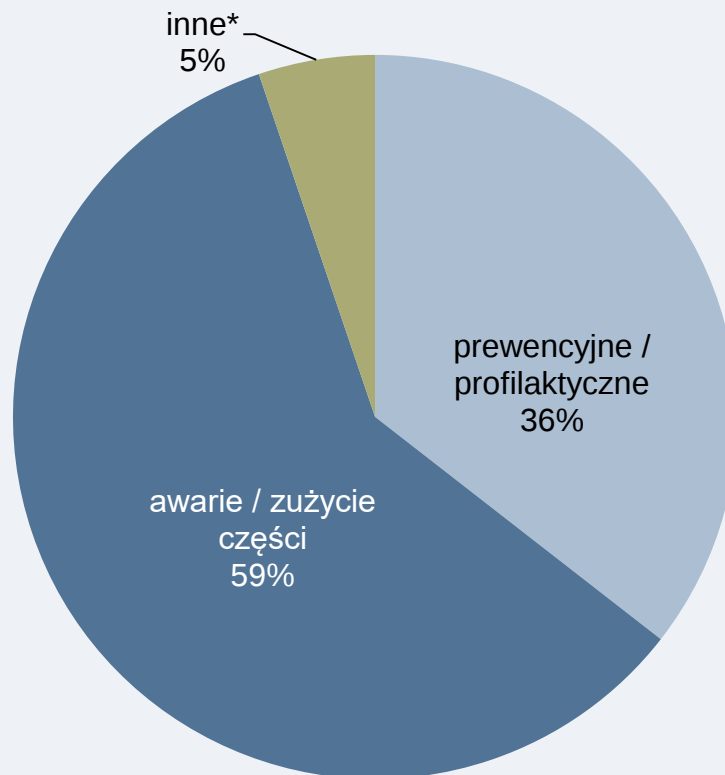


\*m.in. SMS z promocjami, reklama w mediach, kontakt telefoniczny, informowanie klienta na bieżąco o dodatkowych naprawach lub trudnościach, promocje w postaci podarunków z akcesoriami do samochodu, dodatkowe przeglądy gratisowe, prowadzenie kartoteki wykonanych usług

# Serwis i naprawy – rodzaje wizyt klientów



Jakie udziały procentowe stanowią poszczególne rodzaje wizyt klientów?

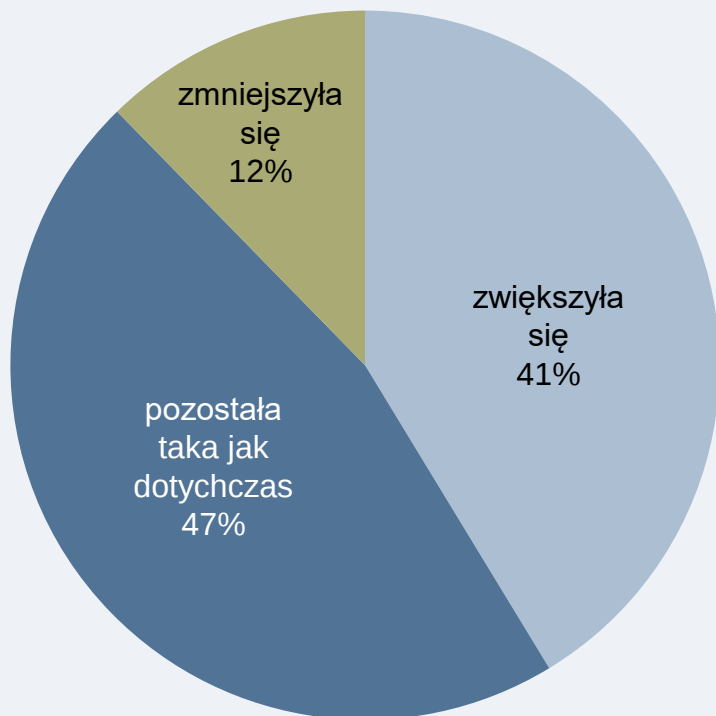


\*m.in. wymiana opon, optymalizacja osiągnięć silnika, naprawy układów elektrycznych np. sterownika silnika., uszkodzenia szyb, dodatkowe czynności serwisowe – informacje dotyczące obsługi oraz naprawy pojazdu, polerowanie reflektorów, ochrona i zabezpieczenie podwozia / nadwozia oraz lakieru, wymiany olejów, obsługa klimatyzacji

# Serwis i naprawy – wyniki operacyjne w 4 kw. 2017 do 3 kw. 2017



Czy w Twoim warsztacie liczba klientów w 4 kwartale 2017 roku w stosunku do 3 kwartału:



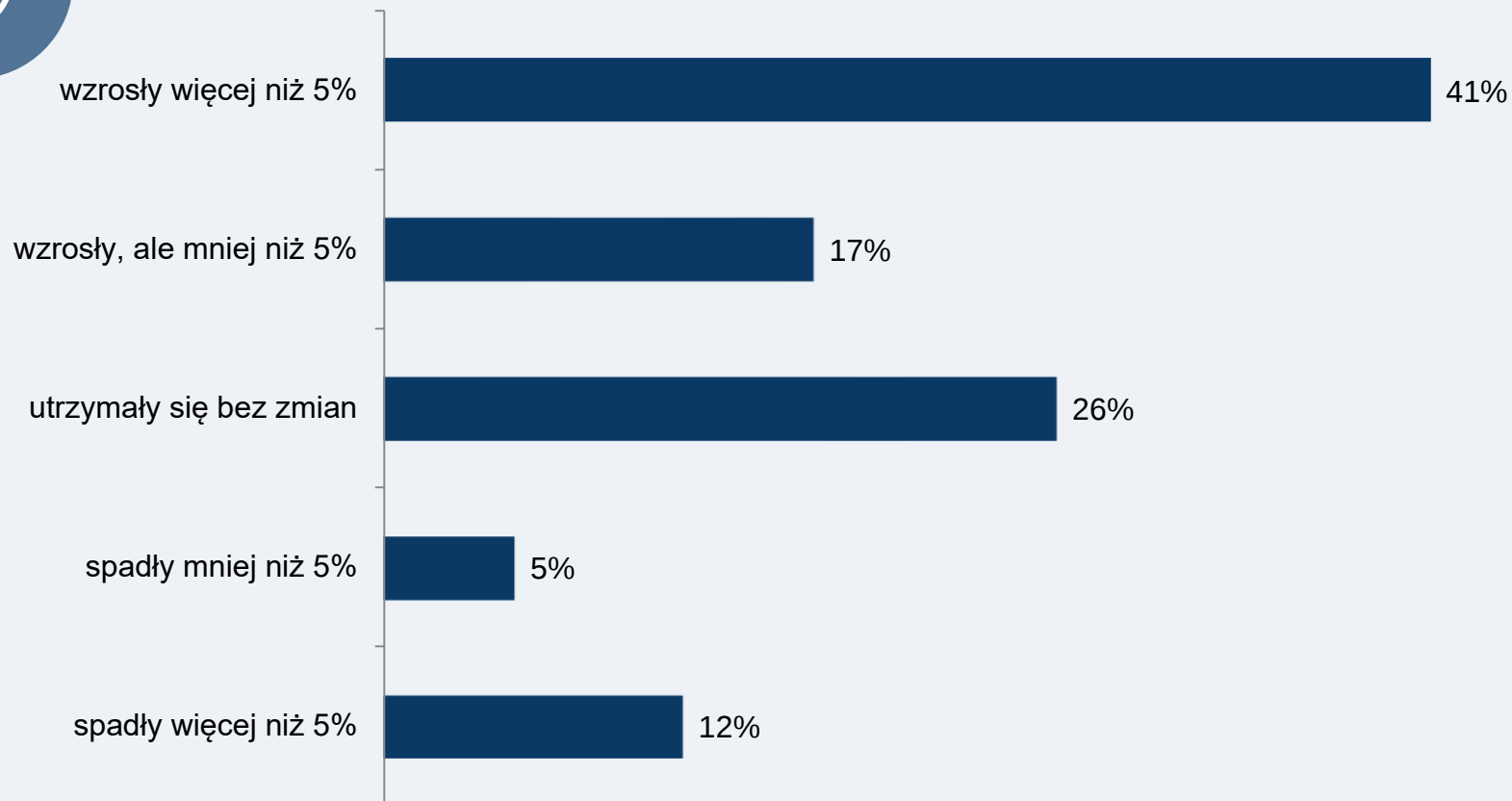
Czy cena roboczogodziny w ostatnim kwartale 2017 roku w porównaniu do trzeciego kwartału 2017:



## Serwis i naprawy – zmiana przychodów w 2017 r.



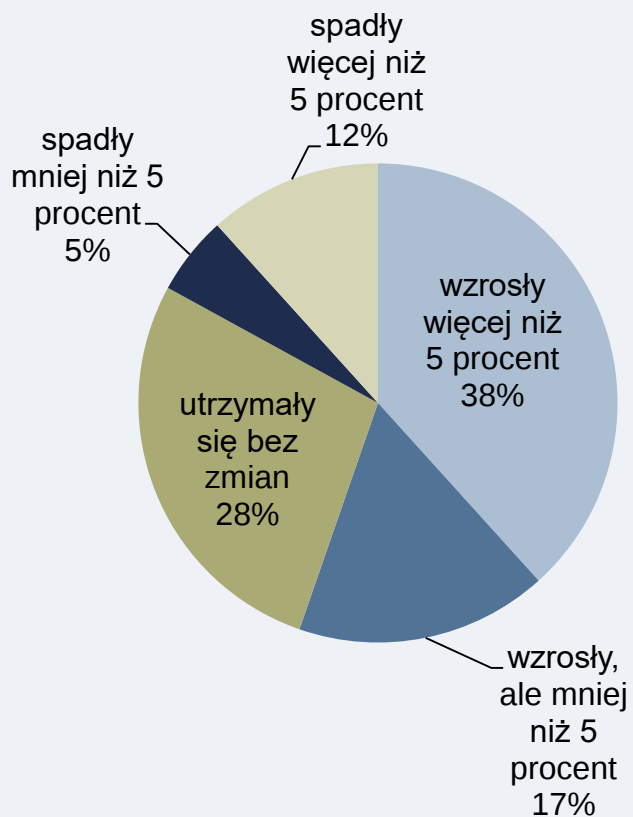
Jaka jest procentowa zmiana przychodów serwisu w 2017 roku w porównaniu z rokiem 2016?



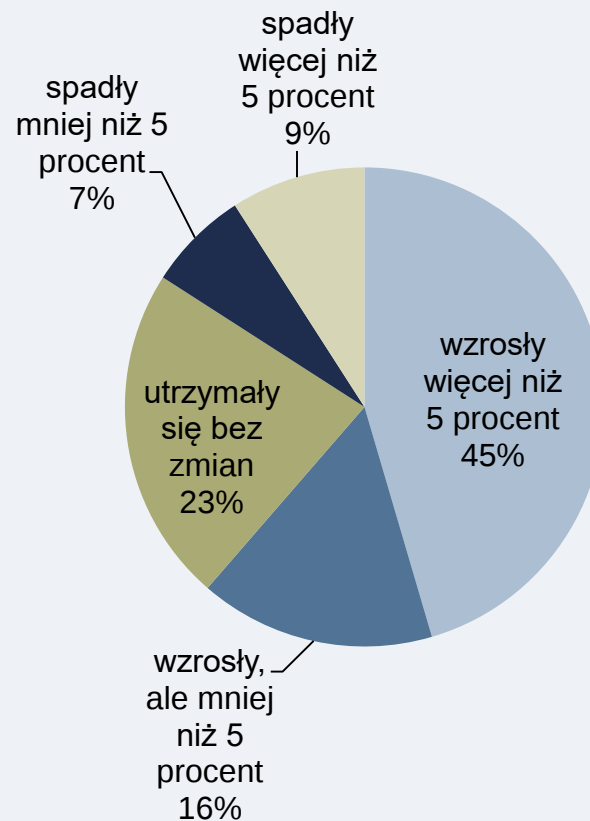
# Serwis i naprawy – zmiana przychodów w małych i dużych miastach w 2017 r.



do 100 000 mieszkańców



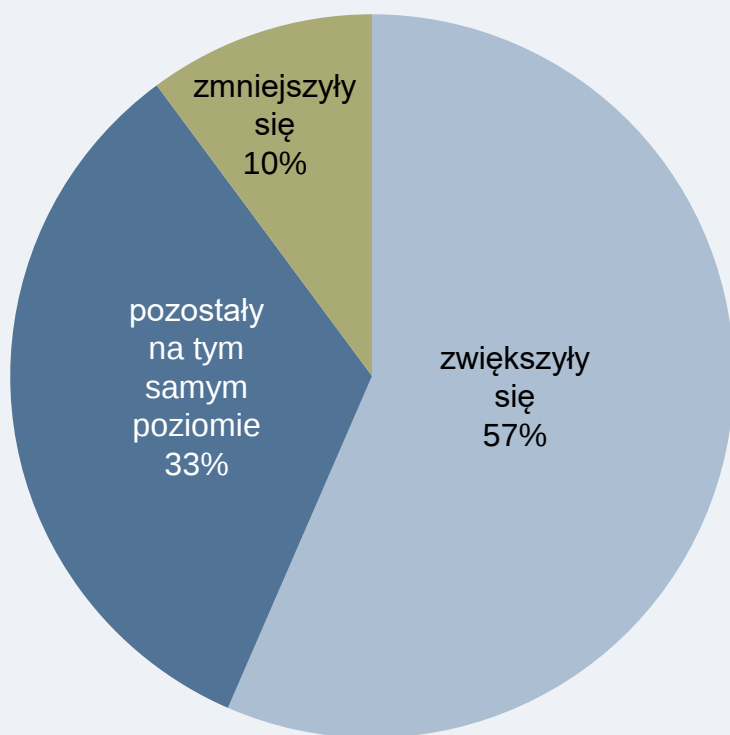
powyżej 100 000 mieszkańców



# Serwis i naprawy – inwestycje w 2017 r.



Czy inwestycje w Twoim warsztacie w 2017 roku w porównaniu do roku 2016:



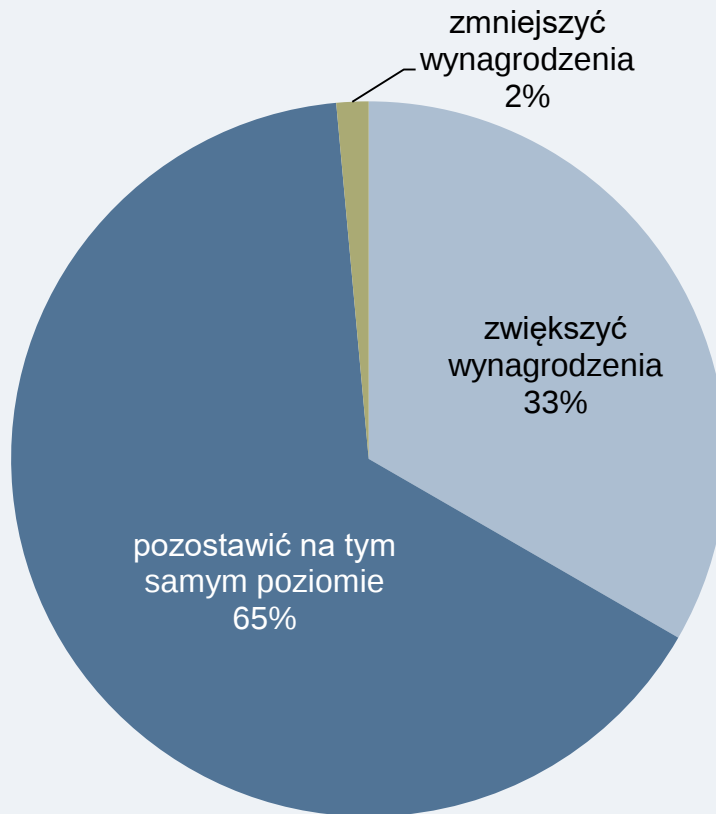
Czego dotyczyły inwestycje?



# Serwis i naprawy – prognoza zmiany wynagrodzeń w 2018 r.

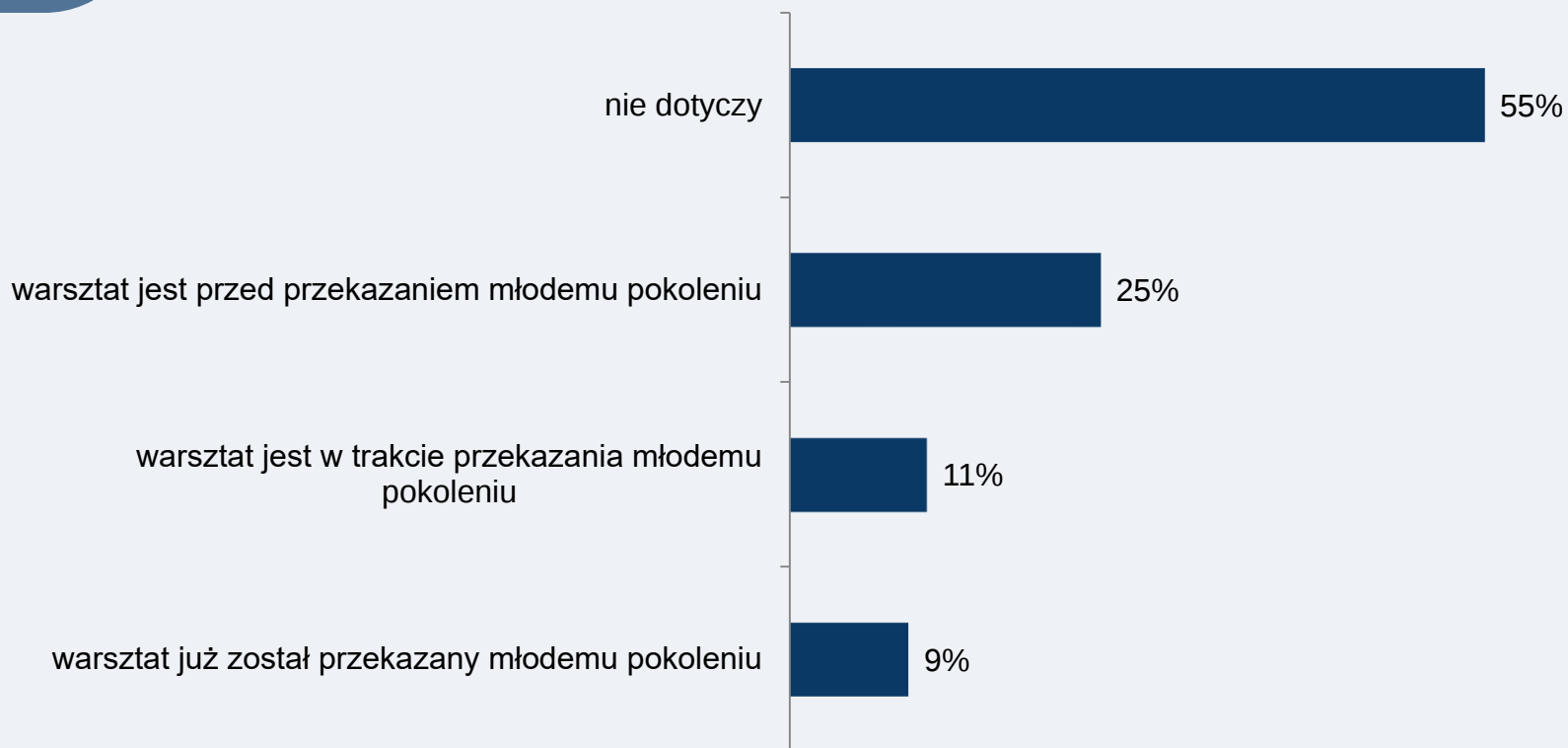


Czy w pierwszym kwartale 2018 w porównaniu do roku poprzedniego firma planuje:





Na jakim etapie jest Twój warsztat w kwestii sukcesji pokoleniowej (zmiany pokoleń)?



# O Nas



STOWARZYSZENIE  
DYSTRYBUTORÓW  
I PRODUCENTÓW  
CZĘŚCI  
MOTORYZACYJNYCH

**SDCM - Stowarzyszenie Dystrybutorów i Producentów Części Motoryzacyjnych** – to polski głos branży motoryzacyjnej. To ponad **100** największych graczy przemysłu i rynku części motoryzacyjnych, Członków SDCM, reprezentujących interesy przemysłu, handlu i usług o wartości ponad **125 mld złotych rocznie** tworzących blisko **270.000** miejsc pracy. SDCM należy do największych organizacji europejskich takich jak: **CLEPA** oraz **FIGIEFA**

Alfred Franke  
Prezes SDCM  
+ 48 22 773 00 18  
alfred@sdcm.pl

F R O S T      S U L L I V A N

**Frost & Sullivan** jest globalną firmą doradczą specjalizującą się badaniem **12** głównych **gałęzi przemysłu** pod kątem rynku i technologii.

Mamy ponad 55-letnie doświadczenie w branży, zatrudniamy ponad **1500 analityków i konsultantów**, w **43 biurach** na całym świecie.

Wspieramy organizacje w ich strategiach rozwoju, instytucje w szerzeniu wiedzy oraz pomagamy zdefiniować obszary o dużym potencjale wzrostowym.

Oferujemy gotowe raporty bądź dopasowane do potrzeb klienta projekty konsultingowe

Ivan Kondratenko  
Consulting Analyst  
+ 48 22 481 62 30  
ivan.kondratenko@frost.com

Karolina Kardas  
Account Manager  
+ 48 503 861 826  
karolina.kardas@frost.com