

## SAJTÓKÖZLEMÉNY

---

### Nem terveztek a cégek az útdíjjal, de nyitottak az online megoldásokra

#### A logisztikai piac aktuális helyzetét térképezte fel a trans-o-flex az Ipsos kutatásával

Budapest, 2013. május 30. – **A cégek háromnegyede nem számolt az idej költségek tervezésekor az útdíj bevezetésével, közel felük pedig nem tartja elfogadhatónak az ebből adódó áremelkedést, bár a logisztikai szolgáltatóknak ez drasztikusan megnövekedett pluszköltséget is jelenthet – többek között ez is kiderült a trans-o-flex Hungary Kft. megbízásából az Ipsos által készített kutatásból. A 300 Magyarországon működő vállalat megkérdezésén alapuló felmérés arra is rámutatott, hogy az online vásárlások térnyerése jelentősen átforgalmazhatja a piacot, szereplőit új megoldások bevezetésére készítheti.**

A gazdasági válság kedvezőtlenül érintette a logisztikai szektort is – derült ki a trans-o-flex Hungary Kft. megbízásából az Ipsos által készített kutatásból. Minden ötödik megkérdezett cégnél szükség volt a válság következtében valamilyen átszervezésre, leginkább a szolgáltatásra fordított összeget csökkentették, vagy kiszervezték a tevékenységet. Bár a rossz gazdasági környezet kétségtelenül az egész piacra rányomta bélyegét, az Osztrák Posta magyarországi leányvállalata, a trans-o-flex jól teljesített az elmúlt évben is: a belföldi, 24 órás garantált kézbesítés terén a piac negyedik legnagyobb szereplőjeként 2011-ről 2012-re 16,8%-kal növelte árbevételét, kikézbcsített küldeményeinek száma pedig 23%-kal nőtt. Egyértelmű növekedést mutatott a B2C megbízásaik aránya, ami a webshopok térnyerésének köszönhető.

Aktuálisan egy új szabályozás befolyásolhatja jelentősen a logisztikai iparágat, hiszen a napokban fogadta el a parlament a megtett úttal arányos díjat előíró törvényt. Ugyan az e-útdíj megfizetése csak a 3,5 tonnánál nagyobb ösztömögű gépjárművek esetében kötelező, a belföldi kiscsomagos szállítás szereplőit is érinti a változás, hiszen az egyes depók és központok közötti szállítást ők is ilyen járművekkel oldják meg. Ezzel szemben az Ipsos kutatása rámutat: a megkérdezett cégek 75%-a nem számolt az idej költségek tervezésénél az útdíj bevezetésével, sőt, a logisztikai szakemberek 45%-a nem tartja elfogadhatónak, ha a szolgáltató az útdíjra hivatkozva áremelést javasol.

A trans-o-flex saját kalkulációja szerint ugyanakkor az érintett gépjárművek esetén drasztikusan megnőnek a kiadások: míg eddig egy Budapest-Debrecen viszonylatban napi szinten közlekedő teherautójuknál egy évben az úthasználatra vonatkozóan – az autópálya-matrica megvásárlásával – 310.000 Ft-tal kellett számolniuk, 2013. július 1. után éves viszonylatban ez az összeg elérheti a 10.000.000 Ft-ot is.

A postai liberalizáció kérdése kevésbé osztja meg a vállalatokat. 34%-uk egyáltalán nem vár változásokat, míg 33%-uk a szolgáltatás színvonalának emelkedését reméli. Talán azért sem számolnak nagy mozgással a megkérdezett szakemberek, mert ahogy az Ipsos kutatásából kiderült, a logisztikai piacra a hosszú távú partnerségek jellemzőek. A cégek 76%-ának van állandó logisztikai partnere, az együttműködések átlagos ideje pedig 7,5 év. A hűség kulcsa a megbízhatóság lehet, mivel ezt említették első helyen a válaszadók, mint a megfelelő logisztikai partner kiválasztásánál szerepet játszó tényezőt. Az ár-érték arány a második, a szolgáltatási ár mértéke pedig a harmadik a rangsorban.

A jövő már egyértelműen az online szolgáltatások irányába mutat. Az Ipsos vizsgálata alapján elmondható, hogy dimenzióváltás érzékelhető a szakemberek tájékozódási, információ-gyűjtési szokásaiban. Nem csupán a híreket olvassák legnagyobb részt online, de egyre nagyobb arányban terelik át egyéb ügyintézéseiket is az online világba. A megkérdezett cégek 58%-a bonyolított már online beszerzést, 64%-uk pedig kifejezetten bízik az internetes vásárlásban. Minden harmadik válaszoló észlelt már a Facebookon számára releváns üzleti információt, és minden második találkozott már hasznosnak bizonyuló Google-hirdetéssel.

## SAJTÓKÖZLEMÉNY

---

„Az Ipsos-kutatás eredménye megerősíti bennünk saját stratégiánk helyességét, miszerint a jövő csakis az online megoldások szélesítésével képzelhető el” – reflektált az eredményekre Pesztericz Péter, a trans-o-flex Hungary Kft. ügyvezető igazgatója. – „Éppen ezért már most abban gondolkodunk, hogyan tehetjük még praktikusabbá a szolgáltatásokat, hogyan alkalmazkodhatunk szolgáltatóként a megváltozott piaci igényekhez. Terveink között szerepel, hogy elérhetővé tesszük az online ügyintézést, az okostelefonnal történő fizetést, és a pre-paid rendszert, de a megnövekedett webáruházi forgalomra tekintettel gondolkodunk csomagfelvételi pontok kialakításában is.”

### **A trans-o-flex Hungary Kft.-ről:**

Az 1997-ben alapított, majd az Osztrák Posta által 2007-ben a Merland Expressszel együtt felvásárolt, csomaglogisztikára specializálódott Road Parcel a német trans-o-flex Schnell-Lieferdienst GmbH & Co. KG arculati elemeit átvéve csatlakozott 2009-ben a trans-o-flex Logistics Group-hoz – ezzel a lépéssel az Osztrák Posta a kelet-európai régióban működő leányvállalatai közül elsőként Magyarországon vezette be a combi-freight logisztika meghatározó képviselőjeként ismert márkanévet. A közel 4 éve trans-o-flex néven működő vállalat garantált időn belül, gyűjtőfuvarozási rendszerben továbbít ügyfelei számára dokumentumokat, kereskedelmi árut és egyéb küldeményeket. A cég a 40 kg-nál kisebb tömegű, megcímezett és egyedileg azonosítható, kézzel mozgatható csomagok kézbesítése mellett a raklapos áruk ugyanazon hálózatban történő szállítását is vállalja. A napi 8500 belföldi küldemény másnapi kézbesítéséért több mint 200 futár felel.