SUPPLY CHAIN MAGAZINE

EURO LOGISTICS

www.eurologistics.pl

BRANŻA ZDAŁA EGZAMIN

LOGISTYKA • TRANSPORT • PRODUKCJA • MAGAZYNOWANIE • E-COMMERCE

small things
big difference
You may not notice some of our earthwise solutions at first glance, but we plan the smallest details to make the biggest impact.
Like the animal-friendly habitats that we create by building houses for hedgehogs, birds or invertebrates.
PANATTONI
www.panattonieurope.com

Ogromny sukces tegorocznej Gali Logistyki, Transportu i Produkcji to bez wątpienia efekt nie tylko efekt pozycji, jaką przez dwie dekady istnienia wypracowało sobie to wydarzenie. Na rekordową frekwencję wpływa miał też fakt, iż po miesiącach funkcjonowania w wyjątkowo trudnych realiach rynkowych, wszyscy przedstawiciele branży TSL czuli potrzebę oderwania się od problemów i świętowania tego, że w obliczu tak wielu przeciwności logistyka nadal stoi na solidnych fundamentach.

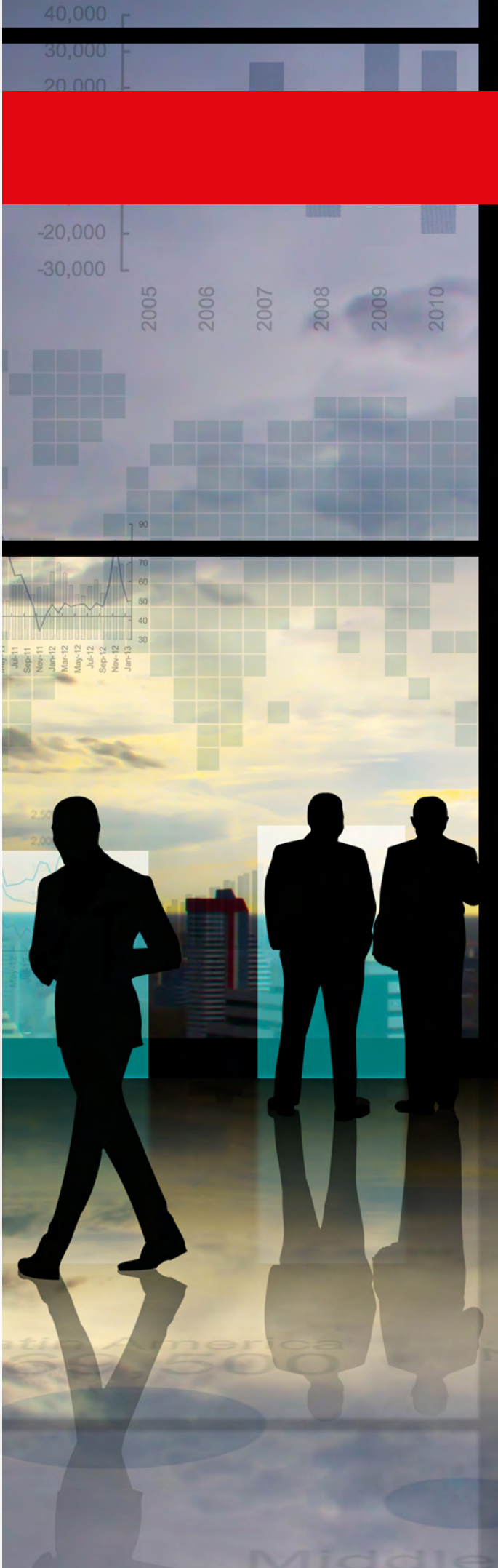
„Branża zdała egzamin" – powiedział nam w wywiadzie Tomasz Oczkowski, który na scenie odbierał jedną z głównych nagród dla FM Logistic. Bez wątpienia jest to prawda, bowiem wiedza i zaangażowanie firm logistycznych okazały się bezcenne podczas organizacji pomocy dla Ukrainy, zwłaszcza w pierwszych tygodniach po wybuchu wojny. TSL zdało jednak też egzamin biznesowy, dostosowując się do nowych realiów, skutecznie przedstawiając klientom konieczność urealnienia stawek w obliczu galopującej inflacji, ale nie rezygnując z planów rozwoju.

Wydanie Eurologistics, które trzymają Państwo w rękach, poświęcone zostało oczywiście przede wszystkim podsumowaniu badania Operator Logistyczny Roku. Prezentujemy jego pełne wyniki, rozmawiamy z przedstawicielami firm z czołówki – ale też z tymi, które udowadniają, że aby zdobyć uznanie klientów nie trzeba być rynkowym gigantem. W czasie lektury dowiedzą się też Państwo jakie innowacyjne produkty i usługi okazały się najlepsze w naszym konkursie, oraz jakie firmy zostały docenione za twórczość operacyjną w obszarze zarządzania łańcuchem dostaw.

Polecamy też wywiady poświęcone procesom automatyzacji oraz cyfryzacji w dwóch znanych firmach – Morele i Śnieżka. Przedsiębiorstwa te działają w zupełnie innych obszarach rynku, różnią się też skalą operacji, ale łączy je jedno: dogłębna świadomość tego, w którą stronę zmierza biznes. Zrozumienie potrzeb klienta oraz długofalowa strategia rozwoju sprawiła, że Morele i Śnieżka już przeprowadziły w obszarze logistyki inwestycje, o których wielu rywali dopiero zaczyna myśleć. Krótko mówiąc: zdali egzamin.

Z-ca redaktora naczelnego

Witold Zygmunt



EURO LOGISTICS
Services
Latin America
Europe
190,000
Middle East
93,000
Oceania
41,000
Stock Exploitation.

SPIS TREŚCI

GALA LOGISTYKI, TRANSPORTU I PRODUKCJI 2022

Wszyscy chcieli świętować 20
Ekologia napędza zmiany 26
Innowatorzy roku 28

ZARZĄDZANIE ŁAŃCUCHEM DOSTAW

Logistyka z ludzką twarzą 37
Branża zdała egzamin 41
Quo vadis, uczelnio? 44
Różne wymiary automatyzacji 49
Wszystko płynie 52
E-commerce pomoże logistyce w kryzysie 54
W logistyce brakuje handlowców 60
Ćwierć wieku z logistyką alkoholi 63
Biznes stawia na Czechy 66
Synergia dzięki cyfryzacji 68

MAGAZYNY

Głogów dołącza do stawki 72
Inwestorzy chcą magazynów 74
Intralogistyka 4.0 na przykładzie Twinings 78
Inwestycje spekulacyjne to dobry sygnał dla rynku 81

LOGISTYKA Z LUDZKĄ TWARZĄ

Janusz Anioł, Dyrektor Generalny Raben Logistics Polska, podczas Gali Logistyki, Transportu i Produkcji odebrał dla swojej firmy najważniejszą branżową nagrodę - Złote Godło badania Operator Logistyczny Roku 2022.

STR. 37

BRANŻA ZDAŁA EGZAMIN

FM Logistic w tegorocznym badaniu Operator Logistyczny Roku uplasował się na trzeciej pozycji. Tomasz Oczkowski, Central Europe Commercial Director w FM Logistic, dzieli się wrażeniami po powrocie firmy na podium rankingu, opowiada o projektach realizowanych w ostatnich miesiącach oraz ocenia sytuację w branży TSL.

STR. 41

TRANSPORT

Nasi pracownicy robią rzeczy dobrze 86
Porzucenie pracy przez cudzoziemca 90
Kolejne nowelizacje ustaw o cudzoziemcach 91
Czego nie zmierzysz bez telematyki? 94
Uważaj na faktury od spedytora 98

RAPORT OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2022 101

Generalne perspektywy rynku usług logistycznych 102
Podsumowanie wyników badania satysfakcji klientów 110
Laureaci nagród w badaniu Operator Logistyczny Roku 2022 116

FELIETON

Sztuka jako narzędzie poznawania siebie 144

RAPORT

STR. 101

Eurologistics Media Group
ul. Kubackiego 29A, 62-002 Suchy Las
tel. 61 892 63 60
www.eurologistics.pl
info@eurologistics.pl

Wydawca/redaktor naczelny
Adam Błuś
adam.blus@eurologistics.pl

Zastępca redaktora naczelnego

Witold Zygmunt
witold.zygmunt@eurologistics.pl

Dział marketingu i reklamy
Monika Szafrańska-Błuś
monika.szafranska@eurologistics.pl

Agnieszka Szafrańska
agnieszka.szafranska@eurologistics.pl

Autorzy
Maciej Błaszak, Leszek Greń, Damian Kołata, Sławomir Lisiecki, Jana Pieriegud, Piotr Szreter, Artur Piotrowski, Marek Wiązowski, Witold Nieć, Krzysztof Oflakowski, Katarzyna Syta, Krystyna Kosak-Burcon

Dział graficzny
Artur Herkt
artur@eurologistics.pl

PRENUMERATA
tel. 61 892 63 60
finanse@eurologistics.pl

Fotografie: Katarzyna Rainka, Olga Rainka, Fotolia, Panthermedia, Shutterstock

Za treść nadesłanych reklam i ogłoszeń redakcja nie odpowiada. Zastrzegamy sobie prawo redagowania nadesłanych materiałów.

NOWA PREZES ZARZĄDU GIRTEKI W POLSCE

Girteka, wiodący europejski przewoźnik drogowy, bazujący na cyfryzacji usług, przyspiesza rozwój. Do 2026 roku firma chce dołączyć do TOP 10 największych operatorów logistycznych w Europie. Kluczową rolę w realizacji ambitnego planu odgrywa Polska. Po otwarciu, na początku tego roku, bazy transportowej w Sadach pod Poznaniem, największej w sieci Girteka, zarząd grupy podjął kolejną decyzję o wzmocnieniu polskiej spółki. Na jej czele stanęła teraz Ellina Lolis, która jako prezes zarządu będzie odpowiadać za rozwój firmy w Polsce.

Ellina Lolis od początku kariery zawodowej związana jest z branżą logistyczną. Swoje bogate doświadczenie zdobywała podczas realizacji i zarządzania projektami dla globalnych, największych firm logistycznych, obecnych na rynkach Bliskiego Wschodu, Europy oraz byłych krajów WNP. W 2019 r. Ellina Lolis objęła stanowisko country managera a następnie wiceprezesa zarządu Hillebrand Poland, globalnego operatora logistycznego dla branży beverage, gdzie z sukcesem rozwinęła działalność firmy w 12 krajach. Ellina Lolis jest też uznaną ekspertką w zarządzaniu zespołami międzynarodowymi i komunikacji międzykulturowej. Posługuje się biegle czterema językami. Teraz, jako nowa prezes zarządu Girteka Poland będzie odpowiadać za rozwój działań w Polsce, skupiających się w dużej mierze na usługach serwisowych i floty dla całej Grupy.
- Girteka to firma z ogromną przyszłością i jedna z najbardziej rozwiniętych technologicznie organizacji w tym segmencie usług. Stając na czele oddziału w Polsce podejmuję ogromne wyzwanie. Wierzę, że z zespołem tak świetnych ekspertów i zaangażowanych w pracę ludzi, zrealizujemy założone cele. Będziemy rozwijać nie tylko usługi, ale też wzmacniać i rozbudowywać zespół naszych specjalistów, w tym kierowców oraz serwisantów - zapowiada Ellina Lolis, prezes zarządu Girteka Poland.

CZAS NA LOGISTYKĘ PRZYSZŁOŚCI

DB Schenker w Szczecinie w połowie września przeniósł się do nowo wybudowanej lokalizacji przy Lubczyńskiej 20. W listopadzie odbyła się oficjalna ceremonia otwarcia nowego terminalu cross-dockingowego. Wzięli w niej udział klienci firmy, przedstawiciele szczecińskich uczelni oraz media. „Czas na logistykę przyszłości" – to hasło przewodnie wydarzenia i temat do którego nawiązywali wszyscy prelegenci. Gościem specjalnym był Kamil Wyszkowski, Przedstawiciel, Dyrektor Wykonawczy, UN Global Compact Network Poland.

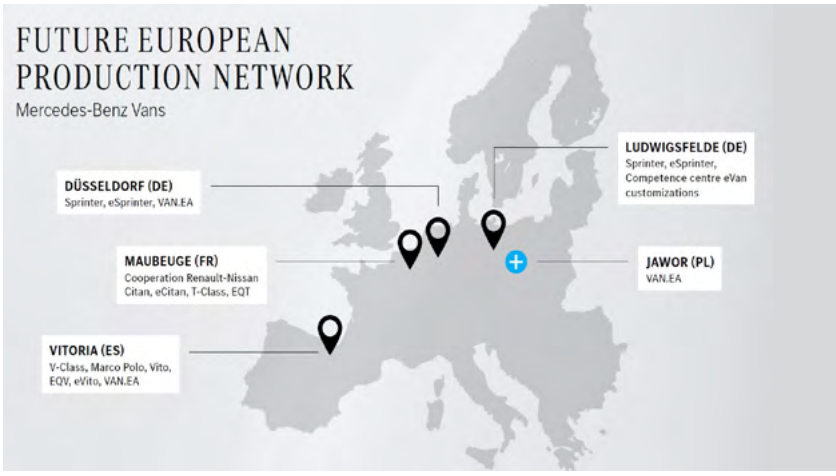
– Naszą ambicją jest to, aby do 2040 być zeroemisyjną firmą i obecnie realizujemy plan krok po kroku, aby tak właśnie było. W każdym z naszych biznesów – lądowym, oceanicznym, lotniczym oraz w logistyce magazynowej testujemy i wdrażamy rozwiązania, które ograniczają nasz ślad węglowy. Tym samym wspieramy naszych klientów w zakresie realizacji ich celów środowiskowych. Zdajemy sobie sprawę, że przed nami jeszcze wiele do zrobienia, ale tu nie ma odwrotu – mówi Piotr Zborowski, CEO NEE DB Schenker.
Uczestnicy spotkania wzięli również udział w krótkiej wycieczce po terminalu DB Schenker. W jej trakcie mogli zapoznać się ze specyfiką operacji logistycznych prowadzonych w obiekcie, projektami z zakresu bezpieczeństwa pracy, zobaczyć, jak wygląda załadunek swap body, czyli nadwozi wymiennych wykorzystywanych zarówno w dostawach krajowych jak i na linii Szczecin – Berlin.
Szczeciński terminal zlokalizowany jest w rozwijającej się strefie przemysłowej położonej w pobliżu drogi ekspresowej S3, czyli transeuropejskiego korytarza transportowego TEN-T (E65). Inwestycja o wartości blisko 50 mln złotych jest elementem programu stałej optymalizacji sieci terminali DB Schenker. Doświetlona światłem dziennym hala terminala przeładunkowego ma powierzchnię operacyjną prawie 4200 mkw. Dodatkowo nowoczesne biuro oraz zaplecze socjalno-sanitarne dla kierowców to łączna powierzchnia ok. 620 mkw. Obiekt został wybudowany przez szczecińską firmę Gryfbud.

ATLAS
WARD
GENERALNY WYKONAWCA
Budujemy
przestrzeń
do rozwoju
www.atlasward.pl

NOWOŚCI CONTINENTAL DLA BRANŻY TRANSPORTOWEJ

Specjalnie z myślą o portfelach przedsiębiorców, Continental stworzył najnowszej generacji opony Conti Hybrid HS5 i HD5 na oś prowadzącą i napędową, charakteryzujące się wzmocnioną konstrukcją oraz zastosowaniem inteligentnych rozwiązań technologicznych.

Dzięki dwuwarstwowej konstrukcji bieżnika oraz innowacyjnej mieszance, opony Continental pozwalają na uzyskanie wysokich przebiegów przy zachowaniu zwiększonej trwałości i jednoczesnej optymalizacji oporów toczenia. Przekłada się to na uzyskanie nawet o 20% wyższych przebiegów w porównaniu z oponami poprzedniej generacji. Nowe opony Continental umożliwiają także połączenie z rozwiązaniami cyfrowymi, takimi jak system ContiConnect z wbudowanymi czujnikami ciśnienia. Oprócz samej kontroli ciśnienia pozwala on m.in. oszacować, jaki przebieg ma dana opona oraz ile kilometrów pozostało do zakończenia jej okresu użytkowego.
Opony Continental spełniają różnorodne wymagania związane z użytkowaniem floty pojazdów ciężarowych na drogach regionalnych, tj. częste przyspieszanie, hamowanie, manewrowanie i pokonywanie zakrętów na zmiennych nawierzchniach. Opasanie 0° w oponie Conti Hybrid HS5 zapewnia dodatkową stabilność, równomierne zużycie i optymalny przebieg na osi prowadzącej. Taka konstrukcja optymalizuje rozkład nacisków na powierzchni styku, zwłaszcza przy zmiennych warunkach obciążenia. Zmniejsza również naprężenia na krawędziach opasania, co zwiększa żywotność opony i znacząco ogranicza pękanie w rowku.



MERCEDES ZBUDUJE FABRYKĘ ZA MILIARD EURO

Mercedes-Benz Vans reorganizuje swoją europejską sieć produkcyjną na potrzeby nowej modułowej architektury w pełni elektrycznych samochodów dostawczych, opartej na platformie VAN.EA. Jest to kolejny kamień milowy na drodze działu aut dostawczych Mercedesa do całkowicie elektrycznej mobilności.

Wraz z reorganizacją europejskiej sieci produkcyjnej samochodów dostawczych, firma zabezpiecza długoterminowe perspektywy istniejących zakładów w Europie i rozszerza sieć o nowy zakład w znanej lokalizacji w Jaworze na Dolnym Śląsku, gdzie istnieje już fabryka silników i baterii elektrycznych. W przyszłości będą tu produkowane duże samochody dostawcze (model zamknięty) oparte na architekturze VAN.EA.
- Naszą ambicją jest oferowanie najbardziej pożądanych samochodów dostawczych i usług około sprzedażowych. Aby ten cel osiągnąć, musimy być wysoce innowacyjni i konkurencyjni we wszystkich obszarach, a jednocześnie zabezpieczyć nasz biznes w dłuższej perspektywie. Kluczowym czynnikiem sukcesu jest tu reorganizacja naszej europejskiej sieci produkcji - mówi Mathias Geisen, szef Mercedes-Benz Vans. - Decyzja o wyborze Jawora to kolejny kamień milowy na drodze do elektromobilności. Ponadto musimy dostosować nie tylko nasze produkty, ale także cały łańcuch wartości - od zakupów przez produkcję i logistykę po sprzedaż - do wymogów przyszłości. Dlatego inwestujemy w całkowicie elektryczną platformę VAN.EA, a tym samym w transformację, mającą nam zapewnić pozycję lidera na rynku aut elektrycznych. Tym samym zabezpieczamy też długoterminowe perspektywy istniejących zakładów Mercedesa w Europie.
Firma planuje zainwestować ponad 1 mld euro w latach 2023-2027 w ramach uzgodnionego planu inwestycyjnego na terenie Wałbrzyskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej „Invest Park". W przyszłości ma tu znaleźć zatrudnienie ok. 2500 osób. Silniki produkowane są w Jaworze od 2019 roku, a baterie do samochodów elektrycznych Mercedes-Benz od 2020 roku.

Dlaczego szacowany czas przybycia jest tak ważny dla celów planowania?

Odpowiedzi na to pytanie jest wiele. Jedno jest pewne, im dokładniejszy szacowany czas przybycia (ETA), tym efektywniej można zorganizować planowanie. Dzięki TruETA firma Trimble umożliwia jeszcze dokładniejsze obliczanie ETA.

- Algorytmy wyliczają szacowane czasy przybycia
- Podgląd i analiza w czasie rzeczywistym wszystkich czasów ETA dla całej floty i zaplanowanych działań dla poszczególnych dni
- Uwzględnia opóźnienia spowodowane korkami i obowiązkowymi okresami odpoczynku kierowców
- Możliwość zintegrowania z TMS

TruETA, niezastąpione narzędzie do planowania transportu

22 872 99 50

trimbletl.com/pl

Trimble Transportation

ATLAS WARD POLSKA BUDUJE DLA HYDRASPECMA

Generalny wykonawca Atlas Ward Polska nawiązał współpracę z firmą HydraSpecma. W ramach zawartej umowy, w Stargardzie wybudowane zostanie centrum produkcyjno-magazynowe o powierzchni blisko 16 000 mkw. To drugi projekt, jaki wrocławski generalny wykonawca zrealizuje na rzecz producenta.

HydraSpecma to skandynawska firma, specjalizująca się w produkcji komponentów takich jak rury i węże hydrauliczne, a także w montażu układów hydraulicznych dla światowych producentów maszyn i urządzeń. Wśród jej klientów można wymienić takie marki jak Volvo Construction Equipment, Kongsberg Maritime, Cargotec Corporation, a także Siemens.
Nowe budynki powstaną w sąsiedztwie obiektu wybudowanego w 2019 roku przez Atlas Ward Polska dla tego inwestora (dawniej Specma Poland). Liczący blisko 16 000 mkw kompleks składać się będzie z dwóch hal i przestronnego biurowca. Inwestycję Atlas Ward Polska będzie realizować w modelu „Zaprojektuj i Wybuduj".
- Powierzenie nam kompleksowej realizacji nowej inwestycji dla HydraSpecma to dla nas wyróżnienie i docenienie dotychczasowej współpracy. Obiekty produkcyjno-magazynowe charakteryzuje wysoka złożoność oraz stopień zaawansowania technologicznego. Wieloletnie doświadczenie Atlas Ward Polska w tego typu realizacjach pozwala nam budować w oparciu o najwyższą jakość i tempo prac – mówi Wojciech Tomaszewski, dyrektor Oddziału Szczecin Atlas Ward Polska. Budowa nowego obiektu wystartowała we wrześniu 2022. Finał prac zaplanowany jest IV kwartał 2023 r.
Atlas Ward Polska to jedna z najdynamiczniej rozwijających się firm z branży budowlanej i polski lider w zakresie budowy obiektów kubaturowych i wielkopowierzchniowych. Specjalizuje się w budowie parków logistycznych, hal magazynowych, zakładów produkcyjnych, obiektów biurowych i handlowo-usługowych. W ciągu 23 lat działalności zrealizowała ponad 730 inwestycji o łącznej powierzchni przekraczającej 5,1 mln mkw.

NOWY MAGAZYN ROHLIG SUUS LOGISTICS W WIELKOPOLSCE

Od listopada 2022 r. polski operator logistyczny, Rohlig Suus Logistics, uruchamia nowoczesny magazyn w Tarnowie Podgórnym. Nowa inwestycja o powierzchni ponad 36 tys. mkw. czterokrotnie zwiększa dotychczasowe możliwości operacyjne firmy w tym regionie.

Nowy obiekt, łączący funkcję magazynu logistycznego oraz nowoczesnego terminala przeładunkowego typu cross-dock, oferuje klientom kompleksową obsługę pełnego łańcucha dostaw. Magazyn posiada certyfikat BREEAM Excellent, świadczący, że projekt powstał zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Obiekt został wybudowany zgodnie z normą pożarową FM Global.
Nowy magazyn Rohlig Suus Logistics składa się z części logistycznej, zajmującej aż 28 tys. mkw. oraz przeładunkowej o powierzchni ponad 8 tys. mkw. Terminal cross-dock to 51 ramp oraz rampa betonowa, mogąca obsłużyć jednocześnie 10 samochodów ciężarowych bez naczepy.
W nowej inwestycji powstała również specjalnie zaprojektowana nowa, oddzielna od części administracyjnej, strefa odpoczynku kierowców. Posiada ona oddzielne wejście, a znajduje się w niej kuchnia, prysznice, pralkomat, ma także oddzielne wejście co jeszcze bardziej podnosi komfort i prywatność kierowców. Strefa jest czynna całą dobę przez siedem dni w tygodniu.
– Nowy magazyn jest naszą odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie na kompleksowe usługi logistyczne w województwie wielkopolskim. Nie tylko zwiększamy dwukrotnie powierzchnię magazynową, ale również odnotowujemy czterokrotny wzrost zdolności operacyjnych w regionie. Co więcej, połączenie funkcji terminala przeładunkowego oraz magazynu logistycznego umożliwia nam zmniejszenie liczby operacji handlingowych, co przekłada się na bezpieczeństwo przesyłek i skraca czas realizacji zleceń – mówi Katarzyna Rusin, dyrektor oddziału Rohlig Suus Logistics w Tarnowie Podgórnym. – Tak kompleksowy obiekt, wyposażony również w agencję celną, znacznie zwiększa nasz potencjał w obszarze międzynarodowego transportu drobnicowego i całopojazdowego – dodaje.

Continental
The Future in Motion

Opony, które zwiększą zasięg Twojej floty, a także Twoją wydajność.

Nowe Conti Hybrid HS5!

Opony o dużych przebiegach napędzane niemiecką technologią.

- Nowa mieszanka, opracowana na potrzeby transportu regionalnego, zapewnia wyjątkowe przebiegi.
- Doskonała przyczepność we wszystkich warunkach pogodowych dzięki wzmocnionej konstrukcji wzoru bieżnika z nowymi lamelami 3D na pełnej szerokości żebra, które zapewniają przyczepność przez cały cykl życia opony.
- Inteligentna konstrukcja wzoru pozwala jednocześnie na równomierne zużywanie się opony i zachowanie doskonałej przyczepności.

Generacja 5. Wspólnie dokonujemy zmian.

PANATTONI ZAKUPIŁO DZIAŁKĘ W CENTRUM ŚLĄSKIEJ AGLOMERACJI

Panattoni, lider rynku nieruchomości przemysłowych w Europie, z kolejną doskonałą lokalizacją na Górnym Śląsku. Działka została zakupiona na terenie Rudy Śląskiej. Uzyskane pozwolenie na budowę dotyczy parku o łącznej powierzchni 65 000 mkw. Inwestycja powstanie w bezpośrednim sąsiedztwie autostrady A4 i 15 km od autostrady A1.

Aglomeracja Śląska skupiając ponad 2-milionową populację i kilkanaście sąsiadujących ze sobą obszarów miejskich, jest doskonałą lokalizacją dla biznesu. Rozwój regionu napędza m.in. Panattoni, które realizuje nowoczesne obiekty przemysłowe praktycznie na całym jego terenie, m.in. w Katowicach, Gliwicach, Bytomiu, Zabrzu, Piekarach Śląskich, czy Będzinie.
Teraz firma zakupiła działkę w Rudzie Śląskiej i w ramach dwóch budynków dostarczy 65 000 mkw. powierzchni. Lokalizacja w granicach miasta ułatwi dostęp do pracowników, a bliskość dwóch autostrad pozwoli na sprawne prowadzenie krajowych oraz międzynarodowych działań, ponieważ Panattoni Park Ruda Śląska V położony będzie ok. 30 minut od czeskiej granicy. To ogromny atut szczególnie dla firm z sektora TSL.
- Kolejny grunt zakupiony w aglomeracji to potwierdzenie, że widzimy ogromny potencjał Górnego Śląska. Uzyskane pozwolenie na budowę zapowiada sprawną realizację inwestycji doskonale zlokalizowanej dla biznesu - dostęp do kluczowych korytarzy transportowych pozwala na prowadzenie działalności na ogromną skalę – mówi Marek Dobrzycki, Managing Director z Panattoni i dodaje – Probiznesowa postawa władz lokalnych przyczynia się do metamorfozy województwa, które z zagłębia wydobywczego staje się doskonałym miejscem dla rozwoju takich sektorów jak automotive, produkcja czy logistyka. My, dostarczając nowoczesną powierzchnię przemysłową, staramy się ten potencjał napędzać.

EUROWAG KUPUJE GRUPĘ INELO

Grupa Inelo, wiodący dostawca zintegrowanych rozwiązań technologicznych dla transportu ciężkiego w regionie CEE, kontrolowana od 2018 roku przez fundusz private equity Innova/6 SCA SICAV-RAIF z grupy Innova Capital, została przejęta przez Eurowag. Czołowa ogólnoeuropejska zintegrowana platforma płatnicza i mobility, skoncentrowana na branży komercyjnego transportu drogowego (CRT) przejmuje 100% udziałów polskiej spółki.

Tym samym rozszerza swoje portfolio o lidera nowoczesnych rozwiązań do zarządzania czasem pracy i flotą, obecnego na 16 europejskich rynkach i praktycznie podwaja swoją bazę urządzeń telematycznych. Wartość transakcji to ponad 300 mln euro. Przed Grupą Inelo otwierają się nowe możliwości na europejskim rynku rozwiązań dla transportu, z kolei założyciel i CEO Eurowag, Martin Vohánka podkreśla, że akwizycja przyspieszy rozwój zintegrowanej platformy typu end-to-end i pozwoli uczynić branżę CRT wydajniejszą i bardziej transparentną.
Grupa Inelo to międzynarodowy lider rozwiązań dla komercyjnego transportu drogowego. Firma jest obecna na kilkunastu europejskich rynkach i od 20 lat wyposaża sektor TSL w cyfrowe rozwiązania z zakresu systemów satelitarnej lokalizacji pojazdów oraz oprogramowania do analizy i rozliczania czasu pracy kierowców. Obecnie około 87 tys. pojazdów posiada zainstalowane urządzenia telematyczne Grupy Inelo, z oprogramowania do rozliczania czasu pracy korzysta ok. 100 tys. kierowców, a blisko 60 tys. jest rozliczanych w ramach usługi OCRK. Ponadto polska spółka zaopatruje 43 inspekcje kontrolne w 23 krajach w narzędzia pozwalające nadzorować międzynarodowy transport drogowy.
- Jesteśmy beneficjentem fali digitalizacji branży komercyjnego transportu drogowego i ten potencjał dostrzegła Grupa Eurowag. Cieszę się, że dzięki partnerstwie z Eurowag będziemy mogli kontynuować rozwój oferty „one stop shop" dla sektora CRT na terenie całej Europy, a łącząc siły z paneuropejskim liderem znacznie przyspieszymy – mówi Magdalena Magnuszewska, prezes Grupy Inelo.

Since 1980
IFB
INTERNATIONAL FREIGHTBRIDGE POLAND

Dostarczamy zaufanie

Jesteśmy specjalistami w zakresie spedycji morskiej, lotniczej, kolejowej, drogowej krajowej, międzynarodowej w połączeniu z operacjami logistycznymi i kompleksową obsługą celną.

- **GDYNIA**
- **GLIWICE**
- **ŁÓDŹ**
- **POZNAŃ**
- **WARSZAWA**
- **WROCŁAW**
- **BIAŁA PODLASKA**

- **Fracht lotniczy**
- **Fracht morski**
- **Fracht kolejowy**
- **Fracht drogowy**
- **Agencja celna**
- **Logistyka i magazynowanie**

IFB INTERNATIONAL FREIGHTBRIDGE (POLAND) SP. Z O.O.

+48 506 504 037

INFO@IFB-POLAND.PL

ZIELONA FLOTA W ŻÓŁTYCH BARWACH

Elektryczne Sprintery dołączają do ekofloty kurierskiej DHL Parcel Polska. Dla globalnego lidera branży usług logistycznych współpraca z Mercedes-Benz jest elementem programu GoGreen, w ramach której DHL m.in. modernizuje swoją flotę, aby osiągnąć cele związane z bardziej zrównoważoną działalnością, ochroną klimatu i mniejszym wpływem na środowisko.

Najnowszym nabytkiem DHL Parcel Polska są elektryczne pojazdy dostawcze Mercedes-Benz: eSprintery. Zakup blisko 80 nowych samochodów jest jednocześnie kolejnym etapem współpracy z marką, w ramach której firma testowała już mniejszy model Mercedesa: eVito.

Powiększanie zielonej floty jest dla DHL Parcel Polska nie tylko wyrazem dbałości o klimat, ale również o kurierów, którzy bardzo wysoko oceniają komfort pracy związany z elektrycznymi pojazdami. Dynamiczny rozwój tego sektora usług kurierskich, związany m.in. ze wzrostem e-handlu, oznacza coraz więcej zleceń i wyższe zapotrzebowanie na kierowców realizujących miejskie i podmiejskie dostawy tzw. ostatniej mili. Dlatego firmie zależy na tym, by stworzyć im optymalne warunki do pracy i zapewnić do niej najlepsze narzędzia. Elektryczne samochody ułatwiają codzienne zadania, m.in. dzięki możliwości korzystania z buspasów, bezpłatnego parkowania w miejskich SPP a ponadto oferują wyjątkowy komfort ze względu na ciszę w kabinie i dużą dynamikę prowadzenia.

– Już do 2027 r. 50% floty DHL Parcel będą stanowiły samochody elektryczne. Naszym oficjalnie zdeklarowanym i cały czas realizowanym celem jest osiągnięcie neutralności CO_2, do czego zmierzamy, wdrażając kolejne działania w ramach globalnego programu GoGreen – mówi Arkadiusz Stasiak, wiceprezes ds. operacyjnych w DHL Parcel Polska. – Jednym z jego filarów jest systematyczna elektryfikacja floty. Już od dawna prowadzimy intensywne testy różnych modeli samochodów dostawczych o napędzie elektrycznym, które doskonale sprawdzają się w ramach miejskiej logistyki. Zbierają również bardzo pozytywne opinie naszych kurierów, którzy cenią sobie komfort jazdy i wygodę, jaką zapewnia elektryczny napęd.

STEICO NA FINISZU BUDOWY W GROMADCE

Trwa rekrutacja do nowej fabryki STEICO w Gromadce, której budowa jest na ostatniej prostej. W 2023 r. zaplanowano uruchomienie trzech linii produkcyjnych, na których wytwarzane będą ekologiczne płyty i maty termoizolacyjne. Trzeci zakład w Polsce zwiększy moce produkcyjne europejskiego lidera materiałów izolacyjnych z włókien drzewnych.

Fabryka w Gromadce koło Bolesławca to pierwsza inwestycja STEICO w woj. dolnośląskim, ale firma związana jest z Polską już od 1998 roku. Notowana na giełdzie spółka ma dwa zakłady produkcyjne w kraju - w Czarnkowie (woj. wielkopolskie) i Czarnej Wodzie (woj. pomorskie). Łącznie z siedzibą w Monachium i zakładem w Casteljaloux (Francja) zatrudnia ok. 2000 pracowników.

W nowej hali, którą wybudowano na położonej bezpośrednio przy autostradzie A4 działce o powierzchni blisko 19 ha, trwa montaż maszyn oraz infrastruktury niezbędnej do realizacji procesów produkcyjnych. Zostaną tu uruchomione dwie linie technologiczne do wytwarzania sprężystych mat termoizolacyjnych, o wydajności ponad 1,5 mln m^3/rocznie. Trzecia linia zwiększy natomiast dotychczasowy potencjał produkcyjny płyt termoizolacyjnych o 0,5 mln m^3/rocznie. Ekologiczne materiały termoizolacyjne będą wytwarzane w procesie suchym, z poddanego defibracji drewna iglastego.

STEICO jest liderem na europejskim rynku materiałów termoizolacyjnych z włókien drzewnych z roczną zdolnością produkcyjną ok. 4,3 mln m^3. Dzięki inwestycji w Gromadce wzmocni swoją konkurencyjność i zabezpieczy dostawy na rozwijającym się rynku materiałów ekologicznych.

- Po uruchomieniu fabryki będziemy jednym z największych pracodawców w regionie, co zwiększy szanse na znalezienie stabilnej pracy w miejscu zamieszkania lub bliskiej okolicy. Gwarantujemy przejrzysty systemem wynagrodzeń i pełen pakietem świadczeń, którym od pierwszego dnia zostaną objęci pracownicy oraz ich rodziny – zapewnia Patrycja Niemczyk-Wandowska, która odpowiada za rekrutację do fabryki w Gromadce.

SRW
GRUPA

Z okazji zbliżającego się
Bożego Narodzenia
pragniemy życzyć pełnych
miłości i spokoju świąt.
Niech ten czas będzie pełen ciepła
i rodzinnej atmosfery.
Dużo radości, pogody ducha,
spełnienia marzeń i wszelkiej
pomyślności,
a także wielu sukcesów
w nadchodzącym roku.

Życzy:

Zarząd Spółki SRW i Biura Rachunkowego SRW
wraz z pracownikami.

IDEO BY ID LOGISTICS RUSZA W POLSCE

2022 rok jest jednym z najważniejszych etapów w rozwoju Grupy ID Logistics. Na rynku polskim firma ogłasza otwarcie nowej spółki IDEO by ID Logistics, która ma pełnić rolę Control Tower dla przepływów towarów w transporcie drogowym, kolejowym i multimodalnym dla Danone i firm z branży FMCG. Operator wyznaczył też ambitne plany i nowe kierunki rozwoju, które mają umocnić jego pozycję jako lidera na polskim rynku dedykowanej logistyki kontraktowej, zarówno w zakresie podstawowej specjalizacji jak i nowych obszarów.

IDEO to spółka joint venture ID Logistics i Danone, założona w 2014 r. we Francji. Jest dostawcą usług logistycznych jako 4PL specjalizujący się w zarządzaniu przepływami towarów w transporcie kolejowym, drogowym i multimodalnym w Europie. Jej siedziba główna i jednocześnie Control Tower zlokalizowana jest w Saint Priest k/Lyonu. Od początku działalności spółka zarządza przepływami w łańcuchu dostaw dla dywizji Waters Danone i innych klientów FMCG.

W ramach dalszej ekspansji i strategii IDEO ukierunkowanej na pozyskanie nowych klientów, w Warszawie otwarto nową spółkę a zarazem jej drugi oddział - IDEO by ID Logistics. Jako Control Tower odpowiada za monitorowanie, planowanie i realizację przepływów towarów między fabrykami a centrami dystrybucji w Europie trzech linii produktowych Danone – produkty mleczne, pochodzenia roślinnego i żywienia specjalistycznego. Warszawskie Control Tower rozpoczęło obsługę operacyjną w lipcu 2022 r. od zarządzania przepływami w transporcie drogowym dla produktów Danone we Francji. Do połowy przyszłego roku zasięg jej działalności rozszerzy się o zarządzanie przepływami towarów dla wszystkich oddziałów Danone w 44 krajach Europy, zarówno w transporcie drogowym jak i kolejowym. W ramach sieci obejmującej 96 punktów załadunku i 81 punktów dostaw będzie realizowanych 150 tys. zamówień rocznie. IDEO by ID Logistics ma też odpowiadać za pozyskanie i obsługę innych firm z branży FMCG.

IWONA SADOWSKA AWANSUJE W P3 LOGISTIC PARKS

P3 Logistic Parks długoterminowy inwestor i deweloper europejskich obiektów magazynowych umacnia swój zespół w Polsce. Iwona Sadowska pracująca od 2019 roku jako Deputy Head of Leasing awansowała obecnie na stanowisko Head of Leasing.

Iwona ma ponad 20-letnie doświadczenie na rynku nieruchomości komercyjnych. Zdobywała je m. in. w TFI PZU SA, gdzie pełniła rolę Head of Asset Management. Przez prawie 7 lat pracowała również jako Head of Property Management dla Savills. Swoją karierę zaczynała w Liebrecht &wooD Polska, w Dziale Zarządzania Nieruchomościami. Jest absolwentką Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Posiada licencję zawodową zarządcy nieruchomości i jest członkiem CCIM Insitute.

Bartłomiej Hofman, Managing Director w P3 Logistic Parks Polska mówi: - Doświadczenie i wiedza ekspertów budujących zespół P3 są dla nas bardzo ważne. Iwona to doskonała profesjonalistka, która ma niezwykle cenny wkład w rozwój P3 w Polsce. Jest związana z nami od ponad trzech lat i od tego czasu aktywnie przyczynia się do budowania przewagi konkurencyjnej firmy demonstrując szeroki poziom wiedzy. Jestem przekonany, że na nowym stanowisku rozwinie swoje umiejętności, a jej doświadczenie i kwalifikacje wesprą nas w dalszej realizacji strategii biznesowej.

Iwona Sadowska, Head of Leasing w P3 Logistic Parks Polska dodaje: - Cieszę się, że będę mogła uczestniczyć w dalszym rozwijaniu portfolio klientów, pracując z tak profesjonalnym zespołem i w tak dobrej atmosferze. Mam nadzieje, że moja wiedza i doświadczenie przyczynią się do wzmocnienia pozycji P3 w Polsce jako firmy godnej zaufania, która jest solidnym partnerem w biznesie.

P3 to długoterminowy inwestor, zarządca i deweloper nieruchomości magazynowych w Europie. Zarządza aktywami o powierzchni ponad 7,1 mln mkw. oraz bankiem ziemi 1.6 mln mkw. przeznaczonym do dalszej rozbudowy. P3 prowadzi działalność w 11 krajach i od prawie dwudziestu lat inwestuje i rozwija się na rynkach europejskich.

DACHSER
Intelligent Logistics

SUKCES WYMAGA NIEZAWODNYCH POŁĄCZEŃ.

DACHSER Polska

- Międzynarodowa i krajowa sieć drobnicowa
- Spedycja lotnicza i morska
- Logistyka kontraktowa i magazynowanie
- Rozwiązania dla branż DIY i CHEM
- Zarządzanie łańcuchem dostaw
- Innowacyjne technologie IT

dachser.pl

WSZYSCY CHCIELI ŚWIĘTOWAĆ

Gala Logistyki, Transportu i Produkcji 2022 zapisała się w historii złotymi zgłoskami. Ponad 650 osób przybyło 17 listopada do hotelu DoubleTree by Hilton w Warszawie, aby poznać laureatów badań prowadzonych przez Eurologistics Media Group i Data Group Consulting. Rekordowa frekwencja przełożyła się na bardzo intensywny przebieg wieczoru, choć oczywiście największe emocje towarzyszyły głównym bohaterom Gali, czyli laureatom badania Operator Logistyczny Roku 2022.

Niezwykłe wydarzenie to od ponad dwóch dekad lat prawdziwe święto logistyki – czas podsumowania mijającego roku, czas spotkań, rozmów i wzajemnej inspiracji. To również ten wieczór, gdy poznajemy firmy, które cieszą się najlepszą opinią wśród klientów usług logistycznych, producentów i sieci handlowe wyróżniające się na polu kreatywności w zarządzaniu, oraz produkty i usługi których innowacyjność pozwala na ciągły rozwój i doskonalenie operacji w łańcuchu wartości.

Najważniejszym momentem Gali było ogłoszenie zdobywców "Logistycznych Oskarów", czyli trzech najlepszych firm w wynikach tegorocznego badania Operator Logistyczny Roku. Program ten jest jedyną tego typu inicjatywą - w szeroko zakrojonym badaniu sprawdzany jest poziom satysfakcji klientów firm logistycznych, jest ono realizowany nieprzerwanie od 2002 roku i zyskało ogromną renomę w branży.

Nagrody Lider Logistyki programu Operator Logistyczny Roku przyznawane są z kolei za przywództwo w poszczególnych segmentach rynku bądź cechach obsługi. Wskazują one firmy, które osiągnęły doskonałość w ramach swojej wyspecjalizowanej działalności, bądź też w dany roku w sposób znaczący rozwinęły jeden z segmentów oferowanych przez siebie usług logistycznych. Na scenie Gali stanęło ponadto szerokiego grono zdobywców wyróżnień honorowych i specjalnych.

Na następnych stronach znajdą Państwo fotograficzne podsumowanie Gali i prezentację laureatów badania Supply Chain Designer oraz konkursu Produkt Innowacyjny dla Logistyki, Transportu i Produkcji. Natomiast czytelników poszukujących pełnych wyników badania Operator Logistyczny Roku 2022 odsyłamy do końcowej części pisma, gdzie na kilkudziesięciu stronach publikujemy posumowanie programu i zebrane w ramach badania dane.

OPERATOR LOGISTYCZNY
2022

OPERATOR
LOGISTYCZNY ROKU 2022
WYRÓŻNIENIE HONOROWE
W PROGRAMIE BADAWCZYM
OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2022
DHL Parcel
Za
NAJLEPSZY DOSTAWCA USŁUG LOGISTYCZNYCH W E-COMMERCE
Expeditors Polska
Za
NAJLEPSZĄ OBSŁUGĘ SPEDYCYJNĄ TOWARÓW W WYMIANIE ZAGRANICZNEJ
Raben Transport
Za
SZCZEGÓLNIE KONKURENCYJNĄ FIRMĘ TRANSPORTOWĄ
LSP Group
Za
NAJLEPSZE WYKONANIE ZAŁOŻONYCH NORM USŁUG LOGISTYCZNYCH
PKS Gdańsk-Oliwa
Za
NAJLEPSZĄ ORGANIZACJA DOSTAW TOWARÓW ZA GRANICĄ
Ekol Logistics
Za
DZIAŁALNOŚĆ NA RZECZ ROZWOJU LOGISTYKI KONTRAKTOWEJ
TSLOGISTIC
Za
KOMPLEKSOWE I SPERSONALIZOWANE USŁUGI LOGISTYCZNE

2022

21st
2022
GALA

21st
2022
GALA

LOGISTYKI
TRANSPORTU

OPERATOR
FF Frecht

TRANSPO

21 st

LOGISTIC PARKS

ATLAS WARD

Quantum OGUAR

SpaceFactory
design | construction | advisory

Trimble Transportation

clip group

AXI IMMO

TIP

Supply chain designer

EKOLOGIA NAPĘDZA ZMIANY

Podsumowanie dziesiątej edycji badania Supply Chain Designer wskazało, jak istotne dla rozwoju działających w Polsce firm stały się kwestie ekologiczne. Działy logistyki również mocno dostrzegają ten trend, co zauważyło jury badania.

Supply Chain Designer to program badawczy, prowadzony przez Wydawnictwo Eurologistics. Jego celem jest gromadzenie i promowanie projektów, które są efektami twórczej pracy kadry zarządzającej firm produkcyjnych i handlowych. Ambicją organizatora jest nagradzanie działań i rozwiązań, które wspomagają i znacznie usprawniają zarządzanie szeroko pojętymi łańcuchami dostaw. Patrząc na wyniki badania na przestrzeni ostatnich lat nie da się nie zauważyć, że poszukując źródeł usprawnień, kadra menedżerska coraz mocniej eksploruje możliwości, jakie niesie ze sobą Przemysł 4.0. Jednak wdrożenia te realizowane są w sposób przemyślany ze świadomością tego, iż automatyzacja nie zlikwiduje istniejących błędów w procesach i powinna być ostatnim krokiem podejmowanych w procesach doskonalenia działań firmy. Ramię w ramię z automatyzacją idzie zrównoważony rozwój, zatem ekologiczne aspekty projektów mocno wpłynęły na ocenę jurorów.

NAGRODY GŁÓWNE W PROGRAMIE SUPPLY CHAIN DESIGNER 2022

Firma

MODIVO

za projekt

Wdrożenie Papieropaków i Ekoboxów

Nagrodę przyznano za wdrożenie proekologicznych rozwiązań w obszarze opakowań – Papieropaków oraz opakowań zwrotnych EkoBox. Ich efektem jest wyraźne ograniczenie ilości odpadów generowanych w procesie dystrybucji. Jury oceniające projekt zwróciło też uwagę na fakt, iż MODIVO wdrażając nowe koncepty dołożyło starań, aby korzyściom ekologicznym towarzyszyła optymalizacja operacji logistycznych w firmie.

Firma

ŻABKA POLSKA

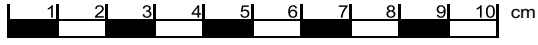
za projekt

Automatyczny i samowystarczalny energetycznie magazyn

Nagrodę przyznano za wdrożenie proekologicznych rozwiązań w obszarze opakowań – Papieropaków oraz opakowań zwrotnych EkoBox. Ich efektem jest wyraźne ograniczenie ilości odpadów generowanych w procesie dystrybucji. Jury oceniające projekt zwróciło też uwagę na fakt, iż MODIVO wdrażając nowe koncepty dołożyło starań, aby korzyściom ekologicznym towarzyszyła optymalizacja operacji logistycznych w firmie.

Na tropie do sukcesu

ważne są szczegóły



Qguar

IT dla logistyki i produkcji

quantum-software.com

INNOWATORZY ROKU

18. edycja konkursu Produkt Innowacyjny dla Logistyki, Transportu i Produkcji została podsumowana podczas 21. edycji Gali Logistyki, Transportu i Produkcji, w obecności przedstawicieli największych firm branży logistycznej. Konkurs cieszył się w tym roku wyjątkowo dużym zainteresowaniem, czego efektem było szerokie grono nagrodzonych - Kapituła przyznała siedem wyróżnień i trzy nagrody główne.

Celem konkursu niezmiennie jest wyłanianie wyróżniających się produktów i usług, które wspierają pracę działów logistycznych i transportowych. Przy ocenie nadesłanych pomysłów brane są pod uwagę ich technologiczną i rynkową innowacyjność, korzyści, jakie nowe rozwiązania mogą przynieść klientom, a także aspekty środowiskowe.

Podsumowując tegoroczną edycję pierwszym, co rzuca się w oczy, jest bardzo duże zróżnicowanie nagrodzonych projektów. W czołowej trójce znalazła się folia stretch, którą może wykorzystać każda firma realizująca wysyłki; zupełnie nowa wizja systemu TMS, warta rozważenia przez przedsiębiorstwa szukające kolejnych obszarów optymalizacji transportu oraz bardzo rozbudowany system intralogistyczny, który wspiera operacje w firmach produkcyjnych. Widać więc, że innowatorzy dobrze wiedzą, jak wiele nisz pozostało do wypełnienia oraz jak dużo obszarów działalności firm produkcyjnych, handlowych i logistycznych wymaga dalszych usprawnień.

Zwycięzców konkursu wyłoniła Kapituła w składzie: dr Mirosław Antonowicz, profesor Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie; Łukasz Chmaj, audytor, konsultant i trener; Peter Duwel, właściciel XTL Consulting; dr hab. Aleksandra Laskowska-Rutkowska, profesor Uczelni Łazarskiego, dyrektor Centrum Logistyki i Innowacji w Uczelni Łazarskiego; dr hab. Jana Pieriegud, ekspert w obszarze transportu, logistyki i cyfryzacji; prof. dr hab. Maciej Szymczak, prorektor do spraw rozwoju i współpracy z otoczeniem Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu; Grzegorz Urban, Executive Director, Transport & Logistics w firmie PwC i Witold Zygmunt, z-ca redaktora naczelnego Eurologistics.

Poniżej przedstawiamy krótkie opisy produktów i usług nagrodzonych w konkursie. Jednocześnie jeszcze raz dziękujemy za tak duże zainteresowanie konkursem i zapraszamy do udziały w jego kolejnych edycjach.

Witold Zygmunt

PRODUKT INNOWACYJNY DLA LOGISTYKI, TRANSPORTU I PRODUKCJI 2022

NAGRODY GŁÓWNE

AIUT

za

Autonomiczną zintegrowaną platformę intralogistyczną

Firma AIUT stworzyła autonomiczny, zintegrowany system intralogistyczny bazujący na robotach mobilnych typu AMR/AGV, zapewniający kompleksową automatyzację i kontrolę wewnętrznych procesów transportowych w zakładach przemysłowych i magazynach – bez nadzoru operatora – w oparciu o monitoring wewnętrznego przepływu informacji i towarów w czasie rzeczywistym.

To wyjątkowy autorski system, na który składa się warstwa software (zaawansowany system zarządzania flotą AMR/AGV i zleceniami transportowymi AIUT Qursor – zaprojektowany do pracy w trybie bezobsługowym) oraz warstwa hardware (roboty mobilne z serii AIUT Formica). Rozwiązanie oferowane jest w innowacyjnym modelu indywidualizacji produktu wraz z pełną integracją systemu z liniami produkcyjnymi lub/i logistyką wewnątrzzakładową klienta. Unikatowa strategia AIUT zakłada dostarczanie systemu intralogistycznego idealnie dopasowanego do potrzeb danego przedsiębiorstwa, zarówno w zakresie dostosowania systemu zarządczego, jak również kastomiizacji robotów mobilnych z serii AIUT Formica oraz innych urządzeń, a także sprzętu stanowiącego wyposażenie pojazdu. Integralną częścią rozwiązania jest cyfrowa platforma wdrożeniowa pozwalające na wirtualne uruchomienie i testowanie rozwiązania na rzeczywistych procesach klienta, optymalizacje przepływów i tras oraz dobór rozwiązań (pojazdów) i ich konfigurację – jeszcze przed właściwym wdrożeniem. Narzędzie pozwala precyzyjnie określić ROI (ang. return on investment). Rozwiązanie pozwala na pełną integrację z systemami nadrzędnymi klienta, umożliwiając efektywną i bezbłędną realizację dostaw przez roboty AMR w dynamicznym środowisku. System zarządza operacjami transportowymi bez nadzoru operatora, inteligentnie adaptując się do zmiennych warunków otoczenia i bieżącej hierarchii zadań. Zbudowany zgodnie z ideą Przemysłu 4.0 umożliwia zarządzanie wszystkimi zleceniami intralogistycznymi – zarówno transportu zrobotyzowanego, jak i manualnego w danym przedsiębiorstwie – dla pełnej kontroli przepływów i związanych z tym optymalizacji.

NAGRODY GŁÓWNE

EV FLEET

za

CargOS – System IT for Urban Freight Transport Shared Model

CargOS to całkowicie nowa koncepcja systemu IT klasy TMS. Umożliwi on zautomatyzowanie oraz zarządzanie miejskimi flotami towarowymi w czasie rzeczywistym oraz współdzielenie przestrzeni ładunkowej, rezerwację i optymalizację na poziomie pojazdu i floty.

W rezultacie rozwiązanie pozwoli na pełne wykorzystanie aktywów, redukując niewykorzystaną przestrzeń ładunkową do bliska zeru i sprawiając, że bezemisyjny transport miejski stanie się ekonomicznie opłacalny.

Wdrażany obecnie prototyp systemu CargOS to efekt 3 lat prac badawczo – rozwojowych. Testowany i zatwierdzony przez Carrefour, Frisco i Auchan oraz uznany przez Google Startup Program.

System CargOS dzięki swoim funkcjonalnościom automatycznie:

- *tworzy mapę 3D przestrzeni ładunkowej każdego pojazdu floty z dokładną pozycją każdego kontenera dzięki czujnikom i znacznikom RFID,*
- *daje dostęp do krytycznych danych z urządzeń peryferyjnych (głównie elektrycznych) w pojeździe, automatycznie mierząc (zlicza) i optymalizując całkowite zużycie energii na poziomie pojazdu i całej floty. Dane są generowane dzięki autorskiemu serwerowi telematycznemu,*
- *zarządzi dostawami w czasie rzeczywistym na poziomie floty, rezerwując przestrzeń ładunkową i utrzymując temperaturę dla bezpiecznego transportu artykułów spożywczych i leków.*

CargOS ma dwa poziomy innowacyjności. Składa się z wielu unikalnych rozwiązań tworzących razem pierwszy w swojej klasie system TMS umożliwiający wdrożenie współdzielonego modelu miejskiego transportu towarowego i zautomatyzowanie procesu zarządzania flotą.

CargOS łączy w sobie kilka technologii w obszarach RFID 3D mapping, IoT, czujników, telematyki, systemów chmurowych, komunikacji usług priorytetowych, pasywnego chłodzenia w łańcuchach chłodniczych oraz algorytmów optymalizacji AI.

CargOS łączy w sobie kilka technologii w obszarach RFID 3D mapping, IoT, czujników,

GLOPACK

za

Folię Perforowaną Wzmocnioną w 41% z recyklingiem ręczną i maszynową

Jest to produkt innowacyjny przeznaczony do pakowania, owijania palet, ładunków i przesyłek, które wymagają przepływu powietrza i dobrej wentylacji. Wyróżniają go perforacje w formie otworów o różnych możliwych średnicach, zaś folia produkowana jest z wykorzystaniem surowca pochodzącego z recyklingu.

Cechy produktu:

- *Folia charakteryzuje się dziewięcioma wzdłużnymi wzmocnieniami na całej szerokości folii o grubości od 50 mic do 80 mic.*
- *Zmniejszoną grubością folii bazowej od 4mic do 12 mic.*
- *Posiada wzmocnienia krawędziowe odpowiadające podwójnej grubości folii bazowej.*
- *Posiada otwory wzdłuż folii bazowej ich wielkość jest dostosowana do potrzeb klienta.*
- *Rozciąg folii uzależniony jest od rodzaju owijanego towaru oraz używanej maszyny do foliowania, waha się od 30% do nawet 300%.*
- *Folia klei się wyłącznie od wewnętrznej strony rolki dzięki temu palety się nie sklejają do siebie podczas transportu.*

Korzyści dla klienta z zastosowania Foli Perforowanej

- *Pozwala na wentylacje towarów podczas przechowywania oraz transportu.*
- *Skraca czas chłodzenia wyrobów np. mleczarskich do 40% w stosunku do folii standardowych.*
- *Zapobiega przed tworzeniem się kondensacji pary wodnej.*
- *Zapobiega przed rozwojem bakterii, pleśni.*
- *Sprzyja szybkiemu schładzaniu i suszeniu produktów.*
- *Zabezpiecza przed przegrzaniem.*
- *Skrócony czas owijania.*
- *Oszczędność energii elektrycznej.*
- *Pozwala na oszczędności w transporcie, ponieważ przy jej zastosowaniu nie trzeba korzystać z innych materiałów zabezpieczających towar przed wilgocią.*

WYRÓŻNIENIA

LAUDE SMART INTERMODAL

za

Laude Intermodal Solution

Laude Intermodal Solution to innowacyjne rozwiązanie dla przewozów intermodalnych, które pozwala uczestnikom łańcucha dostaw uzyskać różnego rodzaju korzyści ekonomiczne i ekologiczne, a także przyczynia się do zmiany dotychczasowego podejścia w organizacji łańcuchów dostaw, opartym na wykorzystaniu transportu samochodowego. Ma to coraz większe znaczenie w obliczu nowych warunków funkcjonowania przedsiębiorstw oraz wyzwań geopolitycznych, społecznych, gospodarczych, energetycznych i klimatycznych.
Laude Smart Solution to kompletna usługa przewozu intermodalnego door-to-door dostępna dla firm produkcyjnych, handlowych i dystrybucyjnych z różnych branż: rolno-spożywczej, metalowej, chemicznej, AGD, e-commerce i wielu innych.
Usługa jest świadczona w oparciu o system transportu intermodalnego, który powstał dzięki połączeniu kilku własnych innowacji produktowych. Składa się on z:

- *opatentowanych jednostek intermodalnych – kontenerów i swap body 16 różnych typów dla ładunków o odmiennych cechach, np.: o małych gabarytach, ale ciężkich; długich i dużej wadze; lekkich i wymagających dużej przestrzeni; przewożonych luzem, w workach big bag lub spaletyzowanych; wartościowych i wymagających zabezpieczenia;*
- *środków transportu – lokomotyw, platform kolejowych oraz ciągników samochodowych;*
- *specjalnej lekkiej konstrukcji i platform podkontenerowych;*
- *terminali przeładunkowych.*

Usługę Laude Smart Solution na tle innych rozwiązań na rynku wyróżnia m.in.

- *innowacyjna konstrukcja jednostek ładunkowych i środków transportu pozwalająca na optymalne wykorzystanie zalet transportu intermodalnego, kolejowego oraz konkurowanie z transportem samochodowym;*
- *znaczne korzyści dla klienta oraz oszczędność dla uczestników łańcucha dostaw w porównaniu ze standardowo stosowanymi rozwiązaniami (przewozem pojazdem ciężarowym/w wagonie uniwersalnym lub też w standardowym kontenerze);*
- *wykorzystanie transportu samochodowego tylko tam, gdzie jest to konieczne – na pierwszej i ostatniej mili – i związane z tym dodatkowe korzyści ekologiczne w zakresie redukcji emisji CO_2, mniejszego zatłoczenia na drogach oraz większego bezpieczeństwa w ruchu drogowym.*

E.PACK

za

System Automatycznego Pakowania CVP Everest firmy Sparck Technologies

System Automatycznego Pakowania CVP Everest to w pełni zautomatyzowana maszyna high-tech do tzw. „szytego na miarę" pakowania produktów w opakowania z tektury falistej. Produkt skierowany przede wszystkim dla:

- *sklepów internetowych / e-commerce,*
- *podmiotów świadczących usługi fulfillment,*
- *producentów mających w portfolio zróżnicowane gabarytowo produkty (do których muszą stosować bardzo szeroką gamę rozmiarów opakowań).*

Po umieszczeniu pakowanego produktu lub kilku produktów na pasie transmisyjnym, skaner 3D systemu mierzy rozmiar produktu/produktów do zapakowania i automatycznie pobiera tekturę typu fanfold (niekończąca się tektura) z podajnika. Następnie płynnie produkuje karton wysyłkowy idealnie dopasowany do zawartości, zakleja pudełko za pomocą kleju termotopliwego, może nadrukować dowolną grafikę na pudełku, zważy paczkę, może zadrukować i przykleić etykietę ostrzegawczą i na końcu drukuje i przykleja etykietę wysyłkową. Maszyna jest w pełni zintegrowana z WMS, gdzie na bieżąco odbywa się wymiana informacji. Zamówiony produkt jest gotowy do wysyłki. Dzięki maszynie CVP Everest proces pakowania staje się znacznie szybszy.
Niewątpliwym dodatkowym atutem CVP jest wpływ na zrównoważony rozwój poprzez redukcję śladu węglowego, co wynika:

- *ze zmniejszonego zużycia tektury, które przekłada się na ograniczenie wycinki drzew (średnie zmniejszenie zużycia tektury to około 20-30 proc;*
- *z braku konieczności używania wypełniaczy do pudełek m.in. foli bąbelkowej, papierowych wypełniaczy; styropianu, plastikowych torebek z powietrzem, itp;*
- *ze zmniejszonej ilości transportu samochodów ciężarowych - mniejsza objętość paczek nawet do 50% to wpływa znacznie na ilość emitowanych gazów cieplarnianych przez samochody.*

WYRÓŻNIENIA

PSI POLSKA

za

Warehouse Intelligence

Warehouse Intelligence PSIwms - to innowacyjna platforma kompleksowej analizy, planowania i optymalizacji procesów intralogistycznych wykorzystująca mechanizmy sztucznej inteligencji, której celem jest wsparcie w podejmowaniu kluczowych decyzji.

System analizuje tysiące scenariuszy pracy magazynu na godzinę i podpowiada najlepsze rozwiązanie. Docelowo z WI będzie można bezpośrednio modyfikować parametry systemu WMS zależnie od stanu magazynu bez konieczności nadzoru człowieka. Magazyn będzie się rekonfigurował automatycznie w myśl idei Przemysłu 4.0.

Innowacyjne podejście zastosowane w rozwiązaniu WI bazuje na algorytmach sztucznej inteligencji, w szczególności uczenia ze wzmocnieniem (RL), tj. klasie uczenia maszynowego, w której agent (sieć neuronowa, która podlega treningowi) uczy się optymalnej strategii działania poprzez interakcję ze środowiskiem. Agent nie posiada żadnej wiedzy na temat struktury i procesów zachodzących w środowisku, obserwuje jedynie jego reakcje na podejmowane akcje.

Aby przyspieszyć proces uczenia i zapewnić elastyczność treningu, dane treningowe są generowane przez specjalnie zaprojektowany symulator – model rzeczywistego magazynu. Model ten określany także mianem cyfrowego bliźniaka (ang. Digital Twin) odzwierciedla wszystkie kluczowe procesy logistyczne i jest połączony poprzez odpowiedni interfejs z systemem WMS.

Projekt jest obecnie w fazie testów w Centrum Dystrybucyjnym LPP ale niektóre komponenty wchodzące w skład środowiska WI są już wykorzystywane i pomagają optymalizować logistykę klientów firmy PSI. Pilotażowe uruchomienie projektu planowane jest w magazynie LPP na początku roku 2023.

Wykorzystanie mechanizmów uczenia maszynowego ze wzmocnieniem okazało się na tyle innowacyjnym podejściem, że na dofinansowanie projektu środki przyznało Narodowe Centrum Badań i Rozwoju.

TIVE

za

Tracker Solo 5G

Rozwiązanie firmy Tive bazuje na danych generowanych przez Trackery - wiodące w branży urządzenia śledzące, umożliwiając klientom aktywną optymalizację ich wysyłek, poprawę doświadczenia klientów i wgląd w łańcuch dostaw w czasie rzeczywistym. Tracker Solo 5G to wieloczujnikowe urządzenie, które z bardzo dużą dokładnością mierzy lokalizację, temperaturę, wilgotność, wstrząsy i ekspozycję na światło monitorowanej przesyłki. Korzystając z najnowszych globalnych technologii komórkowych, Wi-Fi i GPS oraz czujników pokładowych, Solo 5G przesyła dane w czasie rzeczywistym do platformy Tive SaaS (platforma może działać samodzielnie lub może być zintegrowana z systemem EPR lub/i CRM klienta, pozwala na generowane raportów tranzytu, finansowych, itd.). Stamtąd specjaliści ds. logistyki aktywnie zarządzają wysyłką i eliminują możliwe do uniknięcia opóźnienia i uszkodzenia przesyłek. W przypadku zmiany jednego z monitorowanych parametrów, użytkownik dostaje powiadomienie sms, email lub powiadomienie systemowe (API, webhook). Pojedynczy przycisk aktywuje lokalizator. Nie ma konieczności zwrotu urządzenia, dzięki czemu można wyeliminować skomplikowane operacje logistyki zwrotnej. Trackery, montowane są bezpośrednio na opakowaniu (lub wewnątrz opakowania) – kartonie, palecie lub kontenerze co umożliwia śledzenie i pełen monitoring przesyłki w transporcie intermodalnym (w przeciwieństwie do konkurencyjnych rozwiązań, które są związane z środkiem transportu). Dzięki wykorzystaniu Trackerów można śledzić lokalizację, sprawdzić otwarcie przesyłki, zmianę natężenia światła (np. jeśli ktoś otworzy kontener lub wręcz paczkę), temperaturę, wilgotność, upadek czy też wstrząs, a nawet orientację przesyłki. Urządzenie może działać od kilkudziesięciu do kilkuset godzin bez ładowania. Przy regularnym ładowaniu można je wykorzystywać ok. 20 lat. Pojedynczy przycisk aktywuje lokalizator. Nie ma konieczności zwrotu urządzenia, dzięki czemu można wyeliminować skomplikowane operacje logistyki zwrotnej.

WYRÓŻNIENIA

BALLUFF

za

PMSys – Portable Monitoring System

PMSys to unikalny na skalę światową przenośny system do diagnozy zużycia łożysk w samochodach ciężarowych i naczepach. Dzięki zastosowaniu pomiaru drgań i opracowaniu metodologii odczytu z widma drgań, system diagnozuje stan zużycia łożysk i alarmuje o konieczności wymiany łożyska. Dane z pomiaru łożyska wysyłane są do chmury, a ich odczyt odbywa się za pomocą strony internetowej z pomocą tabletu, smartfona lub laptopa.

PMSys jest również przenośnym urządzeniem IoT przeznaczonym do diagnozowania stanu technicznego maszyn i podzespołów np. układnic, przenośników, łożysk, pomp, silników elektrycznych. Diagnoza oparta jest o badanie parametrów takich jak: drgania, temperatura, ciśnienie, wilgotność. Zdigitalizowane dane wysłane są do chmury i dostępne w interfejsie webowym. Podgląd do analiz i wyników możliwy jest z telefonu, tabletu czy komputera.

PMSys może służyć do ciągłego monitorowania urządzeń np. układnice, przenośniki, wózki, pompy, wentylatory, sprężarki lub jako czujnik do okresowej kontroli urządzeń. PMSys nie wymaga instalacji sieci informatycznych, nie wymaga integracji z systemami IT. Może działać na zasilanu bateryjnym lub sieciowym.

Metodologia pomiaru łożysk w kołach samochodów ciężarowych została opracowana przez Balluff Polska wraz z Scania Polska. Opracowanie metodologii wymagało przeprowadzenia cyklu badań potwierdzających założenia. Badanie jednego koła zajmuję do 5 min, a wyniki diagnozy zostają zapisane w chmurze.

Produkt idealnie nadaje się do określania wskaźnika OEE (wskaźnik efektywności urządzenia) w maszynach lub urządzeniach. Dzięki niewielkim rozmiarom i prostej obsłudze PMSys może znaleźć zastosowanie w diagnostyce w wielu branżach przemysłowych od przemysłu ciężkiego – huty, kopalnie, przez magazyny automatyczne, turbiny wiatrowe, aż po precyzyjne pomiary na liniach montażowych i produkcyjnych w branży samochodowej.

JUNGHEINRICH

za

Automatyczny wózek widłowy typ AGV EKS 215a

EKS 215a jako kompaktowy i wszechstronny automatyczny system transportowy (AGV) idealnie nadaje się do efektywnej pracy w trybie mieszanym w magazynie i na produkcji – z wózkami kierowanymi przez operatorów i pieszymi. Koncepcja energetyczna 24 V z akumulatorem litowo-jonowym i automatyczną funkcją ładowania zapewnia – obok modułowej koncepcji masztu – maksymalną elastyczność, podczas gdy widły z karetką ISO i wysoki udźwig resztowy umożliwiają obsługę specjalnych nośników ładunku w zabudowanych stacjach przeładunkowych oraz dostawę do regałów. Przyszłościowa koncepcja bezpieczeństwa ze zintegrowanymi czujnikami ochrony osób gwarantuje wysokie bezpieczeństwo w trybie pracy mieszanej, a wygodny w obsłudze wyświetlacz dotykowy HMI ułatwia interakcję między człowiekiem a maszyną.

Najważniejsze cechy EKS 215a:

- *Podniesiona wartość udźwigów resztkowych do 700 kg na wysokości 6 metrów.*
- *Kompaktowe wymiary oraz mały ślad – wysoka zwrotność przy niewielkim zapotrzebowaniu na miejsce.*
- *Wysoka elastyczność dzięki karetce wideł ISO i regulowanym widłom.*
- *Idealna synergia - pakiet energetyczny Li-Ion i elastyczne ładowanie automatyczne.*
- *Konstrukcja w 90% oparta o sprawdzone komponenty.*
- *Nowy intuicyjny dotykowy wyświetlacz – nowy standard HMI dla łatwiejszej i prostszej obsługi wózka.*
- *Nowy koncept systemów bezpieczeństwa – zabudowane i chronione komponenty sprzętowe oraz adaptacyjne pola ochronne.*

Pierwszy projekt jest w trakcie wdrożenia i obejmuje wdrożenie czterech automatycznych wózków widłowych typ AGV EKS 215a dla jednej z wiodących sieci sklepów dekoracyjno-budowlanych w Polsce.

WYRÓŻNIENIA

ETISOFT SMART SOLUTIONS

za

Zintegrowany system intralogistyczny dla wiodącego producenta opakowań foliowych w Europie

Firma Etisoft Smart Solution opracowała zintegrowany system intralogistyczny oparty o flotę 3 robotów mobilnych typu AMR. Zarówno warstwa hardware'owa (roboty mobilne IntraBot Fork) jak również warstwa software'owa (system nadrzędny IntraFleet) jest autorskim rozwiązaniem opracowanym na potrzeby automatyzacji procesów intralogistycznych. System doskonale się sprawdza w automatyzacji obsługi transportu na linii recyklingu. Jednocześnie jego możliwości pozwalają skonfigurować go do realizacji procesów logistycznych w przedsiębiorstwach produkcyjnych i magazynowych. Do najważniejszych zalet systemu, które wyróżniają go na tle rozwiązań konkurencyjnych można zaliczyć:

- *Obsługa wielu typów nośników logistycznych za pomocą tego samego robota, np. palety EUR1, EUR3, standardowe kosze na odpady.*
- *Udźwig 1100 kg, który jest jednym z największych dostępnych w tej klasie gabarytu robota.*
- *Możliwość integracji ze systemami IT, w tym: MES, WMS, ERP, SCADA, pozwalające m.in. na automatyczne generowanie misji logistycznych zgodnie z zapotrzebowaniem produkcyjnym,*
- *Elastyczność systemu w integracji z istniejącą infrastrukturą zakładu produkcyjnego lub magazynowego.*
- *System nadaje się do kastomizacji w zakresie zarówno części hardware'owej jak i software'owej.*
- *Kooperację robotów AMR z ludźmi oraz innymi pojazdami stosowanymi w procesach intralogistycznych.*
- *Otwartą architekturę systemu pozwalającą na jego adaptacyjność zarówno pod względem mechanicznym jak i programistycznym dzięki autorstwu całego rozwiązania.*
- *Skalowalność systemu w razie potrzeby zwiększenia liczby robotów, procesów lub przestrzeni na której działa system.*

Opisy zostały przygotowane na podstawie ankiet konkursowych

Eksport przesyłek paletowych

Oferty specjalne
Skontaktuj się z nami, aby otrzymać ofertę specjalną.

Codzienne połączenia
Skuteczne rozwiązania w całej Europie.

Lider na rynku
Nawiąż współpracę z niezawodnym i solidnym liderem z zakresu transportu.

Geis
Global Logistics

Polegaj na partnerze logistycznym oferującym najlepsze rozwiązania.

LOGISTYKA
Z LUDZKĄ TWARZĄ

Janusz Anioł, Dyrektor Generalny Raben Logistics Polska, podczas Gali Logistyki, Transportu i Produkcji odebrał dla swojej firmy najważniejszą branżową nagrodę - Złote Godło badania Operator Logistyczny Roku 2022. W jaki sposób Raben zapewnił sobie kolejny triumf, dlaczego firma tak mocno inwestuje w zrównoważone rozwiązania oraz w jakich obszarach operacyjnych wspomaga się automatyzacją? Odpowiedzi znajdą Państwo w poniższym wywiadzie.

Panie Januszu, Raben Logistics Polska zdobywa złote godło badania Operator Logistyczny Roku po raz drugi na przestrzeni czterech ostatnich lat. Jakie są pierwsze wrażenia po kolejnym triumfie?
Niezmiernie cieszy mnie zaufanie jakim obdarzają nas klienci. Potwierdza nasze dobre relacje i prawdziwe partnerstwo. To także dowód na to, że koniecznie należy pytać klientów o opinie, bo dzięki nim szybciej dowiadujemy się, które elementy świadczonej przez nas obsługi są na najwyższym poziomie, a które wymagają poprawy. Uzyskane wskazówki pomagają kontynuować to, co działa dobrze i koniecznie poprawiać te obszary, które tego wymagają. Korzystając z okazji chcę jeszcze raz podziękować zarówno naszym klientom, jak i wszystkim pracownikom Raben Logistics Polska, którzy pracują w dziale obsługi klienta i sprzedaży, ale także magazynierom, kierowcom, specjalistom i menedżerom oraz naszym partnerom w biznesie – w końcu wszyscy tworzymy jeden zespół i wspólnie dbamy o klientów i rozwój naszej spółki.

Czy nieustannie wysokie oceny ze strony klientów nie grożą popadnięciem w rutynę - a tym samym obniżeniem tychże ocen?
Przed klientami i sektorem logistycznym, każdego roku, pojawiają się nowe wyzwania i trudności, mimo to cały polski sektor rozwija się dynamicznie. Podobnie jest także na poziomie europejskim. Potwierdzają to nagrody i wyróżnienia przyznane na Gali, stąd nie widzę możliwości popadania w rutynę czy pozostania w strefie komfortu. Wierzę też w zespół Raben nasze wartości i logistyczne DNA naszych ludzi którzy codziennie robią wszystko, aby każdego dnia doskonalić i rozwijać procesy magazynowe i transportowe w zakresie jakościowym i kosztowym, tak aby zadowolić naszych klientów i spełnić ich oczekiwania.

A czy sądzi Pan, że łatwiej zadbać o zadowolenie klienta w tak dużych firmach jak Raben, dysponujących przewagą wynikającą ze skali działania, czy też może mniejsze, bardziej elastyczne przedsiębiorstwa logistyczne mogą być równie dobrze postrzegane wskutek swojej elastyczności.
Każde przedsiębiorstwo na rynku, nie tylko logistyczne i to bez względu na wielkość musi codziennie pracować nad efektywnością i jakością, tak aby rosło zadowolenie klienta, a tym samym rozwijała się sprzedaż i wyniki finansowe. Pewne rozwiązania, które świetnie sprawdzają się w mniejszej firmie, mogą nie zdać egzaminu w dużej i odwrotnie. Jest pewna rzecz, która dobrze działała w Raben gdy byliśmy małą firmą i sprawdza się świetnie także teraz. To bardzo bliski, codzienny kontakt klienta z naszymi opiekunami z działu obsługi. Ludzie z pasją, którzy dbając o potrzeby klientów, proaktywnie rozwiązując ich problemy, czy po prostu odbierając telefon – stali się wizytówką firmy. I to jest coś co nas wyróżnia – logistyka z ludzką twarzą.

Rynek logistyczny funkcjonuje dziś w naprawdę niełatwych czasach. Jakie Pana zdaniem będą najważniejsze wyzwania, z którymi operatorzy będą się zmagać w nadchodzących miesiącach?
Ostatnie lata dały nam wszystkim możliwość pokazania na czym polega prawdziwe partnerstwo. Żyjemy w ciekawych czasach, a zdolność do adaptacji w warunkach obecnej niestabilności gospodarczej i geopolitycznej to jedno z największych wyzwań stojących przed firmami, nie tylko z branży TSL. Potrzeby naszych klientów, a co za tym idzie świat logistyki, dynamicznie się zmieniają. Szybkość reagowania w sytuacjach kryzysowych, partnerska współpraca z klientami oraz elastyczność wszystkich ogniw łańcucha logistycznego, stały się wyznacznikiem skuteczności większości podejmowanych działań.
Dla nas priorytetami są niezmiennie najwyższa jakość obsługi oraz stabilność współpracy z naszymi partnerami. W okresie pandemii w ramach hasła „Zabezpieczamy Twój biznes!", robiliśmy wszystko, aby towary naszych klientów były właściwie magazynowane, a wszystkie dostawy realizowane bez zakłóceń. Kiedy nauczyliśmy się funkcjonowania w pandemii, wybuchła wojna na Ukrainie i pojawiły się nowe wyzwania. Zarówno teraz, jak i w przyszłym roku dodatkowo będziemy wszyscy zmagać się z wysokimi cenami paliw, gazu i energii elektrycznej. Szacujemy, że koszty energii elektrycznej i gazu stanowią łącznie ok. 25-30% kosztu składowania. Analizując ostatnie zmiany wskaźników makroekonomicznych rozmawiamy z klientami, aby budować świadomość co wzrosty cen energii elektrycznej oraz gazu oznaczają dla logistyki magazynowej i utrzymania terminali przeładunkowych.
W Raben jesteśmy świadomi obecnych wyzwań i jako profesjonalny operator logistyczny podejmujemy działania w kierunku złagodzenia wpływu sytuacji na biznes

naszych klientów, w obszarach, którymi zarządzamy. Naszą przewagą jest multi-produktowość, kompleksowa oferta i kompetencje zespołu pracowników Raben. Wierzę, że stabilna firma z ludźmi „z drivem" to gwarancja wysokiej jakości operacji i zabezpieczenie biznesu naszych klientów. Musimy tylko dalej rozwijać się i doskonalić wraz z nimi. Nasi klienci wiedzą, że w obecnych niestabilnych i nieprzewidywalnych warunkach geopolitycznych i ekonomicznych mogą liczyć na Raben - swojego partnera w logistyce.

Raben bierze udział w pionierskim projekcie rozwoju zeroemisyjnego transportu w Polsce, wspólnie z IKEA Industry i Volvo. Proszę opowiedzieć o jego szczegółach.
Rzeczywiście IKEA Industry, Volvo Trucks i Grupa Raben podpisały umowę o współpracy w zakresie zeroemisyjnego transportu towarów w Polsce. W ramach kontraktu, IKEA wprowadza elektryczne samochody ciężarowe Volvo do obsługi wewnętrznych transportów w dwóch fabrykach IKEA Industry w Polsce - w Zbąszynku i Babimoście, położonymi w odległości 12 kilometrów od siebie w zachodniej Polsce. Raben jest operatorem transportowym w tym projekcie. Wnioski z pilotażu zostaną wykorzystane do elektryfikacji operacji transportowych w większej skali. Ciężarówki będą ładowane w zakładach produkcyjnych IKEA Industry za pomocą energii elektrycznej pochodzącej z odnawialnego źródła zewnętrznego. Pierwsza elektryczna ciężarówka już rozpoczęła pracę, a długookresowy plan zakłada rozbudowę floty o kolejne pojazdy, w oparciu o wnioski z projektu pilotażowego.
Dla Grupy Raben projekt ten jest pierwszym krokiem w procesie dekarbonizacji floty własnej i kolejnym w kierunku realizacji naszych planów redukcji emisji CO_2, zatwierdzonych przez ekspertów SBTi. Jako jedna z pierwszych firm logistycznych w Europie i pierwsza w Polsce, podejmujemy ambitne wyzwanie w zakresie eksploatacji ciągnika elektrycznego pracującego z 24 tonową naczepą. W Raben myślimy o przyszłości, nie tylko zabezpieczając zasoby na trudnym rynku, ale i nieustannie wprowadzając innowacje, automatyzując procesy czy realizując kolejne inwestycje. Działamy w oparciu o proekologiczne rozwiązania, bo wiemy, że troszcząc się o środowisko, troszczymy się o przyszłość kolejnych pokoleń

Realne możliwości zeroemisyjnego transportu są często bardzo krytycznie oceniane. Czy ta inicjatywa ma na celu pokazać, że zamiast krytykować należy szukać obszarów, w których elektryczne ciężarówki naprawdę się sprawdzą?
Zdecydowanie tak. Zamiast narzekać na brak infrastruktury, która umożliwiałaby np. transport samochodami elektrycznymi na szeroką skalę szukajmy rozwiązań, które są możliwe do zastosowania. Dla nas wejście na tę drogę z zaufanymi partnerami – klientami, którzy myślą podobnie jak my, są otwarci i gotowi podejmować odważne decyzję oraz inwestować w przyszłość naszych pokoleń to sposób na szukanie dobrych rozwiązań. Tylko dzięki wspólnym działaniom możemy osiągnąć więcej i zrobić to szybciej.

Śledząc doniesienia z firmy zwróciłem też uwagę na rosnące inwestycje w obszarze Robotic Process Automation. Dlaczego Raben sądzi, że wdrożenie RPA jest nieodzowne w firmie logistycznej?
Robotic Process Automation (RPA) w logistyce to już właściwie konieczność, biorąc pod uwagę charakter wielu zadań i procesów w branży w połączeniu z niedoborem pracowników. Wraz z rozwojem robotyzacji i automatyzacji w logistyce w Grupie Raben wdrażane są rozmaite rozwiązania zwiększające realnie efektywność procesów magazynowania i transportu, m.in. urządzenia mierzące przesyłki, autonomiczne lub półautomatyczne wózki widłowe, ramiona „cobotyczne", sensory Internet of Things (IoT) czy automa-

tyczne sortery. Niemniej od 2 lat Grupa równie mocno stawia na robotyzację procesów i skupia się na RPA tzw. botach programowych, naśladujących działania użytkowników w systemach IT. Obecnie brygada liczy 20 jednostek, które realizują ponad 60 procesów. To roboty sterowane centralnie, niewymagające interakcji z użytkownikami i faktycznie wcielające się w ich role. Jest w nich w pewnym sensie pierwiastek ludzki: mają wirtualne środowiska pracy, tak jakby dysponowały własnymi komputerami, przypisano im tożsamości, konta, hasła. Co za tym idzie, jako członkowie międzynarodowej rodziny Raben otrzymały imiona charakterystyczne dla regionu, w którym pracują. I tak Jürgen aktualizuje dane w sieci niemieckiej, Bolek opracowuje trasy wahadłowe w Polsce, a Robertas zajmuje się zamykaniem tras. RPA możemy wykorzystywać 24 godziny na dobę i 7 dni w tygodniu, co w praktyce oznacza co najmniej 50 etatów. Ponadto robot RPA jest w stanie wykonać pracę kilkukrotnie szybciej niż użytkownik, to ogromne udogodnienie. Jeśli dodatkowo weźmiemy pod uwagę elastyczność, wydajność, niezawodność i atrakcyjny koszt RPA, to nie ulega wątpliwości, że automatyzacja będzie przyszłością naszej branży.

W jakich jeszcze obszarach chcieliby się Państwo rozwijać w 2023 roku?

Obecna sytuacja zmusi wszystkie firmy na rynku do zdecydowanej, dalszej optymalizacji i kompleksowego przeglądu procesów: produkcyjnych, magazynowych, transportowych i administracyjnych, szukania oszczędności i rozwiązań pozwalających częściowo ograniczyć wysokie wzrosty kosztów związanych z energią elektryczną, gazem czy rekordowo wysoką inflacją. Od lat stawiamy na innowacje, rozwój i doskonalenie rozwiązań informatycznych i automatyzację i będziemy robić to dalej. Mamy nawet specjalny dział – badań i rozwoju tzw. Genius Lab – zajmujący się szeroko pojętymi innowacjami, śledzeniem nowych trendów i badaniem możliwości ich wdrożenia w firmie. Zgodnie z najlepszymi praktykami pracy, Genius Lab zajmuje się danym rozwiązaniem do etapu zweryfikowanych koncepcji, przekazując je wraz z rekomendacjami do wdrożenia innym zespołom projektowym wewnątrz firmy. Pozwala to na pełną koncentrację sił na innowacyjności.

Klienci doceniają, połączenia i wymianę danych z systemami operacyjnymi i platformą myRaben, którą nieustannie rozwijamy. Pracę naszym zespołom już ułatwia zastosowanie rozwiązań RPA, a planujemy kolejne kroki na tej drodze. Ponadto odpowiadając na potrzeby naszych klientów i trendy dotyczące całego sektora TSL, oraz obserwując rosnące ilości przesyłek eksportowych Raben organizuje kolejne drobnicowe połączenia międzynarodowe. W minionym roku do rodziny Raben dołączyła Grecja, a na początku bieżącego – Austria, czyli czternasty i piętnasty rynek w Grupie.

Nawet największe zawodowe sukcesy nie wystarczą jednak do szczęścia. Proszę zatem na koniec wywiadu podzielić się z naszymi Czytelnikami swoją receptą na udany relaks po satysfakcjonującej pracy.

To jest bardzo ważny element dla mnie i rodziny, dlatego dbam o regularną aktywność fizyczną i z żoną bierzemy udział w zajęciach lub wyjazdach naszej szkoły jogi, a z synem trenujemy na siłowni. Ponadto czytam dużo ebooków lub słucham w podróżach audiobooków. Wolny czas poświęcam też często na odkrywanie nowej muzyki i wykonawców na platformach internetowych Spotify lub Tidal.

Dziękuję za rozmowę

BRANŻA ZDAŁA EGZAMIN

FM Logistic w tegorocznym badaniu Operator Logistyczny Roku uplasował się na trzeciej pozycji. Tomasz Oczkowski, Central Europe Commercial Director w FM Logistic, dzieli się wrażeniami po powrocie firmy na podium rankingu, opowiada o projektach realizowanych w ostatnich miesiącach oraz ocenia sytuację w branży TSL.

FM Logistic powróciło w tym roku do grona zdobywców nagród głównych w badaniu Operator Logistyczny Roku. Czy awans w rankingu cieszy, zwłaszcza w tych niepewnych gospodarczo czasach?

Oczywiście, że cieszy, bo jest odzwierciedleniem opinii o FM Logistic nie tylko naszych klientów, ale całego rynku logistycznego. To dowód, że jesteśmy wiarygodnym, zaufanym i kompetentnym partnerem w biznesie. To także potwierdzenie dla naszych zespołów, że ich codzienna praca ma sens i jest motywacją do dalszych działań. Raz jeszcze bardzo za to wyróżnienie dziękuję.

Brązowe godło to dobra pozycja do jeszcze intensywniejszych starań o satysfakcję klienta. Czy widzi Pan pole do dalszej poprawy w tym obszarze?

Miejsce na poprawę jest zawsze, nie można stać w miejscu. Mam tu na myśli zarówno samą jakość serwisu i usługi logistycznej, jak i relacje z klientami, które są dla nas kluczowe. Kultura Lean Management i ciągłego doskonalenia jest mocno obecna w FM Logistic. Regularnie organizujemy tego typu warsztaty z klientami, wspólnie znajdujemy obszary do poprawy, również w łańcuchu dostaw klienta, bo tak też postrzegamy rolę partnera logistycznego. Uczestniczymy w programie Operator Logistyczny Roku od początku jego istnienia. Wielokrotnie byliśmy wyróżniani, do tej pory jedną z trzech głównych nagród zdobyliśmy już sześciokrotnie, w tym również Złote Godło. Mam nadzieję, że dzięki takim działaniom uda nam się sięgnąć po nie ponownie.

Po dwóch latach pandemii i wywołanych przez nią perturbacji w łańcuchach dostaw, rok 2022 przyniósł kolejne zawirowania: wojna na Ukrainie, inflacja. Jak pana zdaniem poradziła sobie w tej sytuacji branża logistyczna?

Rzeczywiście ostatnie trzy lata nie szczędzą nam nieoczekiwanych zwrotów. Niewątpliwie jest to test dla wszystkich branż, w tym logistyki, która jest krwiobiegiem gospodarki. Moim zdaniem sektor wykazał się dużą reaktywnością na te perturbacje, choć oczywiście zmieniły one nieco jego oblicze. Przerwane łańcuchy dostaw, drastyczny wzrost cen energii czy paliw sprawiły, że wiele, szczególnie niewielkich firm transportowych zniknęło z rynku. Zyskali natomiast duzi operatorzy logistyczni, którzy zapewnili stabilność i wsparcie biznesu swoich klientów w tym trudnym czasie. Szczególnie jednak warto podkreślić, że cała branża logistyczna zdała egzamin w obliczu wojny na Ukrainie angażując się w różnego rodzaju akcje pomocowe dla uchodźców, a także wspierając swoich pracowników w tym kraju, zarówno na miejscu lub przenosząc i zatrudniając ich chociażby w strukturach polskich, jak to miało miejsce w naszym przypadku.

Ceny usług logistycznych od miesięcy poddane są bardzo dużej presji inflacyjnej. Czy można powiedzieć, że doczekaliśmy się czasu żniw dla firm konkurujących przede wszystkim jakością?

Wydaje mi się, że jakość zawsze w końcu wygrywa, a pewny, zaufany operator logistyczny na niepewne czasy jest szczególnie ważny. Już okres pandemii udowodnił tę zależność. Musimy jednak zdać sobie sprawę, że branża logistyczna to sektor usług, więc praca na niskich marżach i obecna sytuacja, gdzie wzrost kosztów energii i gazu może sięgać nawet 300% jest dla nas trudna. Szczęśliwie rynek ma świadomość tych okoliczności i zrozumienie, że musimy się tymi kosztami podzielić. Oczywiście, aby móc negocjować ceny najpierw trzeba zapewnić najwyższą jakość serwisu. Cały czas dyskutujemy z naszymi klientami o wyzwaniach jakie niesie ze sobą wspomniana już sytuacja makroekonomiczna. Nie są to łatwe rozmowy.

A jak w tych warunkach odnalazł się FM Logistic?

Z satysfakcją mogę powiedzieć, że sprawdza się nasza strategia. Kierunek, który obraliśmy kilka lat temu, czyli przede wszystkim rozwój omnichannel, inicjatywy na rzecz zrównoważonego łańcucha dostaw czy automatyzacja spełnia oczekiwania zarówno nasze, jak i naszych klientów, dzięki czemu możemy wspólnie rosnąć. Dla przykładu z jednym z nich, z branży przemysłowej zanotowaliśmy 5 krotny wzrost biznesu w ciągu 3 lat!
Liczba obsługiwanych przez FM Logistic zamówień e-commerce zwiększyła się rok do roku o około 40%. Jest to efekt rozpoczęcia operacji dla nowych klientów zarówno w Polsce jak i w Czechach. Otrzymaliśmy kolejny, trzeci już i tym razem złoty, certyfikat LEED dla zrównoważonego budownictwa. Kurczący się rynek pracy i wciąż rosnąca skala operacji dla kanału e-commerce sprzyjają też inwestycjom w automatyzację, klienci chętniej angażują się w takie inicjatywy, gdyż czas zwrotu z inwestycji się obecnie znacznie skrócił.

To wszystko dowodzi, że zdiagnozowaliśmy rynek i nowe trendy na tyle dobrze, że nawet nieoczekiwanie perturbacje zewnętrzne nie tylko nie zakłóciły jej realizacji naszej strategii, ale wręcz tę realizację przyspieszyły.

Strategia zdaje egzamin, ale na pewno nie obyło się bez wyzwań. Które z nich było największe?

Trudno wskazać na jedno, dla FM Logistic był to niewątpliwie bardzo intensywny czas. To właśnie na ten rok przypadł w większości start operacji dla 25 nowych kontraktów, o których mówiliśmy rok temu. Otworzyliśmy 3 nowe lokalizacje, 2 nowe huby transportowe zatrudniliśmy niemal 800 nowych pracowników, co jak wiadomo na dzisiejszym rynku pracy jest nie lada wyzwaniem. Nowe projekty, w tym z zakresu automatyzacji, to także zwiększone wymagania dla struktury i systemów informatycznych. Od jakiegoś czasu intensywnie, wraz z naszym dostawcą oprogramowania, udoskonalamy nasz system WMS tak, aby wszystkie zautomatyzowane narzędzia, np. przenośniki taśmowe, maszyny do pakowania typu PackSize, roboty itp. połączyć siecią informatyczną i zintegrować wymianę danych między nimi, aby rzeczywiście były to rozwiązania w pełni zautomatyzowane, co również nie jest łatwym zadaniem. Mimo trudności na rynku kierowców, rozwijamy też naszą flotę, zakupiliśmy 100 nowoczesnych naczep, aby udoskonalić nasz serwis. Wyzwań zatem nie brakowało, najważniejsze, że stawiliśmy im czoła.

Co w takim razie uznałby pan za najważniejsze tegoroczne osiągnięcie?

Najbardziej wymiernym potwierdzeniem naszych osiągnięć są oczywiście nagrody. Wspomniane już wcześniej tegoroczne Brązowe Godło w badaniu Operator Logistyczny Roku 2022 to wyróżnienie za całokształt naszej pracy i wysiłków.

FM Logistic otrzymało też w tym roku główną nagrodę w konkursie Employer Branding Excellence Awards 2022 za kampanię rekrutacyjną dla naszej platformy logistycznej w Głogowie. To już kolejne wyróżnienie tego typu dla naszej strategii employer branding, która jest niezwykle skuteczna.

Muszę też wspomnieć o bardzo ważnym osiągnięciu w FM Logistic, o którym może mniej mówimy na zewnątrz, ale dla nas równie znaczące. W tym roku obchodziliśmy 5. rocznicę działalności naszej fundacji: FM Foundation. Przez ten czas nasze wsparcie otrzymało 234 beneficjentów programu skierowanego do usamodzielniającej się młodzieży z pieczy zastępczej. W działania fundacji zaangażowało się ponad 120 pracowników naszej firmy. Jestem dumny, że jako firma nie tylko potrafimy prowadzić dochodowy biznes, ale też efektywnie wspierać potrzebujących.

Co się składa na te sukcesy, w czym upatruje pan największą siłę i przewagę FM Logistic nad innymi operatorami ?

Myślę, że filarem jest tutaj nasz model biznesowy, czyli inwestowanie we własne magazyny. Szczególnie w obecnej sytuacji, gdy na rynku brakuje dostępnej

powierzchni magazynowej daje nam on dużą przewagę. Jako właściciel możemy dowolnie "żonglować" powierzchnią, tak aby dopasować ją do zmieniających się potrzeb naszych kontrahentów bez konieczności negocjacji z deweloperem. Dzięki temu sprawnie zarządzamy wahaniami stocku, spadkami lub wzrostami wolumenów. Łatwiej podjąć decyzję o wdrażaniu nowych, innowacyjnych rozwiązań.Wszelkie modyfikacje możemy przeprowadzić szybko i płynnie, bez wpływu na bieżącą obsługę logistyczną.
Dodatkowo nasze magazyny to zazwyczaj obiekty multiklienckie, co jest to też bardziej efektywne kosztowo, gdyż jesteśmy w stanie zoptymalizować zarządzanie zasobami pomiędzy operacjami i efektywnie reagować na sezonowość klientów. W efekcie, pozwala to na ograniczenie nadgodzin czy zatrudnienia personelu z agencji pracy tymczasowej. Szczególnie ten model sprawdza się przy połączeniu operacji dla klientów o przeciwnych okresach wzrostu zapotrzebowania na powierzchnię.

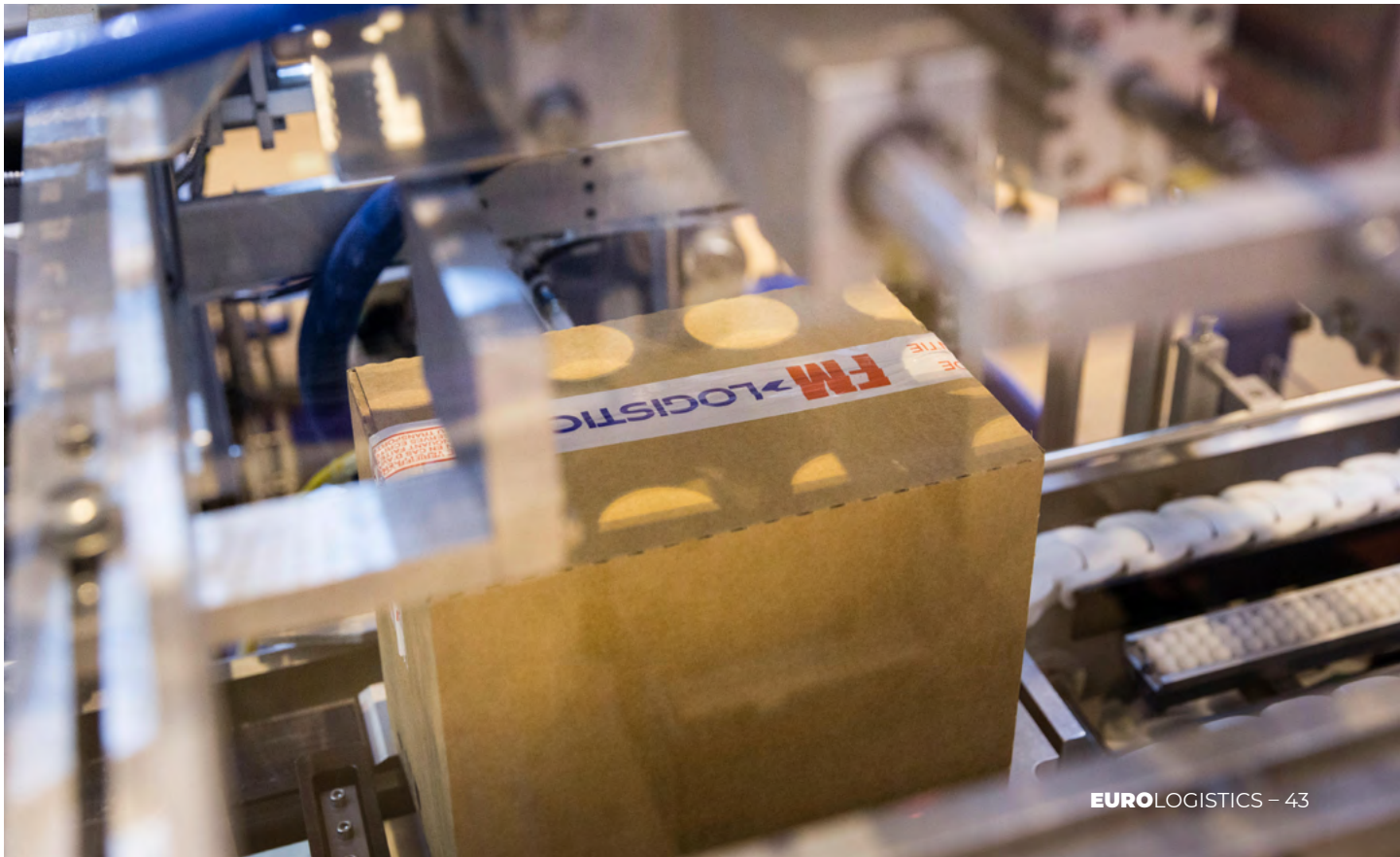
A poza kwestiami czysto operacyjnymi czy technicznymi?

Zdecydowanie nasze relacje z klientami, czyli "customer intimacy". Trwałe i długoletnie relacje z partnerami biznesowymi oraz klientami oparte na zasadzie win-win to coś, co wyróżnia nas na rynku. Grono naszych klientów tylko się powiększa, są wśród nich tacy, z którymi pracujemy od początku istnienia firmy. Wzrost ich biznesu wspieramy z takim samym zaangażowaniem i pasją, tak każdy nowy projekt. Mam tu na myśli nie tylko etap projektowania i samo wdrożenie, ale też codzienną pracę operacyjną. Mówię to z pełnym przekonaniem, gdyż niejednokrotnie taki feedback dostajemy podczas spotkań z naszymi klientów, czy podczas przetargów. Jesteśmy doceniani za opiekę klienta i nasze nastawienie za szukanie rozwiązań w każdej sytuacji.

Jak zatem wyglądają plany FM Logistic na przyszły rok. Jakie są Państwa priorytety na najbliższą przyszłość.

Jak wspomniałem nasza strategia się sprawdza, więc będziemy dalej podążać tą drogą, ale oczywiście bacznie obserwujemy trendy rynkowe i pozostajemy czujni. Już na początku przyszłego roku odbędą się warsztaty z kadrą menadżerską, których celem jest wypracowanie konkretnych działań mających dodatkowo zaktywizować realizację planu strategicznego. Również w pierwszym kwartale zostanie oficjalnie zainaugurowany duży projekt związany z automatyzacją w Wiskitkach, na pewno będzie o tym głośno. Rok 2023 generalnie upłynie nam pod znakiem inwestycji w automatyzację. Kolejne duże wdrożenie będzie miało miejsce w Czechach. Jest to oczywiście związane z rozwojem naszej usługi dla e-commerce, który, chociażby ze względu na picking sztukowy daje znacznie większe możliwości w tym zakresie niż system paletowy, ale też jest elementem ESG i wspierania naszych zespołów. Zadaniem nowych technologii jest bowiem przede wszystkim wesprzeć i usprawnić zadania wykonywane przez pracowników, poprawić bezpieczeństwo, ergonomię i warunki pracy. Poza tym będziemy nadal rozbudowywać nasze magazyny, rozwijać sieć drobnicową w transporcie, wdrażać kolejne zrównoważone rozwiązania. Chętnie tymi wszystkimi informacjami będziemy się z Państwem dzielić na bieżąco.

Dziękuję za rozmowę
Rozmawiał: Witold Zygmunt



QUO VADIS, UCZELNIO?

Podmioty na rynku, nie tworzą samotnych wysp, odseparowanych od innych. Dla gospodarczego rozwoju najważniejsze jest, aby wszyscy interesariusze mieli świadomość korzyści z wzajemnych relacji. Dlatego, budowanie rozwijanie, wzmacnianie i zarządzanie współpracą pomiędzy uczelniami a biznesem powinno być istotnym elementem działań rynkowych.

W firmie Expeditors jesteśmy otwarci na taką współpracę, by obie strony mogły uczyć się od siebie nawzajem, dzieląc się przy tym posiadaną wiedzą i zdobywając nową. Dlatego też, otworzyliśmy dyskusję na temat interakcji i potrzeby w obszarze współpracy pomiędzy branżą logistyczną a środowiskiem akademickim, do której zaprosiliśmy:

- **dra hab. Piotra Olafa Żylicza,** prof. WSB, rektora Wyższej Szkoły Bankowej w Warszawie
- **dra hab. inż. Grzegorza Sierpińskiego,** prof. PŚ, kierownika Katedry Systemów Transportowych, Inżynierii Ruchu i Logistyki, na Wydziale Transportu i Inżynierii Lotniczej Politechniki Śląskiej, koordynatora ds. Priorytetowego Obszaru Badawczego Inteligentne Miasta i Mobilność Przyszłości
- **dr Annę Dewalską-Opitek,** adiunkta w Katedrze Zarządzania Relacjami Organizacji Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Wiceprezes Fundacji Instytut Przedsiębiorczości, Innowacji i Komunikacji Społecznej, Członkini Komisji Rewizyjnej PDMA (Product Development and Management Association) Central Europe
- **dr Katarzynę Wąsowską,** adiunkta w Instytucie Nauk o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach
- **dra hab. inż. Adama Sadowskiego,** profesora uczelni w Katedrze Strategii i Zarządzania Wartością Uniwersytetu Łódzkiego, Członka Komisji Rewizyjnej w Stowarzyszeniu Logistyków

Ze strony Expeditors, w dyskusji uczestniczyła Marta Piechel, Dyrektor Zarządzająca i Członek Zarządu Expeditors Polska i Litwa, moderatorami była Agnieszka Dymek, odpowiedzialna za zarządzanie podwykonawcami i optymalizację połączeń w siatce Expeditors oraz Paweł Kowalski, spedytor lotniczy.

Wspólnie zastanowiliśmy się nad tym, dlaczego model uczelnia – biznes, popularny na zachodzie, u nas stawia dopiero pierwsze kroki. Dyskutowaliśmy na temat szans i możliwości na wspólny rozwój oraz w jaki sposób zwiększyć kolaborację pomiędzy biznesem a uczelniami. Nasi goście opowiedzieli również o projektach, które są realizowane w uczelniach przez nich reprezentowanych.

Dr hab. Piotr Olaf Żylicz, prof. WSB, rektor Wyższej Szkoły Bankowej w Warszawie stwierdził, że „Współpraca uczelni z biznesem w Polsce to bardziej część powtarzanych jak zaklęcie narracji akademickich niż rzeczywistość. Są oczywiście zacne wyjątki, ale dominuje niemoc. Tyle razy słyszałem: „'ci z biznesu' do nas nie przychodzą" 'albo „oni nas nie rozumieją". Z tego powodu przepadają tysiące pomysłów. Można by powiedzieć, że Polak mądrze w laboratorium wymyśli, ale najpewniej nie skomercjalizuje."

Czynniki hamujące

Jedną z najczęściej wymienianych przyczyn braku podejmowania współpracy jest bariera związana z niedostosowaniem ze względu na dystans poznawczy i kulturowy między uniwersytetem a biznesem: podmioty wciąż mają różne cele, różne oczekiwania i priorytety.

Współpraca pomiędzy uczelniami a biznesem zaczęła się w XIX wieku, jednak jak słusznie przypomniała Dr Anna Dewalska-Opitek, Adiunkt w Katedrze Zarządzania Relacjami Organizacji Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach „szczególnego znaczenia nabrała wraz z ustawą Prawo o szkolnictwie wyższym z 2012 r., kiedy to uczelnie, poza kierunkami akademickimi, miały możliwość realizować kształcenie w ramach kierunków praktycznych. Udział praktyków z różnych sektorów gospodarki w toku realizacji procesów dydaktycznych stał się nie tylko pożądany, ale wręcz niezbędny". Pani doktor mocno podkreśla charakter dwukierunkowy takiej współpracy, gdzie nie tylko uczelnie odnoszą korzyści z kooperacji, lecz także praktycy. Zdaniem dr Anny Dewalskiej – Opitek - czynnikami, które mogą hamować współpracę może być np. niezrozumienie charakteru i sposobu funkcjonowania partnerów, niekiedy złożone procedury towarzyszące nawiązaniu współpracy, czy też brak integracji współpracy z uczelnią z bieżącą działalnością firm – gdy współpraca jest traktowana jako dodatkowa aktywność czy wręcz źródło kosztów, a nie wsparcie i źródło sukcesu. Jednak dobre praktyki i możliwy benchmarking modeli współpracy pozwalają rozwijać skalę kooperacji przedsiębiorstw z uczelniami. Pani dr Anna Dewalska-Opitek jest przekonana, że przyszłość kształcenia jest powiązana z aspektem praktycznym, wskazuje na triadę połączeń: uczelnia-biznes-student.

Z kolei Pan dr hab. inż. Adam Sadowski, prof. UŁ, źródło niskiego poziomu współpracy upatruje w historii szkolnictwa wyższego w Polsce. Twierdzi on, że krajowe uczelnie i środowisko akademickie naznaczone jest przeszłością i relacjami, gdy gospodarka była jeszcze centralnie sterowana, co generalnie sprzyjało hermetyzacji świata nauki, posługiwaniu się określonymi sformułowaniami i złożoną terminologią, która z punktu widzenia biznesowego tak naprawdę jest trochę niezrozumiała, a uczelniany krąg zainteresowań jest mocno niedopasowany do realiów biznesu. Niedopasowanie i brak elastyczności w działaniach uczelni wynika z faktu, że nauka rozwija modele teoretyczne w oderwaniu od realnych potrzeb biznesu, bo ich nie zna, a sam biznes bardzo często wykracza poza ramy nauki. Świat akademicki okopuje się w ramach teoretycznych, w ogólnych schematach badawczych albo paradygmatach. Proces łączenia takiej teorii z praktyką jest złożony i długotrwały.

Marta Piechel, Dyrektor Zarządzająca i Członek Zarządu Expeditors Polska i Litwa wracając pamięcią do swoich doświadczeń z lat studenckich w Szczecinie, nie przypomina sobie ani jednego momentu, kiedy to wykładowcy wspominali o możliwości zaczerpnięcia wiedzy bezpośrednio od ekspertów z branży. Nie słyszała o promocji stażów czy praktyk w jakichkolwiek przedsiębiorstwach związanych z TSL, kiedy student sam był odpowiedzialny za znalezienie miejsca swoich wakacyjnych praktyk. W tym czasie studenci w Niemczech oraz polscy, którzy rozpoczynali naukę za zachodnią granicą, bez namysłu decydowali się na tzw. studia dualne,

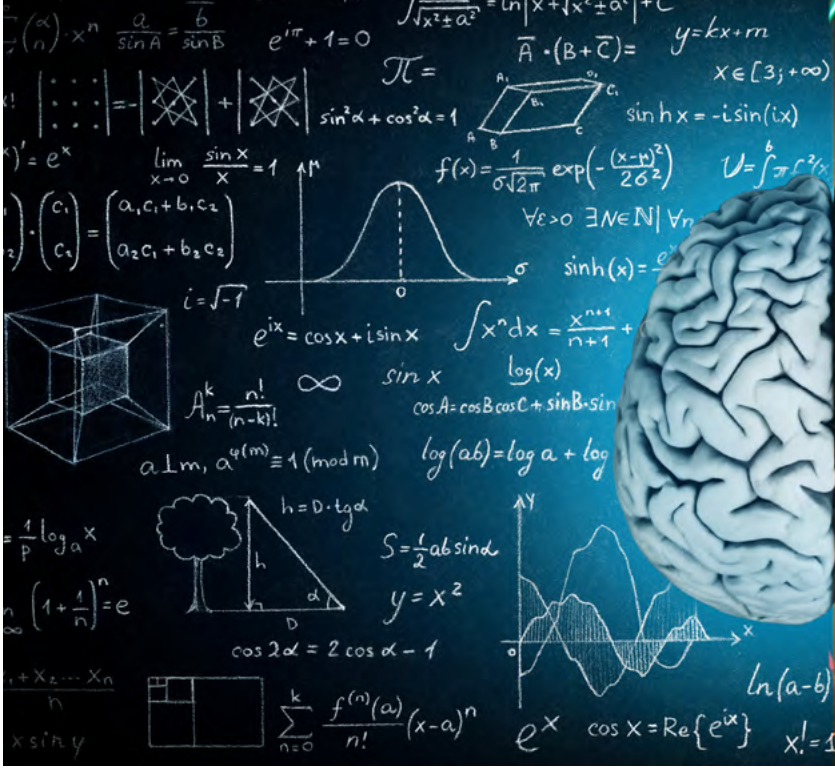
co w Polsce było raczej nieosiągalne w ówczesnym programie szkolnictwa. W obecnej sytuacji, kiedy zarządza polskim i litewskim oddziałem Expeditors, wraz z zespołem specjalistów i ekspertów, bardzo chciałaby poznać opinie grona naukowego i sprowokować szerszą dyskusję w temacie współpracy między środowiskiem biznesowym a uczelnianym. Wierzy, że grono specjalistów, z którym współpracuje na co dzień, jest w stanie stworzyć komfortowe i praktyczne warunki nauki dla obecnych studentów.

Pozytywne przykłady

Pani dr Katarzyna Wąsowska z Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, szansy na zbudowanie trwałej relacji i wykorzystanie potencjału współpracy uczelni z biznesem upatruje w pokazywaniu środowisku akademickiemu jak taka współpraca może wyglądać i jakie korzyści przynieść. Rozmawia z biznesem, sprawdza jego potrzeby pod kątem wiedzy potencjalnych pracowników i stara się w ramach programu studiów realizować zajęcia ukierunkowane na te potrzeby. Do prowadzenia zajęć zaprasza ekspertów z danej dziedziny, studenci w ten sposób otrzymują praktyczną wiedzę.

Rektor Wyższej Szkoły Bankowej w Warszawie, dr hab. Piotr Olaf Żylicz, prof. WSB, cieszy się, że coraz częściej myśli się o programach edukacyjnych, powstających przy współpracy i w odpowiedzi na wyraźnie określone potrzeby partnerów biznesowych. W WSB Warszawa oferowany jest już szereg studiów dualnych, gdzie edukacja na uczelni jest nierozerwalnie związana z równolegle pozyskiwanym doświadczeniem zawodowym w firmie. Szczególnie ciekawym partnerem dla uczelni są firmy logistyczne, które ze względu na zarządczo-organizacyjną specyfikę branży, często międzynarodowe zaangażowania oraz konieczność radzenia sobie z mnóstwem nieprzewidywanych wyzwań. To radzenie sobie m.in.: z komplikacjami czasu wojny na Ukrainie, rwaniem się łańcuchów dostaw w czasie pandemii czy nieustannie zmieniającymi się regulacjami prawnymi niesie w sobie ogromy potencjał edukacyjny dla studentów nie tylko z obszaru zarządzania.

Politechnika Śląska od lat stawia na współpracę z otoczeniem społeczno-gospodarczym, upatrując duże możliwości w realizacji projektów. W ostatnim czasie, w ramach działań uczelni, zidentyfikowano sześć Priorytetowych Obszarów Badawczych (POB), a w 2019 roku Politechnika Śląska jako jedna z dziesięciu w kraju uzyskała status Uczelni Badawczej. W zakresie opracowywanych rozwiązań główny nacisk położono na współpracę w ramach tzw. rozszerzonego modelu potrójnej helisy. Uczelnia realizuje współpracę z innymi ośrodkami badawczymi z kraju i zagranicy, wymieniając się przy okazji doświadczeniami i wiedzą, ale także prowadząc ścisłą współpracę z przedsiębiorstwami i administracją publiczną. Elementem poszerzającym ten model są potrzeby społeczne. Dr hab. inż. Grzegorz Sierpiński, prof. PŚ, wskazuje, że taki model współpracy przekłada



się wprost na użyteczność realizowanych na uczelni projektów, jednocześnie pomaga w identyfikacji aktualnych potrzeb. W ramach Priorytetowego Obszaru Badawczego Inteligentne Miasta i Mobilność Przyszłości działa się według schematu: najpierw identyfikacja potrzeb związanych z istniejącą infrastrukturą oraz potrzeb społecznych, a dopiero w drugim kroku rozwój technologiczny i przestrzenny umożliwiający zaspokajanie zidentyfikowanych potrzeb, pokonanie współczesnych ograniczeń, poprawa efektywności rozwiązań oraz ograniczenie negatywnego wpływu ekspansji działalności ludzkiej na środowisko i jakość życia człowieka. Potwierdzeniem bardzo dobrej współpracy z otoczeniem społeczno – gospodarczym może być m. in. fakt, że Wydział Transportu i Inżynierii Lotniczej Politechniki Śląskiej, został laureatem wyróżnienia „Symbol Synergii Nauki i Biznesu 2022". Dr Anna Dewalska-Opitek, potwierdza również, że Uniwersytet Ekonomiczny, od dawna angażuje się w różne projekty we współpracy z biznesem. W Uczelni działa Centrum Badań i Rozwoju, w ramach którego prowadzone są badania rynkowe na zlecenie firm zewnętrznych, ale także ekspertyzy czy consulting w tych obszarach, które stanowią kompetencje Uniwersytetu.

Uczelnia korzystając z wiedzy, umiejętności i doświadczenia swoich pracowników prowadzi analizy poszczególnych sektorów rynku, opracowuje strategie organizacji (firm czy jednostek terytorialnych), doradza w zakresie rozwoju nowych produktów, prowadzi ekspertyzy ekonomiczno-finansowe bądź proponuje rozwiązania optymalizacyjne w zakresie funkcjonowania różnych komórek przedsiębiorstwa. Zakres współpracy jest bardzo szeroki, jednak dopasowany do specyfiki, wymogów i szczególnych potrzeb organizacji – klienta. Ważnym elementem współpracy pomiędzy UE a biznesem są studia podyplomowe, szkolenia otwarte i zamknięte, które są często organizowane na konkretne zamówienia firm.

Walory współpracy uczelni z biznesem.

Korzyścią wynikającą ze współpracy pomiędzy biznesem i nauką jest to, że stanowi ona jedno z ważniejszych narzędzi, które przekładają się na konkurencyjność gospodarki oraz rozwój innowacyjności. Współpraca, jak mogliśmy dowiedzieć się od naszych gości, przybiera różne formy, w zależności od potrzeb i możliwości każdej ze stron. Profesor Grzegorz Sierpiński, uważa, że najważniejsza jest właściwa identyfikacja potrzeb, a wówczas łatwiej będzie określić wspólne działania. Współpraca Katedry Systemów Transportowych, Inżynierii Ruchu i Logistyki z otoczeniem społeczno-gospodarczym tym bliższym (krajowym) i tym dalszym (międzynarodowym) przyjmuje różne formy i zawsze są one dostosowane do danej instytucji i sytuacji. Wspólna realizacja projektów badawczo-rozwojowych, to jedna z najistotniejszych form współpracy. Ale wspólne działania mogą też przybierać inną formę, a ich charakter zwykle reguluje porozumienie inicjujące kolejne działania. Współpraca może dotyczyć także obszaru edukacji poprzez: identyfikację problemów badawczych w przedsiębiorstwie, które będą rozwiązywane w ramach studenckich prac dyplomowych, praktyki studenckie czy wizyty studyjne. Absolwenci często już na ostatnich semestrach studiów znajdują zatrudnienie zgodne z kierunkiem studiów.

Kolejny obszar, to cykliczna wymiana doświadczeń w zakresie zarządzania wiedzą ze szczególnym uwzględnieniem problematyki rozwoju kompetencji. Rektor Wyższej Szkoły Bankowej, profesor Piotr Olaf Żylicz, ma nadzieję, że tak w WSB Warszawa, jak i w pozostałych 12 ośrodkach akademickich WSB, będą potrafili pozyskiwać finansowanie od organizacji biznesowych. Ze swojego doświadczenia twierdzi, że ciągle niezwykle rzadko w Polsce udaje się znaleźć sponsorów biznesowych dla badań naukowych. Tutaj ma na myśli projekty, które nie są wynikiem bezpośrednich zamówień ze strony biznesu (‘mamy problem, pomóżcie go nam rozwiązać.’), a skierowane na rozwiązanie ważnych problemów dla społeczności organizacji biznesowych, czy społeczeństwa.

Marta Piechel, Dyrektor Zarządzająca i Członek Zarządu Expeditors Polska i Litwa dodaje: „Od dłuższego czasu próbuję się zorientować, jak odbywa się współpraca nauki z biznesem w Polsce i dochodzę do wniosku, że przypomina to krótkotrwałą przygodę, bardziej w okolicznościach pozasystemowych i na zasadach dobrej woli przedsiębiorstw, których przedstawiciele chcą wesprzeć uczelnie swoja wiedzą na wykładach w semestrze czy dwóch. W moim odczuciu brakuje odgórnych propozycji modelu czy wspomnianego już finansowania. Firmy chcące wejść w podobną współpracę zamiast same szukać swojej jednostki, mogłyby zwrócić się do centralnie zarządzanej, międzyuczelnianej bazy prowadzonych badań, potrzeb dydaktycznych uczelni czy możliwości podjęcia się prac nad konkretnymi zagadnieniami, warunkowanymi specjalizacją kadry czy zapleczem badawczym danej uczelni. Jestem przekonana, że przy tak przygotowanych zasadach znacznie więcej spółek z obcym kapitałem miałoby szansę otworzyć się na współpracę z jednostkami badawczymi w Polsce, tym samym uczelnie zyskałyby dostęp do naprawdę ciekawych i zaawansowanych zagadnień do rozpracowania.„ Prof. UŁ, dr hab. inż. Adam Sadowski, proponuje w ramach rozpoczęcia współpracy, stworzyć warsztat dla studentów, który będzie częścią praktyczną, w odniesieniu do zrealizowanej części teoretycznej. Drugim pomysłem jest praca nad studiami przypadków dostarczanymi przez firmę. Studenci mają wtedy możliwość zmierzenia się z realnym problemem, a biznes może zyskać ciekawe spojrzenie na zadane zagadnienie. Pani doktor Anna Dewalska-Opitek podzieliła się swoim przepisem na nawiązanie i budowanie relacji na linii nauka-biznes, proponuje zacząć od małych kroków: „Pierwszym krokiem może być spotkanie inicjujące, które pozwoli rozpoznać potrzeby firmy i możliwości uczelni. Jako pierwszy krok w kooperacji zalecałaby projekt prosty i dający efekty w krótszym czasie, i płynne rozwijanie współpracy. Pozwoli to stronom na wzajemne poznanie się, rozpoznanie praktyk działania i stopniowe zacieśnianie więzi - współpraca, jak każda relacja rynkowa, ma swoje fazy. Jednocześnie otwartość na potrzeby drugiej strony i wola współdziałania pozwoli na osiągnięcie wspólnych i synergicznych korzyści”.

Współpraca pomiędzy biznesem a środowiskiem akademickim, może przynieść same korzyści, pod warunkiem, że obydwie strony poznają swoje możliwości i potrzeby. Gospodarka oparta na wiedzy, potrzebuje zaangażowanego środowiska akademickiego jak i biznesu, który dzieli się praktyczną wiedzą. Kooperacja biznesu z nauką, pozwoli studentom, opuszczającym uczelnie, na odnalezienie się na rynku pracy, z konkretnym ukierunkowaniem na praktyczne wykorzystanie wiedzy w odpowiednim zakresie. Zarówno jedna jak i druga strona powinna aktywnie zmniejszać lukę poznawczą, promując kulturę przedsiębiorczości, przekraczać bariery wiedzy po to, aby stać się potężnym motorem innowacji i wzrostu gospodarczego.

Tekst został opracowany przez:
Agnieszkę Dymek, Expeditors Polska

RÓŻNE WYMIARY AUTOMATYZACJI

Rok 2022 był dla firmy Morele okresem realizacji bardzo ambitnych projektów automatyzacji procesów magazynowych. Z Mateuszem Kapustą, dyrektorem logistyki Morele, rozmawiamy o tym dlaczego jeden z liderów e-commerce w branży elektroniki użytkowej postanowił zainwestować w bardzo zaawansowane rozwiązania, jak wyglądało wdrożenie i dlaczego plany automatyzacji procesów magazynowych należy analizować w wielu wymiarach.

Panie Mateuszu, proszę na początek opowiedzieć naszym Czytelnikom o firmie Morele. Jak wyglądały jej początki i jak prezentuje się teraz jej działalność.

U podstawy spółki stanęła przyjaźń między prezesem Michałem Pawlikiem i jego wspólnikiem Radosławem Stasiakiem. Wszystko było budowane na wartościach, które znacznie później zostały powiedziane na głos: otwartość, koleżeńskość i prawość. Na podstawie tych wartości budowany był zespół, który w znacznej mierze stanowi o firmie. Ci, którzy dołączali później, tak jak pracownicy Centrum Logistycznego w Sosnowcu (czyli 10 lat temu), czy tak jak ja, jeszcze sporo czasu później, mieli szansę rozwijać się w takim właśnie otoczeniu. Trochę zbyt patetycznie, ale dlaczego nie… Jeśli jednak chodzi o profil naszej działalności, to ważne jest to, że przez pewien czas byliśmy sklepem internetowym z elektroniką użytkową, a teraz jesteśmy marketplace'em, na którym klienci znajdą asortyment w różnych kategoriach i oferty od innych sprzedawców.

Morele.net to jedna z najstarszych marek w polskim e-commerce. W jaki sposób lata doświadczeń pomagają Państwu dziś, gdy handel elektroniczny przeżywa prawdziwy boom?

Boom to trochę mylne podejście. E-commerce to branża, w której jest duża konkurencja. Wystarczy porównać ceny na dany produkt, aby przekonać się, że konkurencyjność to domena e-commerce. Mamy więc z jednej strony stałe wzrosty, ale i bardzo agresywną konkurencję między podmiotami, które wyrosły z lokalnego rynku a gigantami międzynarodowymi. Na samym końcu, kiedy wydaje, że tort został podzielony, pojawiają się startupy, które zmieniają zasady gry. Na tym rynku liczy się efektywność działania i elastyczność. Patrząc na nadchodzący spadek popytu konsumenckiego oraz perturbacje na rynku energii, może okazać się, że mimo kurczącego się rynku, podmioty e-commerce będą w stanie o wiele efektywniej reagować kosztowo względem sprzedaży wielkopowierzchniowej. Kluczowe znaczenie ma to, kto posiada umiejętności skalowania biznesu w czasie boomu jak i w czasie recesji. W tym przypadku Morele, jako podmiot działający wyłącznie na rynku e-commerce ma mniejszą "kotwicę kosztową", a nasze ostatnie inwestycje w automatykę dodatkowo wspierają elastyczność działania.

Jak wygląda logistyka i sieć dostaw firmy?

Posiadamy magazyn centralny w Sosnowcu, z którego wysyłamy paczki na teren całej Polski i za granicę. Niekiedy korzystamy z usług operatorów zewnętrznych. Sercem naszej logistyki jest magazyn o powierzchni 24.000 mkw., wyposażony w automatyczny system składowania, system przenośników, automatyczne pakowanie i sortowanie paczek. Przesyłki do klientów dostarczamy za pośrednictwem renomowanych firm kurierskich. Umożliwiamy również klientom korzystanie z innych form dostawy, jak np. Paczkomaty, punkty odbioru Poczty Polskiej, Żabki, czy dostawa z wniesieniem dużych produktów.

Czy gwałtowny wzrost sprzedaży w kanale elektronicznym po wybuchu pandemii było głównym powodem, dla którego została podjęta o znaczących inwestycjach w logistykę?

Pierwsze inwestycje w system WMS, maszyny pakujące i przenośniki zrealizowaliśmy jeszcze przed pandemią. Miały one kluczowe znaczenie dla podniesienia efektywności pracy oraz stabilności procesów. Wzrosty sprzedaży z okresu pandemii były z pewnością dodatkowym bodźcem dla dalszej automatyzacji procesów, ale uważam, że trend w kierunku robotyzacji jest nieunikniony. Patrzymy w przyszłość i równolegle do kończącego się obecnie projektu ASRS (Automated storage and retrieval system) pracujemy nad współfinansowanym z NCBiR projektem, który wykorzystuje sztuczną inteligencję w zakresie logistyki. Nasi dostawcy wiedzą, że to, co jest innowacyjne, można u nas wypróbować. Niektóre wykorzystywane w naszym centrum logistycznym urządzenia to egzemplarze prototypowe. Testujemy je i dostarczamy naszym dostawcom ważnych informacji zwrotnych w zakresie ich funkcjonowania.

Zdecydowali się Państwo na bardzo daleko idącą inwestycję w automatyzację procesów magazynowych. Niezwykle często spotykamy się z opiniami, że w realiach polskiego rynku pracy inwestycje takie nie są w oczywisty sposób opłacalne. Co zaważyło zatem na Państwa decyzji?

Automatyzacja procesów ma wymiar kosztowy, ale i jakościowy. W ostatnim czasie doszedł jeszcze jeden aspekt - braki w dostępności zasobów ludzkich. Trzeba je analizować łącznie i jednocześnie zwracać uwagę na zachodzące zmiany. Jeśli nasz biznes ma być skalowany w przypadku sukcesu, ale także w przypadku załamań rynku, konieczne jest automatyzowanie procesów. W tym kierunku zmierzają wszyscy więksi operatorzy 3PL pracujący zazwyczaj na 3-letnich kontraktach. Podobnie jest z własną logistyką sklepów e-commerce, gdzie możemy pozwolić sobie na dłuższy okres spłaty z inwestycji. Ważniejszym od pytania, czy inwestycja jest w stanie się spłacić w przeciągu 4 czy 6 lat jest to, czy będzie ona odpowiadała zapotrzebowaniom rynkowym za 2-3 lata i czy rozwiązanie to będzie na tyle elastyczne, aby dostosować je do zmieniających się potrzeb. Zaawansowana automatyka (nie chodzi tu o przenośniki i sortery) jest zawsze dostosowana do wyników analiz statystycznych. Wystarczy wzrost liczby produktów w zamówieniu, zmiana gabarytów czy zmiana godzin spływu zamówień by automatyka przestała być efektywna. Dlatego kluczowe jest myślenie wieloma scenariuszami i umiejętne zarządzanie ryzykiem. Po prostu trzeba być przygotowanym na zmiany, które zajdą w przyszłości.

W jakie rozwiązania Państwo zainwestowali? Czy wymagały one znaczącego dopasowania do potrzeb Morele?

Może po prostu opowiem o tym procesowo. Sercem systemu jest ASRS, Autostore, instalowany w naszym magazynie przez firmę Element Logic. Produkty z dostaw są umieszczane w pojemnikach na portach wejściowych. Armia kilkudziesięciu robotów transportuje je w dostępne miejsce i ustawia jeden na drugim. Towar składowany jest więc w zwartym bloku, po którego suficie poruszają się roboty. Kiedy pojawi się zamówienie roboty wykopią pojemnik, w którym znajduje się produkt z zamówienia i dostarczy go na blat pracownika, który pobierze właściwą sztukę. Niby banalne, ale okazało się, że standardowe rozwiązania nie są w stanie sprostać naszemu procesowi przyjęcia dostaw. Dlatego warstwa MFC (Material Flow Controler) sterowania systemem musiała być napisana od początku zgodnie z naszymi potrzebami przez zewnętrzną firmę, dostawcę naszego WMS - Equinox. Tu jeszcze na chwile wrócę do pytania o rentowność automatyzacji. Dla większości zachodnich wdrożeń, sama oszczędność na kompletacji może sfinansować inwestycję. W naszym przypadku musieliśmy zintegrować kompletację “goods-to-man” z Autostore z pozostałymi procesami. Wymagało to wprowadzenia kilkuset metrów przenośników, aby ograniczyć każdy możliwy transport poziomy. Kolejnym etapem było dostosowywanie rozwiązań pod kątem ergonomii pracy. Nasz zespół ma doświadczenie w tego typu działaniach, dlatego wykonaliśmy modele w skali 1:1 wszystkich stanowisk i symulowaliśmy pracę na nich. W projekt ten była zaangażowana znaczna część naszej załogi, dlatego byliśmy spokojni o wyniki.

Uwagę przykuwa fakt, iż montaż systemów odbywał się "na żywo", bez przerywania pracy magazynu i obsługi zleceń. Jaka jest recepta na sukces tak ambitnej operacji?

Mamy bardzo doświadczony zespół kierujący magazynem. Niecałe 2 lata temu przenosiliśmy magazyn w trakcie weekendu, rok wcześniej wdrażaliśmy WMS. Przy realizacji tego typu projektów konieczna jest samodzielność kierowników i wyrozumiałość pracowników związana z czasowymi niedogodnościami. Tego można nauczyć się wyłącznie poprzez doświadczenie. Istotne są również techniczne kompetencje zespołu. Mamy tu bardzo zdolnego

lidera, ale większość problemów technicznych jest w stanie rozwiązać każdy specjalista i koordynator. Od drobnych inwestycji do tych bardziej skomplikowanych uczyliśmy się naszych urządzeń. Generalnie zakładamy, że w przypadku awarii musimy polegać wyłącznie na sobie. Dobrym testem takiej samodzielności był okres pandemii. Przy wdrażaniu nowego systemu prace zostały bardzo szczegółowo zaplanowane a pomysły posprawdzane na małych próbach. Musieliśmy przenieść wszystkie półki kompletacyjne o kilkadziesiąt metrów, a wraz z nimi istniejący system przenośników wraz z sorterem. Po zakończeniu prac sorter musiał wrócić na swoje pierwotne miejsce. Przenośniki z kolei zostały podłączone w innych lokalizacjach do nowych szaf sterujących. Ku zdziwieniu większości pracujących u nas ekip montażowych - wszystkie te prace wykonaliśmy we własnym zakresie. Uważam, że największym ryzykiem są błędy oprogramowania. W tym przypadku nic takiego na szczęście nie miało miejsca. Niemniej może się zdarzyć, że problemy z oprogramowaniem pojawiają się dopiero po uzyskaniu pewnej skali operacji i taki scenariusz jest najbardziej niebezpieczny.

Czy cały wysyłany asortyment jest procesowany z użyciem automatyki magazynowej? Czy wykorzystują ją Państwo także do obsługi zwrotów?

Około ¾ naszego asortymentu nadaje się do obsługi automatycznej. Morele jest też dystrybutorem marki ZIPRO, zajmującej się sprzętem sportowym. Są to duże produkty, więc wydawać by się mogło, że nie da się ich zautomatyzować, ale także tutaj pozytywnie przetestowaliśmy wózki autonomiczne AGV. Obecnie pracujemy nad manipulatorem próżniowym dla usprawnienia rozładunków. Jeśli chodzi o zwroty, to zbudowaliśmy dla nich dedykowaną linię. To bardzo pomysłowy system pracy, który świetnie odzwierciedla nieszablonowe myślenie naszego zespołu. Oczywiście nie ma przeciwwskazań do składowania zwrotów wewnątrz Autostore.

Jak inwestycja przełożyła na wydajność logistyki w Morele? Czy klienci już odczuli efekt jej wdrożenia?

Automatykę uruchomiliśmy na początku września i jest nieco za wcześnie na podsumowania. Z całą pewnością uruchomienie było mniej uciążliwe dla klienta, niż mogłoby się wydawać przy realizacji tego typu projektów. Oczywiście widzimy gigantyczne przyśpieszenie kompletacji, ale musimy jeszcze dobrze rozporządzić procesami pobocznymi jak np. konsolidacja. Wrzesień był okresem eliminowania błędów okresu dziecięcego, październik to sprzątania i układanie procesów. Myślę, że wyniki będą realnie widoczne w listopadzie lub grudniu. Szczerze, to jestem bardzo dobrej myśli.

Jak wiemy, to nie jest ostatnie słowo, jeżeli chodzi o inwestycje logistyczne w firmie. Jakie obszary Morele chciałoby jeszcze usprawnić?

Aktualnie pracujemy w kilku obszarach. W pierwszej kolejności zależy nam na eliminacji obciążeń pracowników podczas rozładunku kontenerów morskich. W drugiej kolejności pracujemy nad efektywną paletyzacją, gdzie wiele produktów przekracza 30 kilogramów. W międzyczasie jesteśmy na progu decyzji o zakupie wózka AGV do transportu poziomego produktów wielkogabarytowych. Prowadzimy również bardzo ambitny projekt, w którym chcemy wykorzystać sieci neuronowe do eliminacji prac o wysokiej monotypowości. Wszystko to wygląda naprawdę bardzo obiecująco.

Dziękuję za rozmowę.
Rozmawiał: Witold Zygmunt

WSZYSTKO PŁYNIE

Dwie firmy – GF Piping Systems oraz DACHSER – ściśle współpracują od blisko dwudziestu lat, tworząc stabilną i harmonijną relację biznesową. Niedawno świętowały one w szwedzkim Jönköping ważną datę: dziesięciolecie nawiązania współpracy w Europie Północnej. Dzięki tamtejszemu magazynowi należącemu do firmy DACHSER rynki skandynawskie mają dostęp do bezpiecznych i niezawodnych systemów rurowych produkowanych przez jednego ze światowych liderów branży.

Wystarczy odkręcić kran i już pojawia się woda do picia, gotowania lub mycia zębów. Często traktujemy ten prosty, codzienny proces jako coś oczywistego, ale w rzeczywistości jest on wyzwaniem technologicznym. W końcu oczekuje się, że woda będzie płynąć z kranu na każde zawołanie i pod odpowiednim ciśnieniem. Wymaga to jednak zaawansowanej technologii działającej w tle: ukryte przed wzrokiem rury, instalacje, pompy, czujniki i testery jakości umożliwiają płynny przebieg procesów. To właśnie w dostarczaniu tychże produktów specjalizuje się firma GF Piping Systems z siedzibą w szwajcarskim Schaffhausen.

Spółka ta, należąca do koncernu Georg Fischer AG, jest czołowym ekspertem w dziedzinie przesyłu wody, gazu i substancji chemicznych. Zatrudnia ona 7686 pracowników na całym świecie, a jej obroty za 2021 r. wyniosły 1,97 mld franków szwajcarskich. W ofercie posiada ponad 60 tys. produktów oraz gotowych rozwiązań systemowych, m.in. kształtki, zawory, rury czy technologie automatyzacji, produkcji lub połączeń.

Współpraca GF Piping Systems oraz DACHSER to kwestia logistyki – dosłownie. Oddział DACHSER w Steißlingen k. Singen jest oddalony zaledwie 30 km od głównej siedziby GF Piping Systems w Schaffhausen, gdzie planowana jest globalna logistyka dla całej firmy.

Symbioza

– Wszystko zaczęło się od przesyłek zbiorowych i drobnicowych, które dostarczaliśmy dla GF Piping Systems do Włoch czy też Austrii – wspomina Zlatko Boskovic, General Manager w DACHSER Steißlingen. – Krok po kroku i państwo po państwie udało się nam rozszerzyć współpracę, włączając w to logistykę kontraktową. Z czasem przerodziło się to w owocną i korzystną dla obu stron współpracę, która w międzyczasie rozrosła się na tyle, że teraz wielu spośród naszych pracowników z przeróżnych lokalizacji świadczy rozmaite usługi dla GF Piping Systems – tłumaczy Jonas Bettray, który pracuje w DACHSER w roli Key Account Manager European Logistics i opiekuje się klientem na poziomie korporacyjnym. – Mamy świadomość tego, jak wyśrubowane są standardy jakości GF Piping Systems. Nasz klient docenia z kolei, co możemy mu zaoferować. Tworzy to podwaliny dla stabilnej relacji biznesowej.

Właśnie z tego powodu ci szwajcarscy specjaliści

GF Piping Systems to światowy lider w dziedzinie przesyłu.

zdecydowali się dziesięć lat temu wspólnie z DACHSER otworzyć swoje centrum dystrybucji na Europę Północną w szwedzkim Jönköping. – Naszym celem była możliwość szybkiego i bezpośredniego dostarczania towarów do krajów nordyckich – nie tylko Danii, Szwecji, Norwegii i Finlandii, ale także tych bardziej „nietypowych" miejsc, jak Wyspy Owcze, Islandia i Grenlandia – mówi Andreas Jasko, Head of Global Supply Chain w GF Piping Systems Schaffhausen. – Do tego potrzebne nam były profesjonalne rozwiązania w zakresie magazynowania, kompletowania, pakowania oraz transportu zamówień.

Odpowiednim człowiekiem do tego zadania był Fredrik Ránge, kierownik magazynu w Jönköping dla DACHSER. Ten rodzinny 50-latek jest prawdziwym weteranem DACHSER, a do tego doświadczonym ekspertem ds. logistyki. Kiedy był mały, jego rodzice prowadzili firmę transportową. Twierdzi, że w przeciągu ostatnich trzech dekad spróbował i doświadczył już wszystkiego, od transportu i dystrybucji po magazynowanie. – A mój zapał tylko rośnie – śmieje się. – Codziennie przychodzę do pracy z uśmiechem na twarzy". Częściowo dlatego, że wie, iż nie spędzi całego dnia za biurkiem. „Lubię pracować razem z załogą magazynu – mówi.

Bliska współpraca

Fredrik Ránge nie jest jedynym, który podchodzi do swojej pracy i potrzeb klienta z nieskrywanym entuzjazmem. – Nazywamy nasz magazyn "słoneczną stroną", ponieważ ludzie lubią tutaj przychodzić – i jesteśmy z tego dumni" – mówi. To tłumaczy, dlaczego w magazynie, który tylko dla samego GF Piping Systems pomieści 5000 półek, 3000 palet i ponad 500 rur, personel zatrudniony na otwarcie placówki w 2011 roku pozostał w niemalże niezmienionym składzie. – Dzięki bardzo niskiej rotacji pracowników wszystkie nasze procesy przebiegają gładko, bo mamy mnóstwo cennego doświadczenia i świetne się między sobą rozumiemy– mówi. – Znamy i doceniamy siebie nawzajem – poprzez te słowa ma na myśli nie tylko produkty i rynek firmy GF Piping Systems, ale też ludzi pracujących dla obydwu firm.

To, jak bliska stała się współpraca obu przedsiębiorstw, obrazuje najlepiej fakt, że Ránge nie ma daleko do klienta – biuro Thomasa Hammarbacka, DC Managera dla GF Piping Systems, jest zaledwie drzwi dalej. Tę niespotykaną często zażyłość pomiędzy klientem a dostawcą Ránge tłumaczy następująco: – Codziennie staramy się, aby jakość usługi była możliwie najwyższa". Jasko postrzega to jako kolejny dowód na wyjątkową zażyłość i skuteczność współpracy na linii klient–dostawca: – Fredrik Ránge pracuje tak, jak gdyby sam był naszym pracownikiem, osiągając optymalne wyniki; innymi słowy, kierownik idealny. Dlatego też uważamy, że niesłychanie przyczynił się do naszego wspólnego sukcesu GF Piping Systems w Europie Północnej. Obecnie DACHSER zaopatruje kraje nordyckie (Danię, Szwecję, Norwegię i Finlandię) dla GF Piping Systems z centrum dystrybucji w Jönköping. – Mamy na miejscu w magazynie większość produktów GF Piping Systems – wszystko, czego trzeba do budowy i konserwacji systemów przesyłu wody, gazu i innych cieczy – mówi Ránge. W portfolio około 10 tys. produktów znajdują się przedmioty o wadze od 10 gramów do 5 ton.

Aby przewieźć wszystkie towary, DACHSER stworzył stabilny łańcuch dostaw prowadzący od fabryk GF Piping Systems przez Europę do Szwecji. Większość przesyłek dociera do Jönköping jednak bezpośrednio z Schaffhausen poprzez oddział DACHSER w Steißlingen, co oznacza między sześć a dziesięć ciężarówek pełnych towarów tygodniowo.

Niezawodni nawet pod presją

– Systemy rurowe i produkty pokrewne to zawsze duże wyzwanie dla łańcucha dostaw – twierdzi Ránge. Prace budowlane są często wykonywane pod presją czasu, a do zabiegów konserwacyjnych czy napraw przecieków potrzeba szybkiej i terminowej dostawy materiałów. – Przykładowo, jeśli zdarzył się przeciek, to monterzy potrzebują narzędzi i części zamiennych jak najszybciej – czasem liczy się każda minuta.

To dlatego większość przesyłek z Jönköping jest komponowana na miejscu. – Skandynawia ma o wiele niższą gęstość zaludnienia niż Europa Środkowa, co dla nas oznacza mniejsze partie towaru do wysyłki i większą elastyczność w ich dystrybucji – mówi Ránge. – Tu, w DACHSER, rozumiemy, że ten rodzaj logistyki kontraktowej wymaga od nas wysokiej terminowości oraz niezawodności, tak aby nasz klient mógł czerpać jak największe korzyści z naszych usług". Dzięki temu, gdy odkręcasz kurek, dochodzi do przesyłu – niezawodnie i bezpiecznie.

To gra zespołowa: Fredrik Ránge, kierownik magazynu w Jönköping dla DACHSER (po lewej) oraz Thomas Hammarback, DC Managera dla GF Piping Systems.

E-COMMERCE POMOŻE LOGISTYCE W KRYZYSIE

Topniejące prognozy dla światowej gospodarki i handlu są wciąż łaskawe dla sektora e-commerce i obsługujących go film logistycznych. Spowolnienie w obu branżach jest jednak nieuniknione, choć zbliżający się szczyt zakupowy złagodzi nieco nadchodzące spadki. Kolejne kwartały będą za to bardziej wymagające zarówno dla e-sklepów i logistyków. Już teraz wysokie ceny transportu i materiałów zmuszają firmy do cięcia kosztów i rezygnacji z darmowych zwrotów. Klient w sieci jednak nie odpuszcza, chce szybciej, wygodniej i taniej, a najlepiej za darmo.

Obsługa zamówień internetowych może być relatywnie bezpieczną przystanią w czasie spowolnienia, zwłaszcza w najbliższych miesiącach.

Destabilizacja światowej gospodarki spowodowana wojną na Ukrainie, kryzys energetyczny oraz inflacja i zacieśnianie polityki monetarnej, a także wciąż odczuwalne skutki pandemii mają doprowadzić w tym i kolejnym roku do spowolnienia wzrostu światowego PKB, spadków w przemyśle, inwestycjach oraz obniżenia popytu konsumpcyjnego. W październiku br. Międzynarodowy Fundusz Walutowy zaktualizował w dół prognozę wzrostową dla globalnej gospodarki do 3,2% w 2022 r. i 2,7% w 2023 r. W porównaniu do szacunków z kwietnia br. to spadek o odpowiednio 0,4% oraz 0,9%. Według MWF Polska ma się w tym roku rozwijać nieco lepiej niż przewidywano jeszcze w kwietniu (3,8% wobec wcześniejszych 3,7%), ale twarde lądowanie zapowiadane jest na 2023 r. Tempo wzrostu polskiego PKB obniży się z wcześniej zapowiadanych 2,9% do 0,5%, a dynamikę na poziomie 3,1% mamy odzyskać dopiero w 2027 r.

Spowolnienie i pogorszenie nastojów w gospodarce zapowiada falę spadków i niepewności w transporcie, co widać m.in. w ocenach ryzyka kredytowego dla tego sektora. Ostatni indeks Country & Sector Risk Barometer publikowany co kwartał przez Coface określił ryzyko w globalnym transporcie jako wysokie, a w całej Europie, jako bardzo wysokie. Wskaźnik kalkulowany na podstawie zmian w przychodach, rentowności, zadłużenia netto, przepływach pieniężnych i roszczeniach obserwowanych przez Coface nie wróży najlepiej także sprzedaży detalicznej, dla której ryzyko w Europie Centralnej i Wschodniej zdegradowano do poziomu wysokiego.

Piętrzące się turbulencje w handlu i obniżenie konsumpcji widać również w badaniu opublikowanym we wrześniu przez GfK. Wynika z niego, że 82% Polaków zapowiada zmniejszenie zakupów większych dóbr i usług, a 70% konsumentów zawiesza nabywanie zbędnych produktów. Także 78% badanych deklaruje ograniczenie wydatków i poszukiwanie oszczędności przy zakupach spożywczych. Analiza GfK wskazuje dodatkowo, że istotnym elementem decyzji zakupowej stała się cena, a połowa Polaków szuka promocji, natomiast 42% towarów w niższych cenach.

Najwięksi globalni gracze rezygnują z opcji darmowych zwrotów, mimo że taka polityka była do niedawna kluczowym czynnikiem stanowiącym o poziomie konkurencyjności w sieci.

Nieco lepsze statystyki płyną ze strony konsumentów robiących zakupy w internecie, co z kolei jest dobrą wiadomością dla operatorów logistycznych obsługujących ten rynek. Z wrześniowego badania opublikowanego przez Gemius, PBI oraz IAB Polska wynika, że Polacy przebadani w połowie roku nie ograniczali zakupów internetowych ze względu na wysoką inflację, a 58% respondentów twierdziło, że kupuje online tyle samo co wcześniej. Z kolei 14% kupowało w sieci więcej. Podobne deklaracje e-konsumenci składali na kolejne miesiące. Aż 53% a nich zapowiadało, że nie zamierza obniżać swoich zachowań zakupowych online, natomiast 13% wskazywało, że będzie kupować online więcej niż wcześniej. Do zakupów w internecie motywuje ich całodobowa dostępność (75%), brak konieczności jechania do sklepu (74%) oraz ceny niższe niż w sklepach tradycyjnych (67%). Cena jest także kluczowym czynnikiem, dla tych internautów, którzy do tej pory nie robili zakupów online. To właśnie konkurencyjność cenowa ofert przekonałaby ich do e-commerce (33%). W dalszej kolejności byłyby to niższe koszty dostawy oraz rabaty (po 32%).

Zwalniający, ale wciąż pozytywny trend

Na relatywnie dobrą pozycję polskiego e-commerce wskazują m.in. dane GUS. Wynika z nich, że już w sierpniu udział handlu online w ogólnej sprzedaży detalicznej powrócił do poziomów z kwietnia oraz maja br. (8,9%) i był o 0,5% wyższy niż w lipcu. We wrześniu udział ten ponownie się powiększył, osiągając pułap 9,7% z lekkim osłabieniem w październiku (9,5%). W obu przypadkach to wynik lepszy niż w marcu (9,4%) i wszystkich miesięcy II kwartału. W styczniu, kiedy odnotowano najwyższą wartość w tym roku, udział e-commerce wynosił 11,1%.

- Obsługa zamówień internetowych może być relatywnie bezpieczną przystanią w czasie spowolnienia, zwłaszcza w najbliższych miesiącach. Wchodzimy w sezon corocznych szczytów zakupowych, a IV kwartał to zwyczajowo także dobry okres dla sektora logistycznego. Ostatnie lata z galopującym rozwojem e-commerce sprawiły, że już ponad trzy czwarte polskich internautów robi zakupy w sieci. Mamy także wysoki wskaźnik osób korzystających z internetu, który osiągnął już ponad 90% i coraz więcej osób zostaje w nim na stałe. W tym roku także spodziewany się dużego zainteresowania wirtualnymi zakupami, choć ze względu na inflację, sięgającą prawie 18%, wolumen zakupowy może być niższy. Paradoksalnie jednak wyższe ceny w sklepach tradycyjnych mogą przekierować uwagę konsumentów w kierunku e-commerce. Czynnik finansowy będzie więc bardzo mocno pracował na rzecz e-sklepów i wszystko wskazuje na to, że przy utrzymujących się wysokich cenach, zjawisko to rozciągnie się również na przyszły rok. Choć cały sektor transportowy, tak jak europejska i światowa gospodarka, odczuje nadchodzące spowolnienie, to obsługa zakupów internetowych może poradzić sobie nieco lepiej niż choćby branża gastronomiczna czy hotelarska – mówi Marcin Bąk, prezes zarządu Spedimex, polskiego operatora obsługującego sieci detaliczne, galerie handlowe, handel internetowy oraz przewozy drobnicowe i FTL w Polsce i w Europie. Pomimo niesprzyjających okoliczności, na wolniejsze, ale wciąż dodatnie perspektywy rozwoju krajowego e-commerce uwagę zwraca również PwC. Ostatnia prognoza przewiduje wzrost wartości sektora o 13,7% w 2023 r i 11,9% rok później. Wartość rynku w kolejnych latach także będzie rosnąć, osiągając 187 mld zł w 2027 r. wobec 109 mld w tym roku. Na koniec prognozowanego okresu do 20,6 mln z 17,1 mln w 2021 r. wzrośnie ponadto liczba e-konsumentów, których obsłuży 282 tys. sprzedawców internetowych. To o 102 tys. więcej niż jeszcze rok temu. Także globalny e commerce ma pozytywną prognozę wzrostu na najbliższe lata. Według analiz Insider Intelligence i eMarketer światowa sprzedaż detaliczna przez internet może osiągnąć blisko 7,4 bln dolarów w 2025 r. w porównaniu do niecałych 5 bln w 2021 r.

Dobrze zarobią również firmy logistyczne obsługujące e-handel

Tegoroczna kalkulacja opublikowana przez Transport Intelligence (Ti) zakładała, że w latach 2021 - 2026 globalny rynek usług logistycznych dla e-commerce będzie rósł w średniorocznym tempie 11,8%. W zeszłym roku sektor urósł o 19,9% do 441,47 mld euro, a wśród 10 krajów z największym nominalnym wzrostem znalazła się Polska z 41% przyrostem.

Dużym zainteresowaniem będą się również cieszyć usługi transgraniczne, dla których prognozuje się średnioroczny wzrost na poziomie 10,65% do 2026 r. E-commerce znacząco przyczyni się także do dalszego, choć słabszego przyrostu na światowym rynku przesyłek ekspresowych i małych paczek. Szacunki Ti wskazują, że wartość takich usług urośnie w tym roku o 9% (rdr) i przekroczy wartość ponad 503,5 mld euro. W 2021 r. w 6 z 7 głównych regionów świata obserwowano dwucyfrowe wzrosty, a cały rynek powiększył się o 12,2%. Tegoroczne jednocyfrowe pułapy mają być widoczne zarówno w przesyłkach krajowych (9,1% rdr), jaki i międzynarodowych (8,3% rdr). Motorem napędowym branży będzie przede wszystkim e-commerce w modelu B2C, który odpowiada obecnie za ok. 60,3% rynku. W 2026 r. udział ten ma wynieść 65,9%. Tak jak w całej globalnej logistyce, także i tu spodziewane jest jednak spowolnienie, wynikające ze słabnącej kondycji światowej gospodarki. W związku z tym średnioroczne przyrosty na rynku takich przesyłek szacuje się na poziomie 7% do 2026 r., a nieco szybciej od krajowych (6,7%) mają rozwijać się usługi międzynarodowe (8,1%).

Niezłe perspektywy wzrostowe w tym segmencie ma również Polska. Według wrześniowego raportu Last Mile Express, polski rynek KEP osiągnął w zeszłym roku wartość 13,7 mld zł i wolumen przesyłek na poziomie ponad 1 mld szt. W 2023 r. ma to być już ponad 1,33 mld paczek, co przełoży się na średnioroczny wzrost na poziomie 14,4%. Do 19,9 mld zł wrośnie także wartość rynku, który w tym ujęciu będzie rósł w średnim tempie 19,9% rocznie.

PSIwms dla e-commerce

Efektywne zarządzanie magazynem e-commerce

Zdj: LPP S.A. Magazyn e-commerce LPP jest zarządzany przez system PSIwms

PSIwms w wersji prekonfigurowanej dla e-commerce zawiera gotowe procesy i funkcje WMS, z której korzystają liderzy rynkowi. Poznaj rozwiązanie, które:

- poprawia wydajność kompletacji i raportuje aktywności pracowników,
- jest gotowe do uruchomienia w 2 miesiące,
- optymalizuje procesy logistyczne poprzez moduł **Warehouse Intelligence** oparty na sztucznej inteligencji (wyróżnienie Produkt Innowacyjny 2022).

Więcej na psi.pl

+48 61 65 56 596

PSI

Spowolnienie i pogorszenie nastojów w gospodarce zapowiada falę spadków i niepewności w transporcie, co widać m.in. w ocenach ryzyka kredytowego dla tego sektora.

Obsługa darmowych zwrotów stała się zbyt kosztowna

Słabsze, ale wciąż wzrostowe wskaźniki nie oznaczają, że firmy obsługujące e-commerce przejdą kryzys suchą stopą. Nie dość, że handel będzie zwalniał, to napięta sytuacja w światowej gospodarce nakłada się na rosnące koszty operacyjne i presję ze strony konsumentów na czas i formy realizacji zamówień oraz zwrotów. Presja wywierana jest nie tylko na operatorów logistycznych, ale także na sprzedawców, którzy uzależnieni od nawyków zakupowych swoich klientów coraz mocniej rozciągają granicę opłacalności w zakresie obsługi logistycznej zakupów internetowych. Doprowadziło to już do sytuacji, w której najwięksi globalni gracze rezygnują z opcji darmowych zwrotów, mimo że taka polityka była do niedawna kluczowym czynnikiem stanowiącym o poziomie konkurencyjności w sieci.

Kwestia ta stała się zbyt obciążająca m.in. dla odzieżowego giganta H&M, który płatne zwroty testuje w Wielkiej Brytanii i Norwegii. Marka zwraca uwagę, że ma to pomóc w cięciu wydatków, które wzrosły m.in. po podwyżkach cen materiałów i transportu. Produkty zamówione online wciąż można bezpłatnie zwracać w sklepach stacjonarnych, a na podobny krok zdecydował się również inny potentat odzieżowy Zara. Opłata ponad 2 dolarów odliczana jest od kwoty zwracanej klientowi, a opisane rozwiązanie miało swój pilotaż m.in. w Wielkiej Brytanii, Irlandii, Belgii i Holandii. Na płatne zwroty stawia także brytyjskie Boohoo, Next oraz japoński Uniqlo i szereg innych firm z branży odzieżowej. Wszystkie decyzje w tym zakresie mają wspólny mianownik – koszty logistyki, prognozowana słabsza dynamika sprzedaży oraz wysoki odsetek zwrotów.

Na podwyżki zdecydował się również największy gracz na polskim rynku e-handlu – Allegro. Od 21 listopada wzrosła minimalna kwota zakupów gwarantujących bezpłatną dostawę w abonamencie Smart, który zapewnia także darmowe opcje zwrotu. Dla dostaw w paczkomatach i punktach odbioru wartość koszyka zakupowego wrosła o 12,5% do 45 zł. Aby nie płacić za przesyłkę kurierską, trzeba zrobić zakupy za minimum 65 zł. To skok aż o 62,5%. O 20% wrósł także sam pakiet Smart, którego roczna subskrypcja dla nowych abonentów to teraz 59,90 zł.

Obciążenie dostawami i zwrotami rośnie

Statystyki zwrotów różnią się znacząco w zależności od kategorii zamawianych produktów. Według zeszłorocznego badania Nielsen i Sendcloud najczęściej zwracanymi towarami w Europie jest odzież i dodatki, gdzie średnia dla 8 przebadanych krajów z rozwiniętymi rynkami e-commerce wynosi aż 58%. Nieco mniej zwracanych jest produktów sportowych (56%) oraz tych z kategorii dom i ogród (55%). Na dalszych miejscach znajduje się elektronika (53%) oraz segment zdrowia i urody (51%). Najmniej w zwracanych jest natomiast zabawek, książek i gier (43%).

- Póki co na polskim rynku nie obserwujemy tak znaczącego odsetka zwrotów w kategorii zdrowie i uroda. Z naszych doświadczeń wynika, że nie przekraczają one nawet jednocyfrowego poziomu, co w porównaniu do innych segmentów handlu internetowego jest bardzo dobrym wynikiem. Świadczy to nie tylko o wysokim poziomie dojrzałości konsumenckiej, ale także dobrym jakościowo asortymencie, który spełnia oczekiwania klientów. W związku z niskim odsetkiem zwracanych produktów nie planujemy w najbliższym czasie zmian w tym zakresie. Dostrzegamy jednak, jak kluczowe znaczenie dla budowania pozycji w kanale e-commerce i relacji z klientem ma obsługa logistyczna zamówień. Doświadczenia zakupowe i obsługa pozakupowa, a więc także zwroty, stały się istotnym czynnikiem konkurencyjności. Oczekiwania klientów w tym zakresie systematycznie rosną, ponieważ coraz więcej osób przenosi aktywność zakupową do internetu, a konsument w tym kanale jest równie wymagający co w tradycyjnym sklepie. Rośnie jednocześnie liczba e-sprzedawców, którzy walczą o klienta jakością obsługi, a nie tylko ceną produktu. Rynek jednak wciąż ewoluuje i ostatnich latach da się zauważyć pewną tendencję, mianowicie wraz ze wzrostem wartości koszyka maleje liczba odsyłanych produktów. Coraz więcej klientów uzależnia także finalizację zamówienia od przyjętej w firmie polityki dostaw i zwrotów, zwłaszcza jeśli chodzi o czas realizacji i koszt tych usług – mówi Katarzyna Sawińska, Senior Logistics and Transport Manager w Sephora.

Potwierdzają to badania realizowane wśród e-konsumentów w Europie. Według Nielsen i Sendcloud aż 74% klientów zrezygnuje z zakupów w konkretnym sklepie internetowym, jeśli okaże się, że zwrot towaru jest płatny. Także analiza dostaw e-commerce przeprowadzona w tym roku przez Ipsos wskazuje na kluczową rolę logistyki. Aż 85% przebadanych respondentów deklaruje, że czas dostawy jest dla nich ważny lub bardzo ważny, a taki sam odsetek zawsze weryfikuje go przed zakupem. Dla 36% zakupowiczów decydującą rolę odgrywa także koszt usługi, natomiast 85% nie wróci do sprzedawcy, jeśli proces dostawy przebiegał poniżej ich oczekiwań. Zwłaszcza ten ostatni wskaźnik dobrze pokazuje, jak w mocno ewoluowała zależność pomiędzy e-sklepami a obsługującymi je firmami logistycznymi. Ipsos podkreśla dodatkowo fakt, że dla większości kupujących (57%) istotna jest również możliwość wyboru pomiędzy dostawą tego samego lub następnego dnia.

Intersujących danych na temat tego, w jakim kierunku mogą wkrótce podążać oczekiwania europejskich e konsumentów dostarcza również badanie zrealizowane przez Pitney Bowes w USA. Okazuje się bowiem, że aż 41% ogółu

klientów robiących zakupy w internecie uważa dostawy realizowane w niedzielę za istotne, a potrzeba takich dostaw wzrasta do 56% w grupie osób urodzonych w latach 80-tych i 90-tych, czyli wśród pokolenia millenium. Także 49% zakupowiczów pokolenia Z (kolejna generacja) uważa niedzielne dostawy za istotne. Zwolenników takiej opcji jest więcej wśród konsumentów mieszkających w miastach, gdzie 53% respondentów wskazuje na jej istotność.

- Wzorce oczekiwań w zakresie obsługi logistycznej płynące z rozwiniętych rynków e-commerce wielokrotnie potwierdzały, że lada moment będą obowiązywać także w Polsce. Należy jednak zadać pytanie czy polski konsument będzie skłonny pokryć dodatkowy koszt takich usług, czy będzie raczej oczekiwał, że pozostanie on po stronie sprzedawcy. Uruchomienie niedzielnej opcji dostawy oznacza bowiem wzrost nakładów na logistykę, wiąże się z zatrudnieniem dodatkowych kierowców i pracowników magazynowych, wyższym kosztem utrzymania infrastruktury i rachunkami. Obsługa handlu internetowego staje się coraz bardziej wymagająca, zwłaszcza teraz, kiedy rynek energii i paliw jest mniej przewidywalny, a sektor logistyczny wciąż walczy z problemami z poprzednich lat, w tym z chronicznym brakiem kierowców. Jednocześnie rosną oczekiwania klientów, które często rozmijają się realnymi możliwościami firm, nawet tych największych. Rezygnacja z darmowych zwrotów jest tego doskonałą reprezentacją i potwierdza, że przedsiębiorstwa zmierzają w kierunku racjonalizacji kosztowej operacji dostaw, zwłaszcza w tych kategoriach handlu internetowego, gdzie obciążenie jest największe. Na naszym rynku, gdzie klient jest wyjątkowo wrażliwy na cenę, kluczem do zachowania konkurencyjności będzie konsensus pomiędzy oczekiwaniami a możliwościami wszystkich stron zaangażowanych w proces zakupowy, z komponentem logistycznym włącznie – dodaje Marcin Bąk.

Polskiego e-konsumenta trudno zadowolić

Kwestię oczekiwań związanych z dostawami poruszał w tegorocznym raporcie także Gemius, PBI oraz IAB Polska. Aż 88% Polaków zadeklarowało w badaniu, że formą dostawy, która motywuje lub raczej motywuje ich do zakupów przez internet jest darmowa dostawa do domu z możliwością darmowego wniesienia. W dalszej kolejności wskazywano dostawę tego samego dnia (83%) i dostawę w weekend (75%). Z kolei według 95% respondentów czasem realizacji usługi, który skłoniłby ich do częstszego robienia zakupów online jest limit 8 godzin. Nieco mniej, bo 87% zakupowiczów zadowoliłby termin mieszczący się w 12 godzinach, a 39% przekonałby czas krótszy niż 24 godziny. Dla zaledwie 32% osób czas dostawy do 36 godzin to czynnik motywujący do częstszych e-zakupów.

Powyższe oczekiwania dobrze kontrastują z tymi przedstawionymi w zeszłorocznym raporcie HUI Research i PostNord. Badanie przeprowadzone w 12 europejskich krajach wskazuje, że zaledwie 19% e-konsumentów znad Wisły jest skłonnych dopłacić 3 euro za przyspieszenie dostawy zamówienia internetowego. Słabszy wynik od nas osiągnęła tylko Holandia (16%). Dopłata jest za to bardziej akceptowalna dla Brytyjczyków i Norwegów (po 34%) oraz Włochów i Niemców (30%). Nie dość, że Polacy nie chcą dopłać do szybszych dostaw, to mają jedne z najwyższych oczekiwań, jeśli chodzi o ich czas. Aż 25% naszych rodaków oczekuje dostaw w 1-2 dni, co stanowi drugi najwyższy wynik po Holendrach (30%). Z kolei tolerancję dla usług przekraczających 6 dni wyraża zaledwie 7% polskich e-konsumentów. To najniższy wskaźnik w Europie. Z drugiej strony skali znajdują się Finowie i Norwegowie, gdzie prawie tydzień może czekać aż 29% internautów. Dla porównania dostaw do dwóch dni oczekuje tylko 4% Finów i 5% Norwegów.

Krzysztof Oflakowski

W LOGISTYCE **BRAKUJE HANDLOWCÓW**

Branża TSL mierzy się z trudnościami w pozyskaniu pracowników do działów handlowych. Ilość wakatów do obsadzenia jest spora, a liczba dostępnych na rynku kandydatów, otwartych na zmiany zawodowe mocno ograniczona. Sprawne pozyskiwanie pracowników dodatkowo utrudniają oczekiwania finansowe kandydatów przewyższające oferty pracodawców, często brak home office oraz pojawiające się kontroferty.

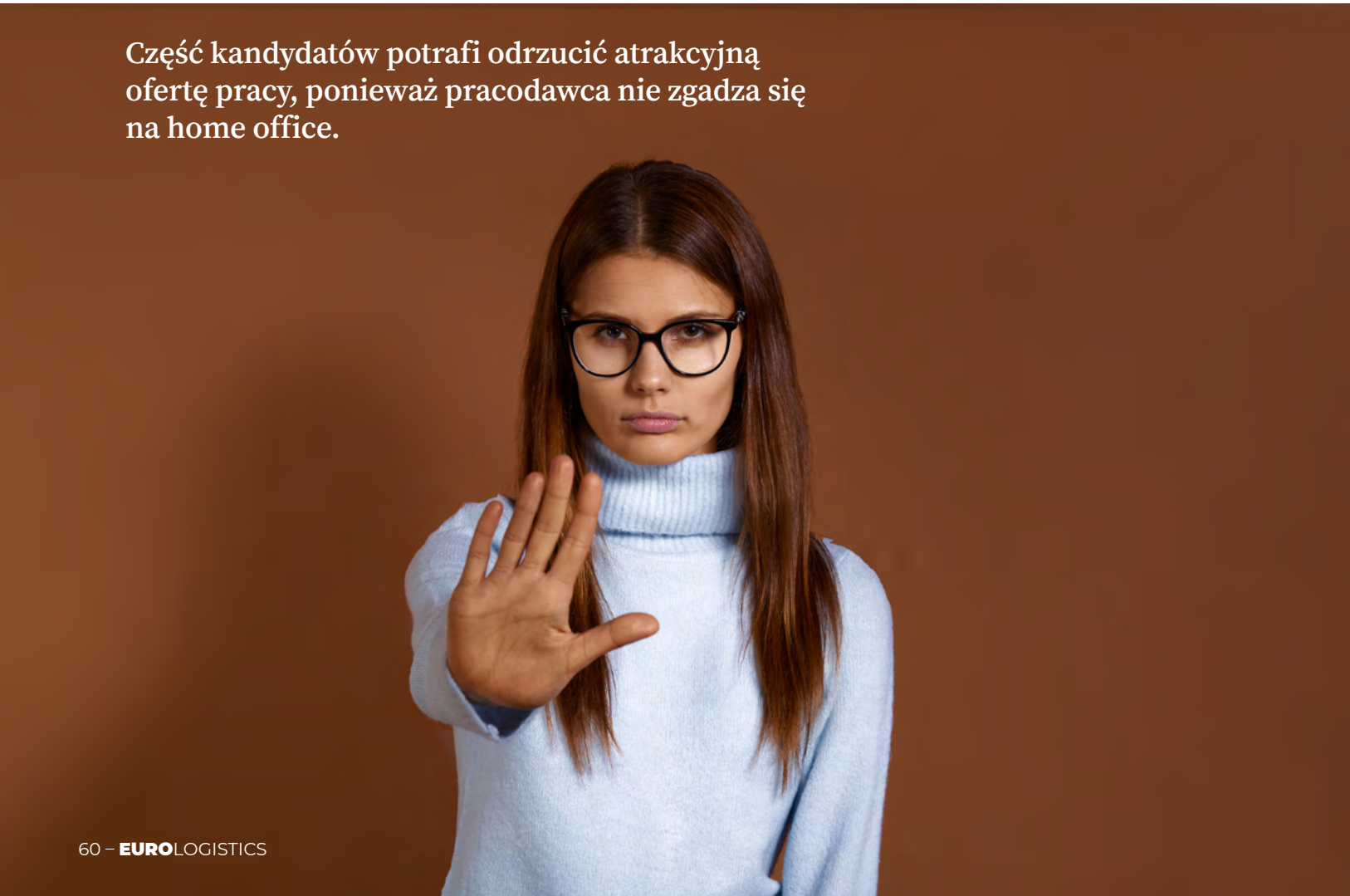
Sektor transportu, spedycji i logistyki od zawsze charakteryzował się licznymi rekrutacjami do działów handlowych, jednak tych w ostatnich miesiącach jest nadzwyczaj dużo. Pracodawcy w całej Polsce odnotowują spore zapotrzebowanie na osoby, które będą odpowiedzialne za pozyskiwanie klientów i sprzedaż praktycznie każdej usługi logistycznej.

– Organizacje są otwarte na zatrudnienie handlowców zarówno z rocznym czy dwuletnim doświadczeniem zawodowym, jak również bardziej doświadczonych osób, odpowiedzialnych między innymi za rozwój organizacji na rynkach zagranicznych – mówi Marika Stasinowska, Executive Manager HRK Procurement and Logistics.

Zdaniem ekspertki HRK tak duże zapotrzebowanie na pracowników, którzy będą odpowiadać za kwestie dotyczące sprzedaży usług, wynika przede wszystkim z tego, że w czasach dynamicznie zmieniającego się rynku i niepewnej sytuacji gospodarczej, firmy chcą posiadać w swoich strukturach skutecznych handlowców, którzy poradzą sobie z ciągłymi wyzwaniami związanymi z branżą logistyczną.

Oferty poniżej oczekiwań

Niestety rynek pracy w branży logistycznej jest trudny z uwagi na mocno ograniczoną liczbę kandydatów, jak również to, że pracownicy działów handlowych nie są otwarci na zmiany zawodowe, między innymi ze względu na aktualną sytuację gospodarczą i ekonomiczną.



Inną kwestią są oczekiwania finansowe kandydatów, które bardzo często przewyższają poziomy wynagrodzeń, jakie oferują firmy logistyczne.
– Wielu pracodawców w branży nie dostosowało poziomu wynagrodzeń w odpowiedzi na zmiany rynkowe spowodowane chociażby rosnącą inflacją. Oczekiwania finansowe kandydatów są większe, niż na przykład rok temu. Z punktu widzenia pracodawców ważne jest, aby mieli świadomość, jak aktualnie wyglądają struktury podstaw płacowych i premii w konkurencyjnych przedsiębiorstwach. Stąd też w mojej ocenie modną w najbliższym czasie usługą stanie się mapping wynagrodzeń, ponieważ firmy będą chciały wiedzieć, jakie widełki finansowe oferują inni pracodawcy na rynku dostosowując je względem siebie, zwłaszcza w kontekście systemów premiowych na stanowiskach sprzedażowych, gdyż te kształtują się naprawdę bardzo różnie – zauważa Marika Stasinowska. Analizując poziomy wynagrodzeń dla wybranych stanowisk sprzedażowych w branży logistycznej należy wziąć pod uwagę, że kandydaci pracujący na terenie większych aglomeracji mają wyższe oczekiwania finansowe niż ci zatrudnieni w oddalonych od nich regionach. Z doświadczenia ekspertki HRK wynika, że różnice te zaczynają się od ok. tysiąca zł w przypadku stanowisk niższych (juniorskich) do nawet kilku tysięcy na stanowiskach managerskich.
– Handlowcy z dwuletnim doświadczeniem zawodowym oczekują obecnie zarobków już nawet w okolicach 8 tys. zł brutto w podstawie. Osoby bardziej doświadczone w sprzedaży jak np. Key Account Managerowie chcą zarabiać od 10 do 15 tys. zł brutto. Na stanowisku Regionalnego Kierownika Sprzedaży, gdzie osoba jednocześnie zarządza zespołem i pełni funkcję sprzedażową w ramach kilku regionów, widełki finansowe są dość rozległe i plasują się od 15 do 20 tys. zł brutto. Jeśli z kolei przeanalizujemy oczekiwania finansowe ekspertów z doświadczeniem międzynarodowym, którzy sprzedają usługi na rynkach globalnych, to zaczynają się one od poziomu 18 tys. zł brutto, oczywiście w podstawie – mówi ekspertka HRK.

Zmiana w podejściu pracodawców

Większe trudności w pozyskiwaniu kandydatów mają również organizacje, które zrezygnowały z pracy w trybie home office, lub też znacząco ograniczyły liczbę dni pracy zdalnej, co w przypadku rekrutacji pracowników na stanowiska handlowe ma spore znaczenie.
– Możliwość pracy zdalnej dla większości kandydatów jest bardzo ważna. Część z nich potrafi odrzucić atrakcyjną ofertę pracy, ponieważ pracodawca nie zgadza się na home office. Natomiast otwartość firm na pracę hybrydową czy zdalną znacząco zwiększa szanse na znalezienie odpowiedniego kandydata, ponieważ w poszukiwaniach nie ograniczamy się do konkretne-

Remigiusz Zdrojkowski

Członek Zarządu, Dyrektor Zarządzający, XBS PRO-LOG

Przez wiele lat sprzedaż usług logistycznych oparta była na przeprowadzeniu krótkiej ankiety, a następnie pobraniu i podstawieniu do firmowych excelowych formatek, historycznych danych potencjalnego klienta. W większości przypadków, jedynym kryterium wyboru lub zmiany operatora była cena oraz gotowość do przekazywania raportów. Analiza nie wymagała logiki i zrozumienia potrzeb klienta oraz wspólnego zastanowienia się, co można w dotychczasowym procesie zmienić by w konsekwencji stał się mniej kosztowny dla obu stron. Walka o jak największy udział w rynku jest najczęściej wyczerpująca. Uważam, że jedną z jej ofiar są właśnie pracownicy działów handlowych. Oferty zmiany pracy związane są najczęściej z pozyskaniem katalogu kontaktów oraz oferowanych cen. Po pewnym czasie każdy handlowiec rozumie, że nie może już sprzedać taniej. Zadaje sobie zatem pytanie po co mam odchodzić do dotychczasowej konkurencji? Jedną z metod obrony przed podjęciem decyzji o zmianie pracy jest przedstawienie zaporowych warunków finansowych. Doświadczeni i skuteczni handlowcy, albo zajmują już stanowiska menadżerskie, albo są w wieku, w którym nie są podatni na zmianę pracy. Co zatem robić by obsadzić wakaty? W XBS PRO-LOG złamaliśmy dotychczasowy wzorzec. Postanowiliśmy szukać osób znających branżę z innej, niż logistyczna strony. Może to być np. dotychczasowy opiekun kategorii produktowej, lub osoba o wykształceniu technicznym doskonale znająca swoje produkty lub towary. Idealnie, jeżeli miała możliwość współpracy z wewnętrznym działem logistyki lub operatorem zewnętrznym. Identyfikujemy, czy w dotychczasowym środowisku pracy borykała się z problemami logistycznymi, wskazywała miejsca ich powstawania, a może nawet sugerowała ich rozwiązanie. Jeżeli jest gotowa do spojrzenia na dotychczasowe problemy z innej strony, jest dla nas doskonałym kandydatem. Pozostaje jedynie nam podzielić się posiadaną wiedzą logistyczną, opracować wspólnie nowy model biznesowy i przedstawić go jako spersonalizowane rozwiązanie. Niestety jest proces wyjątkowo czasochłonny. Wybór właściwej i zmotywowanej osoby wymaga wielu rozmów z potencjalnymi kandydatami. Z uwagi, że zajmujemy się towarami akcyzowymi, przygotowanie oraz nauka nowego zawodu w naszym środowisku zajmuje od pół do nawet jednego roku. Jest to zatem inwestycja długoterminowa, na co nie każda firma ma środki oraz cierpliwość.

Danuta Oleśkiewicz

HR Manager, Rohlig Suus Logistics

Według danych Eurostatu, Polska znajduje się w czołówce państw UE z najniższym wskaźnikiem bezrobocia. Trudności z pozyskaniem nowych talentów pojawiają się w każdej branży, TSL nie jest wyjątkiem. Rosnący niedobór pracowników sprawia, że przedsiębiorstwa muszą coraz intensywniej poszukiwać innowacyjnych rozwiązań, aby przyciągnąć i utrzymać największe talenty. W Rohlig Suus Logistics w ostatnich latach zanotowaliśmy rekordowe obroty. Wraz ze zwiększeniem skali działania, potrzebowaliśmy nowych talentów i cały czas w nie inwestujemy. Mamy to szczęście, że w miarę umacniania pozycji rynkowej stawaliśmy się też coraz bardziej atrakcyjnym pracodawcą. Zdajemy sobie jednak sprawę, że konkurencja o pracowników będzie coraz większa. Z jednej strony nadchodzi spowolnienie gospodarcze, ale z drugiej – oczekiwania pracowników rosną – i to nie tylko płacowe, a również te dotyczące warunków pracy. To jeden z powodów, dla których naszym podstawowym celem strategicznym jest stać się pracodawcą nr 1 w branży. Aby to osiągnąć staramy się konkurować nie tylko wynagrodzeniem, ale też kulturą firmową: stawiamy na pracę hybrydową, elastyczność, dialog i przyjazną atmosferę, bogatą ofertę szkoleń, prowadzimy wiele inicjatyw z zakresu work-life balance czy zdrowia psychicznego pracowników. Coroczne badania satysfakcji pokazują wzrost zadowolenia z tego obszaru. Widzimy to również po osobistym zaangażowaniu pracowników, którzy sami polecają nas znajomym jako miejsce pracy.

go województwa czy regionu, ale możemy szukać na terenie całej Polski. Możliwość pracy z biura np. raz w tygodniu w przypadku handlowców doskonale się sprawdza, bo na co dzień ich czas pracy jest zdominowany przez spotkania z klientami. Niestety wciąż jeszcze wiele organizacji nie jest otwartych na docelowe wprowadzenie takiego systemu pracy – zauważa Stasinowska.

Szansą dla pracodawców na znalezienie odpowiednich kandydatów jest również rozszerzenie poszukiwań poza branżę TSL. Firmy coraz chętniej pozyskują handlowców z doświadczeniem w innych branżach czy specjalizacjach. Nie można w tym przypadku mówić jeszcze o trendzie, natomiast otwartość pracodawców na zatrudnianie kandydatów, którzy są gotowi się przebranżowić jest coraz większa.

Motywacja pozytywna

Mocno popularne w wielu branżach stały się w ostatnim czasie kontroferty. Na dużą skalę są oferowane także kandydatom w logistyce - blisko 80% handlowców otrzymuje kontroferty, a ok 30% je przyjmuje. Przyjęcie przez kandydata lepszej oferty od obecnego pracodawcy może spowodować konieczność rozpoczęcia całego procesu rekrutacyjnego od nowa w firmie, do której aplikował. To z kolei generuje dla organizacji dodatkowe straty, zarówno finansowe, jak i czasowe.

– Kandydaci są bardzo kuszeni poprzez stosowanie kontrofert. Dlatego tak ważne jest, żeby już na początkowym etapie procesu rekrutacyjnego dogłębnie zbadać motywację kandydata. Zlecenie przeprowadzenia rekrutacji firmie zewnętrznej zmniejsza szansę, że kandydat przyjmie kontrofertę. Wynika to z faktu, że rekruter zewnętrzny nawiązuje długoterminową relację z kandydatem, negocjuje w jego imieniu, buduje w nim tzw. motywację pozytywną, uświadamiając jakie korzyści osiągnie, przyjmując daną ofertę i dlaczego to konkretne stanowisko jest dla niego atrakcyjne. Mówiąc wprost, robimy coś, czego bardzo często nie robią firmy, do których te rekrutacje się odbywają – podsumowuje ekspertka HRK.

Wzbudzenie motywacji pozytywnej często pokazuje, jakie są przyczyny, dla których kandydat byłby gotowy opuścić organizację. Jest to niezwykle istotne z punku widzenia potencjalnego pracodawcy, gdyż ma możliwość zaproponowania kandydatowi takich możliwości rozwoju, jakich zabrakło w poprzednim miejscu pracy.

Artur Piotrowski

Analizując poziomy wynagrodzeń należy wziąć pod uwagę, że kandydaci pracujący na terenie większych aglomeracji mają wyższe oczekiwania finansowe.

ĆWIERĆ WIEKU Z LOGISTYKĄ ALKOHOLI

Remigiusz Zdrojkowski

Członek Zarządu, Dyrektor Zarządzający, XBS PRO-LOG

W 1997 roku z inicjatywy osób prywatnych została założona działalność gospodarcza z usługami dedykowanymi do obsługi dystrybutorów alkoholu. Początkowo zakres usług ograniczony był do magazynowania towaru, podziału na zlecenia wysyłkowe oraz dostawę. Od pierwszych dni działalności, priorytetem firmy funkcjonującej do 2021 roku jako PRO-LOG, jest troska o bezpieczeństwo towaru oraz posiadanych informacji.

Z uwagi na specjalizację w obsłudze alkoholu, niezbędne było przyjęcie założenia, że usługa musi zostać wykonana na możliwie jak najwyższym poziomie jakości. Staranny dobór pracowników oraz podwykonawców okazał się kluczem do dalszego rozwoju. Elitarność i wysoki poziom świadczonych usług doceniony został przez największych producentów oraz dystrybutorów napojów alkoholowych. Odpowiadając na potrzeby swoich klientów, PRO-LOG systematycznie poszerzał zakres usług, przestrzeń magazynową oraz zdolność przewozową.

Inwestycje dały efekty

W 2008 roku na potrzeby PRO-LOG został wybudowany magazyn wyposażony w system tryskaczy zamontowany wewnątrz regałów wysokiego składowania. Inwestycja w ponadstandardowe warunki techniczne magazynowania napojów alkoholowych pozwoliły nawiązać współpracę z czołowym producentem i dystrybutorem alkoholu na świecie. Determinacja do utrzymania najwyższej jakości, przekraczająca znacznie założone KPI stała się wizytówką firmy. Zapotrzebowanie na kolejne inwestycje wymagały pozyskania dodatkowego kapitału.

W grudniu 2012 roku akcje PRO-LOG S.A. zostały po raz pierwszy notowane na NewConnect. Działalność Spółki oraz jej finanse stały się transparentne dla szerokiej grupy interesariuszy. W ten sposób, PRO-LOG S.A. mogła potwierdzić swoją stabilność finansową oraz źródła pochodzenia kapitału.
Kolejnym kamieniem milowym w działalności Spółki była decyzja o złożeniu wniosku o wydanie pozwolenia na prowadzenie usługowego składu podatkowego. Kilkunastoletnie doświadczenie w obsłudze napojów alkoholowych w zakresie: prowadzenia magazynów zarejestrowanych odbiorców oraz składów celnych, uzasadniały potwierdzenie zdolności operacyjnych oraz wiedzę niezbędną do otrzymania w 2014 roku pozytywnej odpowiedzi urzędu skarbowego. Spółka w ten sposób dowiodła branży alkoholowej, że posiadane przez nią umiejętności są unikalne na tle szerokiego grona oferentów usług logistycznych.

Nowa strategia

Ograniczenie związane z dalszym pozyskiwaniem kapitału, niezbędnego do podwyższenia gwarancji zabezpieczającej płatność podatku akcyzowego, zostało rozwiązane na przełomie 2015 oraz 2016 roku. W tym czasie nastąpiła zmiana większościowego udziałowca PRO-LOG S.A., który zapewnił dostęp do kolejnych źródeł finansowania.
- Kiedy w 2015 r. zdecydowałem się zainwestować w XBS PRO-LOG, nie miałem wątpliwości, że firma ma duży potencjał do rozwoju - wspomina Jean-François Faucher, Inwestor, Przewodniczący Rady Nadzorczej. - Już wtedy spółka cieszyła się uznaniem wśród klientów i lojalnością pracujących tam od wielu lat pracowników. Jako inwestor poszukiwałem firmy, która jest wysoce wyspecjalizowana w niszowym obszarze i może odpowiedzieć na specyficzne potrzeby klientów. Znajomość prawa podatkowego, niuansów akcyzowych i celnych była i jest przewagą spółki, oraz powodem, dla którego wiele firm z branży alkoholowej decyduje się na współpracę z XBS PRO-LOG. Dynamiczny rozwój spółki jest dowodem na to, że intuicja biznesowa mnie nie zawiodła.
Nowy inwestor oraz kadra zarządzająca opracowała i rozpoczęła wdrożenie 5-letniej strategii. Zakładała ona podwojenie zdolności operacyjnych, równoległego wzrostu przychodów, podniesienie dotychczasowej rentowności, modernizację infrastruktury oraz wyposażenia technicznego. - Inwestorzy powierzyli mi zarządzanie spółką, która pracuje w reżimie przepisów akcyzowych oraz celnych - mówi Remigiusz Zdrojkowski, Członek Zarządu, Dyrektor Zarządzający. - Postawiony na początku cel zarządczy, wymagał opracowana na nowo koncepcji modelu biznesowego oraz identyfikacji kolejnych grup docelowych. Możliwość przyjmowania znacznie większej ilości towarów akcyzowych, wymagała równoległej budowy reputacji finansowej oraz pozyskaniu kolejnych pozwoleń administracyjnych. Kluczowe procesy związane z obsługą towarów akcyzowych zostały zabezpieczone w interpretacjach indywidualnych. W praktyce potwierdziliśmy, że jesteśmy gotowi do kompleksowej obsługi najbardziej wymagających podmiotów zajmujących się towarami akcyzowymi. Obecnie intensywnie pracujemy nad rozwojem usług dla kolejnej grupy akcyzowej: płynów do papierosów elektronicznych oraz wyrobów nowatorskich.
Oferta została podzielona na cztery bloki tematyczne związane z usługami: kompleksowej administracji procesów akcyzowych oraz celnych, finansowania odroczenia płatności podatku akcyzowego oraz należności celnych, usług logistycznych, a także w wybranych przypadkach przejęcia obsługi procesów zakupowych. Większość dotychczasowych oraz nowo opracowanych modeli biznesowych, opartych na wykorzystaniu pozwoleń wydanych przez organy administracji skarbowej oraz celnej, została potwierdzona przez uzyskanie interpretacji indywidualnych. Przygotowano także podstawy prawne oraz operacyjne do uzyskania zezwoleń rozszerzających świadczenie usług dla kolejnych grup akcyzowych. Obecnie Spółka, poza napojami alkoholowymi, posiada możliwość obsługi olejów i preparatów smarowych, płynów do papierosów elektronicznych oraz wyrobów nowatorskich. Podjęto także działania uzupełniające w potwierdzeniu wizerunku branżowego eksperta oraz wiarygodnego partnera biznesowego. W całym obszarze działalności wprowadzono procedury jakości oraz punkty ich pomiaru. Konsekwencja w działaniach pozwoliła na certyfikację w zakresie spełnienia norm: ISO 9001:2015, 14001:2015 oraz IFS Logistics 2.3.
Procesem kończącym realizację pięcioletniego planu było podjęcie w 2021 roku decyzji przez akcjonariuszy o zmianie nazwy na XBS PRO-LOG S.A.
Rok 2021, to także czas dalszej integracji ze spółkami należącymi do jednej grupy kapitałowej. Daje ona XBS PRO-LOG bezinwestycyjny dostęp do kilkukrotnie większej powierzchni magazynowej oraz wzmacnia zdolności operacyjne. Synergia pozwala na wzajemne bilansowanie zapotrzebowania na powierzchnię magazynową oraz kontrolowane rozproszenie składowanego towaru, co wpisuje się zarówno w sezonowe potrzeby klientów Spółki, jak również w zdolność do zapewnienia ciągłości prowadzenia usług, w przypadku nagłych zdarzeń mogących wystąpić w jednej z lokalizacji.

Odpowiedzialna firma

Odpowiedzialność operacyjna XBS PRO-LOG nie ogranicza się wyłącznie do świadczenia usługi na możliwie jak najwyższym poziomie. Nasz Zintegrowany System Zarządzania jest systematycznie uzupełniany o procedury oraz pomiary z zakresu raportowania ESG. Odpowiedzialność za środowisko nie jest związana wyłącznie z posiadaniem certyfikatu spełnienia normy ISO 14001. Od 2018 roku znacznie zmniejszyliśmy zużycie energii w magazynie inwestując w wymianę oświetlenia na technologię LED. Nie zapominamy o potencjalnym zagrożeniu wynikającym z obsługi towarów niebezpiecznych – ADR. Uczestnictwo w szkoleniach praktycznych oraz aktualizowanie wiedzy jest wymagane zarówno od pracowników magazynowych, jak również administracyjnych.

- Na podstawie długoletniego doświadczenia w dziale Sprzedaży i Marketingu w branży logistycznej uważam, że sukces w organizacji zależy od zaangażowania oraz doświadczenia całej załogi - przekonuje Urszula Rąbkowska, Dyrektor działu Sprzedaży i Marketingu w XBS PRO-LOG. - Otwartość w komunikacji z klientem również jest dla nas bardzo istotna. Podobne standardy przyjmujemy w komunikacji z rynkiem oraz pracownikami. W XBS PRO-LOG rozumiemy, że relacje inne niż partnerskie na dłuższą metę się nie sprawdzają. Zapoczątkowana w 2016 roku integracja spółek należących do jednej grupy kapitałowej dała nam wiele możliwości. Dwa podmioty łączą siły nie tylko w kwestiach operacyjnych ale również starają się działać na rzecz środowiska, lokalnej społeczności oraz ładu korporacyjnego.

W swojej polityce socjalnej, Spółka nie dzieli pracowników ze względu na płeć oraz narodowość. Praktyka wynagradzania oraz powierzania stanowisk kierowniczych uzależniona jest od doświadczenia oraz gotowości do wykonywania codziennych zadań. Z powodzeniem funkcjonuje system rekrutacji wewnętrznych oraz sugestii pracowniczych. Otwartość oraz zaufanie we wzajemnych relacjach pracowniczych związana jest również z równym dostępem do pomieszczeń socjalnych oraz ich wyposażenia. W Spółce wierzymy, że budowane w ten sposób od wielu lat partnerstwo, pozwoliło nam na zbudowanie lojalnego oraz doświadczonego Zespołu. Co warte w tym miejscu podkreślenia, mamy w swoich szeregach kilku pracowników, którzy pracują w Spółce już od 25 lat, czyli od początku jest istnienia. Dynamiczny wzrost Spółki wymaga inwestycji w kapitał pracowniczy. Systematycznie budujemy niezbędne dla nas kompetencje. Kilka lat temu zdecydowaliśmy się na zmianę systemu rekrutacji. Rozpoczęliśmy wewnętrzny proces możliwości zmiany kwalifikacji części naszych pracowników. Wspieramy ich w tej kwestii merytorycznie oraz finansowo. Proces budowania kompetencji uzupełniany jest przez rekrutację zewnętrzną.

Z uwagi na specjalizację w obsłudze alkoholu, niezbędne było przyjęcie założenia, że usługa musi zostać wykonana na możliwie jak najwyższym poziomie jakości.

W obszarze ładu korporacyjnego, Spółce pomaga obecność na rynku regulowanym NewConnect. Dobre praktyki nadzoru nad firmą, przejrzystością struktury zarządczej, obowiązkami informacyjnymi dla inwestorów i interesariuszy, a także wynagrodzeniami kadry zarządzającej, nadzorowane są także przez Autoryzowanego Doradcę.

BIZNES STAWIA NA CZECHY

Od kilku lat szybko rośnie rola rynku czeskiego w globalnym biznesie. Coraz więcej firm docenia centralne położenie tego kraju oraz przygotowanie infrastrukturalne do przyszłych inwestycji. Dlatego innowacyjni przedsiębiorcy decydują się na zwiększenie swojej obecności w tym regionie.

Wsparcie w ekspansji międzynarodowej i budowaniu wizerunku globalnego przedsiębiorstwa oferuje firma Rohlig Suus Logistics. Kompleksowy operator logistyczny stawia przede wszystkim na dywersyfikację i rozwój biznesu międzynarodowego. Jednym z wiodących biznesów zagranicznych Grupy jest czeska spółka, która zanotowała w zeszłym roku wzrost sprzedaży aż o 56%. Największy polski operator logistyczny jest obecny na rynku czeskim od 2018 r., a zakres jego usług obejmuje: transport drogowy, lotniczy, morski, kolejowy i 4PL. W ostatnim kwartale 2023 r. firma zwiększyła portfolio swoich usług o logistykę kontraktową, uruchamiając nowoczesny magazyn w Brnie. Inwestycja ta umożliwiła Rohlig Suus Logistics obsługę np. klientów e-commerce w obszarze fulfillment, Value Added Services, przeładunku przesyłek drobnicowych oraz dystrybucji przesyłek do Czech i krajów sąsiedzkich.

Kompleksowa obsługa logistyki kontraktowej

W Czechach Rohlig Suus Logistics oferuje klientom kompleksowe zarządzanie łańcuchami dostaw, zapewniając najskuteczniejsze i najbardziej efektywne pod względem kosztów rozwiązania. W ramach usługi 4PL specjaliści polskiego operatora całościowo wspierają logistyczny obszar działalności klientów, w tym również część analityczną i administracyjną. Firma realizuje także audyty kosztów frachtu, wsparcie księgowe, zarządzanie RFQ, a także koncept Control Tower, znacznie zwiększający transparentność łańcuchów dostaw. W zależności od potrzeb Rohlig Suus Logistics może również przejąć odpowiedzialność za pełną obsługę logistyczną, dzięki czemu klienci mogą skoncentrować się na rozwoju core swojego biznesu.

– Pozycja Czech, jako istotnego ośrodka logistycznego, stale rośnie. Czechy są również drugim kluczowym partnerem Polski pod względem eksportu i osiąganych obrotów towarowych. Oddział w Brnie zwiększy nasze możliwości operacyjne i pozwoli rozszerzyć zakres usług, co wpłynie w przyszłości na istotny rozwój naszej sieci transportu drobnicowego międzynarodowego i krajowego oraz logistyki kontraktowej w tym regionie – powiedział Jiri Chladek, dyrektor zarządzający Rohlig Suus Logistics na Czechy i Słowację.

Nowy oddział jest zlokalizowany w GLP Park Brno Holubice i został uruchomiony w IV kwartale 2022 r. Obiekt magazynowy Rohlig Suus Logistics spełnia najwyższe normy ochrony środowiska i posiada międzynarodowy

certyfikat BREEAM. Na dachach magazynu w Brnie zostały zainstalowane panele fotowoltaiczne, a specjalny system zbierania wody deszczowej pozwoli na ponowne jej wykorzystanie m.in. przy dbaniu o otaczającą obiekt zieleń. Na terenie obiektu dostępne są ładowarki do samochodów elektrycznych. Dodatkowo, firma wprowadziła wózki widłowe z akumulatorami litowo-jonowymi, a nie kwasowymi, co w istotny sposób zwiększa bezpieczeństwo dla pracowników i środowiska.

Czechy – brama na południe

Brno to duże lokalne centrum biznesowe, doskonale skomunikowane z Polską, Słowacją, Węgrami i Austrią. Dzięki czemu lokalizacja ta stanowi idealną bazę do dystrybucji w całym regionie Europy Centralnej.

Rohlig Suus Logistics od wielu lat stopniowo realizuje strategię rozwoju w Europie Centralnej, otwierając sukcesywnie kolejne oddziały. Obecność w Czechach jest jednym z kluczowych elementów ekspansji firmy. Jak wskazują eksperci polskiego operatora, między Katowicami a Budapesztem jest znacznie mniejsza odległość niż na trasie Katowice-Gdańsk, co sprawia idealne warunki do rozwoju polskich przedsiębiorstw również w tym kierunku. Co więcej, wagę regionu dostrzegają także międzynarodowi klienci, którzy niejednokrotnie zwracają uwagę na rosnące znaczenie krajów ościennych w budowaniu globalnych łańcuchów dostaw.

Poza rozbudową systemu dystrybucji krajowej Rohlig Suus Logistics zwraca również uwagę na potencjał eksportowy Czech. Kraj ten jest silnie uprzemysłowiony i prowadzi gospodarkę proeksportową. Przemysł opiera się przede wszystkim na sektorze samochodowym, elektromaszynowym, elektrotechnicznym, metalurgicznym oraz chemicznym. Rynek ten przoduje również pod względem branży e-commerce – szczególnie w liczbie e-shopów, co stanowi duże możliwości rozwoju dla przedsiębiorców.

Międzynarodowi klienci niejednokrotnie zwracają uwagę na rosnące znaczenie krajów ościennych w budowaniu globalnych łańcuchów dostaw.

Europa Centralna – gwiazda europejskiego biznesu

Pandemia COVID-19 oraz wojna w Ukrainie sprawiły, że coraz większa liczba przedsiębiorców zaczęła zwracać uwagę na swoje łańcuchy dostaw. W wyniku przerw w dostawach towarów część firm zdecydowała się na skracanie łańcucha dostaw i przenoszenie produkcji do krajów sąsiadujących. W tym kontekście wzrosło znaczenie nearshoringu i regionu Europy Centralnej, która w ostatnich latach rozwinęła się pod względem infrastruktury transportowej oraz w mniejszym stopniu gospodarczo odczuła skutki pandemii COVID-19 niż kraje oparte o turystykę.

Jak wskazują eksperci Rohlig Suus Logistics, zachodnioeuropejski biznes dostrzega już, że oparcie produkcji wyłącznie na dostawcach z Chin może znacząco zmniejszyć bezpieczeństwo ich dostaw. Z tego też względu na znaczeniu zyskują kraje Europy Centralnej, posiadające dużą bazę know-how i atrakcyjne warunki do inwestycji. Specjaliści polskiego operatora logistycznego zauważają również, że rosnące znaczenie regionu nie tylko przyciągnie międzynarodowych inwestorów, ale przyspieszy też proces odbudowy Ukrainy, ponieważ to właśnie te państwa staną się hubem logistycznym dla potoku towarów płynących do Ukrainy.

Oprac. WZ

SYNERGIA DZIĘKI CYFRYZACJI

Śnieżka SA, czołowy producent farb w naszym regionie Europy, wykonała bardzo ambitny krok, jakim była cyfrowa transformacja. Zdzisław Czerwiec, wiceprezes Zarządu, Dyrektor ds. Zarządzania Łańcuchem Dostaw w firmie Śnieżka SA w rozmowie z Witoldem Zygmuntem zdradza, jak wyglądały przygotowania i realizacja tego procesu.

Panie Zdzisławie, Śnieżka stała się firmą, którą można przedstawiać jako wzór do naśladowania dla polskich przedsiębiorstw, planujących ekspansję zagraniczną. Proszę pokrótce opowiedzieć o tym, jak rozwijały się operacje i eksport spółki na przestrzeni lat.

W biznesie warto iść swoją drogą, ale faktycznie historia rozwoju Śnieżki jest coraz częściej oceniana jako sukces już nie tylko w skali Polski, ale również regionu Europy Środkowo-Wschodniej. Jesteśmy jednym z 25 największych producentów farb w Europie. Początkowo rośliśmy organicznie, wzrost przez akwizycje to okres ostatnich 5 lat. Była to droga wyzwań i odważnych decyzji, ale także budowania wciąż nowych kompetencji naszego zespołu i rozwijania wielu obszarów działalności. Nasza pozycja rynkowa i rozwój opiera się na strategii koncentracji. Po pierwsze skupiamy się na działalności na rynkach, które nazywamy kluczowymi – to Polska, Węgry oraz Ukraina. To nasze największe rynki, i to na nich działają nasze zespoły realizujące kluczowe procesy biznesowe – w tym logistyczne. Drugi aspekt to sprzedaż eksportowa naszych produktów na pozostałych rynkach, oparta o kontrakty o mniejszej wartości – ale bardzo często realizowane w oparciu o wieloletnie już relacje z lokalnymi partnerami. Obecnie jest to kilkanaście rynków, ale jesteśmy w stanie obsługiwać ich nawet kilkadziesiąt. Tu jednak także nasza optyka wyraża się w podejściu jakościowym, a nie ilościowym.

Pandemia i wojna w Ukrainie okazały się gigantycznymi wyzwaniami dla wszystkich firm w Polsce. Który z tych „czarnych łabędzi" okazał się dla Śnieżki większym wyzwaniem?

Centrum Logistyczne Śnieżki przejęło funkcje magazynów wyrobów gotowych z trzech lokalizacji. W ten sposób stało się kluczowym ogniwem logistycznym dla większości operacji logistycznych Śnieżki w Polsce.

Z perspektywy Śnieżki są one nieporównywalne. Również dlatego, że część naszego zespołu to koleżanki i koledzy ze Śnieżki-Ukraina, zespół ponad stuosobowy. Zrobiliśmy i robimy wiele, aby zapewnić im bezpieczeństwo oraz wsparcie. Ale patrząc od strony czysto biznesowej, to pierwsze ze wskazanych wydarzeń – czyli pandemia – miało początkowo bardzo zaskakujące i pozytywne przełożenie na sprzedaż naszych produktów. Klienci nagle zaczęli spędzać o wiele więcej czasu w swoich domach, mieszkaniach i ogrodach, a jedną z niewielu aktywności, które mogli i chcieli podjąć, był remont. I Śnieżka ze swoim portfelem produktów wpisała się w te potrzeby doskonale. Dzięki krótkim łańcuchom dostaw nie odczuliśmy w znaczącym stopniu globalnych problemów z surowcami, bo nasi strategiczni dostawcy to głównie firmy europejskie. To zapewnia nam większe bezpieczeństwo. Drugie zdarzenie, atak Rosji na Ukrainę, a właściwie jego skutki – to już czynnik mocno negatywny, ale dotykający niemal wszystkich branż oraz większości gospodarek na świecie. Niepewność, niższy popyt, inflacja, ceny surowców i paliw, koszty logistyki i konieczność zmian w tym aspekcie – wszystko to wniosło sporo zmian w funkcjonowaniu biznesu niemal na całym świecie. Na pewno i pandemia, i wybuch wojny spowodowały w wielu firmach strategiczną zmianę w podejściu do zarządzania zapasami. A także tzw. dynamiczne podejście do planowania produkcji. Dziś obserwujemy, że długookresowe planowanie jest nieefektywne i próby kreślenia strategicznych scenariuszy na przyszłość są aktualnie dość karkołomne.

Przejdźmy do zagadnień związanych z logistyką. Jak wiemy, ostatnie lata to dla Śnieżki okres dużych inwestycji w obszarze łańcucha dostaw. Co zadecydowało o tym, iż zarząd Śnieżki dał tak wysoki priorytet temu obszarowi działalności?

W ostatnich latach miały miejsce duże inwestycje przekładające się na logistykę w Śnieżce: budowa od podstaw nowego Centrum Logistycznego oraz transformacja cyfrowa naszej organizacji. Obie otwierają nam drogę do dalszego rozwoju i skalowania działań. Nasze Centrum Logistycznie w Zawadzie koło Dębicy to inwestycja, której strategicznym celem było jeszcze bardziej efektywne zaopatrywanie rynku w produkty Śnieżki. A z mojej perspektywy kluczowe jest to, że osiągnęliśmy skalowalność procesów logistycznych.

Z kolei cyfryzację postrzegam nie jako operacje dotyczące stricte łańcucha dostaw, ale przede wszystkim jako transformację całej organizacji, którą – decydując się na nią – diagnozowaliśmy jako niezbędną, by brak odpowiednich narzędzi nie stał się potencjalnym blokerem naszego dalszego dynamicznego rozwoju. Transformacja cyfrowa to proces, który od początku powinien mieć jasno zdefiniowane cele biznesowe. I tak właśnie podeszliśmy do tego zadania. Był to projekt na olbrzymią skalę.

Nowe Centrum Logistyczne firmy już działa. Proszę opowiedzieć naszym Czytelnikom o tym obiekcie - jego parametrach oraz roli w sieci logistycznej Śnieżki.

Minęły już ponad cztery lata, odkąd rozpoczęliśmy tę potężną inwestycję typu greenfield, i obecnie wykorzystujemy jej możliwości. Oddanie inwestycji nastąpiło zgodnie z planem w styczniu 2022 roku. Nasze nowe Centrum Logistyczne wybudowaliśmy na 15-hektarowej działce w Zawadzie koło Dębicy, czyli bardzo blisko węzła autostradowego. To obiekt o charakterze magazynowo-biurowym o powierzchni ponad 34 tys. mkw. (i jest możliwość zwiększenia tej powierzchni o kolejne 10 tys. mkw.). Nowe centrum ma pojemność ponad 47 tys. miejsc paletowych. Przekłada się to na dziewięć poziomów wysokiego składowania i możliwość konfekcjonowania wyrobów gotowych do 1600 palet dziennie. Centrum przejęło funkcje magazynów wyrobów gotowych z trzech lokalizacji. W ten sposób stało się kluczowym ogniwem logistycznym dla większości operacji logistycznych Śnieżki w Polsce.

Najważniejszym pretekstem dla naszej rozmowy jest jednak zakończenie procesu cyfrowej transformacji w Śnieżce. Dla wielu firm impulsem do digitalizacji procesów była pandemia Covid-19. Jak jednak rozumiem, Śnieżka uświadomiła sobie nieodzowność takiego kroku już wcześniej?

Tak, pierwszy duży etap mieliśmy już za sobą, gdy wybuchła pandemia. To bardzo ciekawy wątek, bo niewiele osób wie, że dzięki wypracowanym rozwiązaniom mogliśmy – nie tylko bez przeszkód, ale i z powodzeniem – obsłużyć boom na nasze produkty wiosną 2020 r., czyli tzw. efekt pandemii, o którym rozmawialiśmy przed chwilą.

Jak przebiegał sam proces wdrożenia zintegrowanego systemu zarządzania?

Na samym początku projektu transformacyjnego, a właściwie nawet przed jego rozpoczęciem, przeprowadzone zostały warsztaty biznesowe z kluczową kadrą zarządzającą Śnieżki. W szerokim gronie – członków zarządu, dyrektorów i menedżerów – podjęliśmy się zdefiniowania, czemu ma służyć transformacja. Kolejnym krokiem było zbudowanie zakresu wdrożenia. Nasz był bardzo szeroki, ponieważ poza pakietem podstawowym S/4 HANA oraz C/4HANA dodano także systemy do zarządzania transportem i magazynami. Opracowaliśmy nasze oczekiwania i na etapie przygotowań do RFP, czyli zapytania ofertowego, zdefiniowaliśmy ok. 700 szczegółowych wymagań. Podkreślę, że były one zgromadzone przede wszystkim wokół potrzeb naszych klientów. Po analizie ofert zdecydowaliśmy się na ofertę dostawcy wiodącego w skali światowej.

A jak wyglądał proces na etapie wdrażania?

Zastosowane przez nas efektywne podejście do wdrożenia było wymagające operacyjnie. Pozwoliło nam to jednak usprawnić współpracę między poszczególnymi zespołami a dostawcami. Reagowaliśmy bowiem zwinnie, między innymi na bieżąco definiując ryzyka i blokery. Gdy system wystartował, nadal wprowadzaliśmy korekty, które wynikały z weryfikacji naszych założeń w praktyce. Przy takim podejściu, zakładającym margines prac „na żywym materiale", z każdym tygodniem procesy

usprawniały się, aż do osiągnięcia optimum.
Co było największym wyzwaniem? Uważam, że kluczowe dla sukcesu było zaangażowanie zespołów. Bardzo doceniam wysiłek organizacyjny zespołu oddelegowanego do pracy w projekcie, który równolegle realizował swoje bieżące zadania w innych obszarach.

Skoro spytałem o trudności, nie mogę nie zapytać o korzyści z wdrożenia. Jak udało się Państwu poprawić procesy magazynowania, transportu i dystrybucji dzięki daleko idącej digitalizacji?

Jest ich naprawdę sporo. Wskażę najważniejsze, to:

- lepsza, bardziej spójna obsługa klienta oraz podniesienie sprawności biznesowej przedsiębiorstwa – w tym znaczna poprawa procesów obsługi klienta biznesowego (na przykład w aspekcie czasu obsługi zamówień czy szybkości obsługi klientów),
- wysoka przepustowość i elastyczność systemu,
- optymalizacja kosztów logistyki wewnętrznej poprzez wysoki poziom automatyzacji procesów i dostosowanie do wolumenów produkcji,
- lepsze możliwości zarządzania procesem zakupów surowców przed sezonem,
- dostęp do live data – istniejące procesy biznesowe realizowane są w czasie rzeczywistym, wprowadzanie nowych procesów trwa szybko, a dostęp do danych jest natychmiastowy. To z kolei pozwala na wielowymiarową analitykę dużych wolumenów danych wraz z predykcją w ramach procesów podejmowania decyzji.

Czy w ramach procesu digitalizacji zaprosili Państwo także zewnętrzne podmioty – firmy transportowe, spedytorów, sieci handlowe etc. – do zintegrowania swoich systemów z rozwiązaniami Śnieżki?

Tak, nie odbyło się to bez uwzględnienia w tym procesie naszych partnerów biznesowych, zarówno dostawców, jak i klientów. Jeśli chodzi o dostawców usług logistycznych, to przykładowo integrujemy systemy ze spedytorami, co bardzo dobrze wpływa na planowanie załadunków i zapewnia naszym partnerom znaczące oszczędności czasu pracy ich kierowców. Naszym klientom integracja umożliwiła na przykład także składanie zamówień oraz wymianę dokumentów elektronicznie. Tym samym nasze wdrożenie, po połączeniu sił i zintegrowaniu z systemami partnerów, generuje obopólne korzyści i optymalizacje, efekt synergii jest tu namacalny.

Nie jest tajemnicą, że samo w sobie zbieranie danych nie jest dla firmy znaczącą korzyścią - liczy się ich właściwe wykorzystywanie. Czy Pana zdaniem w Śnieżce możliwości, jakie otwiera digitalizacja procesów, są już w pełni eksploatowane?

Oczywiście, zgadzam się w 100%, że nie jest sztuką zbieranie danych. Na skuteczność menedżerów i ich zespołów wpływa gromadzenie właściwych danych i przede wszystkim umiejętne ich wykorzystywanie – przede wszystkim w procesach decyzyjnych. Podobnie jest z całokształtem procesów. W pierwszej kolejności doprowadziliśmy do ich uprządkowania, następnie te, które są powtarzalne, zostały zdigitalizowane. Teraz namacalnie przekonujemy się, jak istotnie systematyzacja, automatyzacja i standaryzacja procesów wspiera realizację bieżących zadań, a rozwijanie pracy z procesami nie ma końca. Jako organizacja, dla której zmiana jest naturalnym elementem rozwoju, nieustannie pracujemy z danymi, dążąc do ich ciągłej optymalizacji i aktualizacji. To z kolei możliwe jest również dzięki temu, że cały proces transformacji naturalnie przełożył się na skokowy wzrost kompetencji naszych zespołów w wielu obszarach.

Najważniejszym beneficjentem procesu cyfrowej transformacji powinni być oczywiście klienci. Jak zatem poprawił się proces ich obsługi w Śnieżce?

W trakcie projektowania nowych rozwiązań przeanalizowaliśmy punkty styku klientów ze Śnieżką. Przeprowadziliśmy również badanie typu customer journey, czyli ścieżki klienta. Dzięki zidentyfikowaniu potrzeb i oczekiwań naszych klientów m.in. wyeliminowaliśmy ryzyko pomyłki podczas wdrażania poszczególnych funkcjonalności i systemów. Na bazie badania i analiz przygotowaliśmy Portal Obsługi Klienta B2B. Nasi klienci mogą już nie tylko złożyć zamówienie oraz pobrać dokumentację produktową i cennik, lecz także faktury i korekty w formacie XML lub PDF. Mogą złożyć reklamację i zgłosić zwrot palet do odbioru, ale również sprawdzić wysokość limitu kredytu kupieckiego i stan rozliczeń, w tym informację o zbliżających się terminach płatności.
Klienci cenią sobie to, że większość informacji mogą pozyskać samodzielnie, logując się w portalu w dogodnym dla siebie czasie, a umowy mogą podpisać online.

Na koniec proszę przedstawić dalsze plany inwestycyjne Śnieżki w obszarze logistyki.

Możliwe inicjatywy rozwojowe to naturalnie proces roll-outów wypracowanych rozwiązań na nasze spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej Śnieżka. A inne niech na razie pozostaną tajemnicą, gdyż w pierwszym rzędzie zawsze stawiamy na bezpieczeństwo i budowanie przewag konkurencyjnych, a później chętnie podzielimy się efektami. Dodatkowo będziemy wchodzić w coraz ściślejszy dialog z partnerami biznesowymi w obszarze odpowiedzialnego biznesu – zarówno w obszarze środowiskowym, jak i społecznym oraz zarządczym, czyli zgodnie z aspektami ESG. Chcemy współpracować z firmami, które tak jak my swoją przyszłość opierają na zasadach zrównoważonego rozwoju.

Dziękuję za rozmowę.

GŁOGÓW
DOŁĄCZA DO STAWKI

Głogów stał się kolejną lokalizacją, która trafiła na magazynową mapę Polski dzięki błyskawicznie rozwijającemu się e-commerce. FM Logistic wybrało to miasto, znane do tej pory głównie z przemysłu miedziowego, na miejsce, z którego będą obsługiwane kanały handlu elektronicznego dla Grupy Fressnapf, w Polsce znanej jako właściciel sieci sklepów zoologicznych Maxi Zoo. 25 października działalność nowego centrum logistycznego, ulokowanego w Panattoni Park Głogów, została oficjalnie zainaugurowana.

Dolny Śląsk to jeden z najbardziej rozchwytywanych przez operatorów logistycznych rynków magazynowych, szczególnie gdy poszukiwane są lokalizacje dedykowane obsłudze transgranicznego e-commerce. Okolice Wrocławia póki co dominują na liście realizowanych transakcji, lecz położony zaledwie 10 km od drogi S3 magazyn w Głogowie został uznany przez FM Logistic i Grupę Fressnapf za doskonałe miejsce do rozwijania współpracy, która została zapoczątkowana we Francji.

Same plusy

Grupa Fressnapf istnieje na rynku już ponad 30 lat. W 1990 roku założyciel firmy, Torsten Toeller, zainspirowany podróżą do USA i wizytami w podobnych obiektach, otworzył pierwszy sklep zoologiczny w miejscowości Erkelenz w Niemczech, znany pod nazwą Fressnapf. W następnych latach w zawrotnym tempie podbił europejski rynek produktów dla zwierząt domowych. W 2009 roku nastąpiło uroczyste otwarcie tysięcznego sklepu firmy Fressnapf – tym razem w Monachium – oraz został założony sklep internetowy www.fressnapf.de. Dziś istnieje ponad 1800 sklepów zoologicznych Grupy w jedenastu europejskich krajach – od Danii po Włochy.

Daniel Behlert, SVP Supply Chain & Logistics w Fressnapf Holding SE, opowiada o początkach relacji z FM Logistic.

- Dwa lata temu postanowiliśmy rozpocząć współpracę z FM Logistic we Francji. Uruchomiliśmy tam pierwszy magazyn w Savigny-sur-Clairis, ale jednocześnie zastanawialiśmy się jak zarządzać logistyką na najważniejszych dla nas rynkach, do których zaliczają się również Niemcy, Austria i Polska. FM Logistic okazało się być we Francji bardzo solidnym partnerem, postanowiliśmy zatem otworzyć wspólnie kolejny magazyn w Polsce - operacje najpierw prowadziliśmy w Będzinie, a teraz ulokowaliśmy się w Głogowie.

Dlaczego Fressnapf szukając głównego magazynu, z którego obsługiwany będzie e-commerce zdecydował się na Polskę? - Ta lokalizacja jest znakomita - podkreśla

Gerhard Kunkel, Vice President Customer Fulfillment w Fressnapf Logistik GmbH. - Pozwala nam ona błyskawicznie obsłużyć polski rynek, a dla nas czas dostawy zamówienia jest bardzo ważny. Chcemy realizować je w ciągu 1-3 dni, a nie byłoby to możliwe, gdybyśmy wysyłali towary z Niemiec. Nie tylko mamy tu szybki dojazd do drogi ekspresowej, ale też bardzo blisko - ok. 50 km - znajduje się hub jednego z naszych przewoźników. Same plusy! Ponadto Głogów znajduje się niedaleko Niemiec. Możemy zatem z tego obiektu wysyłać towary do obu krajów, choć na ten moment obsługujemy w większości polskich klientów.

Klient warty starań

- To jest bardzo ciekawy klient - ocenia dotychczasowy przebieg współpracy z Grupą Fressnapf Anna Galas, Senior Business Development Director w FM Logistic. - Stawia on przed nami bardzo wysokie wymagania jakościowe, ponieważ rygory branży "pet food" dotyczące magazynowania i transportu są równie ostre jak w przypadku żywności dla ludzi. Ponadto jest to klient działający w formule omnichannel - we Francji obsługujemy zarówno operacje B2B, czyli dostawy do sklepów, jak i B2C. W Polsce świadczymy usługi B2C, a ponieważ FM Logistic bardzo szybko rozwija się w e-commerce, Fressnapf mógł wykorzystać zarówno nasze doświadczenie w obsłudze handlu elektronicznego, jak też dobrą znajomość branży pet food. Muszę przyznać, że to bardzo przyjazny i znakomicie komunikujący się klient, prace nad projektem, negocjacje umowy, wdrażanie czy transfer operacji do Głogowa przebiegały w niezwykle dobrej atmosferze.

Transfer, o którym mówi Anna Galas, to proces przenosin stocku i operacji logistycznych z Bedzina do Głogowa. Polski oddział FM Logistic rozpoczął obsługę e-commerce B2C dla Grupy Fressnapf jeszcze w 2021 roku, gdy budowa obiektu w Głogowie jeszcze się nie rozpoczęła. Po bardzo szybkiej relokacji, na potrzeby klienta oddano do dyspozycji ponad 35 000 mkw. nowoczesnej powierzchni magazynowej, zaś plany obejmują dalszą automatyzację operacji oraz wzrost obsługiwanych wolumenów. - Teraz obsługujemy z Głogowa rynek polski i niemiecki – wyjaśnia Anna Galas. – To około 5 tys. przesyłek dziennie. Zdecydowanie widzimy tu zatem potencjał do dalszego, wspólnego rozwoju.

Otwarcie nowej lokalizacji magazynowej wiąże się dla operatora logistycznego z wejściem na nieznany rynek pracy, ale Głogów góruje tu nad największymi aglomeracjami. – Rynek pracy w Głogowie wyglądał dla nas korzystnie – mówi Anna Galas. – Badając potencjalne lokalizacje dla Maxi Zoo szukaliśmy przede wszystkim miejsca, które będzie stosunkowo blisko granicy. Wiedzieliśmy, że będziemy realizować wysyłki także dla niemieckich klientów, Maxi Zoo chciało zaś zminimalizować koszty, ale utrzymać krótki czas realizacji dostaw. Bardzo mocno rozważaliśmy lokalizacje wokół Wrocławia i Poznania, lecz tam nie mielibyśmy szans na zatrudnienie tak dużego zespołu, mieszcząc się w założonych kosztach. Suma wszystkich tych aspektów zadecydowała, że wybraliśmy Głogów.

Nie możemy stawiać sobie planów rozwoju do poziomu obsługi 6-7 mln. przesyłek rocznie, nie sięgając po automatyzację.

Automatyzacja w parze ze zrównoważonym rozwojem

E-commerce to branża, w której automatyzacja procesów logistycznych przynosi szczególnie korzyści. FM Logistic, rozpoczynając długoterminową współpracę z Grupą Fressnapf, postanowiło od początku zautomatyzować część głogowskich operacji – To był nasz projekt, na początku wypracowany przez kolegów z Francji, którzy zaczynali współpracę z Maxi Zoo – mówi Anna Galas pytana o to, która strona wyszła z inicjatywą. – Nie są to całkowicie zautomatyzowane procesy, ponieważ na ten moment nie byłoby to po prostu opłacalne przy aktualnych kosztach pracy czy ilości zleceń. Wdrażana jest linia pakująca, w którą zainwestowaliśmy szukając sposobu przyśpieszenia tej operacji - ale też ze względu na zrównoważony rozwój. Ekologia także była jednym z czynników branych pod uwagę przez klienta, a dzięki linii pakującej nie marnujemy wypełniaczy i materiału, gdyż maszyny docinają kartony dokładnie do potrzeb wysyłanego produktu.

- Automatyzacja to kluczowy element działania, inaczej byśmy w nią nie inwestowali - uzupełnia Gerhard Kunkel. - Nie możemy stawiać sobie planów rozwoju do poziomu obsługi 6-7 mln. przesyłek rocznie, nie sięgając po automatyzację. Robimy to jednak z głową, automatyzujemy procesy pakowania, ale transport wewnętrzny realizujemy z użyciem tradycyjnych wózków widłowych i dla naszych potrzeb to idealna kombinacja, gdyż wszystko musi się po prostu opłacać.

Oczywiście, cały obiekt, w którym funkcjonuje centrum logistyczne, także był tworzony z myślą o zrównoważonym rozwoju. Panattoni Park Głogów spełnia wymogi systemu certyfikacji BREEAM na poziomie Excellent, co oznacza nie tylko niższą emisję CO_2 oraz mniejsze zużycie energii i wody, ale także większą troskę o wellbeing pracowników. Deweloper zadbał o analizę pomieszczeń biurowych pod kątem odpowiedniej akustyki, komfortu termicznego czy dostępu światła dziennego, a dzięki sąsiadującej z Miejską Strefą Inwestycyjną infrastrukturze, pracownicy FM Logistic mogą korzystać z transportu kolejowego.

Witold Zygmunt

INWESTORZY CHCĄ MAGAZYNÓW

Z przeprowadzonego przez Savills badania ankietowego wśród inwestorów zarządzających aktywami w Europie i na Bliskim Wschodzie o łącznej wartości przekraczającej 500 mld euro wynika, że największym zainteresowaniem na rynku nieruchomości komercyjnych w najbliższych 12 miesiącach będą się cieszyły mieszkania na wynajem, wielkopowierzchniowe nieruchomości logistyczne, obiekty wykorzystywane na potrzeby logistyki miejskiej, budynki biurowe w centralnych obszarach biznesowych (COB) oraz domy studenckie.

Na pytanie o strategię na przyszłość ponad 55% respondentów odpowiedziało, że obecnie preferuje bardziej defensywne podejście, koncentrując się na nieruchomościach mieszkaniowych i logistycznych oraz budynkach biurowych w COB na najbardziej płynnych rynkach w Europie. Zmiana ta wynika przede wszystkim z tego, że 76% ankietowanych potwierdziło, iż refinansowanie znacząco wpłynie na całkowity zwrot z inwestycji w najbliższych dwóch latach.

Zmiany w rankingu

- Wyniki naszego badania potwierdzają, że niektóre sektory nieruchomości nadal będą przykuwały uwagę inwestorów, natomiast inne nie cieszą się już tak dużą popularnością. W kręgu zainteresowań inwestujących znajdują się przede wszystkim nieruchomości charakteryzujące się potencjałem wzrostu czynszów wynikającym między innymi z większej indeksacji stawek na rynku biurowym w Europie kontynentalnej – mówi Chris Gillum, dyrektor

działu nieruchomości biurowych, europejskie rynki kapitałowe, Savills.

- Ponad 90% respondentów wskazuje, że uzyskanie zielonych certyfikatów w takich systemach certyfikacji budynków jak BREEAM czy LEED oraz przeprowadzenie modernizacji w zakresie energooszczędności, w tym inwestycji w odnawialne źródła energii, to element ich strategii inwestycyjnych w nieruchomości. 97% ankietowanych potwierdza opracowanie strategii w zakresie ESG, co świadczy o rosnącym znaczeniu planów w tym obszarze dla inwestorów w sektorze nieruchomości – mówi Mike Barnes, Associate Director, dział badań rynków europejskich, Savills.

Wraz publikacją wyników przeprowadzonego badania firma Savills podała wstępne dane dotyczące aktywności inwestycyjnej w Europie. Pokazują one, że całkowity wolumen transakcji inwestycyjnych na europejskim rynku nieruchomości w trzecim kwartale br. wyniósł ok. 55 mld euro, dzięki czemu wartość kapitału zainwestowanego w pierwszych trzech kwartałach przekroczy 200 mld euro – to spadek rzędu 10-11% w porównaniu z analogicznym okresem w ubiegłym roku.

- Przewidujemy, że całkowity wolumen transakcji inwestycyjnych na europejskim rynku nieruchomości w tym roku wyniesie od 275 do 280 mld euro. Jak pokazują wyniki naszego badania, preferowanymi klasami aktywów będą nieruchomości magazynowe i mieszkaniowe. Do wzrostu czynszów w obu sektorach przyczynia się strukturalny brak równowagi pomiędzy podażą a popytem – komentuje Lydia Brissy, dyrektorka w dziale badań rynków europejskich, Savills.

- Nie ulega wątpliwości, że płynność aktywów się zmniejszyła, ale wskaźniki podaży i popytu w sektorze magazynowym nadal napawają optymizmem, co przemawia za dalszym wzrostem czynszów. Pomimo presji inflacyjnej rynki Europy Środkowo-Wschodniej wciąż oferują niższe koszty w porównaniu z Europą Zachodnią, a ponieważ dla coraz większej liczby firm priorytetowe znaczenie ma odporność na wahania koniunktury, zrównoważony rozwój oraz koszty, zyskiwać mogą zarówno Polska, jak i inne kraju regionu jako preferowane lokalizacje dla nearshoringu i offshoringu. Pomimo niepewności i znacznego zwiększenia się rozdźwięku pomiędzy oczekiwaniami cenowymi kupujących i sprzedających, nieruchomości magazynowe w Polsce oferują perspektywę wzrostu czynszów, co przyciąga inwestorów, którzy raczej nie mogą na to liczyć na rynkach zachodnich – dodaje John Palmer, dyrektor działu doradztwa inwestycyjnego dla sektora nieruchomości magazynowych w Savills w Polsce.

Polska nieustannie wysoko

Najnowsze dane na temat rynku magazynowego w Polsce, zebrane przez międzynarodową firmę doradczą Cushman & Wakefield, potwierdzają, że w czasach niepewności gospodarczej sektor ten zyskuje w oczach inwestorów. O jego atrakcyjności decyduje przede wszystkim fakt, iż całkowite koszty najmu powierzchni magazynowych,

Michał Samborski

Head of Development, Panattoni

Czasy są pełne wyzwań, dlatego przedsiębiorstwa poszukują optymalizacji. W dobie zrywających się łańcuchów dostaw i niestabilności w kosztach, posiadanie odpowiedniej bazy logistyczno-magazynowej jest elementem zapewniającym zdolność do prowadzenia biznesu.

W Polsce mamy już blisko 30 mln mkw. powierzchni przemysłowej, a branżą generującą największy popyt jest logistyka, która nie zamierza zwalniać. Według raportu CBRE i Panattoni „Confidence Index 2022", aż 58% przedstawicieli branży, mimo trudnej sytuacji, spodziewa się wzrostu obrotów w przyszłym roku. Taki sam odsetek planuje zwiększać zatrudnienie. To potwierdza, że w niepewnych czasach właśnie logistyka będzie kluczowa dla utrzymania stabilności.

Kolejnym zjawiskiem napędzającym popyt na powierzchnię przemysłową w Polsce jest nearshoring. Zjawisko nasiliło się szczególnie podczas pandemii. Liczne przedsiębiorstwa przenoszą swoje procesy – szczególnie produkcyjne – bliżej odbiorcy końcowego, a Polska dzięki strategicznej lokalizacji w centrum Europy staje się idealnym miejscem do relokacji. Dobrze rozwinięta infrastruktura, dostęp do atrakcyjnych lokalizacji i wciąż niższe koszty operacyjne niż na zachodzie kontynentu przyciągają przedsiębiorstwa z całego świata. W portfolio mamy obiekty dla gigantów swoich branż, takich jak Weber, BSH, Leviat czy Danfoss, a tylko w tym roku ukończyliśmy realizacje dla Corning Incorporated czy Kongsberg.

Czynsze bazowe za najlepsze nieruchomości logistyczne na głównych rynkach magazynowych wzrosły średnio o 25% w porównaniu do stawek z ubiegłego roku

energii i pracy należą do najniższych w Europie i mogą być łącznie nawet o 34% niższe niż w Czechach i o 62% niższe niż w Niemczech. W związku z niestabilną sytuacją ekonomiczną i geopolityczną procesy negocjacyjne wynajmu powierzchni magazynowych wydłużają się, co może wpłynąć negatywnie na dynamikę popytu, choć fundamenty rozwoju rynku magazynowego pozostają wciąż silne.

Zapotrzebowanie na powierzchnie magazynowe w trzech pierwszych kwartałach 2022 roku wyniosło aż 5,4 mln mkw., co oznacza wzrost o 7% w ujęciu rok do roku. Popyt netto obejmujący nowe umowy i ekspansje utrzymał się na wysokim poziomie, osiągając 3,8 mln mkw., choć w trzecim kwartale nie przekroczył 1 mln mkw. Rynki „wielkiej piątki" niezmiennie pozostają w centrum zainteresowania najemców, generując ponad 70% popytu netto. W okresie od stycznia do września 2022 r. najwięcej nowych transakcji odnotowano na rynkach: śląskim (17% popytu netto), mazowieckim (16%) oraz wielkopolskim (14%). Na rynkach łódzkim i dolnośląskim zaobserwowano porównywalną skalę popytu (po 12%), ponadto rośnie aktywność najemców w województwie lubuskim (10%) oraz pomorskim (8%). Wśród największych transakcji trzeciego kwartału znalazły się m.in. sale-and-leaseback centrum logistycznego firmy VidaXL we Wrześni (130,000 mkw.), projekt BTS dla globalnej firmy z branży odzieżowej na rynku poznańskim (82 000 mkw.) oraz umowa przednajmu podpisana przez DSV w realizowanym parku Panattoni Wrocław Logistics South Hub (75 300 mkw).

Całkowite zasoby nowoczesnej powierzchni magazynowej w Polsce wynoszą już 27,4 mln mkw., co stanowi wzrost o 18% w ujęciu rocznym. W każdym, kolejnym kwartale 2022 roku deweloperzy dostarczyli ponad 1 mln mkw. Utrzymujący się ok. 50-procentowy udział inwestycji realizowanych spekulacyjnie zaczyna wpływać korzystnie na dostępność powierzchni magazynowej w Polsce. Wskaźnik powierzchni niewynajętej wynosi 4,2%, tj. o 0,9 pp. więcej niż w pierwszym półroczu, gdy osiągał historyczne minimum, jednak nadal pozostaje poniżej poziomu 5% odnotowanych w III kw. 2021 roku. Większą dostępność powierzchni magazynowej odnotowano na większości rynków regionalnych, przy czym zdecydowanie największy, dwukrotny wzrost dotyczył rynku dolnośląskiego, gdzie dostępne do wynajęcia jest ok. 271 000 mkw. tj. 7,5% całkowitej podaży w regionie.

Pod koniec trzeciego kwartału 2022 roku w budowie pozostawało prawie 4 mln mkw. powierzchni magazynowej, z czego 49%, tj. 1,95 mln mkw. (+340 tys. mkw. r/r), było dostępne do wynajęcia. Niektórzy deweloperzy ograniczają podaż spekulacyjną w wyniku zaostrzenia polityki przez banki i inwestorów, przy czym inne firmy, jak np. CTP i Hillwood, utrzymują lub nawet zwiększają wolumen inwestycji realizowanych spekulacyjnie, do czego zachęca je wysoki popyt i niski poziom pustostanów. W ostatnim kwartale deweloperzy rozpoczęli budowę około 865 000 mkw., co stanowi znaczący spadek aktywności budowlanej w porównaniu z okresem poprzedzającym wybuch wojny w Ukrainie; nadal jest to jednak poziom wyższy od średniej kwartalnej z ostatnich 5 lat wynoszącej 830 000 mkw

– Dane za trzy kwartały tego roku pokazują stabilny poziom wzrostu rozwoju sektora magazynowego w Polsce. Nowe inwestycje trzeci raz z rzędu w tym roku przekroczyły 1 mln mkw. powierzchni magazynowych, a prognozy wskazują, że w pierwszym kwartale przyszłego roku rynek przekroczy magiczną granicę 30 mln mkw. Wysoka podaż idzie w parze z ciągle sporym popytem netto, który, choć słabszy w porównaniu do wartości z poprzedniego kwartału (1,6 mln mkw.), wyniósł prawie 1 mln mkw. i stanowi dowód wysokiej aktywności najemców. Sprzyjające trendy nearshoringu, a także rozwoju branży CEP (w zeszłym roku wolumen wszystkich przesyłek kurierskich w Polsce przekroczył magiczną granicę miliarda, a według prognoz w przyszłym roku zwiększy się o kolejne 31%, a więc do 1 332 000 000 przesyłek) i zadowalające wskaźniki pokazujące ciągły rozwój handlu internetowego (według GUS udział e-commerce we wrześniu tego roku wyniósł 9,7%, a więc o 1,3 pp. więcej, niż w analogicznym okresie zeszłego roku i jest już ponad dwukrotnie większy niż przed pandemią, choć inne ośrodki badawcze wskazują nawet na wartość 13%, a więc trzykrotnie wyższą) pozwalają patrzeć na kolejne kwartały z optymizmem. Musimy mieć jednak na uwadze niepewność związaną z wysoką inflacją i restrykcyjnymi warunkami finansowania nowych inwestycji – podsumowuje Damian Kołata, Partner, Head of Industrial & Logistics Agency Poland, Head of E-Commerce CEE, Cushman & Wakefield.

Inflacja robi swoje

Wysoka inflacja oraz wzrost kosztów realizacji inwestycji deweloperskich to główne czynniki stojące za przyśpieszonym wzrostem stawek czynszowych za powierzchnie magazynowe w Polsce. Czynsze bazowe za najlepsze nieruchomości logistyczne na głównych rynkach magazynowych wzrosły średnio o 25% w porównaniu do stawek z ubiegłego roku. W ostatnich miesiącach obserwujemy spowolnienie dynamiki wzrostu kosztów wynajmu dzięki względnej stabilizacji cen w sektorze budowlanym, choć na niektórych rynkach nadal można zaobserwować presję na podwyżkę stawek z uwagi na ograniczoną dostępność powierzchni magazynowej.

Pod koniec września 2022 roku czynsze bazowe wynosiły od 3,40 do 5,50 EUR/mkw./miesiąc w przypadku obiektów typu big-box od 5,00 do 6,50 EUR/mkw./miesiąc w projektach typu City Logistics/SBU. W obecnych warunkach rynkowych zakres zachęt finansowych oferowanych najemcom zawęża się, co prowadzi do wzrostu efektywnych stawek czynszu. W zależności od lokalizacji wynoszą one od 2,70 do 4,20 EUR/mkw./miesiąc (BIG-BOX) do 4,50 do 5,50 EUR/mkw./miesiąc (City Logistics/SBU).

Oprac. WZ

INTRALOGISTYKA 4.0
NA PRZYKŁADZIE TWININGS

R. Twining and Company jest producentem herbaty oraz innych napojów. Ta prestiżowa marka cieszy się ponad 300-letnią tradycją i szczyci się najwyższą jakością swoich produktów. W fabryce w Swarzędzu zmodernizowano proces paletyzacji opakowań z herbatą, z zastosowaniem szeregu robotów przemysłowych oraz samojezdnych wózków transportujących.

Szybkość rozwoju firmy oraz projekt centralizacji fabryk postawił przed zespołem Twinings nowy cel, jakim była rozbudowa oraz automatyzacja procesów. - Szybkość wdrażania nowych produktów oraz zwiększania mocy produkcyjnych w swarzędzkiej fabryce zmusił nas do wykonywana pewnych czynności w obszarze pakowania końcowego w sposób manualny. Blisko 50 pracowników naszej fabryki było odpowiedzialnych za ręczne sortowanie opakowań i układanie ich na paletach, a następnie transport wewnątrzzakładowy do półautomatycznych owijarek – wspomina Marcin Książkiewicz, inżynier zakładu w firmie Twinings.

W ramach inwestycji realizowanej przez integratora – firmę Wikpol – został zautomatyzowany proces transportu, sortowania oraz paletyzacji wyrobu gotowego. Przygotowania do wdrożenia rozpoczęto na początku 2019 roku, a uruchomienie nowej linii nastąpiło w marcu 2020.
– Automatyzacja miała za zadnie wyeliminowanie uciążliwej dla ludzi pracy i zwiększenie efektywności produkcji. Celem wdrożenia było uruchomienie w pełni elastycznego systemu centralnej paletyzacji, do którego w tym samym czasie dostarczanych jest kilkadziesiąt pozycji asortymentowych – mówi Jarosław Strug, Główny Automatyk Programista w firmie Wikpol Sp. z o.o. realizującej wdrożenie.

System centralnej paletyzacji

Rozwiązanie składa się z linii dystrybuującej opakowania do szesnastu zrobotyzowanych stanowisk paletyzacji oraz układów pomocniczych: samojezdnych wózków transportowych, robota przygotowującego palety oraz robota nakładającego narożniki na gotowe palety. Proces zaczyna się od odbioru kartonów z maszyn pakujących na obszarze End of Line i połączenia pojedynczych strumieni w główny o wydajności maksymalnej 7800 sztuk/h. Układ rozdzielający paczki kieruje je z centralnej magistrali do poszczególnych stanowisk robotów paletyzujących zgodnie z aktualnym planem produkcji. Pojedynczy robot paletyzuje jednocześnie do 5 różnych produktów, które identyfikowane są za pomocą kodów kreskowych umieszonych na kartonach. Cały proces odbioru pełnej palety oraz dostawy pustej został zautomatyzowany i odbywa się za pomocą wózków poruszających się po torowisku wzdłuż hali. Wózki przemieszczają się pod gotową paletę z ułożonymi opakowaniami z herbatą, a następnie kierują się do magistrali odbiorczej, która transportuje palety do stanowiska nakładania narożników, owijarki oraz aplikatora etykiet. Wszystkie procesy są sterowane i monitorowane w czasie rzeczywistym, a do komunikacji zastosowano łączność bezprzewodową, która zapewnia wymianę sygnałów o stanie zadań.

W zautomatyzowanej linii można wyodrębnić kilka fragmentów, które w całości tworzą zaawansowany i rozbudowany system centralnej paletyzacji zapewniającej pełną elastyczność układania na paletach asortymentu produkowanego przez fabrykę. Linię można podzielić zatem na system dystrybucji i transportu opakowań kartonowych, dystrybucję pustych palet, obszar paletyzacji oraz system transportu pełnych palet. W oparciu o sterownik Siemensa zaimplementowano innowacyjny system inteligentnego rozdzielania kartonów. Poszczególne sekcje przenośników napędzane są zaawansowanymi napędami elektrycznymi SINAMICS S120.

- Wykorzystując bibliotekę Motion opartą na PLCopen oraz możliwości, jakie daje nam sterownik technologiczny wypracowaliśmy regulację, która z dużą dynamiką utrzymuje stałą odległość pomiędzy poszczególnymi kartonami. Jest to szczególnie ważne dla systemów sortowniczych, które wymagają ściśle określonych odstępów umożliwiających skuteczne segregowanie przy bardzo dużych prędkościach transportu rzędu 2m/s i większych – mówi Jarosław Strug.

System dystrybucji palet zawiera dwa wózki samojezdne dwustanowiskowe poruszające się po szynie. W zależności od aktualnie pakowanego asortymentu w pełni automatycznie dostarczają one właściwy rodzaj pustej palety, odbierają z gniazd palety pełne oraz dostarczają do gniazd paletyzacji kosze z przekładkami. Pozycja wózka monitorowana jest przez czytnik taśmy kodowej QR, który zapewnia również odczyt pozycji bezpiecznej. Dzięki użyciu skanerów laserowych z tyłu i przodu wózka, może on poruszać się także w otwartej strefie paletyzacji. Jego prędkość jest automatycznie obniżana do prędkości bezpiecznej, a zasięg skanerów laserowych

Automatyzacja miała za zadnie wyeliminowanie uciążliwej dla ludzi pracy i zwiększenie efektywności produkcji.

dynamicznie zwiększany po to, by umożliwić wczesne wykrycie obecności przeszkody bądź pracownika obsługi linii. Wózki samojezdne nawiązują połączenie ze sterownikiem głównym linii paletyzacji poprzez połączenie bezprzewodowe, które jest realizowane dzięki modułom SCALANCE firmy Siemens. Silniki wózków napędzane są przekształtnikami SINAMICS G120, a do sterowania nimi użyto obiektów technologicznych Motion.

Niezawodność na poziomie 99,7%

Cały system paletyzacji oparty został na sterowniku Siemens SIMATIC S7-1519F, który komunikuje się z pozostałymi PLC oraz zbiera informacje z systemów rozproszonych. Jednostka ta służy również jako główny sterownik bezpieczeństwa linii. W skład wizualizacji wchodzą 3 stacje klienckie WinCC SCADA oraz szereg mniejszych wizualizacji bazujących na panelach HMI typu Comfort. Całość pracuje na standardzie komunikacyjnym PROFIsafe, także w technologii WiFi 5Ghz do sterowania wózkami transportowymi.

- Do stworzenia systemu użyliśmy najnowszego oprogramowania TIA Portal wraz z dodatkiem Multiuser umożliwiającym prace wielu programistów w tym samym czasie, co było niezbędne w przypadku tak dużego systemu – wspomina Jarosław Strug.

Podczas wdrożenia tak zaawansowanych i rozbudowanych systemów konieczne było rozwiązanie wielu istotnych kwestii technicznych. Wyzwanie dla inżynierów stanowił między innymi stopień skomplikowania instalacji oraz liczba urządzeń, którymi należało w tym samym czasie sterować. Dzięki dogłębnej analizie wykonanej w zakładzie oraz opierając się na licznych symulacjach, opracowana została wstępna koncepcja.

- Zaprojektowaliśmy system, który spełnił wymagania dotyczące wysokiej wydajności, niezawodności na poziomie 99,7% oraz dużej elastyczności, pozwalającej na paletyzowanie różnorodnego asortymentu. Aby im sprostać konieczne było zatem wypracowanie nowych rozwiązań, takich jak np. wspominamy już system inteligentnego rozdzielania kartonów – wspomina Jarosław Strug.

Wikpol współpracował ściśle z firmą Siemens, która swoją wiedzą i doświadczeniem wspierała wykonawcę na każdym etapie realizacji, co pozwoliło dobrać sprzętowe rozwiązanie adekwatne do potrzeb. Wspólne działania były widoczne również na etapie testów.

Z uwagi na stopień skomplikowania linii paletyzacji wdrożenie podzielone zostało na kilka etapów. Pierwszym z nich było uruchomienie jednego wspólnego ciągu transportowego kartonów od miejsca, gdzie następuje łączenie wielu produktów podawanych przez windy, aż do miejsca przewidzianego do ręcznej paletyzacji kartonów.

Etap ten realizowany był od połowy marca do połowy kwietnia 2019. Kolejnym etapem była modernizacja istniejącego ciągu i dystrybucji pustych palet, który został oddany do użytku w lipcu 2019. Równolegle trwały prace nad budową 4 gniazd paletyzacji oraz systemem wózków samojezdnych. Ta część wdrożenia została oddana do eksploatacji na przełomie września i października 2019. Piąte gniazdo paletyzacji uruchomiono w grudniu 2019, a ostania część instalacji – szósta cela paletyzacji – w lutym 2020.

Efekty wdrożenia

Wdrożenie zapewniło poprawę efektywności funkcjonowania zakładu i obniżenie kosztów działania fabryki Twinings. Istotną korzyścią z zaimplementowanego rozwiązania jest możliwość prostej i niskokosztowej rozbudowy systemu o kolejne gniazda paletyzacji oraz nowe ciągi dostarczające asortyment. Podobną elastyczność rozbudowy mocy produkcyjnych trudno byłoby uzyskać bez wdrożenia automatyzacji procesów paletyzacji.

- Zaobserwowaliśmy znaczące podniesienie wydajności oraz stabilności łączenia strumieni – mówi Marcin Książkiewicz. – Zastosowane rozwiązanie pozwoliło osiągnąć o 40% większą wydajność w porównaniu z pierwszą linią paletyzacji zbudowaną dla Twinings. Po zakończeniu etapu rozruchu liczba osób wymaganych do obsługi zmniejszyła się z 16 do zaledwie dwóch, nadzorujących pracę robotów. Powtarzalne czynności zostały w pełni zautomatyzowane, a większość pracowników została przeniesiona do innych zadań. Należy także podkreślić dużą niezawodność linii i odporność na błędy, które zdarzały się podczas żmudnych czynności wykonywanych przez ludzi.

W rozwiązaniu zastosowano sterowniki fail-safe zapewniające bezpieczeństwo osób poruszających się w strefie pakowania, co sprawia, że rozwiązanie jest bezpieczne dla pracowników, którzy przebywają na stałe w pobliżu urządzeń linii produkcyjnej lub znajdą się tam przypadkowo.

- Podstawowym założeniem wdrożenia w fabryce Twinings było zautomatyzowanie procesu paletyzacji przy zachowaniu maksymalnego bezpieczeństwa pracowników współpracujących z robotami. Głównym celem była maksymalizacja wydajności, a ta jest możliwa tylko wtedy, gdy wszystkie zastosowane komponenty tworzą spójną całość, zapewnioną przez jednego dostawcę. Tego typu wdrożenia pokazują, jak automatyzacja na wysokim poziomie wpływa zarówno na wydajność, jak i na bezpieczeństwo – podsumowuje Maciej Gryczewski z firmy Siemens.

Dla firmy Twinings opisany proces to jeden z wielu planowanych wdrożeń. Firma chce kontynuować automatyzację procesu produkcyjnego.

Oprac. AP

W zautomatyzowanej linii można wyodrębnić kilka fragmentów, które w całości tworzą zaawansowany i rozbudowany system centralnej paletyzacji.

INWESTYCJE SPEKULACYJNE TO DOBRY SYGNAŁ DLA RYNKU

Jakub Kurek

Dyrektor Działu Powierzchni Przemysłowych i Magazynowych w Newmark Polska.

Na rynku magazynowym zachodzą dynamiczne zmiany. Aktywność deweloperów lekko wyhamowała, ale popyt znajduje się na dotychczasowym, wysokim poziomie. W tle jest ciągle bardzo niski poziom pustostanów, który może doprowadzić do chwilowej luki podażowej w niektórych regionach. Jednocześnie na rynku są deweloperzy gotowi podjąć ryzyko i budować spekulacyjnie.

Artur Kuliński

Prezes Zarządu, Biuro Inwestycji Kapitałowych S.A.

Pomimo wymagającego otoczenia gospodarczego sytuacja w branży magazynowej pozostaje cały czas stabilna. Potrzeba skrócenia i zabezpieczenia przez najemców łańcuchów dostaw generuje duże zapotrzebowanie na nowoczesne powierzchnie magazynowe. Przy niskim poziomie pustostanów widoczny jest spory popyt na obiekty dostępne od zaraz. To zachęca deweloperów do rozwoju inwestycji realizowanych również na zasadach spekulacyjnych.

W ramach Biura Inwestycji Kapitałowych obecnie przygotowujemy się do nowego projektu na Śląsku. Nie wykluczamy rozpoczęcia budowy w formie spekulacyjnej. Czujemy się w tym zakresie dość komfortowo ponieważ wszystkie obiekty magazynowe z naszego portfolio są praktycznie w całości wynajęte, a jednocześnie notujemy wyraźne zainteresowanie najemców nowymi powierzchniami magazynowymi.

W ramach planowanej rozbudowy BIK Park Sosnowiec II, powstanie nowy obiekt liczący łącznie do 14 tys. mkw. Moduły będą dostępne już od 2 tys. mkw.. Wszystkie nasze nowe inwestycje realizowane są zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Stosowane są nowoczesne rozwiązania, tak aby budynki spełniały wysokie wymagania w zakresie ochrony środowiska. Docelowo nowe obiekty będą poddawane procesowi certyfikacji BREEAM.

Biuro Inwestycji Kapitałowych jest polskim deweloperem logistycznym należącym do funduszu inwestycyjnego NREP NSF IV. Działalność BIK nadzoruje Logicenters - platforma logistyczna NREP.

Dynamiczna sytuacja

Od kilku miesięcy najemcy zadają sobie pytanie: czy to już koniec podwyżek czynszów. Sytuacja na rynku jest bardzo dynamiczna, wpływa na nią wiele czynników, jak postępująca inflacja oraz rosnące koszty materiałów budowlanych i wykonawstwa. W ciągu kilkunastu ostatnich miesięcy podrożały praktycznie wszystkie surowce, jak stal, drewno czy żwir. Pojawiły się problemy z dostawami części surowców pozyskiwanych zza wschodniej granicy, na przykład żwiru z Białorusi czy stali z Ukrainy. Można powiedzieć, że po raz kolejny zerwane zostały łańcuchy dostaw – tym razem chodziło o dostawy materiałów budowlanych. Podwyżki na całym rynku musiały przełożyć się na wzrosty czynszów, które przez wiele miesięcy były utrzymywane na dość niskim stabilnym poziomie, mimo wzrostu kosztów budowlanych. Deweloperzy nie są już jednak w stanie budować i wynajmować po dotychczasowych stawkach. Szacujemy, że od początku roku czynsze wzrosły o około 15-20%, w zależności od lokalizacji.

Na szczęście w ceny surowców wracają do względnej równowagi, obserwujemy nawet niewielkie spadki tych cen. Czynsze także zaczynają się stabilizować i myślę, że do końca roku powinny zatrzymać się na akceptowalnym dla wszystkich stron poziomie. Musimy jednak pamiętać, że na koszty najmu, oprócz cen samej budowy, wpływ mają również inne czynniki. Większość dużych deweloperów w kraju korzysta z zewnętrznego finansowania, dlatego składową ostatecznego kosztu wybudowania magazynu jest również ciągle rosnący koszt pozyskania kapitału. Rośnie oprocentowanie kredytów, a dodatkowo instytucje finansujące zaostrzają wymagania dla kredytobiorców. Finansując budowę, banki wymagają od deweloperów przednajmu nawet na poziomie 50% Kilkanaście miesięcy temu te same instytucje wymagały ok. 20% To wszystko ostatecznie wpłynęło na sposób liczenia rentowności inwestycji oraz na poziom czynszów za wynajem.

Można zadać sobie pytanie, czy trudniejsze finansowanie i wydłużony czas budowy magazynów mogą doprowadzić do luki podażowej na tym rynku? Istnieje takie ryzyko, szczególnie na rynkach z najniższym poziomem pustostanów. Z naszych obserwacji wynika, że większość najemców zaakceptowała już wyższe czynsze, ponieważ ich firmy się rozwijają, a elementem tego rozwoju jest zapotrzebowanie na nowe hale magazynowe albo produkcyjne. Dlatego popyt nie wyhamował, wręcz

Najemca, któremu bardzo zależy na czasie, może wybrać starszy i trochę tańszy magazyn na rynku wtórnym.

Na szczęście w ceny surowców wracają do względnej równowagi, obserwujemy nawet niewielkie spadki tych cen.

przeciwnie, w pierwszym półroczu tego roku utrzymywał się na wysokim poziomie 3,82 mln mkw., co oznacza wzrost o 12,7% rdr. Poziom pustostanów średnio w całej Polsce na koniec pierwszego półrocza wynosił 3,1%, co może być sygnałem, że wolumen wolnej powierzchni niebezpiecznie się kurczy i zaczyna jej już brakować. Na niektórych rynkach może to zwiastować lukę podażową. Rekordowo niskie wakaty mamy w Trójmieście, Poznaniu czy Krakowie. Dostępnej od ręki powierzchni magazynowej brakuje również w województwach podkarpackim, podlaskim i warmińsko-mazurskim. Warto wspomnieć, że zdrowy dla rynku i jednocześnie bezpieczny wakat oscyluje między 5 – 7%.
Deweloperzy są ostrożniejsi z rozpoczynaniem nowych projektów, co wynika z powodów, o których już wcześniej mówiłem, czyli globalnego zakłócenia w łańcuchach dostaw i trudności z dostępem do materiałów budowlanych oraz ich wysokich cen. Z tych samych powodów czas oczekiwania na nowe obiekty wydłużył się nawet do 12 miesięcy, a jeszcze rok – półtora roku temu magazyn powstawał w ciągu pół roku. Najemcy przyzwyczaili się do poprzedniej dość komfortowej sytuacji, nie chcą dzisiaj czekać na powierzchnię, bo ich firmy rosną i potrzebują magazynów „od zaraz".

Alternatywy dla najemców

Najemca, któremu bardzo zależy na czasie, może wybrać starszy i trochę tańszy magazyn na rynku wtórnym. Jednak nie wszystkie firmy, ze względu na specyficzne wymagania dotyczące dostosowania powierzchni do swojej działalności, będą chciały i mogły z tej alternatywy skorzystać. I tutaj tworzy się przestrzeń dla inwestycji spekulacyjnych.
Na rozpoczęcie budowy niezabezpieczonej umowami przednajmu mogą zdecydować się deweloperzy, którzy są w stanie zaakceptować pewne ryzyko, zdobyć finansowanie, ale widzą w tym również swoją szansę. Na największych rynkach logistycznych w kraju (Mazowsze, Śląsk, Centralna Polska, Dolny Śląsk, Wielkopolska oraz Trójmiasto) nie powinno być problemu z wynajęciem takich obiektów. Na koniec pierwszej połowy 2022 r. prawie 30% powierzchni magazynowej będącej w budowie było realizowane w 100% spekulacyjnie. Dzisiaj przykładami budów spekulacyjnych są: nowa inwestycja Hillwood Łódź II, która dostarczy docelowo na rynek ponad 97 tys. metrów magazynowych, Hillwood Kutno (39 000 mkw.), Prologis Park Wrocław III (49 000 mkw.), 7R City Flex Wrocław Airport II

Piotr Wąs
Dyrektor Zarządzający Space Factory

Dane za trzy kwartały 2022 roku raportowane przez czołowe firmy doradcze analizujące rynek nieruchomości komercyjnych w Polsce wskazują, iż przy obecnym tempie rozwoju sektora magazynowo - przemysłowego już w pierwszej połowie 2023 roku ogół zasobu powierzchni tego sektora w naszym kraju, obecnie szacowany na ok. 27,5 mln mkw., przekroczy 30 mln mkw.
Trwała presja popytowa ze strony najemców, rozwój oraz dywersyfikacja sektora e-commerce, rosnące stawki czynszowe, stopa pustostanów szacowana średnio dla polskiego rynku na poniżej 5%, stabilizujące się i coraz bardziej przewidywalne koszty budowy – wszystkie te czynniki mogą stanowić uzasadnienie dla realizacji spekulacyjnych. Niestety, jest to tylko jedna strona medalu. Deweloperzy magazynowi rozważający inwestycje spekulacyjne w swoich analizach sytuacji rynkowej nie mogą pomijać zagrożeń takich jak: destabilizacja sytuacji geopolitycznej w regionie Europy Centralnej wynikająca z wojny w Ukrainie, wysoka inflacja, spadająca wartość PKB wskazująca na spowolnienie gospodarcze, presja najemców na inwestycje związane z ESG czy oczekiwania dostawców kapitału na wyższe niż w ostatnich latach stopy zwrotu z inwestycji. Realizowane w 2022 roku inwestycje spekulacyjnie z reguły nie przekraczały poziomu 50% ogółu zasobu nowo dostarczanej powierzchni. Spodziewać należy się kontynuacji tego trendu. Spekulacyjna powierzchnia magazynowa, jak można oczekiwać w obecnych okolicznościach rynkowych, powstawać będzie w większości przypadków nowych inwestycji jako powierzchnia towarzysząca znaczącym przednajmom. Strategia ta pozwala decydującym się na nią inwestorom czerpać korzyści z niskiego wskaźnika pustostanów, uprawdopodabniającego szanse na wynajem wolnej powierzchni w relatywnie krótkim czasie oraz redukować koszty inwestycji poprzez kontraktowanie realizacji budynków w większej skali.

Maciej Madejak

Chief Development Officer i założyciel, MDC²

Obecna sytuacja na rynkach światowych związana z inflacją oraz toczącą się wojną w Ukrainie powściąga wielu inwestorów przed nowymi decyzjami inwestycyjnymi. Są jednak tacy, którzy widzą swoją szansę w chwilowym spowolnieniu gospodarczym.

Perspektywy dla dalszego rozwoju polskiego rynku nowoczesnych zrównoważonych projektów magazynowo produkcyjnych są pozytywne. Klienci działający w Europie Zachodniej szukają nowego miejsca dalszego rozwoju biznesu i będą wybierać projekty zlokalizowane bliżej docelowego miejsca zbytu oraz które pozwolą im efektywnie zarządzać kosztami eksploatacyjnymi. Wybiorą oni budynki oszczędne energetycznie wybudowanie zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Patrząc na polski rynek powierzchni produkcyjnych i magazynowych, mniejszym ryzykiem obciążone są projekty spekulacyjne na rynkach regionalnych, w których dostępność istniejących powierzchni magazynowych jest na poziomie minimalnym. Są to, na przykład regiony Krakowa, Trójmiasta czy Poznania.

Z drugiej strony z punktu widzenia spowolnienia gospodarczego, mamy już pierwsze prognozy obniżenia inflacji w 2023 roku oraz prawdopodobieństwo zakończenia konfliktu wojennego. Polska jest doskonałym miejscem umożliwiającym dalszy rozwój firm produkcyjnych. Ponad to, nadal pozostaje rynkiem interesującym dla inwestorów i najemców ze względu na kilka istotnych czynników. Pierwszym są koszty oraz dostęp do wykwalifikowanych pracowników, którzy rozwijają swoje umiejętności i wiedzę w licznych wyższych szkołach technicznych przygotowujących do pracy rzesze pracowników o różnych specjalizacjach. Drugą kwestią, która ma wpływ na rozwój powierzchni produkcyjnych i magazynowych jest sama wielkość populacji Polski, która obecnie wynosi blisko 40 milionów ludzi włączając emigrację wojenną z terenów Ukrainy. Polska przyciąga także lokalizacją geograficzną, bliskością rynków zbytu oraz rozwiniętą i nowoczesną infrastrukturą drogową poprawiającą się z roku na rok.

(11 000 mkw.), Panattoni Park Tuszyn (57 800 mkw.) czy kolejny magazyn GLP w Lędzinach, na Górnym Śląsku, o powierzchni 18 tys. mkw. Dodatkowo CTP buduje obecnie ponad 400 tys. mkw. powierzchni spekulacyjnej, m.in. w Kobyłce, Zabrzu, Katowicach, Iłowie, Mszczonowie i Sulechowie.

Dużo powierzchni w budowie

W budowie nadal znajduje się ponad 4,3 mln metrów magazynów. Bardzo duży udział w wolumenie powierzchni w budowie, tradycyjnie już, posiada Panattoni. Pod koniec czerwca br. w rozpoczętych inwestycjach tego dewelopera znajdowało się 2,8 mln. mkw. nowoczesnej powierzchni logistycznej. Największe z nich to BTS dla Zalando w Bydgoszczy (146 tys. mkw.) i BTS Gorzyczki (82 tys. mkw.). Największe inwestycje prowadzone aktualnie przez innych deweloperów to Hillwood Łódź II (97 000 mkw.) oraz budowany w systemie BTS przez Kajima Poland - Exeter Park Świebodzin (100 tys. mkw.).

Jak mogą wyglądać prognozy na kolejne miesiące? Faktycznie czasy są wyjątkowo zaskakujące, a zmiany dzieją się dynamicznie. Problemy z materiałami budowlanymi, wysoka inflacja i podwyżki spowodowały na rynku pewne perturbacje. Obecnie kolejne wyzwanie stanowi wzrost cen energii i gazu. Najwięksi deweloperzy budują, chociaż już nie tak dużo, jak wcześniej. Wolumen powierzchni magazynowych w budowie nieznacznie się skurczył, ale popyt znajduje się na dotychczasowym, wysokim poziomie. W tle jest ciągle bardzo niski poziom pustostanów, jeśli jeszcze bardziej się obniży, to możemy mieć do czynienia z luką podażową w niektórych regionach. Jednocześnie na rynku są deweloperzy gotowi ją zapełnić, podejmując ryzyko i budując powierzchnie spekulacyjnie. Myślę, że rynek musi się do tych wszystkich zmian dostosować. Czynsze do końca roku powinny osiągnąć poziom akceptowalny dla wszystkich stron. Przypuszczam, że ilość inwestycji spekulacyjnych w najbliższych miesiącach się zwiększy. Polski rynek powierzchni magazynowych cieszy się nadal dużym zainteresowaniem inwestorów i utwierdza swoją silną pozycję w Europie. Jesteśmy nadal bardzo konkurencyjni w regionie – mamy relatywnie przystępne grunty w porównaniu z Zachodem, rozsądne koszty budowy oraz ludzi zmotywowanych do pracy.

Można zadać sobie pytanie, czy trudniejsze finansowanie i wydłużony czas budowy magazynów mogą doprowadzić do luki podażowej na tym rynku?

Anna Głowacz

Dyrektor Działu Powierzchni Przemysłowych i Logistycznych, AXI IMMO

Sytuacja na polskim rynku magazynowym jest bardzo dynamiczna. Spodziewamy się, że drugi rok z rzędu popyt w ramach nowych umów najmu i przedłużeń na koniec 2022 r. wyniesie blisko lub nieco ponad 5 mln mkw. Wynik ten pomimo trudniejszej sytuacji makroekonomicznej i tak będzie jednym z wyższych w ostatnich pięciu latach. Dla przykładu, posługując się danymi za III kw. 2022 r. wielka piątka odpowiadała za 88% całości popytu, z czego najwięcej wynajęto w regionie Warszawy (320 tys. mkw.), Polski Centralnej (303 tys. mkw.) i Poznania (297 tys. mkw.). Aktywność najemców pozostaje wysoka pomimo rosnących od końca 2021 r. stawek czynszów, a także w obliczu kryzysu energetycznego. Z kolei po stronie podaży, w analogicznym czasie tj. od stycznia do końca września deweloperzy dostarczyli blisko 3,2 mln mkw. w ramach nowych inwestycji. Wynik ten był najwyższy w ostatnich pięciu latach, co świadczy o mocnych fundamentach sektora magazynowego w Polsce. Po wyjątkowo dobrym okresie dla rynku, w którym średnia realizowanych inwestycji bez podpisanych umów najmu w ostatnim roku sięgała blisko 50%, czynniki takie jak wyższe wymagania bankowe dotyczące podpisanych umów przednajmu (wzrost z 30 do 50%) mogą istotnie wpłynąć na liczbę rozpoczynanych projektów spekulacyjnych. Przy czym jak zwykle na rynku znajdą się bardziej oportunistyczni deweloperzy lub fundusze inwestycyjne, które uznają tę sytuację za atut i będą szukać tu swojej szansy. Dodatkowym argumentem za przyjęciem tej strategii pozostaje fakt oscylującego w granicach 4% poziomu pustostanów, który utrzymuje się od kilku kwartałów.

Marcin Kruszewski

Leasing and Customer Experience Manager, Prologis

Rynek magazynowy w ostatnich trzech latach mocno się nasycił i trudno dziś znaleźć wysokiej jakości obiekt magayznowy położony w strategicznej lokalizacji. Wysoki popyt w korelacji z niską podażą spowodował nie tylko wzrost czynszów, ale także wzrost inwestycji w obiekty spekulacyjne. Przykładem takiej inwestycji jest budynek DC4, który budujemy w centrum logistycznym Prologis Park Wrocław III.
To największy obiekt spekulacyjny w historii firmy, bo pod jednym dachem powstanie nowoczesna hala magazynowa i magazynowo-produkcyjna o powierzchni 46 tys. mkw. Jest to odpowiedź na zapotrzebowanie i zapytania od obecnych oraz potencjalnych klientów Prologis, którzy nie tylko cenią sobie lokalizację ze względu na bliskość lotniska i obwodnicy oraz świetny dostęp do komunikacji miejskiej, ale też funkcjonalność obiektu i szeroką gamę usług stworzonych z myślą o pracownikach. Budynek będzie miał wysokość magazynu w świetle 12 m, wzmocnioną nośność posadzki oraz zwiększoną izolacyjność ścian i dachu hali. Podobnie jak wszystkie nowo powstałe budynki Prologis, zostanie poddany akredytacji BREEAM. Ponadto, dla większego bezpieczeństwa oraz lepszego samopoczucia pracowników, powierzchnie magazynu i biura będą oświetlane systemem LED wyposażonym w czujniki ruchu, co pozwoli zmniejszyć koszty energie. Obiekt będzie wyposażony w świetliki oraz panele okienne w elewacji, które zapewnią do 12,5% naturalnego światła. Budynek zostanie wyposażony w panele fotowoltaiczne i kolektory słoneczne.

NASI PRACOWNICY **ROBIĄ RZECZY DOBRZE**

TSLOGISTIC to firma, która w badaniu Operator Logistyczny Roku wyróżnia się regularną obecnością w czołówce rankingu. W jaki sposób poznański operator zyskuje tak duże uznanie klientów pomimo rywalizacji z branżowymi gigantami? M.in. o to pytaliśmy kadrę zarządzająca przedsiębiorstwa.

Tomasz Sawicki
Właściciel
TSLOGISTIC

Maciej Seiffert
Dyrektor Zarządzający
TSLOGISTIC

Judyta Wciseł
Koordynator Frachtu Morskiego
i Kolejowego TSLOGISTIC

Tomasz Najgrodzki
Kierownik Biura Spedycji Lotniczej
TSLOGISIC

Panie Macieju, proszę na początek opowiedzieć naszym czytelnikom, w jakich obszarach rynku TSL działa TSLOGISTIC.

Maciej Seiffert: TSLOGISTIC pozycjonuje się jako operator logistyczny oparty o polski kapitał. Można powiedzieć, że zdejmujemy z barków klienta wszystkie kwestie logistyczne, pracujemy od momentu przyjęcia zamówienia, poprzez magazynowanie, konsolidację, transport, aż do dostawy; czy to do odbiorcy czy na linię produkcyjną, co zwykle wiąże się z dostawą just in time.

Rok 2022 przyniósł całej gospodarce wiele znaków zapytania. Czy dla TSLOGISTIC ten trudny okres był paradoksalnie okazją do rozwoju?

Maciej Seiffert: Nasza firma powstała w 2010 roku w trakcie trwania kryzysu finansowego i założyciel firmy Tomasz Sawicki uznał, że taki moment otwiera duże szanse na jej rozwój. Po 12 latach tok myślenia nie zmienił się, trudne sytuacje postrzegamy jako okazję do rozwoju a nie tylko źródło problemów. Zarówno okres pandemii, jak i czas po wybuchu wojny na Ukrainie, która mocno zaburzyła działalność firm, to momenty, w których mogliśmy się bardziej wyspecjalizować. Zauważyliśmy, że w takich okresach uruchamia się u naszych pracowników inne spojrzenie na możliwość prowadzenia biznesu. Współpraca w klientami staje się bardziej elastyczna, w ciągu ostatnich 2-3 lat łańcuchy dostaw zostały mocno zaburzone i w takich okresach firmy, które nie podchodzą ściśle proceduralnie do wszelkich rozwiązań, zyskują przewagę. To jest klucz do rozwoju w niepewnych czasach.

Jak zareagowali Państwa klienci na wybuch wojny?

Maciej Seiffert: Wojna ma wpływ na wszystkich w bliższej lub dalszej perspektywie czasu. Zatem wszystkie firmy rozumiały sytuację i konieczność dostosowania się do niej oraz wynikające z tego trudności. Mamy bardzo zdywersyfikowany portfel klientów, czy też branż z którymi pracujemy - ale też podwykonawców, co ponownie pozwala nam zachowywać elastyczność nawet w takich trudnych momentach jak rok 2022 i wojna za naszą granicą.

Przez lata transport drogowy był jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi polskiej gospodarki. Jednak problemy z którymi muszą mierzyć się przewoźnicy piętrzą się od miesięcy. Jak Pan sądzi, co najboleśniej wpłynie na sytuację firm transportowych w przyszłym roku?

Tomasz Sawicki: Wszystkie negatywne aspekty aktualnej sytuacji są boleśnie odczuwane przez przewoźników - czy to działania administracyjne Unii Europejskiej jak Pakiet Mobilności, czy to rosnący koszt paliwa, czy też rosnące koszty zakupu nowych jednostek transportowych. A najboleśniejsza jest kombinacja tych trzech aspektów. Do tego oczywiście dochodzi niewystarczająca podaż kierowców, zwłaszcza po rozpoczęciu działań wojennych i powrocie wielu obywateli Ukrainy do kraju. Tworzy się pewna macierz - mamy kierowców, ale nie możemy kupić szybko nowego samochodu; albo mamy kierowcę i pojazd, ale ze względu na przepisy są problemy z realizacją zleceń w Unii Europejskiej. Trzeba ogromnego doświadczenia, aby móc skutecznie lawirować między wszystkimi negatywnymi czynnikami. Dajemy sobie z tym radę nie skupiając się na realizacji przewozów z punktu A do punktu B, lecz na wszystkich obszarach działania globalnego operatora logistycznego. W ten sposób gwarantujemy sobie portfel zdywersyfikowanych klientów, pracownicy mają świadomość właściwego rozwoju firmy i budowania solidnych podstaw do funkcjonowania w niepewnej przyszłości makroekonomicznej.

XXI wiek dał nam mnóstwo możliwości automatyzacji pewnych procesów, ale czynnik ludzki zawsze jest najistotniejszy.

Co do innych wyzwań - nie mamy innej możliwości niż "płynąć" z nimi. Jeśli chodzi o wymogi administracyjne UE, jesteśmy na to gotowi i będziemy działać w sposób wymagany przez przepisy. Spodziewam się, że rynek zostanie nieco zweryfikowany i wielu firmom dojdą nowe obowiązki finansowo administracyjne co może okazać się nie do udźwignięcia.

Maciej Seiffert: Kolejna kwestia to wzrost świadomości klientów na temat rosnących cen paliwa i kosztów pracy. W okresie ostatnich podwyżek cen paliwa duża część klientów wychodziła z propozycjami podpisania klauzul paliwowych. Oczywiście w dużych firmach działały one od lat, ale teraz także ci mniejsi widzą, że jest taka potrzeba, bowiem w przeciwnej sytuacji trudno będzie znaleźć chętnego do realizacji transportu. Czasy, gdy zawsze znalazł się przewoźnik gotowy na współpracę na warunkach klienta już się kończą. A jeżeli chodzi o koszty pracy to pokutują tu wieloletnie zaniedbania w kreowaniu znaczenia zawodu kierowcy. W Polsce średni wiek kierowcy rośnie w dużym tempie, a zawód nie jest atrakcyjny dla młodych ludzi, gdyż nie buduje się wokół niego żadnej pozytywnej otoczki.

Transport morski stał się fundamentem globalnej gospodarki, lecz z drugiej strony od momentu wybuchu pandemii obserwujemy ogromne zawirowania na rynku kontenerowym. Kiedy Pani zdaniem możemy oczekiwać ustabilizowania się cen i unormowania czasu realizacji dostaw?

Judyta Wciseł: Faktycznie już od dłuższego czasu obserwujemy zawirowania na rynku. Rozmawiając z naszymi klientami i przewoźnikami morskimi nastawiamy się na to, że z tego typu chwiejnością stawek i czasu dostaw będziemy się borykać jeszcze przez cały przyszły rok. Zarówno w przesyłkach morskich jak i kolejowych notowane są spore opóźnienia, stawki ostatnio dość mocno spadają i prognozujemy, że przez cały najbliższy rok sytuacja się nie zmieni. W 2024 roku liczymy już na stabilizację stawek i czasu dostaw. Widzimy oczywiście zmiany na rynku związane z wybuchem wojny, duża część statków wpływających wcześniej do Odessy kierowana jest do polskich portów. Zmienia to naszą specyfikę pracy, obsługujemy teraz nowe rodzaje ładunków i nowe firmy, z którymi wcześniej nie mieliśmy do czynienia.

Istotną częścią oferty TSLOGISTIC jest fracht lotniczy. To z pewnością nie jest produkt dla wszystkich, ale czy w niepewnych czasach zainteresowanie klientów przesyłkami lotniczymi rośnie?

Tomasz Najgrodzki: Powiedziałbym, że zainteresowanie transportem lotniczym utrzymuje się na niezmiennym poziomie, choć analizując rynek musielibyśmy spojrzeć na poszczególne dziedziny. Gdy wybuchła pandemia transport lotniczy otrzymał największy cios w historii, ponieważ wiele linii lotniczych musiało anulować swoje rejsy i przeprogramowało sieć połączeń. Potem sytuacja zaczęła się normować, ale po wybuchu wojny znowu wszystko stanęło na głowie, gdyż zamknęliśmy przestrzeń lotniczą dla Rosji, a Rosja odpowiedziała Zachodowi tym samym. Zatem w 2022 znowu trzeba było przebudować rynek.
Jednakże zainteresowanie lotniczym cargo ciągle jest wysokie, chociażby dlatego, że jesteśmy hubem przeładunkowym dla Ukrainy. Moim zdaniem najwyraźniejszym potwierdzeniem atrakcyjności transportu lotniczego jest nawet tygodniowy okres oczekiwania na booking dla gotowych towarów. Mówiąc wprost, ilość połączeń nie spadła, a brakuje miejsca na cargo.

Maciej Seiffert: Zauważamy też, że klienci nie chcą już utrzymywać wysokich stanów magazynowych, przez co transport lotniczy umacnia swoją pozycję. Klienci akceptują adekwatnie wyższe koszty do maksymalnie skróconego czasu dostawy.

Tomasz Najgrodzki: Kolejną składową jest kurs dolara: część klientów czeka aż on spadnie i obniżą się koszty transportu, podczas gdy eksporterzy chcą teraz szybko sprzedawać, aby więcej zarobić w złotówkach, co zachęca do realizacji szybkich wysyłek dla zdecydowanych klientów.

TSLOGISTIC ma już osiem oddziałów. Czy planują Państwo dalszą rozbudowę swojej sieci? A może pora na inwestycje w innym obszarze...

Maciej Seiffert: Mimo pozycjonowania się jako firma logistyczna od początku funkcjonowania, dominowała spedycja drogowa. W związku z tym od 2020 roku postawiliśmy na mocny rozwój oferty w transporcie morskim i lotniczym, jak też kolejowym. Ponadto w rozsądnym tempie budujemy własny tabor oraz powiększamy powierzchnię magazynową. Oferujemy już naszym klientom powierzchnie magazynową pod Poznaniem, którą w najbliższym czasie będziemy zwiększać. Natomiast w przyszłym roku planujemy otworzyć nową lokalizację na Pomorzu. To są obszary, w których będziemy się prężnie rozwijać.

Tomasz Sawicki: Boom na otwieranie nowych oddziałów już minął, mamy lokalizacje w głównych ośrodkach przemysłowych kraju. Uruchamiamy też operacyjnie spółkę w Niemczech pod kątem wymagań Pakietu Mobilności. Teraz skupiamy się przede wszystkim na merytoryce, inwestujemy w szkolenia pracowników i kadry zarządzającej. A przede wszystkim dużo rozmawiamy z klientami, z myślą o przewidywaniu ich potrzeb i wspieraniu rozwoju ich biznesu, gdyż rozwój firmy logistycznej stanowi odbicie rozwoju klientów tejże firmy.

Jak czytamy na Państwa stronie internetowej, "logistyka to łańcuch działań nieprzypadkowych". Jak zatem należy zarządzać firmą z branży TSL, aby nie pozostawić niczego przypadkowi?

Maciej Seiffert: Jako punkt wyjścia do odpowiedzi na to pytanie postawiłbym oczywiście ludzi. W firmie logistycznej to oni są najważniejszym determinantem rozwoju przedsiębiorstwa. XXI wiek dał nam mnóstwo możliwości automatyzacji pewnych procesów, ale czynnik ludzki zawsze jest najistotniejszy. Budowanie w ludziach przekonania, że pracują w fajnej firmie i warto się angażować w realizowane zadania, daje nam dużą swobodę w działaniu. Zaangażowanie naszych pracowników pozwala nam się rozwijać w sposób organiczny i czuć się bezpiecznie. To są właśnie te działania nieprzypadkowe, od samego początku stawialiśmy na rozwój ludzi, budowę ich świadomości oraz doświadczenia. Nasi pracownicy po prostu robią rzeczy dobrze, a to jest kluczowe w procesie rozwoju firmy. Wszystkie prowadzone przez nas operacje oparte są o wiedzę pracowników, którą zdobywają na rożnego rodzaju szkoleniach. Z takimi ludźmi nic nie pozostaje dziełem przypadku.

O skuteczności Państwa działań świadczą regularne wyróżnienia, otrzymywane w programie Operator Logistyczny Roku. Jakie Pana zdaniem jest główne źródło nieustannie wysokich ocen ze strony klientów?

Tomasz Sawicki: Mamy tu do czynienia z ciągiem przyczynowo skutkowym, na który spójrzmy od końca: otrzymujemy nagrodę, która jest efektem opinii klientów, opinie te wynikają z jakości usług, jakość usług to pochodna wiedzy pracowników, a wiedza ta to efekt właściwego zarządzania firmą.
Maciej Seiffert: To wynik kilku składowych. Przede wszystkim to zasługa ludzi pracujących w naszej firmie, którzy, jak już mówiłem, wykonują dobrze swoją robotę. Po drugie elastyczność firmy: w naszej firmie podejmujemy decyzje szybko i jeśli klient potrzebuje niestandardowych rozwiązań, w TSLOGISTIC można je bardzo szybko przygotować. Wszyscy wiemy, że logistyka jest do pewnego momentu procesem, który można stosunkowo łatwo poukładać, po czym dochodzimy do etapu, w którym pojawiają się nieprzewidziane sytuacje, wymagające stworzenia nowego rozwiązania. Ludzie, którzy czują się bezpiecznie w firmie, potrafią w takim momencie zadziałać skutecznie bez obaw i wielu pytań o zgodę. A obopólne zaufanie buduje w pracowniku odpowiedzialność za klienta, co przekłada się na wysoki poziom obsługi. Dwa słowa: "dobra robota" ze strony klienta to najważniejsza nagroda dla pracownika, a dla całej firmy skutkuje to wyróżnieniami w badaniu Operator Logistyczny Roku.

Dziękuję za rozmowę
Rozmawiał: Witold Zygmunt

PORZUCENIE PRACY PRZEZ CUDZOZIEMCA

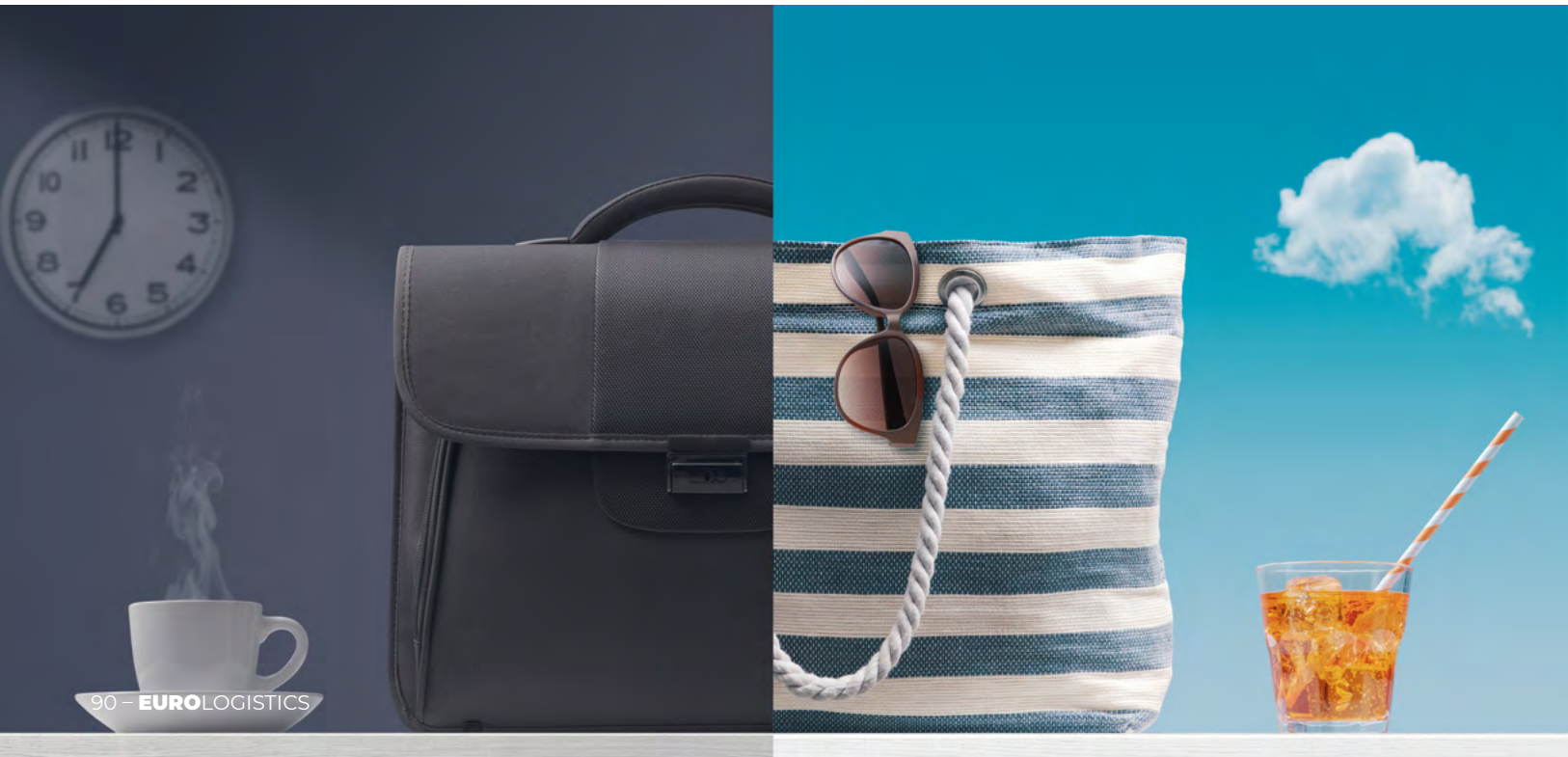
Pracodawcy dość często spotykają się z przypadkami, że pracownik cudzoziemski nie zgłasza się do umówionej pracy w ustalonym terminie jej rozpoczęcia, bądź porzuca ją lub zwalnia się znacznie przed końcem ważności np. zezwolenia na pracę. Jest to sytuacja bardzo trudna dla zatrudniającego, ponieważ z uwagi na nagłość zdarzenia, powstaje wakat kadrowy, co może znacząco destabilizuje funkcjonowanie firmy.

W przypadku wystąpienia sytuacji opisanej powyżej pracodawca może podjąć następujące działania.

1. Zgłosić ten fakt do organu np. wydającego dokument uprawniający do wykonywania pracy. W przypadku zezwoleń będzie to urząd wojewódzki, który je wydaje, a w kwestii oświadczeń powiatowy urząd pracy. Warto pamiętać o tym, aby w przekazanej informacji jednoznacznie stwierdzić, że nie planują Państwo w przyszłości zatrudniania tej osoby.
2. W razie posiadania przez cudzoziemca zezwolenia jednolitego na pobyt czasowy i pracę, gdzie dokument uzyskano w związku z deklaracją świadczenia pracy w danej firmie, zasadne jest przekazanie takiej informacji również do organu wydającego dokument, czyli do wojewody. Będzie on wówczas zobligowany do zbadania czy nie zachodzą przesłanki do cofnięcia przedmiotowego dokumentu.
3. Wiadomości związane z zakończeniem wykonywania pracy, przed upływem ważności posiadanych dokumentów, porzuceniem jej bądź niezgłoszeniem się do jej wykonywania, można przekazać również do wiadomości dla Straży Granicznej np. poprzez wysłanie e-maila na adres: gkg.kg@strazgraniczna.pl. W informacji należy zawrzeć m.in. stwierdzenie dotyczące rezygnacji z dalszego zatrudnienia danej osoby w Państwa firmie także w przyszłości. Cudzoziemiec nie będzie mógł dalej posługiwać się dokumentami potwierdzającymi fakt wykonywania pracy w danym przedsiębiorstwie i może zostać podjęta wobec jego osoby procedura wydaleniowa, zakończona orzeczeniem o zakazie wjazdu do UE na okres od 6 miesięcy do 3 lat.
4. W takich sytuacjach należy również pamiętać o rozwiązaniu stosunku pracy lub umowy cywilnoprawnej – jeżeli zostały zawarte i są obowiązujące. Korespondencję wysyłamy na adres podany przez pracownika jako korespondencyjny. Jednocześnie przypominam, że w przypadku zakończenia wykonywania pracy na 3 miesiące przed końcem ważności zezwolenia lub niepodjęcie jej po upływie 3 miesięcy od początkowej daty zatrudnienia ujętej w zezwoleniu pracodawca jest obowiązany do przekazania tej informacji do organu wydającego dokument – wojewody.

W przypadku oświadczeń na pracodawcy ciąży obowiązek informacyjny m.in. w sytuacji niepodjęcia pracy przez cudzoziemca w terminie 7 dni od początkowej daty powierzenia wykonywania pracy określonej w tym dokumencie.

Krystyna Kosak - Burcon
Ekspert SRW ds.cudzoziemców



KOLEJNE NOWELIZACJE USTAW O CUDZOZIEMCACH

W ostatnim czasie weszły w życie ustawy wprowadzające rewolucję w legalizacji pobytu i pracy cudzoziemców. Ale to nie koniec. Na horyzoncie już pojawiła się kolejna nowelizacja ustawy o pomocy Obywatelom Ukrainy, która wprowadza szereg zmian, m.in. zniesienie artykułów dotyczących przedłużeń pobytów na specustawie COVID-owej. Niedopilnowanie terminów i procedur w zatrudnianiu cudzoziemców wg. nowych rozporządzeń może oznaczać utratę pracownika lub wysoką grzywnę.

Zatrudnianie cudzoziemców jest już normą na polskim rynku pracy z uwagi na ciągły brak pracowników niższego szczebla. Dzięki obcokrajowcom, polscy przedsiębiorcy są w stanie utrzymać ciągłość działania firmy i wypełnić swoje luki kadrowe. Obywatele UE nie mają większych problemów, aby podjąć pracę w Polsce. Problem pojawia się przy cudzoziemcach spoza UE, którzy muszą wraz z pracodawcą zadbać o swój legalny pobyt, a także legalną pracę. Przepisy dotyczące zatrudniania cudzoziemców oraz legalizacji ich pobytu są ciągle poddawane zmianom. Najnowsze z nich to wprowadzona w życie w styczniu 2022 r. nowelizacja ustawy o zatrudnieniu cudzoziemców, oraz w marcu 2022 r. specustawa o pomocy Obywatelom Ukrainy, której głównym założeniem było wdrożenie powiadomień oraz wydłużenie pobytów dla Obywateli Ukrainy. To jednak nie koniec. Pracodawców i pracowników z zagranicy czekają kolejne zmiany. Pod koniec października br. został opublikowany nowy projekt o pomocy Obywatelom Ukrainy, który prawdopodobnie wejdzie w życie jeszcze w tym roku.

- Najnowsza nowelizacja ustawy o pomocy Obywatelom Ukrainy wprowadzi szereg zmian w legalizacji pobytu cudzoziemców. Co więcej, do nowelizacji tej ustawy zostało też dodanych kilka innych ustaw. Zmiany odnoszą się m.in. do zatrudniania na podstawie specustawy COVID-owej, tego kiedy cudzoziemiec wjechał do Polski oraz terminu ważności dokumentów pobytowych. Pracodawcy będą musieli bardzo uważnie sprawdzić status zatrudnianych cudzoziemców, aby nie zgubić się w gąszczu przepisów i nie popełnić błędów przy legalizacji ich pracy czy pobytu. A skutki pomyłki lub niedopatrzenia mogą być poważne, jak strata pracownika czy grzywna nawet do 30 000 zł. – podkreśla Daniel Sola, Dyrektor Projektów Międzynarodowych w agencji zatrudnienia Trenkwalder.

Zatrudnianie cudzoziemców jest już normą na polskim rynku pracy z uwagi na ciągły brak pracowników niższego szczebla.

OBYWATELE UKRAINY – WAŻNOŚĆ DOKUMENTÓW POBYTOWYCH		
POBYT	**Dokumenty pobytowe skończyły się przed 24 lutego 2022**	**Dokumenty pobytowe kończące się po 24 lutego 2022**
Biometria	Cudzoziemiec przed końcem ważności pobytu zobowiązany był uzyskać nowe dokumenty pobytowe	2023-08-24
Wiza	30 dni po opublikowaniu ustawy	2023-08-24
Karta Pobytu	30 dni po opublikowaniu ustawy	2023-08-24
Bez dokumentów	Nie było takiej sytuacji	2023-08-24
WSZYSCY INNI OBYWATELE KRAJÓW TRZECICH – WAŻNOŚĆ DOKUMENTÓW POBYTOWYCH		
Biometria	30 dni po opublikowaniu ustawy	
Wiza	30 dni po opublikowaniu ustawy	
Karta Pobytu	30 dni po opublikowaniu ustawy	

Jakie zmiany wprowadzi najnowszy projekt ustawy o pomocy Obywatelom Ukrainy? Zmiany dotyczą m.in.:

- zniesienia artykułów odnoszących się do przedłużeń pobytów na specustawie COVID-owej
- przedłużenia pobytów obywateli Ukrainy, których dokumenty pobytowe kończą się po 24.02.2022r.
- uchylenia art. 38
- dokumentu elektronicznego DIIA
- obowiązkowych numerów PESEL dla obywateli Ukrainy

Co utrudni życie pracodawcom, a co będzie łatwiejsze?

Zniesienie artykułów COVID-owych

Jednym z założeń nowelizacji ustawy o pomocy Obywatelom Ukrainy jest uchylenie ze specustawy COVID-owej artykułów dotyczących legalnego pobytu cudzoziemców. Kiedy, więc nowelizacja wejdzie w życie, cudzoziemcy, których pobyt był do tej pory przedłużony na mocy specustawy COVID-19, będą mieli tylko 30 dni na jego zalegalizowanie. Przypomnijmy, że ustawa COVID-owa przedłużała legalność dokumentów dotyczących zarówno pracy jak i pobytu do 30 dnia po zakończeniu stanu epidemii. Zniesienie artykułów „covidowych" dotyczących przedłużonych legalnych pobytów cudzoziemców może spowodować kolejki w urzędach, bo wielu cudzoziemców będzie musiało jak najszybciej starać się o nowy legalny pobyt. Urzędy mogą być nieprzygotowane na tak dużą ilość składanych wniosków o wyrobienie karty pobytu.

- Zważywszy na to, jak już dzisiaj trudno o termin w urzędzie, to pracodawcy, nie czekając na wejście nowelizacji w życie, już powinni zainteresować się tym, czy karty pobytu zatrudnianych przez nich cudzoziemców będą nadal aktualne po zniesieniu artykułów COVID-owych. Jeśli nie, to teraz jest czas na składanie wniosków, bo jeżeli nie zdążymy z pozyskaniem nowej karty pobytu w ciągu 30 dni, to samo złożenie wniosku już rozpoczyna proces legalizacji. – mówi Daniel Sola.

Ekspert z Trenkwaldera, zwraca też uwagę, na to, że legalizacja pobytu leży po stronie cudzoziemca i to on zobowiązany jest do dostarczenia do urzędu w terminie wszystkich wymaganych dokumentów i wypełnionych załączników.

- Łatwo w tym wypadku o pomyłkę lub niedopatrzenie związane choćby z niewystarczającą znajomością języka polskiego, które mogą skutkować tym, że cudzoziemiec nie dostanie wymaganego pozwolenia na czas i będzie musiał opuścić Polskę. Warto też pamiętać, że każdy urząd rządzi się swoimi prawami. Lista dokumentów wymagana przy złożeniu wniosku np. na kartę pobytu będzie się różniła w zależności od województwa, w którym składamy dany wniosek. – zaznacza Daniel Sola, ekspert Trenkwaldera.

Przepisy dopuszczają, aby cudzoziemiec miał pełnomocnika, np. agencję zatrudnienia czy kancelarię prawną, która może w jego imieniu złożyć wszystkie potrzebne dokumenty, pilnować całej procedury, żeby cudzoziemiec w jak najkrótszym czasie mógł otrzymać zezwolenie na pobyt. Takie rozwiązanie zdejmuje pracodawcy kłopot z głowy.

Przedłużanie pobytów obywateli Ukrainy

Nowy projekt o pomocy Obywatelom Ukrainy przewiduje przedłużenie niektórych dokumentów pobytowych, których ważność ustaje po 24 lutego 2022 r. W projekcie wyszczególnione są m.in.:

- wiza krajowa
- zezwolenie na pobyt czasowy
- wiza schengen
- wiza wydana przez inne państwo strefy Schengen
- ruch bezwizowy

Według nowelizacji ustawy, wyżej wymienione dokumenty będą przedłużone do 24.08.2023 r. Natomiast obywatele Ukrainy, których dokumenty pobytowe tracą ważność przed 24.02.2022, na dziś mają przedłużone pobyty na specustawie COVID-owej oraz na aktualnej ustawie o pomocy Obywatelom Ukrainy (do 31.12.2022). A od czasu zniesienia artykułów „covidowych" będą mieli 30 dni na zalegalizowanie swojego pobytu na terytorium RP.

Zmiany ważności pobytów cudzoziemców po opublikowaniu ustawy

Uchylenie Art. 38

W proponowanej nowelizacji ustawy o pomocy Obywatelom Ukrainy (wprowadzonej w życie 12 marca br. z mocą od 24 lutego), uchylono artykuł 38, mówiący o możliwości złożenia wniosku na kartę czasowego pobytu dla Obywateli Ukrainy, którzy przybyli do Polski w związku z konfliktem zbrojnym. Takie zezwolenie miało być wydawane na okoliczności, które dotychczas nie występowały i zakładały, że uchodźcy wojenni nie będą musieli przez okres 9 miesięcy składać wniosku o kartę pobytu. W listopadzie br. upływa termin tych 9 miesięcy, więc ustawodawca założył przedłużenie tego okresu do 18 miesięcy łączenie, czyli do 24.08.2023 r.

Dokument elektroniczny DIA

Dobrą wiadomością dla pracodawców będzie zwiększenie ważności dokumentu DIIA. Jest to dokument elektroniczny, który potwierdza legalny pobyt cudzoziemca na terytorium RP. Dokument został utworzony dla uchodźców wojennych z Ukrainy i jest pierwszym w pełni cyfrowym pozwoleniem na pobyt w Unii Europejskiej. DIIA dostępna jest w rządowej aplikacji mObywatel i może być zainstalowana na telefonach z systemami Android czy IOS. Dokument pozwala na poruszanie się w ramach Unii Europejskiej, a także przekraczanie jej granic zewnętrznych.

- W nowym projekcie ustawy, dokument DIIA ma być sam w sobie dokumentem pobytowym, do którego nie będzie potrzebna już wiza i który pozwoli na łatwiejsze oraz szybsze skontrolowanie legalności pobytu cudzoziemca w Polsce. To duże ułatwienie zarówno dla cudzoziemców, urzędników i pracodawcy. Wystarczy, że cudzoziemiec pokaże pozwolenie na pobyt w aplikacji DIIA. Pracodawca będzie mógł natomiast w aktach osobowych przechowywać zdjęcie dokumentu z aplikacji. Nie trzeba będzie wykonywać dodatkowych czynności związanych ze sprawdzaniem legalności pobytu cudzoziemca – mówi Daniel Sola.

Obowiązkowe PESEL-e

Nowelizacja ustawy zakłada również obowiązek nadania numeru PESEL. Każdy Obywatel Ukrainy, który przyjechał do Polski po 24.02.2022 r., ma obowiązek złożenia wniosku o nadanie mu numeru PESEL. Do tej pory takiego wymogu nie było. Numer PESEL był obowiązkowy tylko dla tych, którzy nie mieli ze sobą żadnych dokumentów pobytowych, a chcieli skorzystać z pomocy Państwa Polskiego. Numer PESEL będzie potrzebny cudzoziemcom do założenia profilu zaufanego, który z kolei jest wymagany przy aplikacji DIIA. Ułatwi też pracodawcom późniejsze rozliczenia podatkowe pracowników z Ukrainy.

Oprac. AP

CZEGO NIE ZMIERZYSZ BEZ TELEMATYKI?

Pomimo trudnej sytuacji gospodarczej zarządcy flot wiedzą, że inwestycja w technologie to konieczność. Raport Commercial Vehicle Telematics szacuje, że globalny rynek telematyki wzrośnie o 20% do 2027 roku, a jego wartość może wynieść nawet 37 miliardów dolarów. W polskim TSL, jak rzadko w której dziedzinie gospodarki, można zauważyć efekt skali, który oznacza, że nawet drobne oszczędności kumulują się do znaczących kwot. Kupując nowe pojazdy, warto pomyśleć o telematyce, która w perspektywie czasu zrównoważy przewoźnikom zainwestowane pieniądze w technologię.

To za sprawą oszczędności, jakie dzięki niej zyskają firmy transportowe – Telematyka nie musi być dużym wydatkiem, a stosowana zgodnie z założeniami, przynosi znaczne oszczędności i generuje dodatkowe przychody – podkreśla Dawid Kochalski, koordynator ds. integracji i wdrożeń, Grupa Inelo.

Telematyka – w czym pomaga?

Telematyka transportu to narzędzie, które zbiera dane z pojazdu i udostępnia je w czasie rzeczywistym osobie zarządzającej przejazdami w firmie. Dlaczego jest tak przydatna? Dostarcza danych, na podstawie których można decydować nie tylko o kolejnej trasie pojazdu,

Odczyty telematyczne są na tyle dokładne w zakresie możliwości danego transportu przez przewoźników, że eliminują niedomówienia, które mogłyby się pojawić, biorąc pod uwagę ludzki margines błędu.

ale też o kierunku rozwoju firmy. Osoby zarządzające transportem, mogą łatwo planować trasy w taki sposób, aby odbywały się one jak najmniejszym kosztem, jak najszybciej, z jak najmniejszą liczbą „pustych" przejazdów.

- Ustalając taką trasę, uwzględnia się również postoje, wyznacza bezpieczne parkingi czy stacje benzynowe z największymi rabatami. Z kierowców zdejmuje się z kolei zbędne czynności administracyjne – wszystko za sprawą kontaktu z bazą w czasie rzeczywistym, łatwego przepływu dokumentów i ich digitalizacji, która minimalizuje ryzyko pomyłek w dokumentacji – i pozwala skupić na bezpiecznej jeździe. Dla właściciela to korzyść w postaci dostępu do danych z całej floty. Taki całościowy obraz pomaga podejmować przemyślane decyzje – komentuje Dawid Kochalski, koordynator ds. integracji i wdrożeń, Grupa Inelo.

Parametr nr 1: Telematyka a czas pracy kierowcy

Przy skomplikowanych zapisach pakietu mobilności szczegółowa kontrola czasu pracy kierowców jest konieczna. Pakiet wymaga od przedsiębiorców transportowych dużej uważności, żeby planować rozsądnie pracę – wyeliminować puste przejazdy i rozpisać kierowcom delegacje w limicie ich godzin za kółkiem. Dzięki telematyce transportu, przewoźnik i kierowca wiedzą dokładnie, jaki jest status czasu pracy kierowcy. Nie są to jednak wszystkie zalety wdrożenia telematyki do przedsiębiorstwa.

- Odczyty telematyczne są na tyle dokładne w zakresie możliwości danego transportu przez przewoźników, że eliminują niedomówienia, które mogłyby się pojawić, biorąc pod uwagę ludzki margines błędu. W czasie rzeczywistym możemy określić, czy dany pojazd jest w stanie zrealizować zlecenie w wyznaczonym do tego terminie. Dodatkowo telematyka pozwala planować z wyprzedzeniem trasy z uwzględnieniem niezbędnych rekompensat czy skróconych odpoczynków kierowcy. Firmy, które nie mają podglądu na żywo o dostępności kierowców, bazują na informacjach od nich otrzymanych. Zdarzają się sytuacje, w których oszacowany czas pracy kierowcy może nie do końca odzwierciedlać jego rzeczywistą dyspozycyjność, a to z kolei może zmienić przebieg realizacji całego zlecenia. Dlatego też informacje o czasie pracy kierowców są fundamentalnymi danymi, na podstawie których można dobierać zlecenia, dostępne na giełdzie - komentuje Dawid Kochalski, Inelo.

Grzegorz Pusłowski

Project Manager. Trimble Transportation

W chwili obecnej systemy telematyczne są niezbędnym narzędziem pomagającym firmom transportowym wykorzystywać efektywnie flotę pojazdów oraz kierowców.
Dane i funkcje oferowane przez telematykę, które pozwalają optymalizować procesy transportowe to przede wszystkim bieżąca lokalizacja floty, możliwość planowania tras z uwzględnienie bieżącej stytuacji drogowej (specjalne mapy dla pojazdów ciężarowych), monitorowanie czasu pracy, stałe połączenie kierowców z biurem i wymiana informacji o bieżącym statusie zlecenia.
Idąc dalej aktualna lokalizacja pojazdu i informacja o bieżącym natężeniu ruchu pozwala szacować czasy ETA. W przypadku Trimble Transportation usługa ta nazywa się TruETA i jest ona wspomagana przez algorytmy sztucznej inteligencji wyliczającę w czasie rzeczywistym przejazdy między poszczególnymi punktami z uzwględnieniem historycznych danych o trasie oraz postojach, co pozwala w sposób jeszcze bardziej precyzyjny określać dokładne czasy ETA.
Kolejnym przykładem wsparcia telematyki w transporcie jest eco-driving. Narzędzie Performance Portal oferowane przez Trimble Transportation monitoruje styl jazdy kierowców m.in. sposób przyśpieszania i hamowania, praca na biegu jałowym, korzystanie z tempomatu, przekroczenia ograniczeń prędkości. Analiza i ocena wszystkich wybranych parametrów daje możliwość poprawy tych słabszych, a docelowo wpływa na zmniejszenie zużycia paliwa oraz na koszty utrzymania i serwisowania.
Trimble Transportation oferuje jeszcze szereg innych produktów wspomaganych danymi telematycznymi, m.in. Trimble App Manager (zarządzanie aplikacjami i urządzeniami mobilnymi dla kierowców), Trimble Video Intelligence (inteligentna wideorejestracja), Trailer4U (zarządzanie naczepami).
Wszystkie wspomianie narzędzia pozwalają optymalizować cały proces transportu. Najważniejszą kwestią dla przewoźnika jest dopasowanie systemu telematycznego do potrzeb firmy oraz wybór odpowiednich parameterów które chce monitorować, doskonalić i poprawiać.

Parametr nr 2: Telematyka zapewnia swobodny przepływ informacji

Coraz więcej kontrahentów zawiera umowy z przewoźnikami tylko wtedy, kiedy mają dostęp do danych na temat położenia pojazdu, a w przypadku szczególnie wrażliwych towarów, nawet do warunków panujących w środku pojazdu. Dzięki szczegółowym danym dojazdu klient może zaplanować dalsze etapy postępowania z towarem. To ważne w przypadku firm działających np. w branży produkcyjnej. Telematyka w połączeniu z TMS (transport management system) pozwala firmom transportowym dzielić się z klientami tą wiedzą.

Parametr nr 3: Telematyka i TMS utrzymają koszty w ryzach

Zdaniem eksperta Grupy Inelo, to m.in. po stronie spedytora leży odpowiedzialność zaplanowania dobrej trasy – optymalnej czasowo i kosztowo, czyli takiej, która maksymalizuje zyski i minimalizuje niepotrzebne straty.

- Prostym przykładem jest kontrola tego, ile kierowca wydaje na opłaty drogowe. Nie zawsze musimy jeździć odcinkami płatnymi, bo nie zawsze goni nas czas. Jeśli spedytor sprawdzi, że do godziny rozładunku zostało jeszcze dużo czasu i kierowca nie musi wjeżdżać na płatny odcinek, może skierować go na darmową trasę – dodaje Dawid Kochalski, koordynator ds. integracji i wdrożeń, Grupa Inelo i dodaje, że telematyka w połączeniu z TMS pozwala spedytorom podejmować lepsze decyzje, co do przebiegu przejazdu. - W przypadku telematyki Inelo trasę pozwala planować bezpłatnie wgrana mapa z wbudowanymi atrybutami ciężarowymi – długością, szerokością i wysokością pojazdu, masą całkowitą, kategorią ADR i naciskiem na oś. To standardowa funkcjonalność GBox Assist 3.0 – podsumowuje ekspert.

Parametr nr 4: Telematyka wyeliminuje puste przebiegi

Kontrola spalania paliwa jest kluczowa, zwłaszcza, gdy spojrzymy na obecne ceny oleju napędowego. Osłabienie polskiej waluty, wojna w Ukrainie, konieczność kupowania benzyny i gazu za granicą przyczyniają się do tego, że tankowanie stało się niemiłym obowiązkiem. Choć ceny oleju napędowego ostatnio nieznaczenie się poprawiły, to trudno prognozować, jak będą wyglądały one w przyszłości. Dzięki telematyce, zarządzający transportem ma wgląd w statystyki kierowców i może reagować, jeśli nie jeżdżą oni ekonomicznie i ekologicznie. Jazda ze stałą prędkością i niskie spalanie oznacza niższą emisję, czyli coś, na co zwracają uwagę przez zawarciem kontraktu klienci. Z raportu TLP Transport drogowy 2021+ w Polsce, opracowanego przy współpracy z Grupą Inelo, Grupą Wielton i SpotData, wynika, że od 62% badanych firm transportowych, zleceniodawcy wymagają spełnienia najwyższych norm środowiskowych.

Podłączenie do szyny CAN dostarcza danych do podjęcia decyzji, kiedy planować serwisy olejowe auta, a kiedy przyjrzeć się uważniej oponom lub klockom hamulcowym

W transporcie, a zwłaszcza w przewozach międzynarodowych liczy się przede wszystkim niezawodność pojazdów.

Jednak kontrola zużycia paliwa nie ogranicza się wyłącznie do spalania. Za pomocą systemów telematycznych przewoźnicy dowiedzą się też o innych powodach, dla których z baku ubywa oleju napędowego.

- Ponownie widzimy wzmożone zainteresowanie sondami paliwowymi podłączonymi do telematyki, których przewaga nad pływakiem polega na tym, że działają również wtedy, kiedy pojazd ma wyłączony zapłon. To oznacza, że poziom paliwa można śledzić w czasie rzeczywistym, także podczas postoju – dodaje Dawid Kochalski, koordynator ds. integracji i wdrożeń, Grupa Inelo.

Parametr nr 5: Telematyka monitoruje stan pojazdu

W transporcie, a zwłaszcza w przewozach międzynarodowych liczy się przede wszystkim niezawodność pojazdów. Dłuższe trasy wymagają od przewoźników zapewnienia nowoczesnej floty, aby była ona bezpieczna dla kierowców, a także konkurencyjna na rynku. Dodatkowo, flota wyposażona w nowoczesne rozwiązania technologiczne niezwykle ułatwia pracę kierowcom, jak i spedytorom. Przykładowo przypomina o kwestiach technicznych pojazdu, które mogłyby umknąć w dobie codziennych obowiązków, gdyby nie alerty przychodzące automatycznie.

Jak podkreśla Dawid Kochalski, telematyka w połączeniu z TMS daje przedsiębiorcy transportowemu informacje o ogólnym stanie pojazdu.

- Podłączenie do szyny CAN dostarcza danych do podjęcia decyzji, kiedy planować serwisy olejowe auta, a kiedy przyjrzeć się uważniej oponom lub klockom hamulcowym. Zaplanowanie tych czynności powoduje, że nie wystawimy do przejazdu ciężarówki, która może łatwo ulec usterce. Dzięki temu, unikniemy również nałożenia kary, jaka mogłaby nas spotkać w przypadku, gdyby okazało się, że nie możemy zrealizować danego zlecenia, a pojazd byłby już w trasie. Warto dodać, że telematyka zintegrowana z systemem TMS sprawia, że część zadań pojawia się z wyprzedzeniem w terminarzu spedytora, a dzięki temu można zaplanować wiele czynności odpowiednio wcześniej – podsumowuje Dawid Kochalski.

Oprac. AP

SAMOTNOŚĆ

NIE JEST DLA DZIECI

hospicja dziecięce • ośrodek preadopcyjny • wsparcie terapeutyczne

GAJUSZ FUNDACJA

gajusz.org.pl

UWAŻAJ NA FAKTURY OD SPEDYTORA

dr Izabella Tymińska
www.ekspertcelny.pl

Każdy importer powinien bacznie przyglądać się fakturom jakie otrzymuje od spedytora, by nie dopuścić do podwójnego opodatkowania, albo wręcz do zanegowania kosztów przez kontrolę podatkową. Spedytorom wydaje się bowiem, że mogą wystawiać faktury za fracht, a to błąd. Innym często spotykanym problemem jest zgłoszenie celne dokonywane na podstawie oświadczenia spedytora o kosztach transportu.

Przedsiębiorcy niestety bardzo często nie rozróżniają roli spedytora i roli przewoźnika. Ba, nawet sami spedytorzy mają problem z diagnozą usług, jakie mogą świadczyć dla swoich klientów. Kodeks cywilny precyzuje dokładnie czynności należące do obu tych grup przedsiębiorstw i tak, co do zasady, spedytor zajmuje się organizacją transportu i za te czynności ma prawo otrzymać wynagrodzenie. Natomiast z całą pewnością do zakresu wykonywanych przez niego usług nie zalicza się przewozu towaru.

Za co spedytor może wystawić fakturę?

Zatem spedytor nie ma prawa zarabiać na frachcie i tym samym fakturować klienta kwotą wyższą niż ta, którą sam został obciążony przez przewoźnika za transport, czyli nie ma prawa wystawiać faktury z marżą nie podając źródła pochodzenia tego kosztu, tj. numeru faktury przewoźnika. Ma tylko prawo wystawić refakturę kosztów transportu.

Dlaczego spedytor najczęściej nie ma uprawnień do wystawiania faktury za fracht? Bo nie jest przewoźnikiem. Przewoźnik towarów to licencjonowany zawód i aby go wykonywać, należy posiadać pozwolenia, licencje i określone ubezpieczenie. W przypadku kiedy spedytor, nie mając uprawnień do świadczenia usługi „transporty i fracht", wystawi za taką usługę fakturę, to kontrola podatkowa ma prawo „wyjąć" czyli usunąć taką fakturę z kosztów podatkowych podatnika (odbiorcy usługi).

Podwójne opodatkowanie importera

Ale to nie koniec problemów importera. Źle wystawiona faktura przez spedytora powoduje kolejne implikacje. Jeżeli numer faktury przewoźnika nie znajdzie się w zgłoszeniu celnym, a przewoźnik nie otrzyma potwierdzenia zapłaty podatku VAT od wartości swojej usługi, to nie ma on prawa wystawić zleceniodawcy faktury ze stawką 0% VAT. Do potwierdzenia takiego należy Poświadczone Zgłoszenie Celne (ZC299). Zatem przewoźnik dbając o swój interes podatkowy („Nie uszczuplaj budżetu państwa") zostaje bez wyjścia i wystawia fakturę za usługę przewozu z 23% VAT. Wówczas spedytor wystawiając swoją fakturę, w której co do zasady pojawia się fracht, narzuca marżę na kwotę brutto zamiast przedstawić zlecającemu rzeczywistą kwotę netto kosztów przewozu. I tak oto nieświadomy importer zostaje podwójnie opodatkowany!

Oświadczenia o kosztach transportu

Kolejny problem jaki spotykamy na rynku spedycyjnym, to zgłoszenia celne na podstawie oświadczeń o kosztach transportu, a nie na podstawie wystawionej faktury. Tu niestety jest problem legislacyjny, polegający na wystawianiu faktur po wykonaniu usługi a nie w trakcie, a często odprawa celna dokonywana jest w trakcie przewozu. Oznacza to, że towar po odprawie celnej będzie transportowany do miejsca przeznaczenia dalej przez tego samego przewoźnika, czyli że usługa cały czas jest w trakcie wykonywania. Oświadczenie dałoby się obronić w organach kontrolnych podczas kontroli podatkowej pod warunkiem, że będzie powiązane z wystawioną przez przewoźnika finalną fakturą za fracht i co równie ważne - na identyczną kwotę. Dlatego należy na oświadczeniu wpisać dane, które pojawią się na fakturze, takie jak numer zlecenia, trasa, numery środka przewozu. Jeżeli oświadczenie nie będzie powiązane z fakturą za wykonaną usługę, to podmiot gospodarczy zgłaszający towar do procedury celnej będzie miał dodatkowy problem, polegający na niemożliwości odliczenia podatku VAT ze zgłoszenia celnego, bo w tym zgłoszeniu celnym będą błędy wpływające na wartość celną towaru, a w konsekwencji na należności celno - podatkowe.

Dlaczego spedytor najczęściej nie ma uprawnień do wystawiania faktury za fracht? Bo nie jest przewoźnikiem.

Podsumowanie

Skoro istnieje prawo uniemożliwiające podwójne opodatkowanie transakcji, to spedytor ma obowiązek ustalić zasady prawidłowego fakturowania swoich transakcji, aby nie doprowadzać do występowania podatku VAT na fakturze transportowej (przewoźnik) oraz w zgłoszeniu celnym. W transporcie międzynarodowym koszt transportu musi bowiem być opodatkowany w zgłoszeniach celnych. Jest to tzw. korekta do wartości celnej towaru i stosuje się ją, jeżeli wartość towaru tego kosztu w sobie nie zawiera. Oznacza to, że należy doliczyć wartość transportu z faktury usługowej wystawionej na rzecz przedsiębiorstwa dla którego była świadczona usługa.

Usługa transportowa powinna zatem być opodatkowana tylko raz, w zgłoszeniu celnym. Zatem każdy w łańcuchu dostaw powinien dokładnie wiedzieć, jakie obowiązki ciążą na danym podmiocie gospodarczym, jakie usługi może wykonywać w ramach prowadzonej przez siebie działalności i tylko za takie wystawiać faktury sprzedaży.

RAPORT

OPERATOR

2022 LOGISTYCZNY

GENERALNE PERSPEKTYWY RYNKU USŁUG LOGISTYCZNYCH

Piotr Szreter
Data Group Consulting

„Kupujesz więcej, płacisz mniej", nawołuje reklama sieci sprzedaży Makro Cash&Carry. Wśród ekonomistów w obecnych czasach panuje niewiara w skuteczność tym podobnych zaklęć rzeczywistości. Jak pokazują generalne wyniki sprzedaży detalicznej, konsumenci w Polsce kupują wyraźnie mniej, choć na skutek galopującej inflacji płacą coraz więcej (wybór tańszych zamienników jest przejawem tej strategii). Nie jest pocieszeniem ani wytłumaczeniem indolencji rządu, że mamy do czynienia z wyraźnym pogorszeniem koniunktury w wyniku pogłębiającej się niepewności, której głównym źródłem jest wojna w Ukrainie. Nie ulega też wątpliwości, że w perspektywie najbliższych miesięcy krajowa, regionalna czy globalna aktywność gospodarcza odnotuje zauważalny regres.

Wybuch wojny rosyjsko-ukraińskiej nie tyle może wywołał kryzys o światowym zasięgu, co go unaocznił i pogłębił. Weźmy chociażby pod uwagę bezpośredni i dotkliwy wpływ przebiegu wojny w Ukrainie na łańcuchy dostaw wielu polskich przedsiębiorstw. Konflikt zbrojny uczynił je ponownie niestabilnymi, podobnie jak to miało miejsce podczas pierwszych fal pandemii COVID-19[1]. Negatywny wpływ na organizację dostaw odczuła w sumie ponad połowa (dla 31,8% zdecydowanie negatywny) spośród 1044 respondentów badania Operator Logistyczny Roku 2022, menedżerów logistyki kluczowych klientów czołowych firm logistycznych, zlokalizowanych głównie w naszym kraju (92%), ale i wielu innych krajów europejskich. Dużo bardziej zagrożone zostały dostawy dla firm produkcyjnych niż handlowych bądź usługowych, firm dużych niż małych, przedsiębiorstw z obcym kapitałem niż czysto polskich, co zrozumiałe ze względu na różnorodność pod względem długości i stopnia skomplikowania łańcuchów dostaw. Najsilniejsze są jednak różnice pod tym względem z powodu geograficznego zasięgu działania. Klienci firm logistycznych skoncentrowanych na obsłudze rynku krajowego (np. firmy kurierskie) silnie nie odczuli rozchwiania łańcuchów dostaw (dominuje odpowiedź „Raczej nie") w odróżnieniu od klientów firm wyspecjalizowanych w logistyce kontraktowej (dominuje odpowiedź „Zdecydowanie tak").

Jednakże to nie obawy o stabilność łańcuchów dostaw czy o wzrost kosztów zakupu towarów (surowców, podzespołów, części zamiennych) są najsilniej odczuwane przez przedsiębiorców w kontekście gospodarczych skutków tej wojny, lecz niepewność związana z dramatycznym skokiem kosztów energii (odpowiedź „Zdecydowanie tak" pada aż w 52,6% przypadków), a jeszcze bardziej – uwaga – niepewność związana ze wzrostem kosztów usług logistycznych (56,9% przypadków). Część klientów najwyraźniej obawia się, że firmy logistyczne będą się starały w sposób niewspółmierny obciążyć ich wzrostem kosztów przewozu towarów (takich obaw wydają się nie żywić jedynie klienci firm transportowych wprawieni w praktyce naliczania „dodatków paliwowych"). Natomiast obawy o odcięcie od rynków zbytu są wymieniane stosunkowo rzadko, jednoczą jeśli już, to raczej tylko przedstawicieli organizacji handlowych.

1 Sprawozdanie finansowe spółki zależnej JAS-FBG firmy Transbud–Katowice za 2021 r.: „Do największych zagrożeń dla branży transportowej w 2022 r. można zaliczyć wzrost inflacji, brak kierowców, rosnące ceny paliw, energii elektrycznej oraz gazu. Dodatkowo nastąpi duży wzrost kosztów wynagrodzeń, nawet przy utrzymaniu wynagrodzeń netto na dotychczasowym poziomie, spowodowanym wprowadzeniem kolejnych elementów pakietu mobilności i zmian w ustawie o czasie pracy kierowców. Dodatkowo konflikt zbrojny na Ukrainie spowoduje zwiększenie braku stabilności łańcuchów dostaw oraz przyczyni się do podwyżek materiałów eksploatacyjnych, cen surowców i półproduktów. Sprawia to, że przedsiębiorcy zaczną gromadzić zapasy, odchodząc od dotychczasowego modelu *just-in-time*".

Laureaci programu badawczego Nagroda główna **OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2022**	
Godło złote	**Raben Logistics Polska**
Godło srebrne	**Northgate Logistics**
Godło brązowe	**FM Logistic**

Laureaci programu badawczego Nagroda **LIDER LOGISTYKI** **OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2022**	
Wzrost pozycji rynkowej	**DHL Global Forwarding**
e-commerce fulfillment	**DHL Supply Chain**
Kompleksowa obsługa sektora e-commerce	**OEX E-Business**
Wiarygodność zespołu w ocenie klientów	**GEODIS Poland**
Cyfrowe narzędzia komunikacji	**General Logistics Systems Poland**
Konkurencyjność w spedycji lotniczej i morskiej	**VGL Solid Group (Ligentia Group)**
Dedykowane usługi spedycyjne	**DIERA**
Usługi spedycyjne o indywidualnym charakterze	**IFB International Freightbridge** (Poland)
Organizacja regularnych linii dostaw za granicę	**EV Cargo Global Forwarding**
Standard obsługi nie do zastąpienia	**Fresh Logistics Polska**

Geopolityka zmienia zatem nie tylko strukturę globalnych łańcuchów dostaw, wprowadzając blokady dla przewozów towarów na granicach z Rosją i Białorusią, czy embargo na dostawy surowców z wymienionych krajów, albo utrudniając wywóz towarów masowych z zaatakowanej Ukrainy, ale grozi załamaniem systemu dostaw na skutek niepohamowanego wzrostu cen paliw i kosztów obsługi logistycznej. Oznacza to – w kontekście logistyki – zaostrzenie kryzysu globalizacji gospodarki, procesu zastopowanego przez wybuch pandemii, wydawałoby się ledwie na chwilę. Jednakże proces integrowania się krajowych i regionalnych rynków w jeden globalny rynek po to, aby móc więcej sprzedawać i zarabiać, został ponownie zablokowany, bo ze swojej natury (?) prowadzi do wojen (nie tylko handlowych), a przynajmniej do gromadzenia zapasów na wypadek wojny. A gromadzenie zapasów jest sprzeczne z ideą dostępnych na zawołanie towarów w dowolnym miejscu na świecie. Zasadne są zatem pytania o porównanie kosztów dostaw sprzed wybuchu pandemii i sprzed ponownej napaści Rosji na Ukrainę, na równi z pytaniami o plany przeniesienia produkcji z Chin w inne regiony świata i poszukiwania strategii zaopatrzenia dla wytworzenia produktów i rynków zbytu dla tych produktów. Jeśli nawet wprowadzenie zmian

Wyróżnienia honorowe w programie badawczym OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2022	
Organizacja regularnych linii dostaw wewnątrz kraju	**Colian Logistic**
Dynamika rozwoju logistyki kontraktowej	**Ekol Logistics**
Kompleksowe i spersonalizowane usługi logistyczne	**TSLOGISTIC**
Najlepsza organizacja dostaw towarów za granicę	**PKS Gdańsk-Oliwa**
Najszybsza ekspansja na rynku logistyki kontraktowej	**ID Logistics Polska**
Najlepsze wykonanie założonych norm usług logistycznych	**LSP Group**
Najlepsza obsługa spedycyjna towarów w wymianie zagranicznej	**Expeditors Polska**
Najwyżej oceniana jakość usług w spedycji drogowej	**FF Fracht**
Najbardziej konkurencyjna firma transportowa	**Raben Transport**
Kompleksowe rozwiązania w transporcie	**Rhenus Freight Logistics**
Najlepszy dostawca usług logistycznych w *e-commerce*	**DHL Parcel**
Optymalizacja regularnych linii dostaw transportowych na rynku europejskim	**DHL Freight**

Wyróżnienia specjalne Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne Laureaci XVII edycji rankingu Top500 Ranking uwzględnia wyniki finansowe za trzy ostatnie lata obrachunkowe pięciuset największych firm w branży. Zestawia firmy według kolejności – w oparciu o zestaw kluczowych wskaźników opisujących rentowność, finansowanie, sprawność wykorzystania zasobów i płynność finansową	
Pozycja w rankingu w trzech ostatnich latach: 16 - 3 - 1	**DHL Global Forwarding**
Pozycja w rankingu w trzech ostatnich latach: 9 - 18 - 2	**Nijhof-Wassink**
Pozycja w rankingu w trzech ostatnich latach: 18 - 16 - 3	**Ligentia** (Ligentia Group)

w organizacji łańcucha dostaw w danym przypadku nie okazało się konieczne, to z całą pewnością musi być obecnie brane pod uwagę w razie ziszczenia się jednego z możliwych scenariuszy rozwoju sytuacji geopolitycznej.

Wybuch pandemii obnażył wrażliwość globalnego łańcucha dostaw na kryzys wywołany odcięciem któregoś z jego ważnych ogniw, zeszłoroczne gwałtowne ożywienie gospodarcze wykazało niewydolność tego systemu w przesyłaniu zwiększonej masy towarów, ujawniając wąskie gardła w globalnym łańcuchu dostaw. Perspektywa załamania systemu dostaw w związku z rozszerzeniem wojny w Ukrainie wydaje się o wiele poważniejsza. Jak branża logistyczna radzi sobie z ciągłą presją związaną z gwałtownymi zmianami zapotrzebowania na usługi, ciągłym wzrostem kosztów i strukturalnymi problemami własnej branży (niedobór kierowców)? Jakie strategie przyjmują z kolei odbiorcy usług logistycznych i czy nadążają za stale zmieniającą się dynamiką rynku?

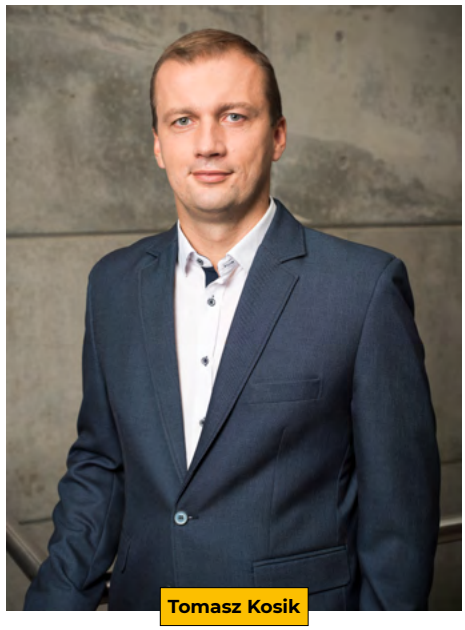
Zarówno w trakcie pierwszej fali pandemii, jak i kolejnych, wielu przedsiębiorców wyrażało chęć dywersyfikacji swoich strategii zaopatrzenia, aby zmniejszać swoją ekspozycję na globalne kryzysy. Ale determinacja jednak z czasem słabła, nie odnotowaliśmy dalszego wzrostu zainteresowania takimi działaniami. Mogliśmy zasadnie oczekiwać wytworzenia się trwałej tendencji do skracania łańcuchów dostaw, żeby Europa nie była aż tak zależna od reszty świata, jeśli chodzi o dostęp do strategicznych surowców czy kluczowych półproduktów. Tym niemniej wola zmiany w tym zakresie objęła znaczną część klienteli czołowych firm logistycznych. Co więcej można powiedzieć, że początkowy zapał został potwierdzony w praktyce. Nieco ponad 1/3 badanych dokonało w poprzednich latach zmian w strategii organizacji dostaw w związku z pandemią, co potwierdziło siłę tej tendencji. Nie stanowiło jednak zapowiedzi jej rozszerzenia. Niepewność w gospodarce, która nastąpiła po 24 lutego tego roku, całkowicie zmieniła obraz rzeczy. Obecnie potwierdzenie zmian organizacji dostaw otrzymaliśmy aż od blisko 60% klientów czołowych firm logistycznych, co stanowi istotną różnicę w stosunku do stanu sprzed tej daty.

Zasięg głównych opcji zmiany organizacji dostaw różni się oczywiście w poszczególnych grupach klienteli wydzielonych ze względu na sektor gospodarki, wielkość zatrudnienia, poziom wydatków na usługi logistyczne czy korzystanie z usług logistycznych w ponadgranicznym obrocie towarów. Przeciętny klient firmy wyspecjalizowanej w spedycji morskiej i lotniczej, czy firmy wyspecjalizowanej

w logistyce kontraktowej, z reguły o wiele częściej dokonał zmiany organizacji dostaw niż klient firmy wyspecjalizowanej w transporcie i spedycji drogowej, czy firmy wyspecjalizowanej w usługach ekspresowych i kurierskich. Choć żadna z opcji zmiany organizacji dostaw nie dominuje, to szczególnie wśród klienteli firm spedycyjnych wyraźnie zaznaczyła się tendencja do zmiany priorytetowego kierunku przekształceń. Dominujący w poprzednich dwóch latach nacisk na rozłożenie zamówień dla bezpieczeństwa wśród większej niż dotychczas liczby dostawców zastąpiło dążenie do zmiany geografii źródeł zaopatrzenia. O ile w 2021 r. proporcje między obiema tymi strategiami w tej kategorii klientów miały się jak 28% do 18%, to obecnie wynoszą 31% do 45%. Dla jasności, klienci firm wyspecjalizowanych w logistyce kontraktowej stosują obie te strategie jednocześnie (proporcje odpowiednio 21% do 21% w 2021 r., 40% do 40% w 2022 r.). Charakterystyczne, że ta grupa klientów jako jedyna z każdym rokiem rozszerza zakres stosowania różnorodnych strategii w tym zakresie, także jeśli chodzi o dążenie do nawiązywania głębszych relacji z dostawcami kosztem ograniczenia ich liczby. W sumie aż 2/3 z nich dokonuje zmian liczebności dostawców, w o wiele większym stopniu niż inne grupy. Jeszcze większe zróżnicowanie pod tym względem dostrzeżemy pomiędzy przedsiębiorstwami produkcyjnymi a handlowymi. Jeśli chodzi o redukcję dostaw w trybie just-in-time, to generalnie klienci stosują ten ruch obecnie częściej niż przed rokiem, ale ciągle rzadziej niż na początku pandemii (odpowiednio 8%, 3%, 6%).

Wyrażone przed dwoma laty przeświadczenie znacznej części badanych menedżerów logistyki, że zaopatrzenie będzie pochodziło z bardziej niż dotąd zróżnicowanych geograficznie lokalizacji, okazało się trafną zapowiedzią głębokich zmian w tym zakresie. Przypomnijmy, że trzeba tu wziąć pod uwagę całą złożoność łańcuchów dostaw i ryzyko związane ze zmianą opcji dostaw. Szybkie znalezienie wiarygodnego rynku stanowi wyzwanie, sprostanie tym wyzwaniom wymaga czasu i inwestycji kapitałowych. Pod tym względem w ostatnim czasie dokonało się istotne zróżnicowanie. Wyzwanie to podjęła bowiem dużo większa część przedsiębiorstw produkcyjnych niż handlowych. Daje to wyobrażenie o odmienności skali ryzyka związanego z zerwaniem linii dostaw w czasie kryzysu u tych grup odbiorców usług logistycznych.

Alternatywą dla trudnego i kosztownego wyboru zróżnicowanych geograficznie lokalizacji jako podstawy zaopatrzenia jest rozwój lokalnych łańcuchów dostaw. Wtedy dla zapewnienia równowagi zaopatrzenia wchodzi w grę albo zwiększenie liczby dostawców, albo skupienie się na mniejszej liczbie dostawców, z którymi nawiązane zostaną bliższe relacje. O ile klienci firm wyspecjalizowanych w spedycji morskiej i lotniczej są tradycyjnie mniej skłonni rozwijać lokalne łańcuchy dostaw niż te odległe geograficznie, w pozostałych sektorach logistyki odbywa się to równolegle.



Tomasz Kosik

Prezes Zarządu, Colian Logistic

Ostatnie lata były czasem pełnym wyzwań nie tylko dla branży logistycznej, ale dla całej gospodarki. Pandemia, wojna w Ukrainie, zerwane łańcuchy dostaw, problemy z dostępnością pracowników i kierowców, a także inflacja i szybujące w górę ceny mediów, to tylko niektóre z wyzwań, jakie pojawiły się przed przedsiębiorcami. Obecnie w wielu branżach mocno zauważalny staje się spadek sprzedaży, a w konsekwencji również produkcji różnego rodzaju wyrobów. Colian Logistic stara się działać elastycznie – dopasowujemy strategię do aktualnej sytuacji. Słuchamy potrzeb naszych klientów, doradzamy i gospodarujemy posiadanymi zasobami tak, aby najefektywniej zarządzać procesami. Warto pamiętać, że nasi partnerzy, mimo doskonałej znajomości rynku i świadomości trudnej sytuacji, nadal mają wysokie oczekiwania co do jakości oferowanych usług i szeroko rozumianej obsługi klienta. Mamy to na uwadze i robimy wszystko, by poziom działań Colian Logistic za każdym razem był na możliwie najwyższym poziomie. Dzięki obecności naszych oddziałów w różnych miejscach w Polsce, jesteśmy blisko klientów i szybko przychodzimy z gotowymi rozwiązaniami. Stawiamy na terminowość dostaw, rozwijamy systemy magazynowe i transportowe. Tam, gdzie jest to możliwe, wprowadzamy pełną automatyzację – rozszerzamy połączenia EDI, elektroniczny przepływ dokumentacji oraz możliwość zdalnego śledzenia zleceń.

Trudne czasy wymagają dostosowania się do panujących realiów. Colian Logistic to kompleksowy operator logistyczny. Świadczymy usługi transportu morskiego, drogowego w spedycji krajowej i międzynarodowej, usługi celne i customer service. Realizujemy też zadania co-packingowe. Dzielimy się wiedzę i doświadczeniem. Nieustannie rozwijamy się – ostatnio w ramach Grupy Colian został wybudowany w Opatówku magazyn wysokiego składowania. To jeden z najnowocześniejszych obiektów w Polsce, który znacząco usprawnia proces realizacji transportów. Robimy wszystko, by działać na miarę potrzeb naszych klientów. To nasz sposób na kryzys i jedyna możliwa droga rozwoju z wymagającej, logistycznej branży.

Najbardziej zasłużeni uczestnicy badania Operator Logistyczny Roku w latach 2002-2022[1]				
	Starty	Nagroda główna[2]	Nagrody za miejsca 1-3 łącznie	Pozostałe nagrody i wyróżnienia
TNT*[3]	13	5	13	0
Raben Logistics Polska	21	5	8	12
DHL Express	18	3	12	6
Maszoński Logistic	16	2	9	5
FM Logistic	18	1	6	10
GEFCO Polska	11	1	5	5
Schenker	3	1	3	0
General Logistics Systems Poland	20	1	2	10
Frans Maas Polska*	5	1	2	0
Hellmann Worldwide Logistics Polska	13	1	1	7
ID Logistics Poland	8	1	1	4
GEODIS Poland	11	0	3	6
Northgate Logistics	4	0	2	2
Panalpina Polska*	13	0	1	7
DPD Polska	13	0	1	4
Delta Trans	13	0	1	3
PEKAES	10	0	1	3
DSV Road	9	0	1	4
UPS Polska	2	0	1	1
Spedimex	20	0	0	5
DIERA	15	0	0	11
Omega Pilzno	15	0	0	6
Link	14	0	0	5
Fresh Logistics	13	0	0	8
CAT LC Polska	12	0	0	8
C. Hartwig Gdynia	11	0	0	3
ET Logistik*	11	0	0	2
Siódemka*	11	0	0	2

1 W badaniu brało udział od 19 (w pierwszym roku) do 43 firm (w 2008 r.), w całym okresie było ponad różnych 140 uczestników, nie licząc zmian nazw, przekształceń i łączeń firm.
2 Nagroda główna, podobnie jak i nagrody za zajęcie miejsc drugiego i trzeciego, była przyznawana ex aequo.
3 Firmy oznaczone znakiem * w wyniku fuzji i przejęć nie są już aktywne.

Ograniczenie dostawy w trybie just-in-time było postulowanym elementem zmiany strategii organizacji dostaw w związku z pandemią COVID-19. Ograniczenie tego rodzaju dostaw a tym samym zmniejszenie nacisku na elastyczność dostawców w zakresie terminu wyładunku wydawało się istotne szczególnie dla klienteli firm transportowych. Wydłużenie cyklu dostaw wynikało z obaw, że w czasach kryzysu nie udaje się mimo wysiłków zachować wymaganego poziomu minimum magazynowego. Wobec ponownego ograniczania dostaw w tym trybie pozostaje pytanie, czy rzeczywiście nastąpi powrót do normalności z czasów sprzed pandemii? Jeśli przedsiębiorcy zaczęli gromadzić zapasy powyżej minimum, to dostawy na określony czas w ogóle stracą na znaczeniu. Skoro w szerokim zakresie wprowadzone zostały

istotne zmiany strategii organizacji dostaw w odpowiedzi na kryzysy wywołane pandemią COVID-19 i wojną w Ukrainie, to otwartym staje się pytanie o ewentualne zmiany w strategii outsourcingu logistycznego. Czy zleceniodawcy usług logistycznych chcą jak dotychczas zachować kontrolę nad zarządzaniem łańcuchem dostaw, czy odwrotnie - rozważają zlecenie tej funkcji na zewnątrz? Zgodnie z tradycyjnym podejściem zdecydowana większość z nich zawsze chciała zachować kontrolę nad zarządzaniem łańcuchem dostaw. Istotne będzie porównanie deklaracji na ten temat z trzech ostatnich lat. Większość organizacji nadal postrzega logistykę jako swoją krytyczną kompetencję i chce zachować nad nią kontrolę. Jeśli przed dwoma laty aż co czwarta badana firma rozważała pełen outsourcing operacji w przyszłości, przed rokiem co siódma, to obecnie już tylko co trzynasta. Jeśli przed dwoma laty aż 62% z nich deklarowało zamiar zlecania większej liczby pojedynczych operacji w łańcuchu dostaw na zewnątrz, przed rokiem tylko niewiele więcej niż co piąta, to obecnie tylko co siódma. Cofnięcie się kryzysu wywołanego pandemią i trwanie wojny w Ukrainie zweryfikowało zatem wygłaszane wcześniej opinie w kwestii outsourcingu. Nie po raz pierwszy zresztą, gdyż temat wraca w czasie każdego kolejnego kryzysu gospodarczego.

Po raz kolejny zbadaliśmy też kwestię zarządzania pulą dostępnych partnerów logistycznych. Strategia zarządzania łańcuchem dostaw poprzez zmianę liczby partnerów logistycznych przed dwoma laty znalazła wielu zwolenników (łącznie 41%), przed rokiem poparcie dla tej strategii znacznie się skurczyło (łącznie 32%), obecnie zwiększył się nacisk na zwiększenie liczby partnerów, zaś zmalało na ich zmniejszenie (łącznie 30%). Dążenie do zmiany (szczególnie ich zwiększenia) liczby partnerów logistycznych może wskazywać na słabość organizacji logistyki u zleceniodawcy usług. Może wynikać także z: konieczności redukcji zbędnych/zbyt kosztownych zasobów logistycznych w organizacji, potrzeby większej elastyczności i skalowalności działania w zakresie logistyki, zamiaru przeniesienia zarządzania ryzykiem operacji logistycznych na usługodawcę, chęci skoncentrowania się na podstawowych kompetencjach, poszukiwaniu niższych kosztów logistyki a także chęci uzyskania dostępu do nowych technologii[2]. Obie strategie mają swoje zalety i mogą pomóc zdywersyfikować ryzyko, więcej dostawców w czasach kryzysu może zapewnić zleceniodawcom lepsze możliwości przesyłowe, podczas gdy mniejsza liczba silniejszych – ma się rozumieć - relacji z większymi dostawcami może dać ten sam (lub podobny) skutek w zakresie przesyłu towarów za pośrednictwem sieci poddostawców. W tym pierwszym przypadku zleceniodawca zamierza sam kontrolować

Rafał Lewandowski

Contract Manager, ID Logistics

Dla ID Logistics klient jest zawsze w centrum zainteresowania, a nasze relacje staramy się budować w oparciu o zrównoważone rozwiązania i wspólne wartości.
W ostatnim okresie, ze względu na aktualną sytuację geopolityczną oraz gospodarczą, presja kosztowa związana z optymalizacją procesów logistycznych i transportowych jest dużo większa niż kiedykolwiek wcześniej. Poprzez innowacje, kulturę ciągłego doskonalenia oraz „szyte na miarę" rozwiązania, nasze zespoły dokładają wszelkich starań, aby odpowiadać na potrzeby klientów w tym zakresie i ograniczać skutki dotykającej nas wszystkich inflacji. Dotyczy to zarówno codziennej pracy operacyjnej jak i średnio oraz długoterminowych projektów strategicznych. Utrzymanie wysokiej jakości obsługi naszych klientów nie byłoby możliwe, gdyby nie otwarta komunikacja i współpraca na zasadach „win-win". W Grupie ID Logistics co roku organizujemy wśród klientów ankietę mającą na celu zbadanie aktualnego poziomu satysfakcji. Jest to dla nas niezwykle ważne narzędzie, które pozwala nam ocenić czy kierunek naszych działań jest zgodny z ich oczekiwaniami, a także zidentyfikować obszary, które wymagają poprawy. W konsekwencji tego badania tworzone są precyzyjne plany działań na kolejny okres, które mają odpowiedzieć na konkretne potrzeby klientów. Oprócz rozbudowanej agendy typu „continuous improvement", niezwykle istotnym elementem współpracy pomiędzy naszą firmą a klientami jest obszar zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu. Bardzo się cieszymy , iż także na tym polu udaje nam się realizować wiele różnych projektów i wspólnych inicjatyw, które, oprócz pozytywnego wpływu na środowisko, niewątpliwie zacieśniają nasze relacje. Zadowoleni klienci są dla nas najlepszą motywacją do dalszej pracy.

2 Godsmark, Jo; Richards, Gwynne: *The Logistics Outsourcing Handbook: A Step-by-Step Guide From Strategy Through to Implementation*, London-New York-New Delhi 2020.

Magdalena Szaroleta

Dyrektor Sprzedaży,
Raben Transport

Już od ponad 8 lat regularnie prowadzimy w Raben Transport kwartalne badanie NPS „Net Promotor Score", w którym pytamy naszych klientów o poziom zadowolenia z naszych usług. Szczególnie wnikliwie badamy opinię klientów w zakresie obszarów do rozwoju i obszarów, które klienci cenią najbardziej. Cały proces jest bardzo sprawny – krótka ankieta online, dwa pytania dodatkowe, następnie analiza w ciągu 3 dni. Następnie lider zespołu kontaktuje się z klientem w celu zaproponowania i uzgodnienia działań, które mają poprawić lub wzmocnić współpracę.

Kilka przykładów odpowiedzi przysłanych przez klientów to: „Sprawny kontakt, rzetelna obsługa, poziom obsługi i komunikacji", „Bardzo dobry kontakt z opiekunem i elastyczność działań", „Bardzo dobry kontakt z opiekunem i elastyczność działań", czy „Terminowość podstawień oraz dostaw. Dobry kontakt z opiekunem, pomoc w kryzysowych sytuacjach".

Wyniki zarówno naszego badania wewnętrznego z 2022r., jak i badania „Operator Logistyczny Roku" świadczą o wysokim zadowoleniu i satysfakcji naszych klientów, a przyznane wyróżnienie dla „Najbardziej Konkurencyjnej Firmy Transportowej" jest wzmocnieniem tej opinii. To dla nas potwierdzenie, że klienci czują się ważni, widziani i profesjonalnie obsługiwani. Wysoka jakość obsługi klienta to nasz priorytet. W DNA Raben Transport zakodowane mamy takie wartości jak: wiarygodność, uczciwość, szczerość, szacunek i proaktywność. Zgodnie z nimi komunikujemy się i działamy. Czujemy też, że klienci doceniają proponowane przez nas rozwiązania, które nie zawsze są oczywiste, jednak wpływają na rozwój, optymalizację procesu lub redukcję kosztów. To nam daje satysfakcję i przyjemność z pracy! Jednym zdaniem podsumowując - jesteśmy blisko klientów w otwartej i proaktywnej relacji.

To czego klienci oczekują od nas w zakresie procesów podwyżkowych to rzetelne przygotowanie danych, argumentacja oparta na wewnętrznych analizach cost breakdown oraz na zewnętrznych czynnikach, które udokumentowane są raportami oraz danymi opublikowanymi w wiarygodnych źródłach np. na stronach rządowych czy zweryfikowanych instytucjach.

operacje, w drugim bardziej zdaje się na wiedzę i umiejętności partnera logistycznego, godząc się na dodatkowy koszt z tego tytułu. Zdecydowanie bardziej popularna jest ta pierwsza opcja, szczególnie wśród klientów firm specjalizujących się w transporcie i spedycji drogowej – aż co trzeci szuka lepszych możliwości przesyłowych. Ten wskaźnik utrzymuje się w tej grupie na tym samym poziomie trzeci rok z rzędu, w przypadku pozostałych firm logistycznych – znacznie się obniżył. Wyniki naszego badania pokazują, że w początkowej fazie pandemii klienci w rzeczywistości raczej ograniczali niż zwiększali liczbę zleceniobiorców, ale było to zjawisko krótkotrwałe, zaznaczyła się tendencja odwrotna (teraz na powrót jedenaście firm logistycznych obsługuje przeciętnego klienta, gdy przed dwoma laty tylko osiem). Nie jest wszakże powiedziane, że w razie zaostrzenia się kryzysu gospodarczego w wyniku rozszerzenia konfliktu zbrojnego, to ta druga strategia nie okaże się jednak dominująca.

Zarządzanie pulą dostępnych partnerów logistycznych to także kwestia uzyskania dostępu do nowych technologii, umożliwiając integrację rozwiązań technologicznych w łańcuchu dostaw. To właśnie partnerzy logistyczni, choć najczęściej przy udziale zleceniodawców, mają dokonać integracji systemów. Stopień zaawansowania w tym względzie w ciągu ostatniego roku obniżył się we wszystkich sektorach logistyki. Najbardziej zmalało oczekiwanie, że partnerzy logistyczni dostarczą własne rozwiązania, spadło także przekonanie, że integracja zostanie przeprowadzona samodzielnie przez klientów i przekazana firmom logistycznym do użytkowania. Znacznie natomiast wzrosło (najbardziej w przypadku klientów firm kurierskich i firm z sektora Contract Logistics), że integracja rozwiązań technologicznych dokona się wspólnymi siłami, co jest przejawem realizmu. Plany dalszej integracji rozwiązań technologicznych ma nadal znaczna część badanych firm. Wynik badania satysfakcji klientów firm logistycznych pokazuje zatem wyraźną wolę zmiany strategii organizacji dostaw, poczynając od geograficznego zróżnicowania źródeł zaopatrzenia, przez zmianę liczby partnerów logistycznych, po przekazanie operacji logistycznych całkowicie na zewnątrz tych przedsiębiorstw, w ramach outsourcingu.

Czy zmiany te będą jedynie krótkotrwałe i znikną po opanowaniu kryzysu cywilizacyjnego wywołanego pandemią COVID-19 oraz wybuchem prawdziwej gorącej wojny tuż za naszą granicą? Analiza ograniczeń związanych z pandemią wśród klientów firm logistycznych wskazuje, że ich wpływ jest w trzecim roku ciągle silnie odczuwalny przez znaczną część klientów, mimo że dla zwykłego człowieka gospodarcze skutki tego zjawiska nie są już zauważalne. Nie ma przy tym znaczenia, że obecnie odsetek tych klientów, dla których rozwój sytuacji okazał się „generalnie korzystny", po raz pierwszy jest wyższy od odsetka tych, dla których rozwój sytuacji okazał się „generalnie niekorzystny" (28,2% do 27,5%).

Ocena sytuacji jest zróżnicowana, zależąc od typu prowadzonej działalności i sposobu organizacji dostaw. Wpływ ograniczeń związanych z pandemią utrwalił się wśród klientów różnych typów firm logistycznych, klientów mających odmienne potrzeby w zakresie organizacji dostaw i różne kanały zbytu towarów. O ile znaczna część klientów niektórych grup firm (np. świadczących usługi ekspresowe i kurierskie) nie odczuwa poważnych dolegliwości związanych z pandemią, nie mówiąc już o spadku zamówień, to dla wielu spośród innych grup (np. dużych klientów firm świadczących usługi spedycji morskiej i lotniczej) realizacja dostaw jest ciągle dużo trudniejsza niż przed pandemią. Oceniają one swoją sytuację gorzej niż pozostali klienci tego rodzaju usług logistycznych, szczególnie firmy małe (do 50 pracowników), co łatwo odnieść do skali problemów z organizacją dostaw. Ważna linia podziału przebiega także pomiędzy sektorem handlu a sektorem produkcji. Wiele organizacji handlowych poprawiło swoją sytuację szczególnie w pierwszym okresie pandemii, w przypadku przedstawicieli przemysłu taka sytuacja jest rzadsza.

Wysoki poziom optymizmu przedstawicieli firm logistycznych pozostawał niezmącony dzięki utrzymującemu się przez długie miesiące od ubiegłego roku olbrzymiemu wzrostowi zamówień. Sądzimy, że dopiero tak naprawdę znajomość szacunkowych danych odnośnie sprzedaży w ostatnim kwartale tego roku, wskazujących na wyraźny spadek tempa wzrostu we wszystkich sektorach rynku, dokonały przeszacowania prognozy przyszłych przychodów (dane z października, badanie ciągłe Barometr, 2010-2022). Nie licząc sektora spedycji morskiej i lotniczej, gdzie w trakcie bieżącego roku dokonuje się stopniowe urealnianie stawek wyśrubowanych w okresie niedoboru środków transportu i co za tym idzie gwałtowne obniżenie przychodów, najbardziej wyraźny spadek tempa wzrostu zaznaczył się w grupie firm wyspecjalizowanych w logistyce kontraktowej (dynamika sprzedaży w kolejnych kwartałach wyniosła odpowiednio 28,9%, 22,3%, 20,8% i 8,7%). Nikt już (za wyjątkiem przedstawicieli sektora usług ekspresowych i kurierskich) nie liczy na to, że w przyszłym roku uda się utrzymać tegoroczne imponujące wyniki. Będzie to jednak ciągle, nie licząc firm spedycji morskiej i lotniczej, które prognozują dwucyfrowy spadek sprzedaży), wzrost przychodów o kilkanaście procent. Można mieć nadzieję, że prognozy przychodów zostały wyrażone przez uczestników sondażu w cenach stałych, gdyż inaczej okaże się, że na skutek inflacji realnie zarobią mniej a nie więcej niż w tym roku. Jeśli chodzi o sektor spedycji morskiej i lotniczej, to należy pamiętać, że obroty w porównaniu z okresem sprzed pandemii– mimo obecnej korekty – zwiększyły się bardziej (1,5 raza) niż w pozostałych sektorach.

Marta Piechel

Dyrektor Zarządzająca Expeditors Polska & Litwa, Członek Zarządu

Przewrotnie można by rzec, iż ostanie kilka lat przyzwyczaiło konsumentów do podwyżek cen, zatem nie powinny one już nikogo dziwić. Doświadczaliśmy miesięcy, kiedy podaż miejsca na statku, kontenerów morskich czy dostępności aut była tak niska, że klienci cieszyli się, kiedy w ogóle mieli szanse dokonać eksportu / importu. Czy to oznacza, że w tak komfortowych warunkach rynkowych poziom obsługi kontrahentów mógł zejść na dalszy plan? Bynajmniej! Byliśmy i jesteśmy w Expeditors w 100% świadomi, że to właśnie w takich sytuacjach najważniejsze jest dbanie o przekazywane informacje. Informacje sprawdzone, aktualne, a przede wszystkim na czas. My ogromnie dbaliśmy o zrozumienie bieżącej sytuacji na rynku TSL przez naszych klientów, co było podstawą do merytorycznej rozmowy o zmianie kosztów. W odstępach 7-14 dni nasi klienci mieli okazję poprzez zróżnicowane kanały komunikacyjne (newslettery, webinary, indywidualne sesje „Aktualizacja Rynku", etc.) usłyszeć najnowsze fakty przekazywane przez naszych ekspertów.

Model sprzedaży i rozwoju Expeditors od lat nie opiera się o oferowanie tylko i wyłącznie najniższej ceny, a o wartościową, długoterminową i partnerską relację. Nasi klienci zazwyczaj znają osobiście pracowników, którzy odpowiedzialni są za obsługę ich przesyłek i cenią sobie kontakty bezpośrednie, w przeciwieństwie do scentralizowanych biur obsługi klienta – modelu, który nierzadko występuje już w naszej branży. Niezwykle cieszy rezultat oceny naszej obsługi, zwłaszcza, że poddaliśmy się ocenie klientów po ponad 2 latach nieprzerwanych turbulencji w gospodarce i branży TSL.

PODSUMOWANIE WYNIKÓW BADANIA SATYSFAKCJI KLIENTÓW

Cykliczne badanie satysfakcji klientów Operator Logistyczny Roku zostało przeprowadzone w zwykłym terminie: koniec maja – początek lipca, co podkreślamy, bo w poprzednich dwóch latach zostało zrealizowane w nadzwyczajnym trybie pomiędzy kolejnymi falami pandemii COVID-19, od lipca do końca września. Ówcześnie warunki nie były sprzyjające, nie było pewności, że prace terenowe uda się zakończyć. Wystarczy powiedzieć, że pomiar satysfakcji klientów w obydwu przypadkach został wykonany, ale publiczne ogłoszenie wyników pierwszego z nich z powodu sytuacji sanitarnej musieliśmy ostatecznie odwołać. Wymuszone okolicznościami przeprowadzanie wywiadów ankietowych w trakcie wakacji okazało się wtedy możliwe ze względu na ograniczenia w poruszaniu się poza miejscem zamieszkania, obecnie wszelkie próby zrealizowania wywiadów ankietowych w wakacje bądź w dni bliskie okresom świątecznym były skazane na niepowodzenie, gdyż wszyscy gremialnie wyjeżdżali, próbując nadrobić utracone w okresie pandemii przyjemności.

Udział w programie badawczym Operator Logistyczny Roku jest otwarty, ograniczony jedynie aspiracjami uczestników do zajmowania najwyższych miejsc w rankingu tworzonym w wyniku badania. Przyjęcie za cel zmierzenia pozycji rynkowej firm logistycznych jest w istocie rzeczy bardzo restrykcyjne i sprzyja wyłanianiu firm aspirujących do miana liderów w swoich specjalizacjach rynkowych (transport i spedycja drogowa, spedycja lotnicza i morska, usługi ekspresowe i kurierskie, logistyka kontraktowa, logistyka określonych towarów lub kanałów zbytu towarów), ale oczywiście tylko takich, które ogłaszanemu publicznie osądowi klientów chcą się poddać. Liczba takich firm jest oczywiście ograniczona, nie można więc oczekiwać, że liczba uczestników będzie rosła w sposób nieograniczony, a tym bardziej czynić z tego zarzut. W tak wyselekcjonowanym gronie siłą rzeczy liczebnie przeważa grupa kilkudziesięciu największych w kraju przedsiębiorstw, które odpowiadają za olbrzymią część obrotu rynku usług logistycznych w Polsce. Przeciwwagę stanowi grupa szybko rozwijających się mniejszych firm, stawiających sobie najbardziej ambitne cele.

Przez odniesienie ocen jakości obsługi do potrzeb i oczekiwań klientów, oraz do postrzegania przez nich całego otoczenia konkurencyjnego, program badawczy pozwala uczestnikowi zmierzyć pozycję rynkową. Co więcej, poddanie się niezależnemu badaniu daje szansę uzyskania rekomendacji jakości świadczonych usług jako najlepszych na rynku. W tym celu sporządzany jest generalny ranking firm, który w sposób skondensowany przedstawia sumę opinii klientów na temat danej firmy w kontekście ocen uzyskanych przez inne, często bezpośrednio konkurujące, firmy. To podejście obrazuje pomiar pozycji rynkowej badanych firm, ich klienci nie tylko mają możliwość dokonania oceny znaczenia każdego istotnego aspektu obsługi, ale także mają wolny wybór wskazania, która firma najlepiej spełnia ich oczekiwania.

Ten program badawczy zakłada z jednej strony trwałość badanej próby firm, z drugiej wymusza jej zmienność. Im więcej nazw firm powtarza się na listach uczestników kolejnych badań, tym lepiej dla porównywalności wyników. I rzeczywiście udało się przyciągnąć do idei badania liczną grupę stałych partnerów, którzy zaświadczają, że badanie jest przeprowadzone rzetelnie a uzyskane wyniki są wiarygodne. Lista notowanych w rankingu firm zmienia się jednak w sposób nieuchronny, pozostała już tylko jedna firma (Raben Logistics Polska), która bierze udział w badaniu bez przerwy od samego początku. Trzeba zarazem nadmienić, że wielu z obecnych naszych partnerów ma równie długą historię uczestnictwa w badaniu czy to w niezmienionej formie organizacyjnej i tej samej nazwie, jak FM Logistic, Fresh Logistics, General Logistics Systems Poland i Spedimex, czy w wyniku przekształceń pod innymi już markami, jak DIERA (dawniej Frans Maas/Promexim) czy DSV Air & Sea (Panalpina, UTi Poland, Cargoforte, DFDS Transport, Frans Maas). Wszystko to potwierdza istnienie naturalnej selekcji kandydatur do zajmowania

Maciej Przywrzej

Prezes Zarządu, IFB International Freightbridge Poland

W dobie wysokiej konkurencyjności na rynku usług logistycznych, nieustannie zadajemy sobie pytanie. Kim jest klient i jakie są jego potrzeby. Oczywiście nie ma jednej prawidłowej odpowiedzi. Niezmienne jest natomiast to, że naszymi klientami są ludzie, którzy oczekują partnerskiego traktowania oraz kontrahenta posiadającego dobre rozpoznanie rynku i specjalistyczną wiedzę. Jeżeli klient otrzymuje wsparcie, wiedzę i poczucie bezpieczeństwa, to stawka za transport między zbliżonymi ofertami, przestaje mieć pierwszorzędne znaczenie. Niemniej, wszyscy zdajemy sobie sprawę z faktu, że przedsiębiorstwa istnieją po to, aby zarabiać i muszą twardo stąpać po ziemi, jeśli chcą przetrwać. Dlatego zawsze rozmawiamy z naszymi kontrahentami, wsłuchujemy się w ich sytuację i analizujemy informacje jakie od nich otrzymujemy. Ostatnie lata pokazały, że duża zmienność i niepewność rynku to większe ryzyko. Jednocześnie jednak, to właśnie ta zmienność niesie ze sobą także dużo większą elastyczność i możliwości. Jeżeli tylko jesteśmy w stanie poświęcić czas, wykorzystać kontakty i wyjść poza wyuczone schematy, to jakościowa współpraca z klientem jest możliwa pomimo podwyżek i zmiennych stawek.

O naszym podejściu do współpracy z klientami świadczy również fakt, że trzeci rok z rzędu w badaniu Operator Logistyczny Roku 2022, otrzymaliśmy tytuł Lidera Logistyki w kategorii „Najwyższej jakości usług spedycyjnych o indywidualnym charakterze". Natomiast w klasyfikacji generalnej zajęliśmy 4 miejsce. Nie było by to możliwe, gdyby nie nasi klienci, którzy są zadowoleni z jakości świadczonych przez nas usług i z tego miejsca chciałbym im podziękować za dotychczasową współpracę.

Pomimo trudnego rynku jesteśmy dumni, że nasza firma kolejny już rok wspiera Reprezentację Polski w AMP Futbolu wraz ich szkółką piłkarską „Futbolowa Banda Warszawa" dla dzieci z różnymi rodzajami niepełnosprawności. AMP Futbol to niezwykła drużyna piłkarska złożona z osób po amputacjach, odnosząca międzynarodowe sukcesy, która pokazuje, że ograniczenia istnieją jedynie w naszych głowach. Z dumą, od przeszło 4 lat jesteśmy częścią ampfutbolowej rodziny. Takie podejście doceniane jest przez naszych partnerów, którzy pośrednio przyczyniają się do realizowanych przez nas działań.

Anna Krzyśko-Vaskovič

Prezes Zarządu, Komplementariusz, Northgate Logistics

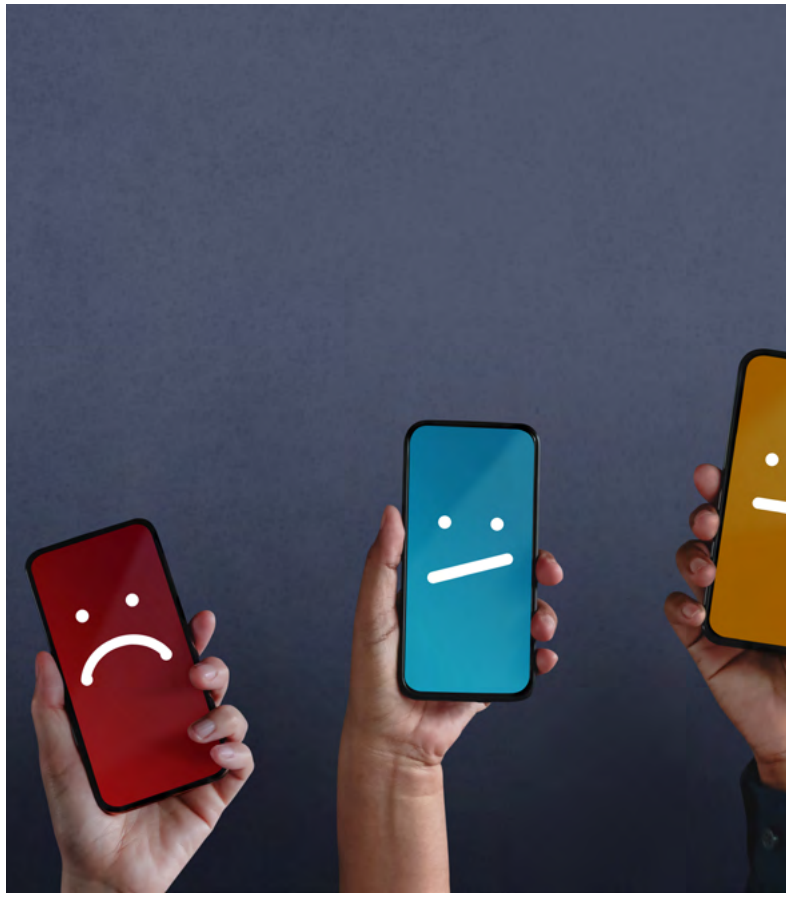
Dla Northgate Logistics 2021 r. okazał się rekordowy pod względem sprzedaży. Również rok 2022 przyniesie wzrost sprzedaży o 33%. Pomimo pandemii i trwających obostrzeń nasza firma odnotowała zaplanowane wzrosty przewożonego wolumenu. Satysfakcja klientów pozwala nam rozwijać się i odważnie spoglądać w przyszłość. Jedynym zaskoczeniem było to, co przyniosły pierwsze miesiące bieżącego roku. Po pandemicznych obostrzeniach stanęliśmy w obliczu toczącej się po sąsiedzku wojny i szalejących cen surowców. Wprowadzona lata temu strategia dywersyfikacji siły sprawdza się w obecnej sytuacji. Dzisiejszy chaos to środowisko dla naszej firmy naturalne. Posiadamy zróżnicowany asortyment usług, dzięki czemu zmniejszamy do minimum ryzyko w prowadzeniu działalności. Zainteresowanie naszymi usługami jest coraz większe a gwarancja wykonania bezpiecznej usługi jest odpowiedzią na potrzeby rynku. Partnerzy dzisiaj poszukują firm dużych i bezpiecznych, mogących zagwarantować utrzymanie stabilnej ceny za transport na odpowiednim poziomie.

Jeszcze na początku bieżącego roku w obliczu rosnącego zaufania klientów do naszych usług planowaliśmy dalszy rozwój i dzisiaj osiągamy założone cele. Opracowujemy również nowe strategie rozwoju pozwalające dostarczać naszym klientom oczekiwane usługi. Pomimo trudności ze zdobyciem dofinansowania zaplanowane inwestycje są realizowane a nasi pracownicy przygotowani na nieprzewidywalną gospodarkę.

Aby nie przenosić ciężaru kosztów na naszych wieloletnich klientów marżowość naszych usług spada. Nasza firma podnoszenie cen uważa za ostateczność i bardzo niechętnie korygujemy wysokość frachtów. Zdajemy sobie sprawę, że ingerencja w wysokość stawek transportowych w trwającym roku to cios dla naszych klientów. Zakontraktowane przez nich umowy handlowe nie pozwalają na swobodne korekty cen przewozu, gdyż nie są tak elastyczne, by uwzględniały nieprzewidywalne zewnętrzne czynniki gospodarcze. Nasze usługi świadczymy więc z uwzględnieniem ich bieżących możliwości finansowych. Taki model działania sprawdza się we współpracy już od lat i nie zamierzamy go zmienić. To właśnie nasi konkurenci, pracujący w systemie kontraktowym, muszą uczyć się działać w nieprzewidywalnym środowisku. Dla nas to codzienność i ten model pracy stanowi naszą przewagę.

najwyższych pozycji w danych sektorach rynku. Liczba i skład uczestników odzwierciedlają panujące na rynku nastroje, gdy generalnie są lepsze, liczba pretendentów rośnie; gdy z kolei w danym sektorze usług sytuacja jest gorsza niż w innych, to udział reprezentantów tego sektora maleje. Jeśli wysokość frekwencji ma zatem ścisły związek z koniunkturą rynkową, to także z cyklicznością faz koniunktury. W bieżącym roku do badania przystąpiło ostatecznie 37 firm, o wiele więcej niż w dwóch poprzednich naznaczonych pandemią latach (odpowiednio 29 i 28 uczestników), więcej także niż przeciętnie w tym badaniu (33 uczestników).

Decydujące znaczenie dla powodzenia programu ma zainteresowanie uczestnictwem zupełnie nowych firm, przypuszczalnie takich, których kierownictwo uznało, że właśnie osiągnęły taki poziom rozwoju, że mogą bez obaw zmierzyć się z czołówką. Utrzymuje się niezmiennie od momentu rozpoczęcia badania, choć oczywiście z różnym nasileniem. Nabór ten pozwala uzupełnić ubytki spowodowane naturalnym procesem rezygnacji z udziału w badaniu tych firm, które nie osiągnęły zadawalających dla siebie rezultatów. W tegorocznym badaniu zadebiutowało aż pięć takich firm: Expeditors Polska, FF Fracht, LSP Group, OEX E-Business i Rhenus Freight Logistics, reprezentujących różne sektory logistyki, zarówno zagraniczny, jak i rodzimy kapitał, działających od lat, jak i przedsiębiorstw założonych stosunkowo niedawno. Równie znaczący jest udział w badaniu firm, które w programie debiutowały wcze-



śniej, ale ostatnio do rywalizacji w badaniu satysfakcji klientów nie przystępowały (CAT LC Polska, DHL Parcel, DHL Supply Chain, Hegelmann Transporte, ID Logistics Polska i Raben Transport). Stabilizacyjny wpływ na frekwencję ma także ponowny udział reprezentujących tego samego korporacyjnego właściciela różnych dywizji międzynarodowych marek (w tym roku są to przedstawiciele grup DHL i Raben) jako osobnych uczestników.

Zmiany sytuacji rynkowej (relacja popytu do podaży, poziom konkurencji, wyspecjalizowanie w usługach) znajdują odzwierciedlenie w zmianach preferencji klientów, które są przedmiotem naszego badania. Warto przypomnieć, że zachodzi w tym względzie niezmienna sekwencja zdarzeń. W sytuacji niewydolności strony podażowej na rynku usług logistycznych, wywołanej rosnącym popytem, występuje wzrost zainteresowania klientów krytycznymi elementami w obsłudze logistycznej. Rosną wtedy obawy dotyczące realizacji dostaw. Klienci są skłonni przyznać większe niż normalnie znaczenie właściwie wszystkim branym w badaniu pod uwagę cechom realizacji dostaw (szybkość, terminowość, kompletność, bezbłędność). Kwestia ceny, o ile tylko odpowiada ona zakładanej jakości obsługi dostaw, schodzi jednak na drugi plan. Natomiast w razie odwrócenia relacji, osłabienia popytu aż do wystąpienia nadpodaży usług logistycznych, znaczenie przypisywane jakości obsługi dostaw generalnie ulega obniżeniu. Wtedy znaczenie ceny usług w relacji do jakości w stosunku do

Radosław Lemieszek

Dyrektor Zarządzający Maszoński Logistic

Kilkukrotne podwyżki cen usług transportowych negatywnie wpłynęły na relacje, które przez wiele lat budowaliśmy z klientami. Aby zrównoważyć brak stabilności cenowej musieliśmy jeszcze bardziej skupić się na jakości usługi. Starając się utrzymać wysoki poziom satysfakcji klientów pracujemy jeszcze ciężej, poświęcając więcej zasobów po stronie zarówno personalnej, jak i finansowej. To co postrzegaliśmy za jakość jeszcze dwa, trzy lata temu jest już zdewaluowane. Klienci wymagają więcej. Oczekują pełnego zrozumienia ich procesu i wzięcia większej odpowiedzialności za satysfakcję ich klienta końcowego.

Na pierwszym miejscu stawiamy na zautomatyzowanie procesu. Dzięki platformie dedykowanej klientom myM do zarządzania operacjami logistycznymi oraz nowo powstałej platformie do sprzedaży zleceń Mtrace, zyskaliśmy większa kontrolę nad wykonaniem usług transportowych, a co za tym idzie większą niezawodność. Dygitalizujemy materiały szkoleniowe, aby były dostępne o każdej porze, w każdym miejscu. Agregujemy dane, dzięki czemu pozyskujemy dane dotyczące np.: spóźnień. Powyższe rozwiązania minimalizują ryzyko wystąpienia błędu, zwiększają przejrzystość współpracy oraz zaufanie.

Szkolimy kierowców i na bieżąco analizujemy jakość naszej pracy. Nasz dział szkoleń liczy obecnie 4 specjalistów. Dwóch z nich przez ponad 15 lat pracowało w naszej firmie jako kierowcy. Każdorazowo nową współpracę rozpoczynamy od wizyty trenera, który spisuje wszystkie wymagania klienta i jest obecny przy pierwszych załadunkach. Do bardziej złożonych projektów dedykujemy szkoleniowca, który jest odpowiedzialny za poprawne wykonanie usługi przez cały okres trwania projektu. Co kwartał wysyłamy do klientów ankietę NPS i analizujemy jak nasze starania wpływają na ich ocenę.

Oczywiście cały czas stawiamy na relacje. Spotykamy się i rozmawiamy z klientami. Mając do dyspozycji wszystkie powyższe narzędzia, pokazujemy że jesteśmy wiarygodnym i stabilnym partnerem logistycznym.

Małgorzata Markowska

Promotion & Communication Manager,
General Logistics Systems Poland

W GLS Poland skupiamy się przede wszystkim na potrzebach klientów i to zawsze ich stawiamy w centrum naszych działań. Dzięki temu, w takich badaniach, jak choćby Operator Logistyczny Roku 2022, klienci doceniają nas za wysoką jakość i zwracają uwagę przede wszystkim na takie aspekty jak terminowość czy kompletność dostaw. Nie bez znaczenia jest również odpowiedni standard obsługi – od konsultanta aż po kuriera. Ocena ta odnosi się do usług kurierskich GLS, których poziom, według klientów, jest na bardzo satysfakcjonującym poziomie.

To właśnie ich zaufanie do tej wysokiej jakości GLS buduje naszą pozycję na rynku. Cieszymy się również lojalnością kluczowych partnerów, zwłaszcza, że wskaźnik NPS w ostatnich latach przekracza 75%. Nasza strategia ukierunkowana na zapewnienie przede wszystkim wysokiego standardu usług sprawdza się – widać bowiem, że zarówno dla nadawców, jak i odbiorców liczy się finalnie przede wszystkim wartość, a nie tylko cena. Tu oczywiście nie pozostajemy obojętni na sytuację rynkową, która wpływa na naszą działalność. Staramy się reagować odpowiednio do zaistniałych warunków, a ofertę dopasować do zmieniających się oczekiwań i potrzeb klientów. Cechuje nas elastyczność, która sprawdza się w obecnej sytuacji gospodarczej i rynkach zdominowanych przez e-commerce.

innych cech standardu obsługi rośnie, gdyż klienci są zmuszeni do szukania oszczędności.

Cykliczna zmiana preferencji wywiera określony wpływ na ewaluację. Krytyczne w danym momencie elementy obsługi logistycznej, najczęściej realizacja dostaw bądź cena, podlegają nadzwyczaj ostrej ocenie. Często dochodzi do efektu rozwarcia się nożyc, rosną oczekiwania a maleje subiektywna ocena tych elementów obsługi, mimo że standard obsługi zasadniczo się nie zmienił (np. nie podniesiono stawek za usługi). Budzi to czasami konsternację menedżerów badanych firm logistycznych, którzy uważają, że skoro w danym okresie mierzalny wynik obiektywnych wskaźników (np. odsetek niedostarczonych przesyłek) nie uległ zmianie, to ocena klientów „nie powinna" się pogorszyć. Proponujemy jednak przyjąć, że „klient ma zawsze rację", uznając dla przykładu, że stawki konkurencyjnych firm mogą być jednak niższe bądź bardziej odpowiednie w stosunku do jakości usługi itd. Zgodzimy się natomiast na pewno co do tego, że o wyjątkowo silnej pozycji rynkowej danej firmy świadczy, gdy wartość obu wskaźników w opisanej sytuacji równomiernie się powiększa (nożyce się zwierają).

W szczycie koniunktury wymogi dotyczące nie tylko jakości realizacji dostaw, ale i kosztów obsługi wydają się jednak słabnąć, sądząc po spadku przypisywanego tym cechom znaczenia. Liczy się zapewnienie ciągłości i sprawności dostaw. Jeśli pogłębia się nierównowaga pomiędzy popytem a podażą, to klienci bynajmniej nie oczekują przecież dalszego śrubowania ani norm jakościowych, ani tym bardziej kosztów, lecz szybkiej odbudowy potencjału wykonawczego, innowacyjności i kompleksowej oferty obsługi. Zdając sobie sprawę ze zmniejszającej się podaży usług logistycznych (np. z powodu braku kierowców), klienci poszukują w takiej sytuacji operatorów usług logistycznych, którzy potrafią zareagować na szybko zmieniające się zapotrzebowanie. Dało się zaobserwować, że mniejsze firmy (uczestnicy badania) nie były w stanie zagwarantować lepszych warunków dostaw niż potentaci, co w normalnych warunkach im się udawało (wyższe noty za realizację przyjętych norm logistycznych), a tylko dzięki temu przecież skutecznie rywalizowały na rynku.

W okresach spadku popytu lub niepewności co do utrzymania tempa wzrostu popytu (2009, 2013, 2019-2021) zadowolenie klientów z jakości obsługi wyraźnie się podnosi. Zaznacza się też wtedy wzrost pozycji rynkowej ogółu badanych firm, mierzony poziomem zaufania klientów uważających swoich partnerów logistycznych za najlepsze firmy na rynku (indeks zadowolenia uwzględnia 15 najważniejszych kryteriów wyboru). Rośnie też lojalność w stosunku do operatora, bo nie ma powodu do jego zmiany. W tej grze popytu i podaży ogromne znaczenie odgrywa potencjał wykonawczy firm logistycznych, deficyt bądź nadmiar mocy przerobowych.

Każdy gwałtowny wzrost zapotrzebowania, taki jaki odnotowujemy w ostatnim czasie, przynosi jednak zwykle spadek zadowolenia z jakości obsługi (indeks zadowolenia z realizacji norm logistycznych z poziomu 78,1% obniżył się do 73,5%). Podobną sytuację mieliśmy w 2018 r., kiedy indeks zadowolenia z realizacji norm logistycznych z poziomu 77,9% obniżył się do 72,7%. Łatwo to wytłumaczyć, bo norm realizacji dostaw przy zwiększonym popycie trudniej dotrzymać i odwrotnie, kiedy spadek zapotrzebowania przynosi wzrost zadowolenia z obsługi, bo norm łatwiej dotrzymać. Spada lojalność w stosunku do operatora, bo z powodu jego niepowodzeń w dotrzymaniu zobowiązań zaczynamy szukać alternatywy. Można by się zatem spodziewać, że zgodnie z powyższą regułą spadnie też zaufanie do

wykonawcy obsługi logistycznej jako najlepszej na rynku. Rzecz jednak w tym, że obecnie klientom nie udaje się znaleźć alternatywnych wykonawców (w 2022 r. tylko 10,2% klientów nie umiało wskazać operatora logistycznego odpowiadającego wymaganiom, podczas gdy jeszcze rok wcześniej takich firm, które najprawdopodobniej w ogóle nie szukały/nie potrzebowały takiego operatora było 21,1%). Pozostało im oprzeć swoje nadzieje na dotychczasowym operatorze. W efekcie, poziom zaufania do dotychczasowych wykonawców usług logistycznych podniósł się do rekordowego poziomu 72,8%. Klienci w okresie tak niepewnym jak obecny skupiają się wokół operatora obsługi logistycznej („efekt flagi"), ale wzajemna komunikacja kuleje, zarówno ta bezpośrednia (wsparcie konsultanta), jak i za pomocą oprzyrządowania informatycznego. Wskutek braku porozumiewania się nie udaje się wzmocnić więzów lojalności.

Znaczenie przypisywane jakości realizacji dostaw w latach 2020-2021 wzrastało, co oznaczało brak zaufania do wykonawców usług. Obecnie znaczenie to spadło a poziom zaufania znacznie się podniósł. W obu przypadkach chodzi nie o skutecznie wynegocjowanie jak najniższych cen i ustalenie wyśrubowanych norm wykonania usług, lecz o podtrzymanie relacji, o współpracę z wiarygodnym partnerem. Gra idzie o zmianę w zakresie zarządzania informacją, o szybsze wprowadzanie nowych rozwiązań organizacyjnych i technologicznych, ofertę bardziej kompleksowej obsługi, wreszcie poszerzenia geograficznego zakresu usług.

Deregulacja rynku w skrajnych sytuacjach, z nagromadzeniem których w krótkich odcinkach czasu mieliśmy do czynienia ostatnio, wydaje się przebiegać podobnie. Aby zapewnić ciągłość dostaw, jesteśmy w stanie zaakceptować gorszą jakość obsługi a przede wszystkim wyższe stawki, tak jak to się dzieje obecnie. W dobie pandemii ze względu na kruchość łańcuchów dostaw ogromnie zyskali liderzy dostaw o szerokim geograficznie zasięgu oraz kompleksowej obsługi dostaw. Obecnie jednak zaznaczył się generalny spadek wymagań, w tym odnośnie informatyzacji i innowacyjności, które ogromnie zyskiwały na znaczeniu w porównaniu z okresem sprzed pandemii. Najwyżej generalnie oceniane firmy to już nie takie, które w latach 2020-2021 wyróżniały się posiadaniem cech obsługi dostaw odnoszących się bardziej do umiejętności zarządzania procesem logistycznym (informatyzacja, komunikacja) i oferowanych warunków obsługi dostaw (zasięg geograficzny) niż bezpośrednio do jakości realizacji dostaw (terminowość). Obecni liderzy rankingu Operator Logistyczny Roku to firmy, które są w stanie sprostać ogromnemu wzrostowi oraz zmienności popytu na usługi, zapewniając odpowiednią jakość realizacji dostaw. Czołówka firm logistycznych koncentruje się na organizacji obsługi dostaw: krajowych i międzynarodowych, obsłudze dostaw wybranych grup towarów, zarządzaniu łańcuchem dostaw, obsłudze e-commerce, skalowalności działania. Klienci nie obawiają się raczej, że realizacja dostaw będzie niesprawna a usługi zbyt drogie, gdyż dokonali wyboru liderów jakości obsługi, z całą pewnością nie liderów polityki cenowej.

Krzysztof Czarnecki

Dyrektor Sprzedaży i Rozwoju Logistyki Kontraktowej, Rhenus Logistics S.A.

Aspekt kosztowy i jakościowy to dwa nierozerwalne elementy, które od zawsze spędzają sen z powiek logistykom. Niejednokrotnie można się spotkać ze stwierdzeniem, że niski koszt jednoznacznie wyklucza wysoki poziom świadczonych usług. W skrajnych przypadkach jest to na pewno prawda, natomiast rola operatora polega właśnie na umiejętnym zbalansowaniu tych czynników. Nie da się ukryć, że obecna sytuacja gospodarcza jest sporym wyzwaniem, natomiast trzeba pamiętać, że gwałtowny wzrost kosztów mediów, paliwa czy kosztów zatrudniania, dotyczy wszystkich uczestników rynku i nikt nie jest w stanie tego uniknąć. To na co na pewno mamy wpływ i na co stawia Rhenus, to przede wszystkim partnerskie relacje z naszymi klientami. Zaufanie, świadomość wzajemnej sytuacji biznesowej oraz wspólnego celu to naprawdę podstawowy klucz do sukcesu. Walka z galopującymi kosztami nie jest łatwa, natomiast myśląc o oszczędnościach w pierwszej kolejności zaczynamy od siebie. Szukamy optymalizacji i usprawnień, budujemy świadomość kosztową wśród pracowników, dbamy o postawy proekologiczne, eliminujemy marnotrawstwa i działamy w oparciu o proces ciągłego doskonalenia. Te pozornie proste czynności mogą przynieść naprawdę zadowalające efekty, a odpowiednio zakomunikowane w organizacji mogą stać się świetnym wyznaniem dla pracowników. Dbając o koszty nie można natomiast zapomnieć o jakości. Rhenus jako firma specjalizuje się w obsłudze projektów e-commerce gdzie kluczową role odgrywa pozytywny „customer experience" dlatego wysoki poziom usług logistycznych jest priorytetem. Tu z pomocą przychodzą zaawansowane narzędzia technologiczne. Ostatnie wdrożenia nowego systemu WMS czy rozwiązania technologicznego Celonis wspierającego proces data mining, jednoznacznie pokazują duże możliwości w zakresie optymalizacji procesowej. Dbając o wydajność nie można zapominać również o tańszych i prostszych metodach, gdzie w naszym przypadku jednym z przykładów jest program ciągłego doskonalenia Rheizen, w którym stawiamy na ludzi i rozwój ich kompetencji. Na koniec warto wspomnieć, że obserwując rynek i wyzwania jakie stoją przed logistyką upatrujemy duży potencjał w zaawansowanych rozwiązaniach magazynowych typu multi-user. Strategia bazująca na współdzieleniu zasobów, infrastruktury czy też konsolidacji wybranych procesów to duży potencjał zarówno do optymalizacji kosztowej jak i zwiększonej elastyczności procesowej.

LAUREACI NAGRÓD W BADANIU OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2022

Złote godło

RABEN LOGISTICS POLSKA

Laureat pierwszej nagrody, złotego godła, tegorocznej dwudziestej pierwszej edycji programu Operator Logistyczny Roku Raben Logistics Polska, to jedyna firma notowana we wszystkich edycjach rankingu, pięciokrotna dotąd zwycięzczyni programu: pierwszej jego edycji w 2002, ósmej w 2009, czternastej w 2015, osiemnastej w 2019 i dwudziestej pierwszej w 2022 r. Wyniki te stawiają firmę na równi z inną legendą rynku usług logistycznych w Polsce, nieistniejącą już w wyniku przejęcia marką TNT.

Jeśli zwiększa się prawdopodobieństwo nie wywiązania się z zobowiązań przez dostawcę usług logistycznych, jak to miało miejsce podczas największego kryzysu ekonomicznego w niedawnej przeszłości w roku 2009, jak i obecnie, kiedy na niewygasły jeszcze kryzys wywołany pandemią nakłada się wojna u naszych granic, to rośnie w cenie współpraca z takim niezawodnym operatorem jak Raben. Wraz ze wzrostem niepewności na rynku następuje zauważalny podział wśród operatorów usług logistycznych, mniejszość notuje wzrost ocen wykonania założonych norm usług logistycznych, pozostałe - spadek. Jest to możliwe w okresie wyraźnego rozchwiania relacji biznesowych. Umacnia się także lojalność klientów w stosunku do niektórych tylko operatorów i to – przypuszczalnie – w dużym stopniu właśnie niezależnie od obiektywnej poprawy jakości usług. Bez względu na to, jak wiele firm to zjawisko wzrostu zaufania obejmuje, to nie zachodzi równomiernie, niektóre wręcz bądź nic nie zyskują, bądź tracą czasami wiele z zaufania klientów. Wzrost ten jest w końcu selektywny, mocniej promując jedne firmy niż drugie. Utrwalona mocna pozycja na rynku oraz wyspecjalizowana działalność logistyczna oparta na oferowaniu zintegrowanych usług pozwala czołowym firmom w okresie kryzysu jeszcze bardziej zwiększyć przewagę konkurencyjną.

Jak podkreślił w komentarzu dla Raportu Specjalnego DGC z 2009 r. założyciel firmy Ewald Raben, trafność diagnozy zmieniającej się rzeczywistości zarówno rynkowej, jak i społecznej, oraz szybkość reakcji na wyzwania uzależnione są w istocie od drożności kanałów komunikacji przedsiębiorstwa z otoczeniem. Łatwiej rozumieć potrzeby otoczenia, jeśli nawet duża organizacja zachowuje w tym sensie charakter rodzinny, że traktuje każdego partnera indywidualnie. „Partnerstwo i lojalność charakteryzują ten styl współpracy, która w wielu przypadkach trwa już od lat".

Kryzys nie musi się negatywnie odbić na dostawcach usług logistycznych, bo klienci są gotowi zapłacić za pewność dostaw. Odbiorcy usług logistycznych dostrzegając marketingową funkcję logistyki, kluczowe znaczenie dla powodzenia sprzedaży skłonni są przypisywać pewności realizacji dostaw. Ponieważ operator logistyczny stanowi ostatnie ogniwo w łańcuchu dostaw, to – konkludował w cytowanej wypowiedzi szef grupy Raben – „kluczowy staje się wybór operatora stabilnego zarówno pod względem operacyjnym, jak i finansowym".

W dobie kryzysu gospodarczego uwidoczniły się różnice w umiejętności dostosowania się do zmian. Kluczowe znaczenie dla dalszego zwiększenia penetracji rynku przez firmę Raben i wzmocnienia pozycji rynkowej przez tę firmę wydaje się mieć trwałe dążenie do obsługiwania kluczowych klientów na wyłączność (co piątego z nich!). Miarą powodzenia firmy jest zaufanie, którym firmę obdarzają klienci, zarówno obecni, jak i potencjalni. Wysoka pozycja na rynku ma ścisły związek z efektywnością zarządzania firmą i wynikami czysto finansowymi.

Srebrne godło

NORTHGATE LOGISTICS

Laureat drugiej nagrody, srebrnego godła, tegorocznej dwudziestej pierwszej edycji programu Operator Logistyczny Roku Northgate Logistics, to odkrycie tego badania. Już w roku debiutu przed czterema laty zajęła czwarte miejsce, zostawiając na pobitym polu wielu renomowanych konkurentów. Kolejny start przyniósł awans o jedno miejsce i jedną z trzech głównych nagród. Ubiegły rok to utrzymanie pozycji w ścisłej czołówce (miejsce siódme) i trzecia z rzędu nagroda. Tegoroczne rekordowe osiągnięcie zatem tylko potwierdza wysokie notowania firmy na rynku usług logistycznych. Prawdziwe odkrycie tej założonej w 2012 r. firmy w tym programie nastąpiło już jednak wcześniej. Dzięki rekomendacjom klientów innych firm uzyskała tytuł Perspektywiczna Firma Logistyczna Roku 2016. Rekomendacji od tego rodzaju potencjalnych klientów otrzymuje z każdym rokiem coraz więcej.

Northgate Logistics to znakomicie zorganizowana firma spedycyjna oferująca kompleksowe rozwiązania w zakresie organizacji transportu ładunków. Znajduje się ciągle w fazie dynamicznego rozwoju, dlatego tak istotne jest „tworzenie sieci partnerskiej oraz placówek franczyzowych", co jest innowacją w dziedzinie usług spedycyjnych. Dzięki temu sposobowi wzrostu aktywów i inwestycjom bezpośrednim szybko buduje taki potencjał, aby móc sprostać konkurencji, oraz móc świadczyć kompleksowe usługi w dziedzinie planowania i realizacji przewozu ładunków dla kluczowych podmiotów w polskiej gospodarce. Nic dziwnego, że po osiągnięciu tego celu, nie teraz, ale dopiero „w kolejnych latach jednostka nastawiona jest na maksymalizację zysków".

Podstawą sukcesu tego spedytora jest nadzwyczaj ścisła współpraca z klientami na rzecz doskonalenia jakości obsługi. Stali odbiorcy usług to bez wątpienia największy atut firmy. Ich utrzymanie i pozyskanie nowych klientów o takiej charakterystyce to zasadniczy cel strategii firmy.

Dzięki rygorystycznemu podporządkowaniu się tej strategii możliwe są rewelacyjne wyniki oceny jakości obsługi, zaufania i lojalności klientów. W przypadku firmy logistycznej tej wielkości, wykonującej operacje o tak wysokim poziomie złożoności dla tak wielu klientów, w praktyce nie zdarza się, aby wszyscy (lub prawie wszyscy) wszyscy klienci uznali, że spełnia w całej rozciągłości założone normy wykonania usług logistycznych, terminowości, kompletności i bezbłędności dostaw. Pozycja rynkowa Northgate Logistics opiera się na uznaniu dla doświadczenia i wiarygodności biznesowej, polityki cenowej oraz elastyczności w działaniu. Wszystko to procentuje lojalnością klientów, którzy w znakomitej większości nie pozostają obojętni na relacje z firmą, skłonni bez zastrzeżeń polecić jej usługi innym.

Na obecnym etapie rozwoju firma jest bezkonkurencyjna, ale stają przed nią poważne wyzwania. Nie znajduje konkurentów, pracowicie budując potencjał i kolekcjonując lojalnych klientów. Należy jednak sądzić, że wraz z rozwojem własnych klientów bądź próbami pozyskania największych klientów najpoważniejszych graczy na rynku usług logistycznych będzie im musiała w przyszłości sprostać.

Brązowe godło

FM LOGISTIC

Laureat trzeciej nagrody, brązowego godła, tegorocznej dwudziestej pierwszej edycji programu Operator Logistyczny Roku FM Logistic, to wyspecjalizowana w logistyce kontraktowej firma o największym w kraju potencjale w zakresie wielkopowierzchniowych centrów magazynowych. Uczestniczy w programie od początku, wielokrotnie wyróżniana, do tej pory jedną z trzech głównych nagród zdobyła już sześciokrotnie, pięć lat temu sięgnęła po tytuł najlepszej firmy logistycznej w kraju.

FM Logistic od lat wyznacza kierunek zmian w logistyce kontraktowej w Polsce, do idei podnoszonej przez tę firmę tak czy inaczej muszą się odnieść inni uczestnicy rynku. To ta firma wdrożyła przed laty koncepcję platform multiklienckich i uruchomiła usługę konsolidacji dostaw do centralnych magazynów sieci handlowych. System optymalizacji pozwalał na zwiększenie wypełnienia pojazdów i ich lepsze wykorzystanie w dystrybucji. Od integracji łańcuchów dostaw przedsiębiorstw handlowych i producentów dóbr FMCG pozostał już tylko krok do organizacji dystrybucji do różnych kanałów sprzedaży. Zwieńczeniem koncepcja omnichannel, połączenia kanałów sprzedaży z kanałami komunikacji. Trzeba przyznać, że FM Logistic w najbardziej zaawansowany sposób ze wszystkich badanych firm łączy wymagane w tej strategii narzędzia komunikacji z narzędziami obsługi dostaw. Dysponuje zarazem ocenianą przez klientów jako jedną z najlepszych platformę komunikacyjną do składania zleceń, jak i wysoce konkurencyjnymi narzędziami do zarządzania łańcuchem dostaw klientów, narzędziami obsługi rynku e-commerce w Polsce i za granicą, czy narzędziami obsługi dystrybucji wielokanałowej. Kompleksowość rozwiązań dla łańcucha dostaw wspierających klientów we wdrażaniu ich strategii omnichannel jest imponująca. Zapewnia zarówno sprawną dostawę przesyłek, jak i przepływ informacji wśród osób, które są związane z łańcuchem dostaw. Wszystko to spowodowało, że w dobie niepewności politycznej i gospodarczej zaufanie zarówno kluczowych, jak i potencjalnych klientów do jakości usług firmy jako najlepszej na rynku (wskaźnik pozycji rynkowej) ogromnie wzrosło, osiągając poziom nieosiągalny dla wszystkich innych badanych firm. Ciekawe, że niezwykle wymagający i krytyczni klienci FM Logistic (wielkie korporacje) w kwestiach jakości obsługi, jednocześnie tym razem zgodnie przyznają, że jej usługi nie dadzą się zastąpić przez żadną inną firmę.

Głównym konkurentem firmy jest ciągle Raben Logistics, ale w związku rozwojem międzynarodowych usług transportowych, w tym związanych z rozwojem sieci dystrybucyjnej w Europie Centralnej, także coraz częściej stają się nimi Kuehne+Nagel oraz DSV Road.

RANKING FIRM LOGISTYCZNYCH 2022

I. Zakres i ocena świadczonych usług logistycznych
II. Wypełnianie założonych norm usług logistycznych
III. Ocena narzędzi komunikowania się
IV. Ocena narzędzi obsługi dostaw
V. Pozycja rynkowa (ocena szczegółów standardu obsługi jako najlepszego na rynku przez kluczowych klientów danej firmy)
VI. Pozycja rynkowa (ocena szczegółów standardu obsługi jako najlepszego na rynku przez klientów wszystkich firm)
VII. Lojalność kluczowych klientów
VIII. Lider rynku (w generalnej ocenie kluczowych klientów danej firmy)
IX. Najbardziej konkurencyjna firma (w generalnej ocenie klientów wszystkich firm)

2020	2021	2022		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX
5	2	**1**	**Raben Logistics Polska**	5	9	9	10	5	1	4	4	2
3	7	**2**	**Northgate Logistics**	17	3	2	1	6	14	3	2	12
4	8	**3**	**FM Logistic**	7	31	4	6	1	2	18	8	3
7	10	**4**	**IFB International Freightbridge (Poland)**	9	10	13	4	8	8	9	6	17
8	5	**4**	**VGL Solid Group**	3	11	28	13	7	5	7	5	5
-	-	**6**	**DHL Supply Chain**	4	35	1	2	29	12	1	1	1
11	1	**7**	**General Logistics Systems Poland**	6	8	6	22	9	7	11	7	13
6	6	**8**	**DIERA**	22	1	11	9	2	3	6	13	23
-	-	**9**	**OEX E-Business**	1	23	8	6	3	9	18	15	26
13	13	**10**	**EV Cargo Global Forwarding**	13	14	4	3	11	11	13	22	29
18	22	**11**	**DHL Global Forwarding**	10	29	30	15	10	6	21	10	6
9	8	**12**	**Fresh Logistics Polska**	18	19	19	26	4	4	17	15	18
10	3	**13**	**GEODIS Poland**	16	6	15	18	27	22	18	8	11
-	22	**14**	**PKS Gdańsk-Oliwa**	31	4	10	12	17	23	5	19	24
14	16	**15**	**TSLOGISTIC**	20	6	7	23	19	20	10	20	21
15	-	**16**	**DHL Parcel**	15	18	14	20	21	18	15	18	9
-	-	**17**	**ID Logistics Polska**	26	26	12	17	24	29	12	3	10
-	-	**18**	**Expeditors Polska**	8	17	23	25	13	19	22	11	22
-	-	**19**	**FF Fracht**	23	5	16	5	23	26	8	28	33
-	-	**20**	**Raben Transport**	29	21	19	29	25	10	28	12	4
-	-	**21**	**Rhenus Freight Logistics**	14	13	21	27	14	16	24	27	25
-	-	**22**	**LSP Group**	24	1	25	28	37	37	1	15	14
16	17	**23**	**DSV Air & Sea**	28	15	35	35	15	13	16	14	15
24	18	**24**	**EPO-Trans Logistic**	19	12	3	11	33	27	14	33	35
-	10	**25**	**XBS Pro-Log**	2	16	24	34	16	25	24	30	28
17	27	**26**	**Frigo Logistics**	11	24	33	21	12	15	31	31	32
19	26	**27**	**Omega Pilzno**	34	22	31	19	20	24	30	26	20
23	25	**28**	**DHL Freight**	33	34	21	14	22	30	33	24	16
-	12	**29**	**ROHLIG SUUS Logistics**	27	28	27	31	26	17	32	37	7
2	4	**30**	**Maszoński Logistic**	12	32	32	15	18	28	26	36	37
28	21	**31**	**Colian Logistic**	30	20	28	24	30	31	23	32	34
27	24	**32**	**Ekol Logistics**	21	25	26	36	28	21	27	34	36
21	-	**32**	**Hegelmann Transporte**	36	30	18	30	36	32	36	28	8
12	14	**34**	**Arra Group**	37	27	17	32	31	33	29	25	31
29	28	**35**	**XPO Transport Solutions Poland**	35	36	37	8	32	34	37	23	30
-	-	**36**	**CAT LC Polska**	32	37	36	37	34	35	34	21	19
20	18	**37**	**Spedimex**	25	33	34	33	35	36	35	35	27

Uwagi do tabeli:

Generalną pozycję danej firmy w rankingu wyznacza suma miejsc w poszczególnych poddanych badaniu kategoriach. Liczba branych pod uwagę kategorii przed trzema laty uległa zmianie po raz pierwszy od początku prowadzenia badania. Dodano ocenę narzędzi komunikowania się z klientami oraz narzędzi obsługi dostaw. Poprzednio w 2014 r. zmienił się natomiast układ kategorii, wprowadzono też wskaźnik lojalności kluczowych klientów.

OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2022

Pozycja		
1	**Raben Logistics** Operator Logistyczny Roku 2002, 2009, 2015, 2019, 2022	**Złote Godło.** Skoro mimo całego wysiłku propagandy nie możemy mieć *Dobrego rządu na trudne czasy*, to – jak pokazuje rosnąca satysfakcja klientów – mamy dobre firmy logistyczne zapewniające płynność dostaw w warunkach kryzysu gospodarczego. Ich wartość rośnie, im bardziej powiększa się niepewność, co do rozwoju sytuacji. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne**
2	**Northgate Logistics**	**Srebrne Godło.** Stali odbiorcy to największy atut firmy. Ich utrzymanie i pozyskanie nowych klientów o takiej charakterystyce to zasadniczy cel strategii firmy. Dzięki rygorystycznemu podporządkowaniu się tej strategii możliwe są rewelacyjne wyniki oceny jakości obsługi, zaufania i lojalności klientów.
3	**FM Logistic** Operator Logistyczny Roku 2017	**Brązowe Godło.** Niezwykle wymagający i krytyczni klienci w kwestiach jakości obsługi, tym razem zgodnie przyznają, że jej usługi nie dadzą się zastąpić przez żadną inną firmę. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne**
4	**IFB International Freightbridge**	**Lider Logistyki** w kategorii *Usługi spedycyjne o indywidualnym charakterze*. Udanie integruje obsługę frachtu morskiego i lotniczego z logistyką kontraktową oraz dystrybucją towarów. Decyduje sprawność operacyjna realizacji konkretnych zleceń nie zaś potencjalne możliwości geograficznej siatki połączeń.
4	**VGL Solid Group** (Ligentia Group)	**Lider Logistyki** w kategorii *Konkurencyjność w spedycji lotniczej i morskiej*. Strategia umacniania pozycji rynkowej firmy wydaje się przynosić efekty, sądząc po tym, jak systematycznie rośnie grupa potencjalnych klientów. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne**
6	**DHL Supply Chain**	**Lider Logistyki** w kategorii *e-commerce fulfillment*. Powiązanie europejskiej sieci dystrybucyjnej z krajową siecią centrów magazynowych pozwala istotnie skrócić czas od zamówienia do dostawy. Wydajność ponadgranicznego łańcucha dostaw doceniona przez sprzedawców detalicznych.
7	**General Logistics Systems** Operator Logistyczny Roku 2021	**Lider Logistyki** w kategorii *Cyfrowe narzędzia komunikacji*. Wiodąca pozycja na krajowym rynku usług kurierskich. Wyprzedza inne firmy z tego sektora pod względem umiejętności zarządzania operacjami logistycznymi, standardem usług, ze szczególnym uwzględnieniem polityki cenowej, elastyczności działania i informatyzacji. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne**
8	**DIERA**	**Lider Logistyki** w kategorii *Dedykowane usługi spedycyjne*. Kładzie nacisk na znajdowanie najlepszych, często dedykowanych, rozwiązań spedycyjnych, oraz bliskie partnerskie relacje w biznesie.
9	**OEX E-Business**	**Lider Logistyki** w kategorii *Kompleksowa obsługa sektora e-commerce*. Mocna pozycja w obszarze logistyki dla handlu elektronicznego, przewaga konkurencyjna nad szeregiem przedsiębiorstw realizujących podobny model biznesowy.
10	**EV Cargo Global Forwarding**	**Lider Logistyki** w kategorii: *Organizacja regularnych linii dostaw za granicę*. Kompleksowa obsługa frachtu drogowego, morskiego i lotniczego, wraz z obsługą magazynową i celną, pozwala na przejęcie zarządzania całym geograficznie rozproszonym łańcuchem dostaw strategicznych partnerów.
11	**DHL Global Forwarding**	**Lider Logistyki** w kategorii: *Wzrost pozycji rynkowej*. Konsekwentne umacnianie pozycji rynkowej firmy uległo gwałtownemu przyspieszeniu. Należy ponadto do ścisłego grona firm, które w niespokojnych czasach odnotowały zarówno ponadprzeciętny wzrost przychodów, jak i zysków. Pierwsze miejsce w rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne**
12	**Fresh Logistics**	**Lider Logistyki** w kategorii *Standard obsługi nie do zastąpienia*. Ma niepodważalną pozycję na rynku, na którym działa. W opinii klientów jest bezkonkurencyjnym liderem rynku logistyki produktów świeżych, nie dającym się zastąpić przez innych operatorów. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne**
13	**GEODIS**	**Lider Logistyki** w kategorii *Wiarygodność zespołu w ocenie klientów*. Sprzedaż i marketing harmonizowane z możliwościami realizacji zobowiązań operacyjnych. Zaufanie do doświadczenia i wiarygodności biznesowej przekłada się na wysoką lojalność klientów.
14	**PKS Gdańsk-Oliwa**	**Wyróżnienie**: *Najlepsza organizacja dostaw towarów za granicę*. Jedna z najbardziej konkurencyjnych firm transportowych, szczególną przewagę osiąga w kwestii lojalności klientów. Pierwsza firma transportowa zarządzana bez formalnej struktury hierarchicznej (organizacja turkusowa).
15	**TSLOGISTIC**	**Wyróżnienie**: *Kompleksowe i spersonalizowane usługi logistyczne*. Niezwykle ceniona firm spedycyjna. Pojawia się jako firma pierwszego wyboru wszędzie tam, gdzie rywale oferujący węższy zakres usług nie są wystarczająco kompetentni: krajowych przewozach drogowych, przewozach kolejowych i multimodalnych, przewozach częściowych, przewozach kontenerów.
16	**DHL Parcel**	**Wyróżnienie**: *Najlepszy dostawca usług logistycznych w e-commerce*. Wykorzystanie nowych technologii, w czym firma przoduje, pozwala otwierać się na nowe możliwości biznesowe, jakie oferuje rynek.
17	**ID Logistics** Operator Logistyczny Roku 2016	**Wyróżnienie**: *Najszybsza ekspansja na rynku logistyki kontraktowej.* Najwyżej oceniana firma w dziedzinie logistyki kontraktowej, jeden z liderów outsourcingu logistyki. Dedykowane rozwiązania logistyczne, indywidualne podejście do potrzeb każdego klienta, elastyczność operacyjna decydują o wizerunku obecnie jednej z najbardziej konkurencyjnych firm. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne**
18	**Expeditors**	**Wyróżnienie**: *Najlepsza obsługa spedycyjna towarów w wymianie zagranicznej*. Kompleksowe rozwiązania w zakresie zarządzania procesami logistycznymi zapewniają efektywne działanie i świadczenie usług na poziomie oczekiwanym przez klientów. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne**

19	**FF Fracht**	**Wyróżnienie**: *Najwyżej oceniana jakość usług w spedycji drogowej*. Przoduje szczególnie w międzynarodowej spedycji całopojazdowej. Uznane doświadczenie w obsłudze dostaw wybranych grup towarów.
20	**Raben Transport**	**Wyróżnienie**: *Najbardziej konkurencyjna firma transportowa*. Należy do najbardziej konkurencyjnych marek na całym rynku usług logistycznych dzięki znakomitej jakości usług, potencjałowi, oraz wiarygodności i doświadczeniu.
21	**Rhenus Freight Logistics**	**Wyróżnienie**: *Kompleksowe rozwiązania w transporcie*. Obsługa całego łańcucha dostaw, tym zaopatrzenia produkcji i dystrybucji, a także obsługa klienta końcowego. „Gwarantuje szeroki wachlarz usług transportowych - od przesyłki paletowej na terenie kraju, przez złożoną dystrybucję w drobnicy międzynarodowej, aż po realizację dostaw kontenerowych z Dalekiego Wschodu".
22	**LSP Group**	**Wyróżnienie**: *Najlepsze wykonanie założonych norm usług logistycznych*. Firma niezwykle ceniona za organizację regularnych linii dostaw wewnątrz kraju. Daje to gwarancję 100%. lojalności klientów. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne** (zestawienie obejmujące duże firmy, pod względem wielkości sprzedaży pozycje 501-1000)
23	**DSV Air & Sea**	Najlepsza firma w zakresie obsługi frachtu morskiego i przewozów kontenerowych. Najwyższe oceny realizacji dostaw, szczególnie bezbłędności. Integruje łańcuch logistyczny, w którym wszystkie elementy są spięte w jednym systemie teleinformatycznym.
24	**EPO-Trans Logistic**	Uznany dostawca usług całopojazdowych oraz przewozów intermodalnych. Zarówno w zakresie dysponowania narzędziami komunikowania się, jak narzędziami obsługi należy do najbardziej zaawansowanych firm transportowych.
25	**XBS Pro-Log**	Branżowy ekspert logistycznej obsługi towarów akcyzowych uzyskuje przewagę technologiczną i jakościową nad konkurencją. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne** (zestawienie obejmujące duże firmy, pod względem wielkości sprzedaży pozycje 501-1000)
26	**Frigo Logistics**	Operator logistyczny produktów głęboko mrożonych. Oferuje pełen wachlarz usług związanych z obsługą łańcucha dostaw: od odbioru towaru u producenta po transport i dystrybucję do końcowego odbiorcy. Najwyższa ocena dla dystrybucji produktów gotowych, magazynowania, zarządzania zapasami i konfekcjonowania, obsługi klienta końcowego.
27	**Omega Pilzno**	Jedna z najwyżej cenionych za doświadczenie i wiarygodność biznesową firm transportowych, oferującą uczciwe ceny za usługi. Korzysta ze strategicznego położenia Polski na przecięciu unijnych korytarzy transportowych oraz dynamicznego wzrostu handlu zagranicznego. Należy do najwyżej cenionych dostawców towarów za granicę, stamtąd pochodzi większość przychodów firmy, na wymianie towarów z zagranicą koncentrują się coraz bardziej klienci firmy.
28	**DHL Freight**	**Wyróżnienie**: *Optymalizacja regularnych linii dostaw transportowych na rynku europejskim*. Sieć międzynarodowych linii drobnicowych i terminali przeładunkowych czyni z firmy lidera rynku spedycji drobnicowej i całopojazdowej.
29	**ROHLIG SUUS Logistics**	Szeroki zakres działalności w dziedzinie spedycji, logistyki kontraktowej i usług celnych. Poziom realizacji dostaw wyższy od oferowanego przez konkurentów. Prowadzenie geograficznie rozległej działalności stanowi wyzwanie dla konkurentów, którzy tak szeroką ofertą nie dysponują. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne**
30	**Maszoński Logistic** Operator Logistyczny Roku 2014, 2018	Najbardziej wiarygodny dostawca usług całopojazdowych, oferujący uczciwą cenę za najwyższej jakości obsługę (*just-in-time*) Warunkiem koniecznym zdobycia zadowolenia klientów jest utrzymywanie stałych ścisłych relacji. W czołówce rankingu **Top500 Najefektywniej Zarządzane Firmy Logistyczne**
31	**Colian Logistic**	**Wyróżnienie**: *Organizacja regularnych linii dostaw wewnątrz kraju*. Potencjał wypracowany we współpracy z klientami z branży spożywczej, wykorzystuje w obsłudze producentów wielu innych branż. Lider krajowych dostaw całopojazdowych, realizuje coraz więcej przewozów międzynarodowych. Jeden z najlepszych serwisów dystrybucyjnych.
32	**Ekol Logistics**	**Wyróżnienie**: *Dynamika rozwoju logistyki kontraktowej*. Dostawca zintegrowanych usług logistycznych. Oprócz połączeń intermodalnych z Turcją i Bliskim Wschodem, oferuje w Polsce nadzwyczaj szeroki wachlarz usług. Systematyczny wzrost pozycji rynkowej.
32	**Hegelmann Transporte**	Integruje przepływy towarów w transporcie na rzecz największych operatorów logistycznych. Największa firma transportowa w Polsce. W krótkim czasie awans do pierwszej dziesiątki największych firm z branży usług logistycznych dzięki zmonopolizowaniu przewozów dla paneuropejskich operatorów logistycznych.
34	**Arra Group**	Optymalizuje regularne linii dostaw transportowych na rynku europejskim. Firma znana ze znakomitej jakości obsługi (szybkości, terminowości i bezbłędności dostaw) i odpowiadającej jakości cenie za usługi, lecz wielu z konkurencyjnych warunków współpracy (zasięg geograficzny dostaw, elastyczność systemu dostaw czy kompleksowość obsługi).
35	**XPO Transport Solutions**	Należy się spodziewać dalszej ewolucji strategii firmy w stronę współpracy z podwykonawcami oraz stopniowej redukcji usług realizowanych przy pomocy floty własnej (w reakcji na wprowadzenie Pakietu Mobilności na terenie UE), a tym samym kontynuacji rozwoju logistyki kontraktowej.
36	**CAT LC Polska**	Lider logistyki dla branży motoryzacyjnej i przemysłowej. Oferuje kompleksową obsługę łańcucha dostaw. Firma najbardziej znana z dystrybucji krajowej, w tym z ekspresowych dostaw nocnych.
37	**Spedimex**	Jeden z najdynamiczniej rozwijających się operatorów logistycznych. Imponuje systematyczna poprawa efektywności gospodarowania. Kluczem wzrost rynku handlu elektronicznego, coraz powszechniejszy wymóg klientów, których firma od lat obsługuje. Wzrost pozycji na rynku zależy od zwiększania możliwości operacyjnych w zakresie logistyki kontraktowej, uzyskanych dzięki rozbudowie sieci dystrybucyjnej.

I.			ZAKRES I OCENA USŁUG LOGISTYCZNYCH			
Pozycja				Wskaźnik zakresu pozytywnie ocenianych usług		
2020	2021	2022		2020	2021	2022
-	-	**1**	**OEX E-Business**	-	-	**39,5%**
-	2	**2**	**XBS Pro-Log**	-	38,3%	**39,1%**
7	9	**3**	**VGL Solid Group**	35,5%	33,9%	**39,0%**
-	-	**4**	**DHL Supply Chain**	-	-	**38,9%**
14	11	**5**	**Raben Logistics Polska**	31,4%	32,2%	**37,1%**
21	3	**6**	**General Logistics Systems Poland**	29,2%	38,0%	**37,0%**
1	1	**7**	**FM Logistic**	42,9%	45,2%	**36,4%**
-	-	**8**	**Expeditors Polska**	-	-	**34,7%**
11	4	**9**	**IFB International Freightbridge (Poland)**	32,2%	37,8%	**34,4%**
19	18	**10**	**DHL Global Forwarding**	30,7%	27,0%	**34,1%**
3	5	**11**	**Frigo Logistics**	40,6%	37,0%	**32,8%**
10	13	**12**	**Maszoński Logistic**	32,8%	32,0%	**32,7%**
12	8	**13**	**EV Cargo Global Forwarding**	32,1%	35,2%	**32,6%**
-	-	**14**	**Rhenus Freight Logistics**	-	-	**32,4%**
20	-	**15**	**DHL Parcel**	30,9%	-	**31,9%**
4	12	**16**	**GEODIS Poland**	38,7%	32,1%	**31,6%**
22	15	**17**	**Northgate Logistics**	28,7%	29,8%	**31,4%**
13	10	**18**	**Fresh Logistics Polska**	31,8%	32,4%	**30,7%**
27	27	**19**	**EPO-Trans Logistic**	25,0%	20,5%	**30,6%**
8	17	**20**	**TSLOGISTIC**	34,0%	27,5%	**30,2%**
6	21	**21**	**Ekol Logistics**	35,7%	23,6%	**29,9%**
23	19	**22**	**DIERA**	28,3%	26,0%	**29,5%**
-	-	**23**	**FF Fracht**	-	-	**29,3%**
-	-	**24**	**LSP Group**	-	-	**28,9%**
5	6	**25**	**Spedimex**	37,4%	36,5%	**28,2%**
-	-	**26**	**ID Logistics Polska**	-	-	**28,0%**
-	7	**27**	**ROHLIG SUUS Logistics**	-	36,1%	**27,8%**
24	16	**28**	**DSV Air & Sea**	28,0%	29,0%	**26,7%**
-	-	**29**	**Raben Transport**	-	-	**26,5%**
17	20	**30**	**Colian Logistic**	30,8%	23,7%	**26,3%**
-	25	**31**	**PKS Gdańsk-Oliwa**	-	21,8%	**25,9%**
-	-	**32**	**CAT LC Polska**	-	-	**25,7%**
15	26	**33**	**DHL Freight**	31,4%	21,7%	**24,3%**
26	24	**34**	**Omega Pilzno**	27,0%	22,6%	**22,6%**
25	28	**35**	**XPO Transport Solutions Poland**	27,0%	17,2%	**20,4%**
28	-	**36**	**Hegelmann Transporte**	21,0%	-	**19,7%**
9	22	**37**	**Arra Group**	33,0%	23,2%	**18,9%**

Uwagi do tabeli:

Wynik danej firmy to odsetek spośród ogółu kluczowych klientów tej firmy całkowicie zadowolonych (oceny 8-10 na skali 10-elementowej) z wykonywania najbardziej powszechnych usług logistycznych. Listy użyte w badaniu poszczególnych segmentów rynku objęły kilkadziesiąt rodzajów usług. Listy te różnią się, uwzględniają specjalizacje rynkowe poszczególnych grup firm logistycznych. Maksymalny wynik oznaczałby, że wszyscy klienci danej firmy korzystają ze wszystkich możliwych rodzajów usług świadczonych przez daną grupę firm (specjalizujących się w transporcie drogowym, usługach kurierskich, spedycji morskiej i lotniczej itp.) oraz że wszyscy klienci oceniają usługodawcę pozytywnie.

Wskaźnik zakresu pozytywnie ocenianych usług znajduje się na wysokim poziomie (średnia 30,4%), wyższym niż ubiegłoroczny, wpisując się w tendencję wzrostową z ostatnich lat. W bieżącym roku klienci na ogół kupowali u poszczególnego operatora szerszy niż poprzednio pakiet usług, ocena wykonania tych usług wzrosła.

FIRMY NAJWYŻEJ OCENIANE PRZEZ SWOICH KLUCZOWYCH KLIENTÓW W POSZCZEGÓLNYCH RODZAJACH USŁUG

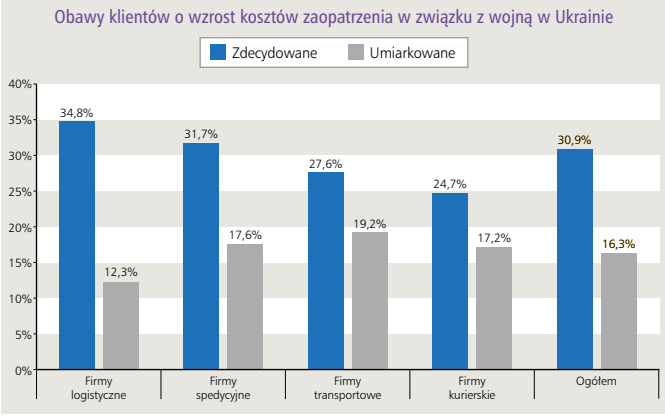
Rodzaj usług	Firmy najwyżej oceniane				
	I	II	III	IV	V
1. Ogólnie: przewozy towarów (transport, spedycja)	**FF Fracht**	Raben Logistics	GLS	IFB	EV Cargo
2. Krajowe	**GLS**	Fresh	Raben Logistics	LSP Group	DHL Parcel
3. Międzynarodowe	**EV Cargo**	FF Fracht	VGL Solid	DHL GF	Northgate
4. Kolejowe i kombinowane	**IFB**	DHL GF	Ekol	SUUS	EPO
5. Morskie	**DSV**	IFB	EV Cargo	DHL GF	Expeditors
6. Lotnicze cargo	**DHL GF**	Expeditors	GEODIS	IFB	EV Cargo
7. Drobnicowe	**DIERA**	Raben Logistics	Rhenus	Fresh	FM Logistic
8. Częściowe	**DIERA**	Rhenus	Northgate	TSLOGISTIC	PKS Gdańsk-Oliwa
9. Całopojazdowe	**Maszoński**	PKS Gdańsk-Oliwa	FF Fracht	EPO	Raben Transport
10. Kontenerowe	**EV Cargo**	DSV	IFB	Expeditors	DHL GF
11. Ogólnie: magazynowanie	**XBS**	IDL	OEX	Frigo	DHL SC
12. Przyjęcie towaru	**IDL**	XBS	Frigo	OEX	Spedimex
13. Składowanie	**IDL**	XBS	Frigo	OEX	DHL SC
14. Wysyłka	**XBS**	OEX	IDL	Frigo	Spedimex
15. Ogólnie: obsługa klienta końcowego	**DHL SC**	Frigo	OEX	XBS	IDL
16. Obsługa zamówień	**DHL SC**	Frigo	OEX	IDL	LSP Group
17. Obsługa zwrotów	**DHL SC**	OEX	IDL	LSP Group	Fresh
18. Ogólnie: usługi kurierskie	**GLS**	DHL Parcel	OEX	XBS	Raben Logistics
19. Dostawa tego samego dnia	**GLS**	OEX	DHL Parcel	FM Logistic	Spedimex
20. Dostawa w następny dzień roboczy	**GLS**	DHL Parcel	OEX	XBS	Raben Logistics
21. Gwarantowana godzina dostawy następnego dnia	**GLS**	DHL Parcel	Spedimex	CAT LC	OEX
22. Serwis międzynarodowy drogowy	**GLS**	DHL Parcel	Raben Logistics	IDL	SUUS
23. Serwis międzynarodowy lotniczy	**DHL Parcel**	GLS	FM Logistic	SUUS	
24. Typ przesyłki: waga do 1 kg	**DHL Parcel**	GLS	OEX	CAT LC	Spedimex
25. Typ przesyłki: paczki	**GLS**	DHL Parcel	OEX	Raben Logistics	XBS
26. Ogólnie: VAS	**XBS**	OEX	DHL SC	Hegelmann	GLS
27. Przepakowywanie	**XBS**	OEX	FM Logistic	GEODIS	Raben Logistics
28. Etykietowanie	**XBS**	OEX	FM Logistic	GEODIS	GLS
29. Zarządzanie znakami akcyzy	**XBS**	Raben Logistics	FM Logistic	SUUS	OEX
30. Elektroniczne powiadomienia odbiorców	**XBS**	DHL SC	GLS	OEX	FM Logistic
31. Obsługa punktów nadawania i odbioru przesyłek	**SUUS**	XBS	OEX	Raben Logistics	FM Logistic
32. Usługi celne	**XBS**	DSV	DHL GF	EV Cargo	VGL Solid
33. Magazynowanie, zarządzanie zapasami i konfekcjonowanie	**Frigo**	OEX	XBS	SUUS	FM Logistic
34. Spedycja	**Northgate**	GEODIS	DIERA	FF Fracht	VGL Solid
35. Logistyka kontraktowa	**DHL SC**	CAT LC	LSP Group	FM Logistic	Fresh
36. Zaopatrzenie produkcji	**Expeditors**	Maszoński	EPO	CAT LC	FF Fracht
37. Dystrybucja produktów gotowych	**Maszoński**	FM Logistic	DHL SC	Frigo	OEX
38. Dostawy w trybie *just-in-time*	**Maszoński**	Northgate	FF Fracht	Rhenus	PKS Gdańsk Oliwa
39. Dostawy w ramach *e-commerce*	**DHL SC**	DHL Parcel	GLS	OEX	XBS

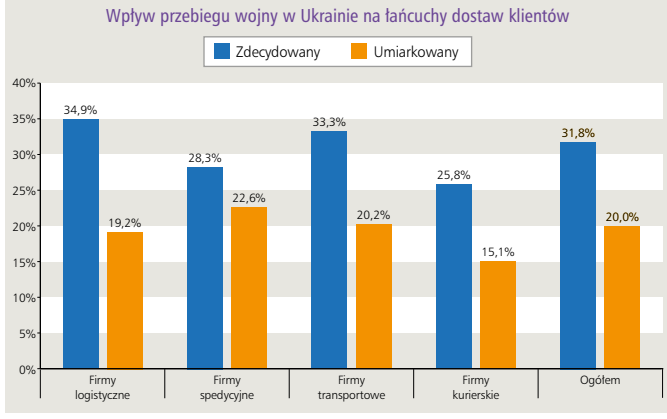
FIRMY NAJWYŻEJ OCENIANE PRZEZ SWOICH KLUCZOWYCH KLIENTÓW W POSZCZEGÓLNYCH RODZAJACH USŁUG

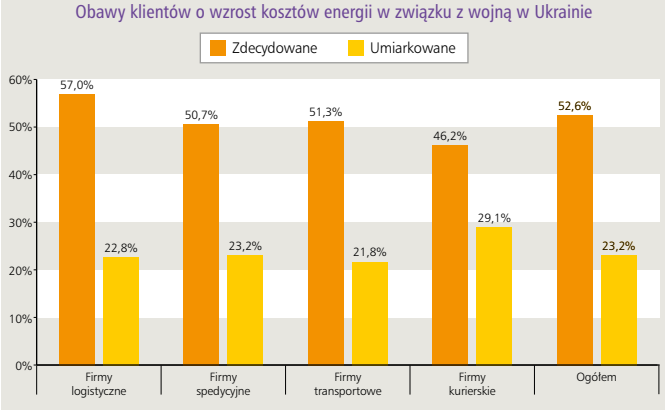
Rodzaj usług	Firmy najwyżej oceniane				
	I	II	III	IV	V
40. Ogólnie: dostawy produktów spożywczych	**Fresh**	Frigo	FM Logistic	XBS	Raben Logistics
41. Produkty świeże	**Fresh**	FM Logistic	Frigo	SUUS	
42. Produkty głęboko mrożone	**Frigo**	FM Logistic	Raben Logistics	SUUS	
43. Kompleksowa obsługa logistyczna produktów spożywczych	**Frigo**	Fresh	FM Logistic	GEODIS	XBS
44. Magazynowanie produktów spożywczych	**Frigo**	XBS	Fresh	FM Logistic	GEODIS
45. *Cross docking* produktów spożywczych	**Frigo**	Fresh	FM Logistic	GEODIS	XBS
46. Dystrybucja krajowa produktów spożywczych	**Fresh**	Frigo	FM Logistic	XBS	Raben Logistics
47. Dystrybucja międzynarodowa produktów spożywczych	**Fresh**	GEODIS	Raben Logistics	FM Logistic	Colian
48. Certyfikowane usługi w zakresie magazynowania i transportu produktów BIO/EKO	**Frigo**	GEODIS	FM Logistic	XBS	Fresh
49. Dostawy kurierskie produktów spożywczych	**XBS**	FM Logistic	Fresh	Raben Logistics	GLS

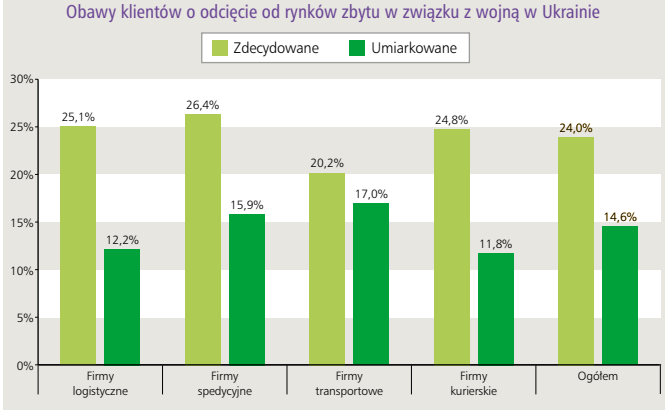
Uwagi do tabeli:

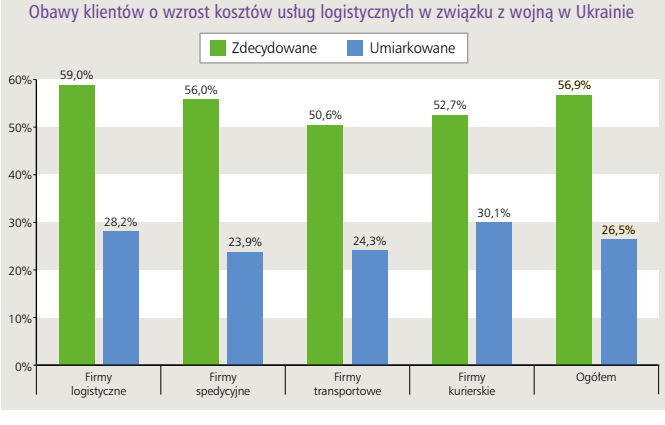
Wynik danej firmy to iloczyn odsetka kluczowych klientów korzystających z danej usługi i odsetka klientów oceniających obsługę tej firmy bardzo wysoko (oceny 8-10 na skali 10-elementowej).

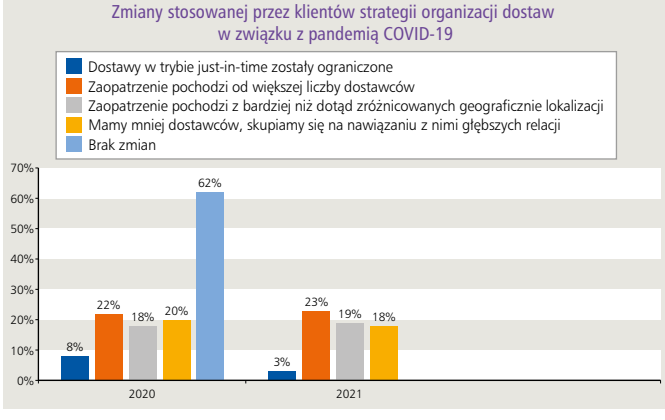












II.		WYKONANIE ZAŁOŻONYCH NORM USŁUG LOGISTYCZNYCH W OCENIE KLUCZOWYCH KLIENTÓW							
Pozycja			Terminowość		Kompletność		Bezbłędność		Ogółem
2021	2022		2021	2022	2021	2022	2021	2022	2022
5	1	DIERA	92,0%	100,0%	100,0%	100,0%	96,0%	100,0%	100,0%
-	1	LSP Group	-	100,0%	-	100,0%	-	100,0%	100,0%
2	3	Northgate Logistics	100,0%	96,9%	94,7%	96,9%	94,7%	93,8%	93,8%
15	4	PKS Gdańsk-Oliwa	82,2%	90,9%	93,3%	100,0%	93,3%	95,5%	90,9%
-	5	FF Fracht	-	92,9%	-	92,9%	-	96,4%	89,3%
1	6	GEODIS Poland	100,0%	88,9%	100,0%	100,0%	100,0%	88,9%	88,9%
11	6	TSLOGISTIC	87,5%	94,4%	97,5%	94,4%	95,0%	100,0%	88,9%
15	8	General Logistics Systems Poland	92,0%	100,0%	92,0%	96,1%	88,0%	90,2%	88,2%
18	9	Raben Logistics Polska	80,4%	88,7%	90,2%	98,1%	84,3%	94,3%	86,8%
9	10	IFB International Freightbridge (Poland)	86,0%	85,4%	100,0%	97,9%	98,0%	97,9%	85,4%
14	11	VGL Solid Group	86,0%	88,2%	100,0%	82,4%	94,0%	94,1%	82,4%
13	12	EPO-Trans Logistic	85,7%	86,7%	89,3%	86,7%	92,9%	93,3%	80,0%
-	13	Rhenus Freight Logistics	-	83,7%	-	100,0%	-	91,8%	79,6%
4	14	EV Cargo Global Forwarding	91,7%	78,3%	100,0%	91,3%	100,0%	91,3%	78,3%
23	15	DSV Air & Sea	70,6%	76,9%	94,1%	92,3%	86,3%	92,3%	76,9%
3	16	XBS Pro-Log	100,0%	77,4%	94,3%	80,6%	94,3%	80,6%	74,2%
-	17	Expeditors Polska	-	73,9%	-	100,0%	-	100,0%	73,9%
-	18	DHL Parcel	-	81,0%	-	85,7%	-	88,1%	73,8%
21	19	Fresh Logistics Polska	85,0%	80,0%	88,0%	78,0%	78,0%	80,0%	72,0%
19	20	Colian Logistic	83,0%	78,1%	83,0%	87,5%	80,9%	81,3%	71,9%
-	21	Raben Transport	-	74,2%	-	90,3%	-	90,3%	71,0%
22	22	Omega Pilzno	78,9%	74,1%	84,2%	96,3%	84,2%	88,9%	70,4%
-	23	OEX E-Business	-	86,7%	-	76,7%	-	76,7%	70,0%
20	24	Frigo Logistics	77,3%	80,6%	77,3%	83,3%	86,4%	83,3%	69,4%
26	25	Ekol Logistics	66,7%	75,7%	91,7%	94,6%	70,8%	83,8%	67,6%
-	26	ID Logistics Polska	-	91,7%	-	91,7%	-	75,0%	66,7%
10	27	Arra Group	90,0%	82,4%	100,0%	76,5%	90,0%	88,2%	64,7%
24	28	ROHLIG SUUS Logistics	74,0%	68,6%	84,0%	90,2%	80,0%	88,2%	64,7%
27	29	DHL Global Forwarding	62,0%	70,0%	90,0%	96,0%	88,0%	94,0%	64,0%
-	30	Hegelmann Transporte	-	75,0%	-	75,0%	-	87,5%	62,2%
7	31	FM Logistic	88,9%	66,7%	100,0%	77,8%	100,0%	77,8%	61,7%
15	32	Maszoński Logistic	100,0%	80,0%	100,0%	100,0%	80,0%	60,0%	60,0%
6	33	Spedimex	89,5%	58,8%	94,7%	88,2%	89,5%	76,5%	58,8%
25	34	DHL Freight	68,6%	63,8%	80,4%	80,9%	72,5%	72,3%	53,2%
-	35	DHL Supply Chain	-	50,0%	-	100,0%	-	50,0%	50,0%
28	36	XPO Transport Solutions Poland	50,0%	45,5%	75,0%	72,7%	75,0%	72,7%	45,5%
-	37	CAT LC Polska	-	42,9%	-	57,1%	-	71,4%	42,9%

Uwagi do tabeli:

Wynik danej firmy to odsetek kluczowych klientów oceniających wykonanie założonych norm usług logistycznych przez tę firmę bardzo wysoko (oceny 8-10 na skali 10-elementowej). Wzięto pod uwagę najbardziej powszechne normy: terminowość dostaw (dostawy w uzgodnionym terminie), kompletność dostaw (dostawy zrealizowane w całości) oraz bezbłędność dostaw (dostawy bez uchybień dokumentacji i znakowania, uszkodzeń towarów lub opakowań). Ogólny wskaźnik przedstawia odsetek klientów danej firmy, którzy jednocześnie wysoko oceniają wykonanie wszystkich branych pod uwagę norm.

Ocena wykonania norm terminowości, kompletności i bezbłędności dostaw szczególnie wysoka w pierwszych dwóch latach pandemii (78-80% zadowolonych kluczowych klientów), obecnie kształtuje się na niższym poziomie (średnia wartość ogólnego wskaźnika wynosi 73,5%), co jednak stanowi wynik o wiele lepszy niż w okresie wysokiej koniunktury z lat 2005-2008, kiedy wynosił 66-68%.

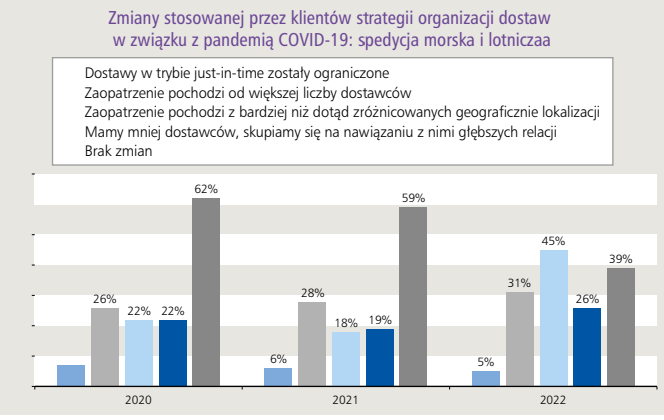
III.	OCENA NARZĘDZI KOMUNIKOWANIA SIĘ							
	Platforma komunikacyjna do składania zleceń	Platforma komunikacyjna pozwalająca śledzić status przesyłki (Track & Trace)	Rozwiązania umożliwiające przewidywanie czasu dostawy (ETA, Estimated Time of Arrival)	Komunikacja telefoniczna	Komunikacja mailowa	Komunikacja osobista	Pozycja 2022	Pozycja 2021
DHL Supply Chain	100,0%	50,0%	75,0%	75,0%	75,0%	100,0%	**1**	-
Northgate Logistics	56,3%	31,3%	37,5%	90,6%	87,5%	65,6%	**2**	14
EPO-Trans Logistic	76,7%	50,0%	46,7%	80,0%	76,7%	60,0%	**3**	3
EV Cargo Global Forwarding	30,4%	26,1%	30,4%	91,3%	95,7%	78,3%	**4**	12
FM Logistic	66,7%	38,9%	33,3%	72,2%	77,8%	77,8%	**4**	17
General Logistics Systems Poland	58,8%	64,7%	39,2%	64,7%	86,3%	60,8%	**6**	5
TSLOGISTIC	38,9%	22,2%	27,8%	91,7%	91,7%	66,7%	**7**	17
OEX E-Business	56,7%	26,7%	23,3%	73,3%	86,7%	80,0%	**8**	-
Raben Logistics Polska	81,1%	64,2%	56,6%	66,0%	77,4%	58,5%	**9**	6
PKS Gdańsk-Oliwa	54,5%	22,7%	27,3%	81,8%	86,4%	63,6%	**10**	20
DIERA	40,5%	19,0%	21,4%	97,6%	97,6%	66,7%	**11**	7
ID Logistics Polska	50,0%	25,0%	25,0%	75,0%	75,0%	75,0%	**12**	-
IFB International Freightbridge (Poland)	37,5%	20,8%	25,0%	81,3%	81,3%	66,7%	**13**	4
DHL Parcel	61,9%	61,9%	45,2%	57,1%	64,3%	59,5%	**14**	-
GEODIS Poland	33,3%	22,2%	22,2%	77,8%	77,8%	66,7%	**15**	2
FF Fracht	25,0%	17,9%	28,6%	75,0%	85,7%	67,9%	**16**	-
Arra Group	41,2%	17,6%	23,5%	82,4%	82,4%	52,9%	**17**	13
Hegelmann Transporte	62,5%	37,5%	0,0%	62,5%	62,5%	75,0%	**18**	-
Fresh Logistics Polska	58,0%	42,0%	26,0%	60,0%	62,0%	56,0%	**19**	15
Raben Transport	38,7%	25,8%	19,4%	71,0%	77,4%	64,5%	**19**	-
DHL Freight	44,7%	42,6%	34,0%	57,4%	59,6%	57,4%	**21**	24
Rhenus Freight Logistics	28,6%	18,4%	20,4%	77,6%	85,7%	63,3%	**21**	-
Expeditors Polska	47,8%	39,1%	30,4%	69,6%	60,9%	43,5%	**23**	-
XBS Pro-Log	41,9%	16,1%	22,6%	74,2%	80,6%	58,1%	**24**	9
LSP Group	20,0%	20,0%	20,0%	80,0%	80,0%	60,0%	**25**	-
Ekol Logistics	32,4%	18,9%	32,4%	75,7%	70,3%	45,9%	**26**	26
ROHLIG SUUS Logistics	33,3%	19,6%	23,5%	66,7%	66,7%	60,8%	**27**	9
Colian Logistic	31,3%	21,9%	21,9%	75,0%	71,9%	56,3%	**28**	16
VGL Solid Group	11,8%	17,6%	17,6%	88,2%	88,2%	52,9%	**28**	8
DHL Global Forwarding	28,0%	38,0%	22,0%	66,0%	70,0%	52,0%	**30**	22
Omega Pilzno	44,4%	14,8%	18,5%	70,4%	70,4%	59,3%	**31**	27
Maszoński Logistic	20,0%	60,0%	20,0%	60,0%	60,0%	40,0%	**32**	1
Frigo Logistics	52,8%	22,2%	8,3%	58,3%	58,3%	50,0%	**33**	28
Spedimex	29,4%	23,5%	11,8%	58,8%	58,8%	52,9%	**34**	21
DSV Air & Sea	0,0%	15,4%	7,7%	53,8%	61,5%	61,5%	**35**	19
CAT LC Polska	14,3%	14,3%	0,0%	57,1%	57,1%	57,1%	**36**	-
XPO Transport Solutions Poland	27,3%	9,1%	9,1%	27,3%	45,5%	36,4%	**37**	25

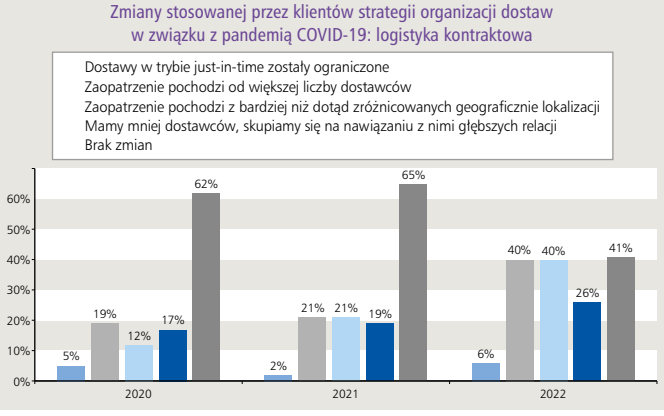
Uwagi do tabeli:

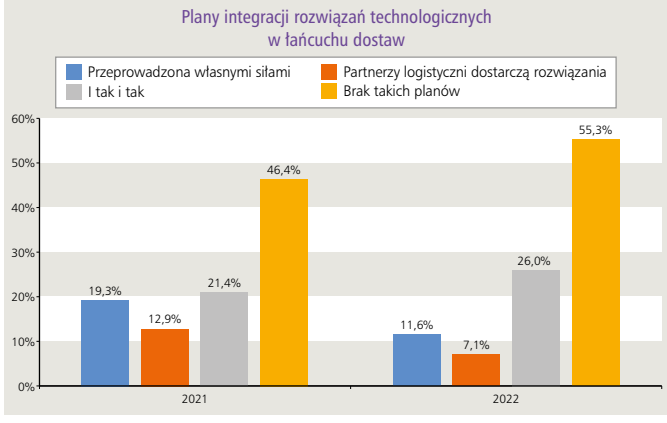
Generalną pozycję danej firmy w rankingu wyznacza suma miejsc w poszczególnych poddanych badaniu kategoriach. Podane wartości procentowe odnoszą się do odsetek zdecydowanie pozytywnych ocen poszczególnych elementów komunikowania się.

FIRMY NAJWYŻEJ OCENIANE PRZEZ SWOICH KLUCZOWYCH KLIENTÓW W ZAKRESIE KOMUNIKACJI

Rodzaj narzędzia	Firmy najwyżej oceniane				
	I	II	III	IV	V
1. Platforma komunikacyjna do składania zleceń	**DHL Supply Chain**	Raben Logistics	EPO-Trans Logistic	FM Logistic	Hegelmann Transporte
2. Platforma komunikacyjna pozwalająca śledzić status przesyłki (*Track & Trace*)	**General Logistics Systems**	Raben Logistics	DHL Parcel	Maszoński Logistic	DHL Supply Chain EPO-Trans Logistic
3. Rozwiązania umożliwiające przewidywanie czasu dostawy (ETA, *Estimated Time of Arrival*)	**DHL Supply Chain**	Raben Logistics	EPO-Trans Logistic	DHL Parcel	General Logistics Systems
4. Komunikacja telefoniczna	**DIERA**	TSLOGISTIC	EV Cargo Global Forwarding	Northgate Logistics	VGL Solid Group
5. Komunikacja mailowa	**DIERA**	EV Cargo Global Forwarding	TSLOGISTIC	VGL Solid Group	Northgate Logistics
6. Komunikacja osobista	**DHL Supply Chain**	OEX E-Business	EV Cargo Global Forwarding	FM Logistic	Hegelmann Transporte ID Logistics







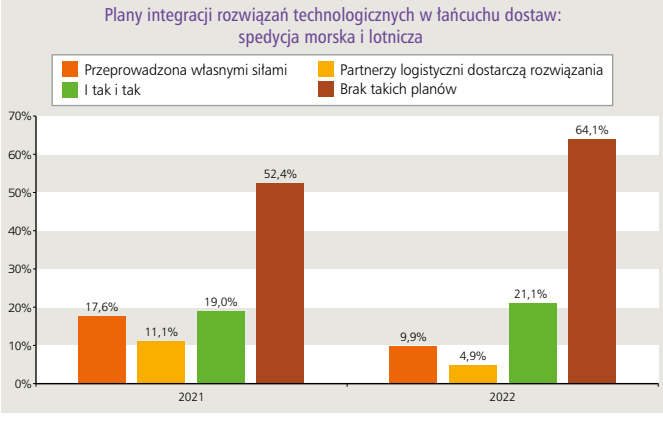
IV.	OCENA NARZĘDZI OBSŁUGI DOSTAW										
	Dostawa towarów wewnątrz kraju	Organizacja regularnych linii dostaw wewnątrz kraju	Dostawa towarów za granicę	Organizacja regularnych linii dostaw za granicę	Doświadczenie w obsłudze dostaw wybranych grup towarów	Doświadczenie w zarządzaniu łańcuchem dostaw klientów	Doświadczenie w obsłudze rynku e-commerce w Polsce i za granicą	Wielokanałowość (możliwość obsługi zarówno e-commerce, jak i B2B)	Skalowalność działalności	Pozycja 2022	Pozycja 2021
Northgate Logistics	75,0%	53,1%	81,3%	59,4%	68,8%	65,6%	37,5%	40,6%	65,6%	**1**	8
DHL Supply Chain	75,0%	50,0%	50,0%	25,0%	75,0%	75,0%	50,0%	25,0%	75,0%	**2**	-
EV Cargo Global Forwarding	56,5%	39,1%	69,6%	60,9%	56,5%	56,5%	47,8%	34,8%	56,5%	**3**	3
IFB International Freightbridge (Poland)	64,6%	39,6%	60,4%	33,3%	62,5%	58,3%	35,4%	31,3%	50,0%	**4**	14
FF Fracht	50,0%	28,6%	75,0%	39,3%	75,0%	50,0%	32,1%	28,6%	53,6%	**5**	-
FM Logistic	72,2%	55,6%	33,3%	27,8%	66,7%	55,6%	27,8%	27,8%	50,0%	**6**	24
OEX E-Business	83,3%	63,3%	30,0%	16,7%	63,3%	43,3%	30,0%	43,3%	53,3%	**6**	-
XPO Transport Solutions Poland	45,5%	36,4%	54,5%	45,5%	54,5%	45,5%	45,5%	45,5%	45,5%	**8**	28
DIERA	66,7%	40,5%	52,4%	35,7%	57,1%	50,0%	26,2%	23,8%	50,0%	**9**	6
Raben Logistics Polska	73,6%	47,2%	47,2%	28,3%	49,1%	47,2%	24,5%	28,3%	52,8%	**10**	9
EPO-Trans Logistic	46,7%	30,0%	76,7%	50,0%	63,3%	60,0%	13,3%	13,3%	50,0%	**11**	7
PKS Gdańsk-Oliwa	31,8%	13,6%	81,8%	40,9%	59,1%	54,5%	36,4%	18,2%	54,5%	**12**	18
VGL Solid Group	52,9%	47,1%	52,9%	52,9%	58,8%	58,8%	11,8%	23,5%	29,4%	**13**	9
DHL Freight	44,7%	34,0%	51,1%	44,7%	46,8%	46,8%	34,0%	31,9%	44,7%	**14**	23
DHL Global Forwarding	46,0%	24,0%	48,0%	34,0%	52,0%	48,0%	30,0%	30,0%	56,0%	**15**	26
Maszoński Logistic	60,0%	40,0%	60,0%	20,0%	40,0%	40,0%	40,0%	60,0%	40,0%	**15**	2
ID Logistics Polska	58,3%	50,0%	25,0%	25,0%	33,3%	25,0%	41,7%	58,3%	58,3%	**17**	-
GEODIS Poland	66,7%	44,4%	44,4%	44,4%	44,4%	55,6%	11,1%	11,1%	55,6%	**18**	1
Omega Pilzno	37,0%	33,3%	40,7%	33,3%	51,9%	55,6%	33,3%	33,3%	44,4%	**19**	27
DHL Parcel	57,1%	52,4%	19,0%	16,7%	42,9%	42,9%	45,2%	45,2%	45,2%	**20**	-
Frigo Logistics	66,7%	55,6%	11,1%	8,3%	61,1%	52,8%	19,4%	30,6%	41,7%	**21**	25
General Logistics Systems Poland	56,9%	52,9%	39,2%	37,3%	31,4%	39,2%	31,4%	39,2%	43,1%	**22**	4
TSLOGISTIC	52,8%	27,8%	44,4%	33,3%	58,3%	41,7%	19,4%	25,0%	50,0%	**23**	5
Colian Logistic	68,8%	56,3%	34,4%	21,9%	43,8%	43,8%	15,6%	25,0%	43,8%	**24**	16
Expeditors Polska	39,1%	30,4%	52,2%	39,1%	60,9%	47,8%	21,7%	13,0%	43,5%	**25**	-
Fresh Logistics Polska	58,0%	48,0%	14,0%	10,0%	54,0%	48,0%	20,0%	24,0%	40,0%	**26**	22
Rhenus Freight Logistics	59,2%	44,9%	53,1%	34,7%	40,8%	34,7%	18,4%	14,3%	34,7%	**27**	-
LSP Group	80,0%	60,0%	20,0%	0,0%	40,0%	40,0%	20,0%	20,0%	40,0%	**28**	-
Raben Transport	32,3%	25,8%	45,2%	41,9%	41,9%	41,9%	19,4%	19,4%	45,2%	**29**	-
Hegelmann Transporte	25,0%	25,0%	62,5%	37,5%	25,0%	25,0%	25,0%	12,5%	12,5%	**30**	-
ROHLIG SUUS Logistics	35,3%	23,5%	35,3%	17,6%	39,2%	37,3%	13,7%	19,6%	47,1%	**31**	17
Arra Group	35,3%	23,5%	47,1%	29,4%	52,9%	35,3%	11,8%	5,9%	29,4%	**32**	13
Spedimex	52,9%	41,2%	17,6%	5,9%	29,4%	29,4%	17,6%	23,5%	23,5%	**33**	5
XBS Pro-Log	51,6%	35,5%	19,4%	16,1%	48,4%	35,5%	9,7%	6,5%	32,3%	**34**	11
DSV Air & Sea	23,1%	30,8%	38,5%	30,8%	30,8%	30,8%	15,4%	23,1%	23,1%	**35**	15
Ekol Logistics	32,4%	10,8%	29,7%	21,6%	40,5%	32,4%	18,9%	16,2%	32,4%	**36**	19
CAT LC Polska	28,6%	0,0%	28,6%	14,3%	57,1%	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	**37**	-

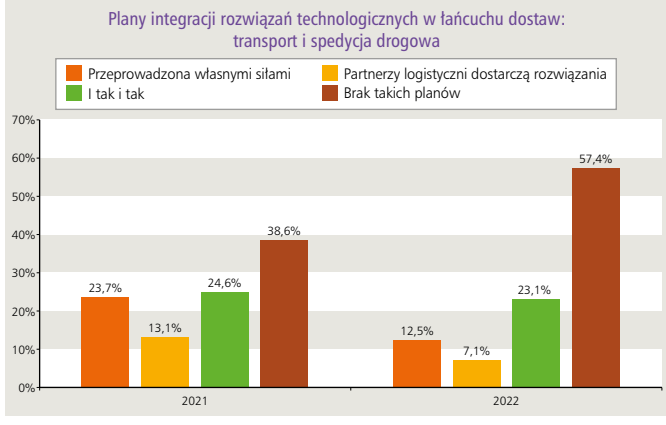
Uwagi do tabeli:

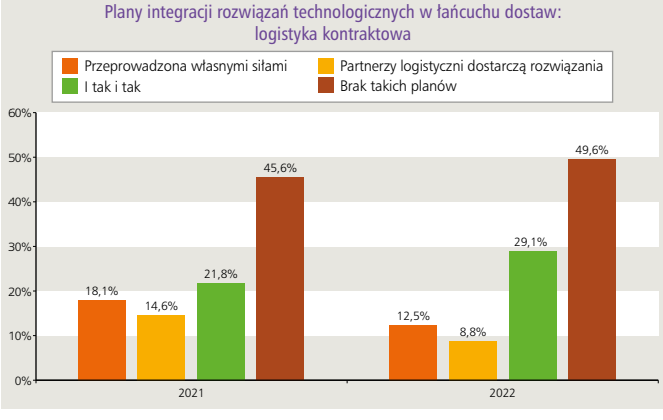
Generalną pozycję danej firmy w rankingu wyznacza suma miejsc w poszczególnych poddanych badaniu kategoriach. Podane wartości procentowe odnoszą się do odsetek zdecydowanie pozytywnych ocen poszczególnych elementów obsługi dostaw.

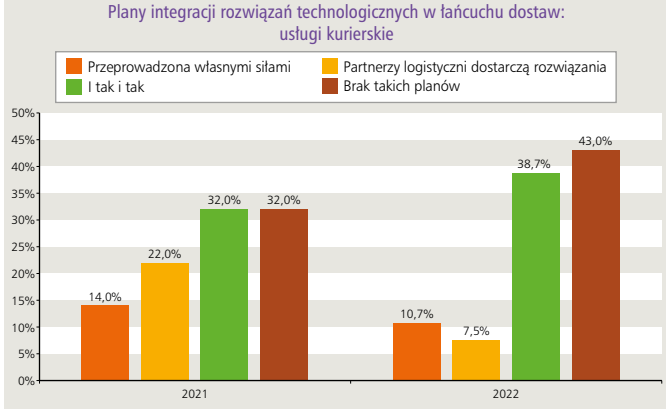
FIRMY NAJWYŻEJ OCENIANE PRZEZ SWOICH KLUCZOWYCH KLIENTÓW W ZAKRESIE OBSŁUGI DOSTAW

Rodzaj narzędzia	Firmy najwyżej oceniane				
	I	II	III	IV	V
1. Dostawa towarów wewnątrz kraju	**OEX E-Business**	LSP Group	DHL Supply Chain Northgate Logistics		Raben Logistics
2. Organizacja regularnych linii dostaw wewnątrz kraju	**OEX E-Business**	LSP Group	Colian Logistic	FM Logistic	Frigo Logistics
3. Dostawa towarów za granicę	**PKS Gdańsk-Oliwa**	Northgate Logistics	EPO-Trans Logistic	FF Fracht	EV Cargo Global Forwarding
4. Organizacja regularnych linii dostaw za granicę	**EV Cargo Global Forwarding**	Northgate Logistics	VGL Solid Group	EPO-Trans Logistic	XPO Transport Solutions
5. Doświadczenie w obsłudze dostaw wybranych grup towarów	**DHL Supply Chain FF Fracht**		Northgate Logistics	FM Logistic	EPO-Trans Logistic OEX E-Business
6. Doświadczenie w zarządzaniu łańcuchem dostaw klientów	**DHL Supply Chain**	Northgate Logistics	EPO-Trans Logistic	VGL Solid Group	IFB International Freightbridge
7. Doświadczenie w obsłudze rynku *e-commerce* w Polsce i za granicą	**DHL Supply Chain**	EV Cargo Global Forwarding	XPO Transport Solutions	DHL Parcel	ID Logistics Polska
8. Wielokanałowość (możliwość obsługi zarówno *e-commerce*, jak i *B2B*)	**Maszoński Logistic**	ID Logistics Polska	XPO Transport Solutions	DHL Parcel	OEX E-Business
9. Skalowalność działalności (obszar geograficzny, infrastruktura, zasoby personalne)	**DHL Supply Chain**	Northgate Logistics	ID Logistics Polska	EV Cargo Global Forwarding	DHL Global Forwarding









V.			POZYCJA RYNKOWA W OCENIE KLUCZOWYCH KLIENTÓW			
Pozycja				Ważony wskaźnik satysfakcji		
2020	2021	2022		2020	2021	2022
14	10	**1**	**FM Logistic**	66,45%	67,87%	**92,14%**
3	8	**2**	**DIERA**	79,99%	71,35%	**85,89%**
-	-	**3**	**OEX E-Business**	-	-	**85,81%**
7	1	**4**	**Fresh Logistics Polska**	72,52%	82,90%	**85,11%**
11	4	**5**	**Raben Logistics Polska**	71,14%	76,74%	**82,67%**
4	12	**6**	**Northgate Logistics**	78,94%	61,01%	**81,46%**
6	5	**7**	**VGL Solid Group**	73,76%	75,36%	**80,45%**
5	7	**8**	**IFB International Freightbridge (Poland)**	76,43%	73,67%	**78,95%**
10	2	**9**	**General Logistics Systems Poland**	71,63%	81,76%	**78,03%**
21	11	**10**	**DHL Global Forwarding**	54,95%	64,50%	**77,67%**
13	25	**11**	**EV Cargo Global Forwarding**	68,16%	48,19%	**77,24%**
20	28	**12**	**Frigo Logistics**	55,71%	40,94%	**76,49%**
-	-	**13**	**Expeditors Polska**	-	-	**73,54%**
-	-	**14**	**Rhenus Freight Logistics**	-	-	**72,87%**
15	15	**15**	**DSV Air & Sea**	65,53%	58,25%	**72,41%**
-	18	**16**	**XBS Pro-Log**		54,65%	**71,86%**
-	20	**17**	**PKS Gdańsk-Oliwa**		53,17%	**70,85%**
1	3	**18**	**Maszoński Logistic**	99,05%	81,50%	**70,76%**
18	14	**19**	**TSLOGISTIC**	60,80%	58,39%	**70,19%**
12	26	**20**	**Omega Pilzno**	70,29%	48,16%	**70,13%**
8		**21**	**DHL Parcel**	72,18%		**69,59%**
19	17	**22**	**DHL Freight**	60,25%	56,42%	**68,39%**
-	-	**23**	**FF Fracht**	-	-	**67,55%**
-	-	**24**	**ID Logistics Polska**	-	-	**67,45%**
-	-	**25**	**Raben Transport**	-	-	**66,41%**
-	9	**26**	**ROHLIG SUUS Logistics**	-	68,74%	**66,27%**
17	6	**27**	**GEODIS Poland**	64,19%	75,35%	**64,78%**
27	22	**28**	**Ekol Logistics**	44,87%	52,48%	**62,70%**
-	-	**29**	**DHL Supply Chain**	-	-	**61,67%**
28	19	**30**	**Colian Logistic**	33,41%	53,20%	**61,21%**
9	16	**31**	**Arra Group**	71,84%	57,44%	**58,28%**
29	24	**32**	**XPO Transport Solutions Poland**	31,39%	49,13%	**57,33%**
25	21	**33**	**EPO-Trans Logistic**	49,03%	52,54%	**57,11%**
-	-	**34**	**CAT LC Polska**	-	-	**53,07%**
23	27	**35**	**Spedimex**	52,64%	48,10%	**50,17%**
16	-	**36**	**Hegelmann Transporte**	64,60%	-	**44,54%**
-	-	**37**	**LSP Group**	-	-	**34,80%**

Uwagi do tabeli:

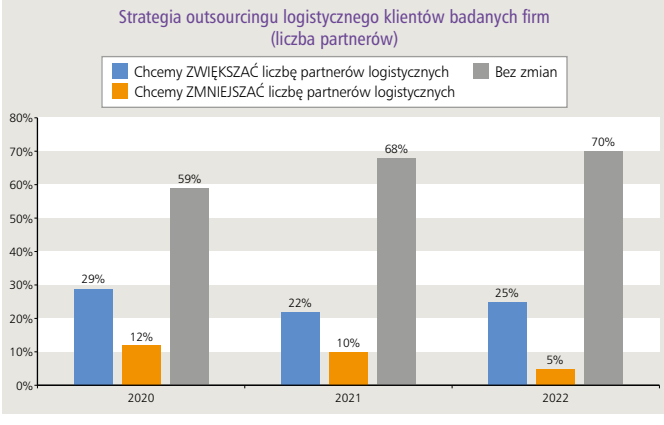
Wskaźnik ten obrazuje poziom zaufania do standardu obsługi danej firmy, która nie daje się przez inne zastąpić. Oferowany przez każdą firmę standard obsługi odnoszony jest do standardu proponowanego przez firmy konkurencyjne, wyznaczając pozycję na właściwym dla niej rynku.

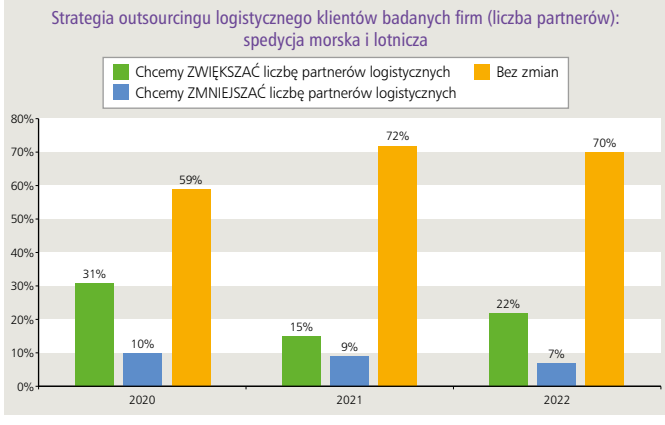
Prezentowane wyniki pokazują, jak często firma logistyczna wskazywana jest przez swoich kluczowych klientów jako najlepsza firma na rynku w danych dziedzinach obsługi, przy uwzględnieniu znaczenia przypisywanego przez klientów danej dziedzinie. Każdy badany klient znaczenie danej dziedziny oceniał na skali 10-elementowej. W powyższym zestawieniu podano wynik ogółem, będący średnią oceną dla piętnastu badanych kategorii obsługi klienta.

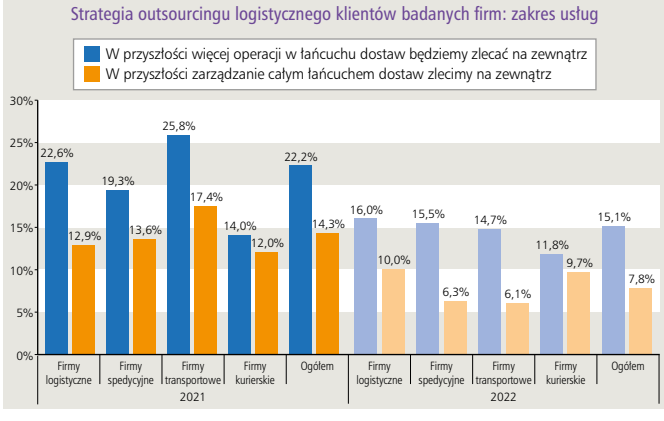
Wskaźnik poziomu zaufania do obsługi badanej grupy firm wynosi 72,8%, co jest historycznie najwyższym wynikiem.

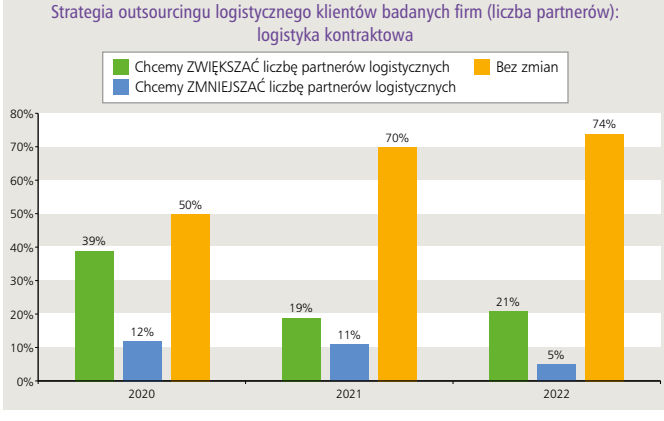
FIRMY OFERUJĄCE W OCENIE KLUCZOWYCH KLIENTÓW DANYCH FIRM NAJWYŻSZY NA RYNKU STANDARD OBSŁUGI

Cecha obsługi	Najwyżej oceniana firma				
	I	II	III	IV	V
a. Czas odpowiedzi na zapytanie ofertowe	**DIERA**	Northgate	VGL Solid	FM Logistic	OEX
b. Wsparcie konsultanta/opiekuna handlowego	**FM Logistic**	OEX	Raben Logistics	GLS	Fresh
c. Kultura pracownika realizującego przewóz towaru	**DIERA**	Raben Logistics	IFB	GLS	VGL Solid
d. Doświadczenie i wiarygodność	**DHL Supply Chain** **FM Logistic**		IDL	VGL Solid	DIERA
e. Cena usług odpowiada jakości	**Maszoński**	Fresh	OEX	FM Logistic	EV Cargo
f. Informatyzacja i integracja systemów operacyjno-informatycznych	**Fresh**	VGL Solid	OEX	FM Logistic	Raben Logistics
g. Kompleksowość usług	**DHL Supply Chain** **FM Logistic**		VGL Solid	OEX	DIERA
h. Zasięg geograficzny dostaw	**FM Logistic**	OEX	Fresh	IFB	DIERA
i. Elastyczność (terminy i forma dostaw)	**FM Logistic**	DIERA	OEX	IFB	Northgate
j. Czas od zamówienia do dostawy	**FM Logistic**	DIERA	Fresh	Northgate	OEX
k. Terminowość dostaw (dostawy w uzgodnionym terminie)	**DIERA**	FM Logistic	OEX	Northgate	Fresh
l. Kompletność dostaw (dostawy zrealizowane w całości)	**FM Logistic**	DIERA	Fresh	Raben Logistics	IFB
m. Bezbłędność dostaw (dostawy bez uchybień dokumentacji i znakowania, uszkodzeń towarów lub opakowań)	**DIERA**	Raben Logistics	Fresh	Northgate	Rhenus
n. Obieg informacji o stanie realizacji dostaw/o trudnościach w realizacji	**FM Logistic**	Fresh	DIERA	DHL Global Forwarding	GLS
o. Wprowadzanie nowych rozwiązań organizacyjnych i technologicznych	**FM Logistic**	Fresh	OEX	Frigo	Northgate









VI.			POZYCJA RYNKOWA W OCENIE OGÓŁU KLIENTÓW			
Pozycja				Odsetek wskazań		
2020	2021	2022		2020	2021	2022
1	1	**1**	**Raben Logistics Polska**	4,06%	3,72%	**2,90%**
6	4	**2**	**FM Logistic**	2,79%	2,95%	**2,72%**
4	8	**3**	**DIERA**			**2,40%**
5	2	**4**	**Fresh Logistics Polska**	2,80%	3,19%	**2,39%**
9	6	**5**	**VGL Solid Group**	2,66%	2,93%	**2,36%**
25	12	**6**	**DHL Global Forwarding**	1,92%	2,28%	**2,34%**
10	5	**7**	**General Logistics Systems Poland**	2,65%	2,94%	**2,33%**
7	7	**8**	**IFB International Freightbridge (Poland)**	2,77%	2,73%	**2,30%**
-	-	**9**	**OEX E-Business**	-	-	**2,27%**
-	-	**10**	**Raben Transport**	-	-	**2,21%**
14	25	**11**	**EV Cargo Global Forwarding**	2,47%	1,82%	**2,18%**
-	-	**12**	**DHL Supply Chain**	-	-	**2,17%**
17	9	**13**	**DSV Air & Sea**	2,31%	2,58%	**2,15%**
3	11	**14**	**Northgate Logistics**	2,91%	2,39%	**2,12%**
21	28	**15**	**Frigo Logistics**	2,03%	1,48%	**2,11%**
-	-	**16**	**Rhenus Freight Logistics**	-	-	**2,03%**
-	3	**17**	**ROHLIG SUUS Logistics**	-	2,96%	**2,02%**
11	-	**18**	**DHL Parcel**	2,62%	-	**2,01%**
-	-	**19**	**Expeditors Polska**	-	-	**1,98%**
20	13	**20**	**TSLOGISTIC**	2,10%	2,17%	**1,94%**
16	19	**21**	**Ekol Logistics**	2,32%	1,98%	**1,93%**
12	10	**22**	**GEODIS Poland**	2,52%	2,53%	**1,92%**
-	21	**23**	**PKS Gdańsk-Oliwa**	-	1,91%	**1,91%**
8	26	**24**	**Omega Pilzno**	2,70%	1,81%	**1,89%**
-	20	**25**	**XBS Pro-Log**	-	1,97%	**1,83%**
-	-	**26**	**FF Fracht**	-	-	**1,81%**
27	22	**27**	**EPO-Trans Logistic**	1,69%	1,90%	**1,79%**
22	16	**28**	**Maszoński Logistic**	2,00%	2,12%	**1,78%**
-	-	**29**	**ID Logistics Polska**	-	-	**1,70%**
19	18	**30**	**DHL Freight**	2,17%	2,08%	**1,66%**
29	23	**31**	**Colian Logistic**	1,15%	1,87%	**1,64%**
18	-	**32**	**Hegelmann Transporte**	2,18%	-	**1,60%**
13	14	**33**	**Arra Group**	2,51%	2,14%	**1,56%**
28	27	**34**	**XPO Transport Solutions Poland**	1,36%	1,66%	**1,56%**
-	-	**35**	**CAT LC Polska**	-	-	**1,50%**
24	24	**36**	**Spedimex**	1,93%	1,84%	**1,40%**
-	-	**37**	**LSP Group**	-	-	**1,37%**

Uwagi do tabeli:

Prezentowane wyniki pokazują, jak często dana firma logistyczna wskazywana jest przez ogół klientów badanych firm jako najlepsza w dziedzinie obsługi klientów.

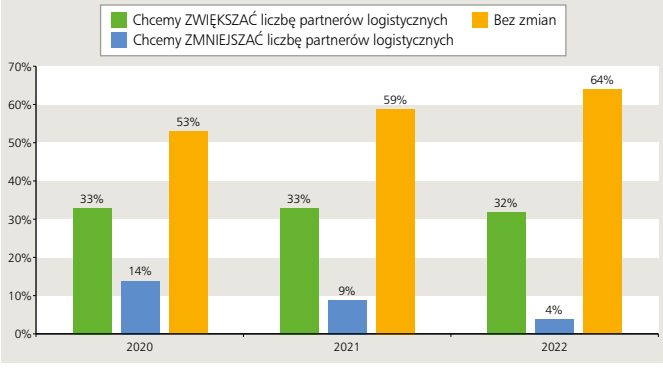
W powyższym zestawieniu podano wynik ogółem, będący średnią liczbą wskazań dla piętnastu badanych kategorii obsługi logistycznej, przy uwzględnieniu znaczenia przypisywanego przez klientów poszczególnym dziedzinom obsługi. Wynik ważony jest ze względu na nierówną liczbę respondentów badanych w imieniu poszczególnych firm.

Aż 4/5 wskazań objęło którąś z 37 firm uczestniczących w badaniu, a w co dziesiątym przypadku klienci nie potrafili wskazać firmy najlepszej w danej dziedzinie, w reszcie sytuacji klienci wskazywali na inne wymienione z nazwy firmy.

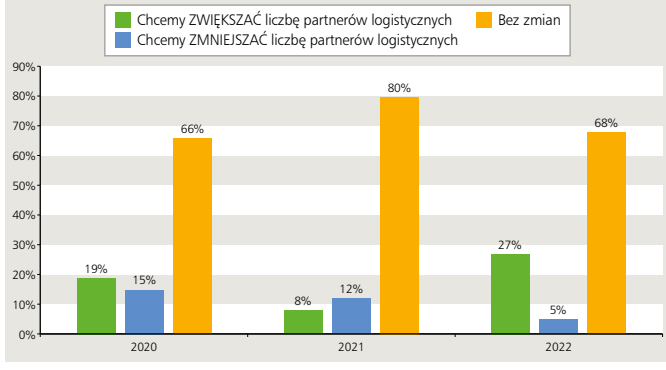
FIRMY OFERUJĄCE W OCENIE KLIENTÓW WSZYSTKICH FIRM NAJWYŻSZY NA RYNKU STANDARD OBSŁUGI

	Najwyżej oceniana firma				
Cecha obsługi	I	II	III	IV	V
a. Czas odpowiedzi na zapytanie ofertowe	**Raben Logistics**	Northgate	DIERA	Hegelmann	IFB
b. Wsparcie konsultanta/ opiekuna handlowego	**FM Logistic**	DHL SC	DSV	Raben Logistics	OEX
c. Kultura pracownika realizującego przewóz towaru	**Raben Logistics**	DIERA	IFB	Raben Transport	GLS
d. Doświadczenie i wiarygodność	**DHL SC**	Raben Logistics	FM Logistic	VGL Solid	DIERA
e. Cena usług odpowiada jakości	**DHL SC**	DSV	Raben Logistics	EV Cargo	IDL
f. Informatyzacja i integracja systemów operacyjno-informatycznych	**Raben Logistics**	GLS	DSV	Fresh	Raben Transport
g. Kompleksowość usług	**FM Logistic**	**Raben Logistics**	DHL SC	VGL Solid	Raben Transport
h. Zasięg geograficzny dostaw	**DHL SC**	FM Logistic	Raben Logistics	DHL GF	Fresh
i. Elastyczność (terminy i forma dostaw)	**DHL SC**	Raben Logistics	FM Logistic	Northgate	DIERA
j. Czas od zamówienia do dostawy	**FM Logistic**	DHL SC	Raben Logistics	Northgate	GLS
k. Terminowość dostaw (dostawy w uzgodnionym terminie)	**DHL SC**	FM Logistic	Raben Logistics	DSV	DIERA
l. Kompletność dostaw (dostawy zrealizowane w całości)	**Raben Logistics**	FM Logistic	DIERA	DHL GF	IFB
m. Bezbłędność dostaw (dostawy bez uchybień dokumentacji i znakowania, uszkodzeń towarów lub opakowań)	**DSV**	Raben Logistics	Northgate	FM Logistic	IFB
n. Obieg informacji o stanie realizacji dostaw/o trudnościach w realizacji	**DHL SC**	DSV	Raben Logistics	Northgate	FM Logistic
o. Wprowadzanie nowych rozwiązań organizacyjnych i technologicznych	**Raben Logistics**	FM Logistic	Fresh	Frigo	DHL SC

Strategia outsourcingu logistycznego klientów badanych firm (liczba partnerów): transport i spedycja drogowa



Strategia outsourcingu logistycznego klientów badanych firm (liczba partnerów): usługi kurierskie



Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Czas odpowiedzi na zapytanie ofertowe

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. Raben Logistics	1. DB Schenker
2. Northgate Logistics	2. Kuehne+Nagel
3. DIERA	3. UPS
4. Hegelmann Transporte	4. DHL Express
5. IFB International Freightbridge	5. InPost
6. FM Logistic	6. Dachser
7. DHL Supply Chain	7. DPD
8. EV Cargo Global Forwarding	8. cargo-partner spedycja
9. ID Logistics	9. Uni-logistics
10. DHL Global Forwarding	10. DSV Road

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Wsparcie konsultanta/opiekuna handlowego

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. FM Logistic	1. DB Schenker
2. DHL Supply Chain	2. Dachser
3. DSV Air & Sea	3. UPS
4. Raben Logistics	4. Kuehne+Nagel
5. OEX E-Business	5. DPD
6. VGL Solid Group	6. Uni-logistics
7. GLS	7. Geis
8. IFB International Freightbridge	8. DSV Road
9. EV Cargo Global Forwarding	9. cargo-partner spedycja
10. Fresh Logistics	10. Delta Trans

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Kultura pracownika realizującego przewóz towaru

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. Raben Logistics	1. UPS
2. DIERA	2. DB Schenker
3. IFB International Freightbridge	3. Dachser
4. Raben Transport	4. InPost
5. GLS	5. DSV Road
6. VGL Solid Group	6. Kuehne+Nagel
7. DHL Supply Chain	7. LKW Walter
8. Northgate Logistics	8. DPD
9. FM Logistic	9. Geis
10. DSV Air & Sea	10. FedEx

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Doświadczenie i wiarygodność

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. DHL Supply Chain	1. UPS
2. Raben Logistics	2. DB Schenker
3. FM Logistic	3. LKW Walter
4. VGL Solid Group	4. Dachser
5. DIERA	5. DSV Road
6. DHL Global Forwarding	6. Kuehne+Nagel
7. DSV Air & Sea	7. DPD
8. Northgate Logistics	8. FedEx
9. EV Cargo Global Forwarding	9. InPost
10. GEODIS	10. Geis

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Cena usług odpowiada jakości

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. DHL Supply Chain	1. DB Schenker
2. DSV Air & Sea	2. DPD
3. Raben Logistics	3. UPS
4. EV Cargo Global Forwarding	4. DHL Express
5. ID Logistics	5. Kuehne+Nagel
6. VGL Solid Group	6. Dachser
7. Fresh Logistics	7. InPost
8. Raben Transport	8. LKW Walter
9. FM Logistic	9. cargo-partner spedycja
10. Omega Pilzno	10. GEFCO

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Informatyzacja i integracja systemów operacyjno-informatycznych

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. Raben Logistics	1. InPost
2. GLS	2. Dachser
3. DSV Air & Sea	3. UPS
4. Fresh Logistics	4. DB Schenker
5. Raben Transport	5. DPD
6. OEX E-Business	6. FedEx
7. FM Logistic	7. DHL Express
8. DHL Parcel	8. Kuehne+Nagel
9. ID Logistics	9. LKW Walter
10. Frigo Logistics	10. DSV Road

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Kompleksowość usług

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. FM Logistic	1. DB Schenker
2. Raben Logistics	2. FedEx
3. DHL Supply Chain	3. DPD
4. VGL Solid Group	4. Dachser
5. Raben Transport	5. InPost
6. DHL Global Forwarding	6. DHL Express
7. GEODIS	7. UPS
8. OEX E-Business	8. Kuehne+Nagel
9. XBS Pro-Log	9. Nagel Group
10. Northgate Logistics	10. LKW Walter

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Zasięg geograficzny dostaw

Uczestnicy badania	**Inne firmy**
1. DHL Supply Chain	**1. UPS**
2. FM Logistic	**2. DB Schenker**
3. Raben Logistics	**3. FedEx**
4. DHL Global Forwarding	**4. LKW Walter**
5. Fresh Logistics	**5. DSV Road**
6. Northgate Logistics	**6. DHL Express**
7. IFB International Freightbridge	**7. Kuehne+Nagel**
8. VGL Solid Group	**8. Nagel Group**
9. DIERA	**9. DPD**
10. ROHLIG SUUS Logistics	**10. Dachser**

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Elastyczność (terminy i forma dostaw)

Uczestnicy badania	**Inne firmy**
1. DHL Supply Chain	**1. DB Schenker**
2. Raben Logistics	**2. UPS**
3. FM Logistic	**3. Nagel Group**
4. Northgate Logistics	**4. FedEx**
5. DIERA	**5. InPost**
6. IFB International Freightbridge	**6. DPD**
7. VGL Solid Group	**7. cargo-partner spedycja**
8. Maszoński Logistic	**8. Kuehne+Nagel**
9. Rhenus Freight Logistics	**9. DHL Express**
10. OEX E-Business	**10. Omida**

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Czas od zamówienia do dostawy

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. FM Logistic	1. DHL Express
2. DHL Supply Chain	2. UPS
3. Raben Logistics	3. DPD
4. Northgate Logistics	4. DB Schenker
5. GLS	5. InPost
6. DIERA	6. Dachser
7. DSV Air & Sea	7. FedEx
8. OEX E-Business	8. cargo-partner spedycja
9. DHL Global Forwarding	9. JAS-FBG
10. Fresh Logistics	10. Logfret

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Terminowość dostaw (dostawy w uzgodnionym terminie)

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. DHL Supply Chain	1. DPD
2. FM Logistic	2. UPS
3. Raben Logistics	3. DHL Express
4. DSV Air & Sea	4. Dachser
5. DIERA	5. DB Schenker
6. Northgate Logistics	6. InPost
7. DHL Global Forwarding	7. FedEx
8. GLS	8. Geis
9. OEX E-Business	9. Kuehne+Nagel
10. IFB International Freightbridge	10. cargo-partner spedycja

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Kompletność dostaw (dostawy zrealizowane w całości)

Uczestnicy badania	**Inne firmy**
1. Raben Logistics	**1. DPD**
2. FM Logistic	**2. UPS**
3. DIERA	**3. DB Schenker**
4. DHL Global Forwarding	**4. FedEx**
5. IFB International Freightbridge	**5. Kuehne+Nagel**
6. Northgate Logistics	**6. cargo-partner spedycja**
7. DHL Supply Chain	**7. Dachser**
8. Fresh Logistics	**8. DHL Express**
9. VGL Solid Group	**9. Omida**
10. DSV Air & Sea	**10. Geis**

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Bezbłędność dostaw (dostawy bez uchybień dokumentacji i znakowania, uszkodzeń towarów lub opakowań)

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. DSV Air & Sea	**1. UPS**
2. Raben Logistics	**2. DB Schenker**
3. Northgate Logistics	**3. InPost**
4. FM Logistic	**4. DHL Express**
5. IFB International Freightbridge	**5. FedEx**
6. DIERA	**6. DPD**
7. GLS	**7. Kuehne+Nagel**
8. DHL Global Forwarding	**8. Dachser**
9. DHL Supply Chain	**9. Nagel Group**
10. Rhenus Freight Logistics	**10. VAN cargo**

Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

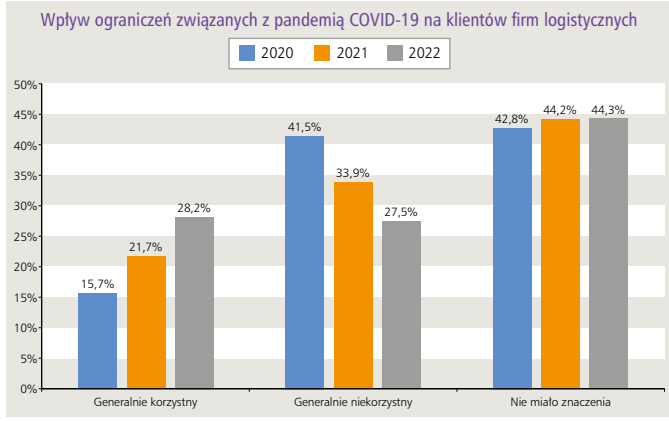
Obieg informacji o stanie realizacji dostaw/ o trudnościach w realizacji

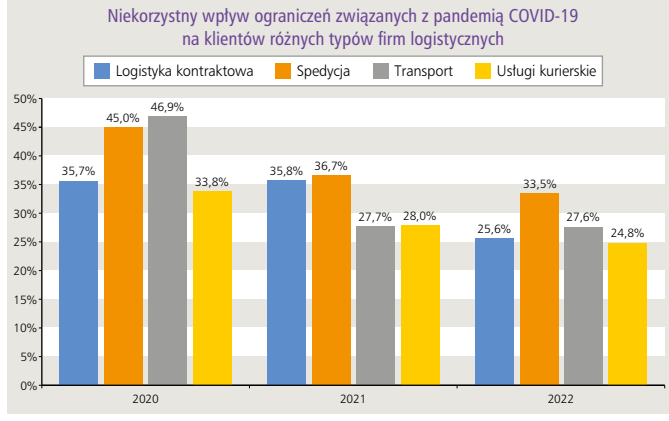
Uczestnicy badania	Inne firmy
1. DHL Supply Chain	**1. DB Schenker**
2. DSV Air & Sea	**2. UPS**
3. Raben Logistics	**3. DPD**
4. Northgate Logistics	**4. Dachser**
5. FM Logistic	**5. Kuehne+Nagel**
6. DIERA	**6. DHL Express**
7. GLS	**7. FedEx**
8. IFB International Freightbridge	**8. cargo-partner spedycja**
9. DHL Global Forwarding	**9. InPost**
10. EV Cargo Global Forwarding	**10. C.H. Robinson**

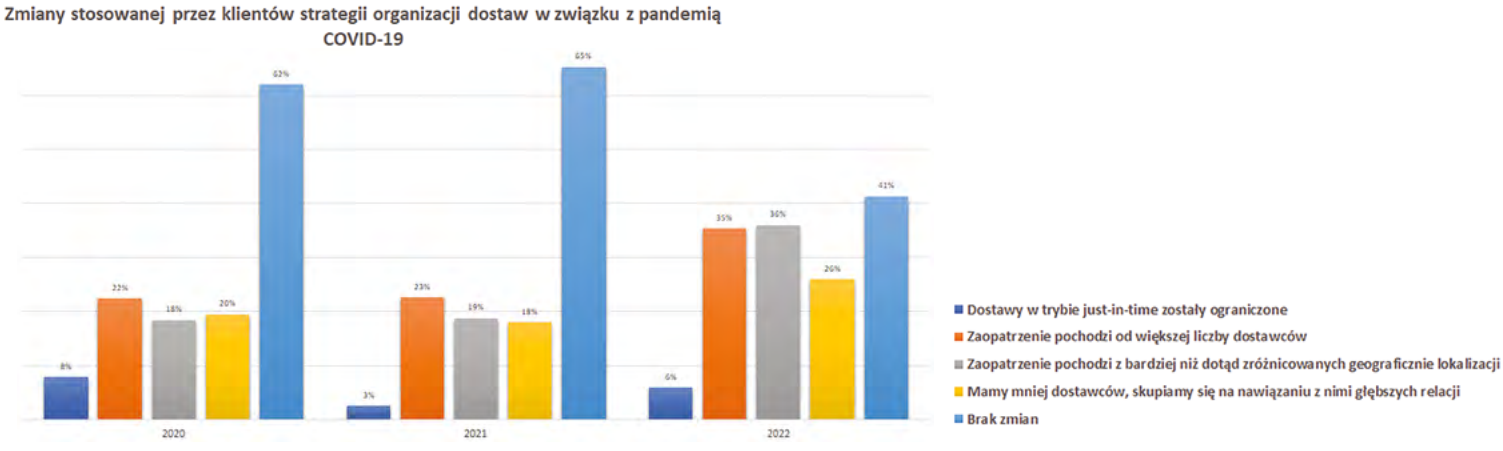
Najczęściej wskazywane jako najlepsze przez klientów badanych firm ze względu na:

Wprowadzanie nowych rozwiązań organizacyjnych i technologicznych

Uczestnicy badania	Inne firmy
1. Raben Logistics	**1. InPost**
2. FM Logistic	**2. UPS**
3. Fresh Logistics	**3. FedEx**
4. Frigo Logistics	**4. DHL Express**
5. DHL Supply Chain	**5. DB Schenker**
6. OEX E-Business	**6. DPD**
7. Raben Transport	**7. DSV Road**
8. GLS	**8. Kuehne+Nagel**
9. Northgate Logistics	**9. Dachser**
10. EV Cargo Global Forwarding	**10. cargo-partner spedycja**



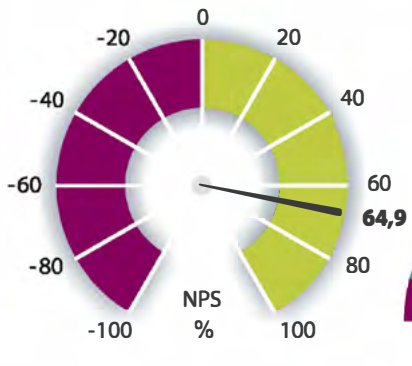




VII.		LOJALNOŚĆ KLUCZOWYCH KLIENTÓW					
Pozycja			Odsetek wskazań				
2021	2022		NPS 2021	Krytycy	Obojętni	Promotorzy	NPS 2022
	1	DHL Supply Chain	-	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
	1	LSP Group	-	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
8	3	Northgate Logistics	78,9%	0,0%	6,3%	93,8%	93,8%
4	4	Raben Logistics Polska	80,4%	1,9%	5,7%	92,5%	90,6%
20	5	PKS Gdańsk-Oliwa	57,8%	0,0%	13,6%	86,4%	86,4%
5	6	DIERA	80,0%	0,0%	14,3%	85,7%	85,7%
11	7	VGL Solid Group	76,0%	0,0%	17,6%	82,4%	82,4%
-	8	FF Fracht	-	3,6%	10,7%	85,7%	82,1%
3	9	IFB International Freightbridge (Poland)	82,0%	2,1%	14,6%	83,3%	81,2%
10	10	TSLOGISTIC	77,5%	2,8%	16,7%	80,6%	77,8%
9	11	General Logistics Systems Poland	78,0%	0,0%	23,5%	76,5%	76,5%
-	12	ID Logistics Polska	-	0,0%	25,0%	75,0%	75,0%
13	13	EV Cargo Global Forwarding	70,8%	4,3%	17,4%	78,3%	73,9%
12	14	EPO-Trans Logistic	71,5%	6,7%	13,3%	80,0%	73,3%
-	15	DHL Parcel	-	4,8%	19,0%	76,2%	71,4%
15	16	DSV Air & Sea	66,7%	0,0%	30,8%	69,2%	69,2%
16	17	Fresh Logistics Polska	66,0%	0,0%	32,0%	68,0%	68,0%
21	18	FM Logistic	55,6%	0,0%	33,3%	66,7%	66,7%
1	18	GEODIS Poland	100,0%	0,0%	33,3%	66,7%	66,7%
-	18	OEX E-Business	-	0,0%	33,3%	66,7%	66,7%
25	21	DHL Global Forwarding	44,0%	6,0%	22,0%	72,0%	66,0%
-	22	Expeditors Polska	-	8,7%	17,4%	73,9%	65,2%
19	23	Colian Logistic	59,6%	12,5%	12,5%	75,0%	62,5%
-	24	Rhenus Freight Logistics	-	2,0%	34,7%	63,3%	61,2%
2	24	XBS Pro-Log	94,3%	6,5%	25,8%	67,7%	61,2%
5	26	Maszoński Logistic	80,0%	0,0%	40,0%	60,0%	60,0%
23	27	Ekol Logistics	50,0%	0,0%	40,5%	59,5%	59,5%
-	28	Raben Transport	-	6,5%	29,0%	64,5%	58,1%
17	29	Arra Group	65,0%	17,6%	17,6%	64,7%	47,1%
22	30	Omega Pilzno	52,6%	18,5%	18,5%	63,0%	44,4%
26	31	Frigo Logistics	40,9%	11,1%	38,9%	50,0%	38,9%
18	32	ROHLIG SUUS Logistics	60,0%	11,8%	41,2%	47,1%	35,3%
27	33	DHL Freight	33,4%	12,8%	42,6%	44,7%	31,9%
-	34	CAT LC Polska	-	28,8%	14,3%	57,1%	28,6%
14	35	Spedimex	68,4%	23,5%	35,3%	41,2%	17,7%
-	36	Hegelmann Transporte	-	12,5%	62,5%	25,0%	12,5%
28	37	XPO Transport Solutions Poland	8,3%	18,2%	54,5%	27,3%	9,1%

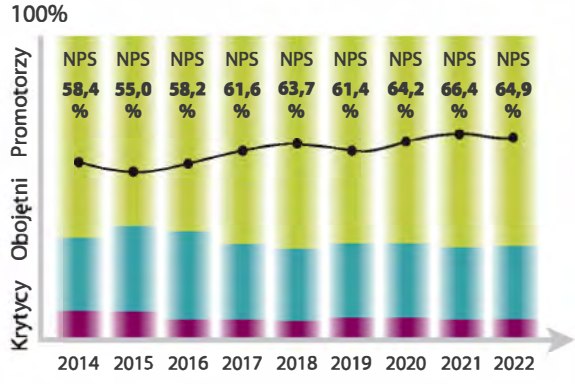
Uwagi do tabeli:

Prezentowane wyniki pokazują, jak często dana firma logistyczna wskazywana jest przez kluczowych klientów jako firma, którą bez zastrzeżeń poleciliby innym albo odradziliby korzystanie z jej usług, lub byłoby to im obojętne. W badaniu wzorujemy się na najbardziej popularnej na świecie metodzie badania lojalności klientów, opracowanej przez Fredericka F. Reichhelda. Indeks NPS (Net Promoter Score), który może przyjmować wartości od -100% do 100%, stanowi różnicę pomiędzy zdecydowanymi zwolennikami a krytykami danej firmy.



Indeks NPS 2022

Rozkład opinii klientów



NPS - INDEKS LOJALNOŚCI DLA BRANŻY LOGISTYCZNEJ (2022)

VIII.			LIDER RYNKU W OCENIE KLUCZOWYCH KLIENTÓW			
Pozycja				Odsetek wskazań		
2020	2021	2022		2020	2021	2022
-	-	**1**	**DHL Supply Chain**	-	-	**100,0%**
4	10	**2**	**Northgate Logistics**	70,6%	60,5%	**84,4%**
-	-	**3**	**ID Logistics Polska**	-	-	**75,0%**
6	3	**4**	**Raben Logistics Polska**	70,0%	78,4%	**71,7%**
8	5	**5**	**VGL Solid Group**	68,6%	68,0%	**70,6%**
9	23	**6**	**IFB International Freightbridge (Poland)**	68,0%	54,0%	**68,8%**
9	4	**7**	**General Logistics Systems Poland**	68,0%	72,0%	**68,6%**
6	6	**8**	**FM Logistic**	70,0%	66,7%	**66,7%**
11	11	**8**	**GEODIS Poland**	64,7%	60,0%	**66,7%**
22	22	**10**	**DHL Global Forwarding**	48,0%	56,0%	**66,0%**
-	-	**11**	**Expeditors Polska**	-	-	**65,2%**
-	-	**12**	**Raben Transport**	-	-	**64,5%**
14	9	**13**	**DIERA**	62,0%	62,0%	**61,9%**
21	25	**14**	**DSV Air & Sea**	53,8%	51,0%	**61,5%**
2	1	**15**	**Fresh Logistics Polska**	76,4%	82,0%	**60,0%**
-	-	**15**	**LSP Group**	-	-	**60,0%**
-	-	**15**	**OEX E-Business**	-	-	**60,0%**
17	-	**18**	**DHL Parcel**	56,0%	-	**59,5%**
-	20	**19**	**PKS Gdańsk-Oliwa**		57,8%	**59,1%**
20	24	**20**	**TSLOGISTIC**	54,9%	52,5%	**58,3%**
-	-	**21**	**CAT LC Polska**	-	-	**57,1%**
12	14	**22**	**EV Cargo Global Forwarding**	64,0%	58,3%	**56,5%**
23	14	**23**	**XPO Transport Solutions Poland**	46,7%	58,3%	**54,5%**
17	26	**24**	**DHL Freight**	56,0%	47,1%	**53,1%**
13	8	**25**	**Arra Group**	63,9%	65,0%	**52,9%**
16	18	**26**	**Omega Pilzno**	58,8%	57,9%	**51,9%**
-	-	**27**	**Rhenus Freight Logistics**	-	-	**51,0%**
-	-	**28**	**FF Fracht**	-	-	**50,0%**
3	-	**28**	**Hegelmann Transporte**	72,2%	-	**50,0%**
-	11	**30**	**XBS Pro-Log**	-	60,0%	**48,4%**
24	27	**31**	**Frigo Logistics**	46,2%	45,5%	**47,2%**
27	13	**32**	**Colian Logistic**	40,8%	59,6%	**43,8%**
-	21	**33**	**EPO-Trans Logistic**	-	57,1%	**43,3%**
26	14	**34**	**Ekol Logistics**	42,9%	58,3%	**43,2%**
25	18	**35**	**Spedimex**	45,5%	57,9%	**41,2%**
1	2	**36**	**Maszoński Logistic**	83,3%	80,0%	**40,0%**
-	17	**37**	**ROHLIG SUUS Logistics**	-	58,0%	**39,2%**

Uwagi do tabeli:

Prezentowane wyniki pokazują, jak często dana firma logistyczna wskazywana jest przez swoich kluczowych klientów jako najlepsza firma logistyczna na rynku. Brak wskazania na jakąkolwiek firmę nie jest usuwany z podstawy obliczeń i jest traktowany jak każde zaprzeczenie twierdzenia, że dana firma jest najlepsza na rynku.

Ogólny odsetek klientów potwierdzających, że obsługujące je firmy to liderzy rynku, jest bardzo wysoki i wynosi 58,7% (2021 r. - 60,0%).

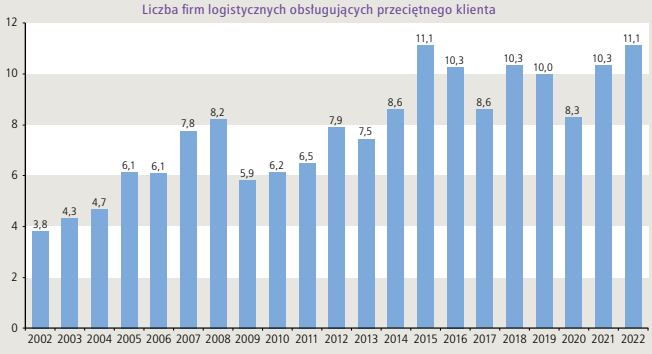
IX.			NAJBARDZIEJ KONKURENCYJNA FIRMA W OCENIE OGÓŁU KLIENTÓW			
Pozycja				Proporcja ogólnej liczby klientów uznających daną firmę za najlepszą na rynku do liczby poddanych badaniu jej klientów kluczowych		
2020	2021	2022		2020	2021	2022
-	-	**1**	**DHL Supply Chain**	-	-	**4,750**
1	1	**2**	**Raben Logistics Polska**	2,200	2,039	**2,245**
2	3	**3**	**FM Logistic**	1,900	1,223	**1,389**
-	-	**4**	**Raben Transport**	-	-	**1,290**
9	8	**5**	**VGL Solid Group**	0,804	0,800	**1,177**
17	7	**6**	**DHL Global Forwarding**	0,680	0,840	**1,100**
-	2	**7**	**ROHLIG SUUS Logistics**	-	1,440	**1,059**
16	-	**8**	**Hegelmann Transporte**	0,722	-	**1,000**
17	-	**9**	**DHL Parcel**	0,680	-	**0,928**
-	-	**10**	**ID Logistics Polska**	-	-	**0,917**
6	19	**11**	**GEODIS Poland**	0,882	0,600	**0,889**
14	12	**12**	**Northgate Logistics**	0,735	0,737	**0,875**
10	6	**13**	**General Logistics Systems Poland**	0,800	0,920	**0,843**
-	-	**14**	**LSP Group**	-	-	**0,800**
4	4	**15**	**DSV Air & Sea**	1,096	1,000	**0,769**
12	16	**16**	**DHL Freight**	0,780	0,647	**0,765**
17	24	**17**	**IFB International Freightbridge (Poland)**	0,680	0,580	**0,730**
6	5	**18**	**Fresh Logistics Polska**	0,882	0,940	**0,720**
-	-	**19**	**CAT LC Polska**	-	-	**0,714**
21	17	**20**	**Omega Pilzno**	0,676	0,632	**0,704**
25	26	**21**	**TSLOGISTIC**	0,569	0,550	**0,666**
-	-	**22**	**Expeditors Polska**	-	-	**0,652**
17	18	**23**	**DIERA**	0,680	0,620	**0,643**
-	11	**24**	**PKS Gdańsk-Oliwa**	-	0,756	**0,636**
-	-	**25**	**Rhenus Freight Logistics**	-	-	**0,612**
-	-	**26**	**OEX E-Business**	-	-	**0,600**
26	14	**27**	**Spedimex**	0,500	0,684	**0,588**
-	19	**28**	**XBS Pro-Log**	-	0,600	**0,581**
24	15	**29**	**EV Cargo Global Forwarding**	0,640	0,666	**0,565**
22	22	**30**	**XPO Transport Solutions Poland**	0,667	0,583	**0,545**
23	13	**31**	**Arra Group**	0,666	0,700	**0,529**
15	27	**32**	**Frigo Logistics**	0,731	0,455	**0,528**
-	-	**33**	**FF Fracht**	-	-	**0,500**
28	21	**34**	**Colian Logistic**	0,408	0,596	**0,438**
29	25	**35**	**EPO-Trans Logistic**	0,310	0,571	**0,433**
27	22	**36**	**Ekol Logistics**	0,429	0,583	**0,432**
8	8	**37**	**Maszoński Logistic**	0,833	0,800	**0,400**

Uwagi do tabeli:

Wskaźnik pozycji lidera rynku liczony jest jako iloraz ogólnej liczby klientów uznających daną firmę za najlepszą na rynku do liczby poddanych badaniu jej klientów kluczowych. Dla przykładu spośród wszystkich badanych osób (1044) co dziewiąta (119) wskazała firmę Raben Logistics jako bezwzględnie najlepszą lub będącą największym konkurentem innych badanych firm.

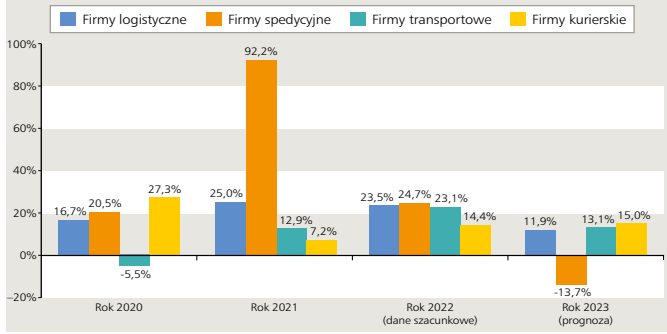
W dobie pandemii klienci ograniczyli liczbę zleceniobiorców

Liczba firm logistycznych obsługujących przeciętnego klienta



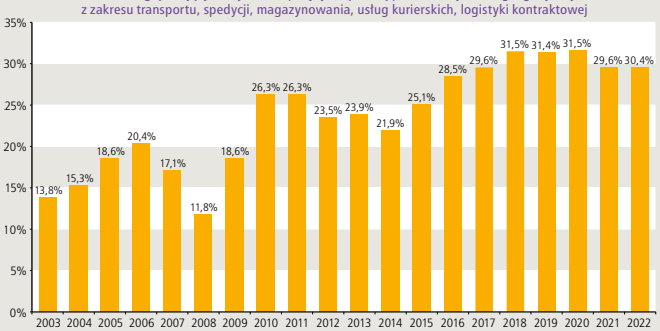
Zmiany sprzedaży w branży logistycznej w stosunku do roku poprzedniego

(Barometr, X 2022, N=30)



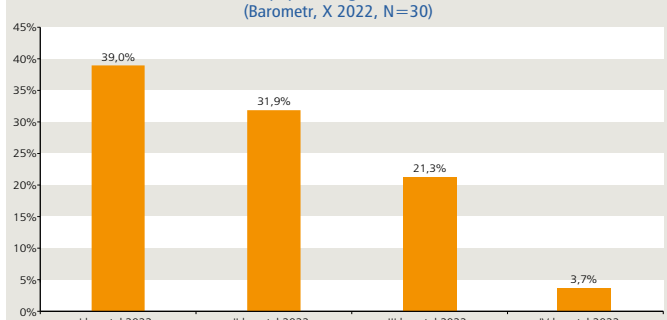
Klienci coraz wyżej oceniają zakres kupowanych usług

Indeks uwzględniający korzystanie i pozytywną ocenę powszechnych usług logistycznych z zakresu transportu, spedycji, magazynowania, usług kurierskich, logistyki kontraktowej



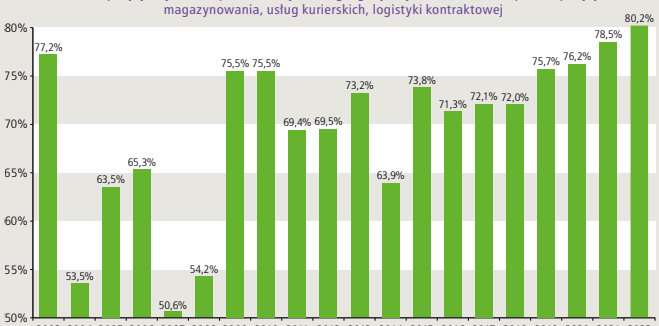
Zmiany sprzedaży w stosunku do odpowiedniego kwartału poprzedniego roku

(Barometr, X 2022, N=30)



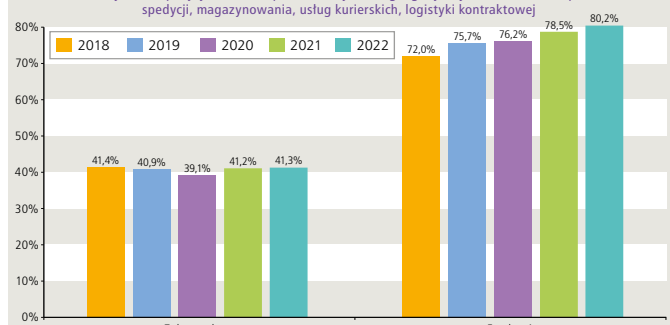
Klienci rekordowo wysoko ocenili jakość usług kupowanych w dobie pandemii

Indeks pozytywnych ocen podstawowych usług logistycznych z zakresu transportu, spedycji, magazynowania, usług kurierskich, logistyki kontraktowej



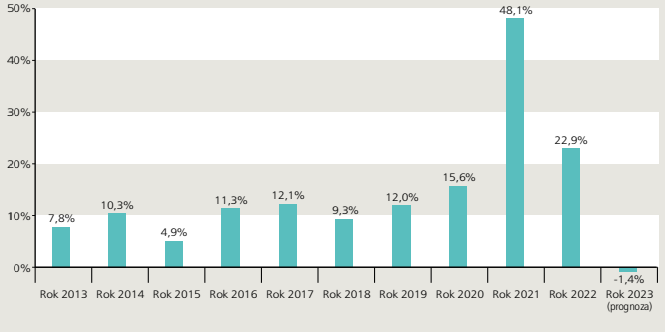
W dobie pandemii klienci korzystali z węższego zakresu usług, wyżej je oceniali

Korzystanie i pozytywna ocena podstawowych usług logistycznych z zakresu transportu, spedycji, magazynowania, usług kurierskich, logistyki kontraktowej



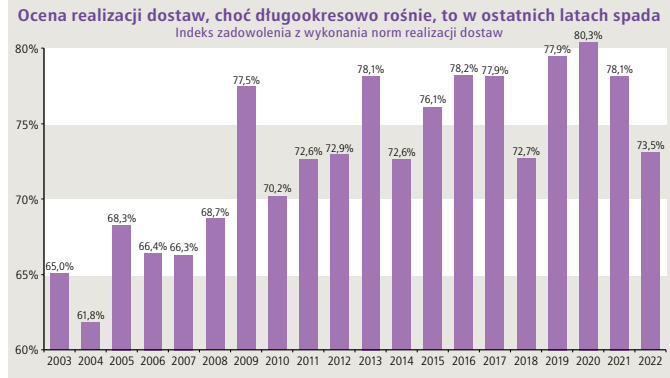
Zmiany sprzedaży w branży logistycznej w stosunku do roku poprzedniego

(Barometr, X 2022, N=30)



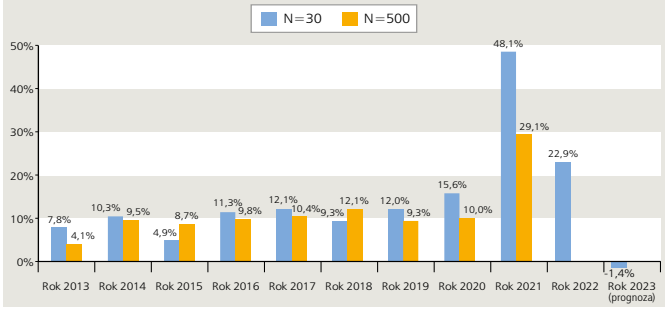
Ocena realizacji dostaw, choć długookresowo rośnie, to w ostatnich latach spada

Indeks zadowolenia z wykonania norm realizacji dostaw



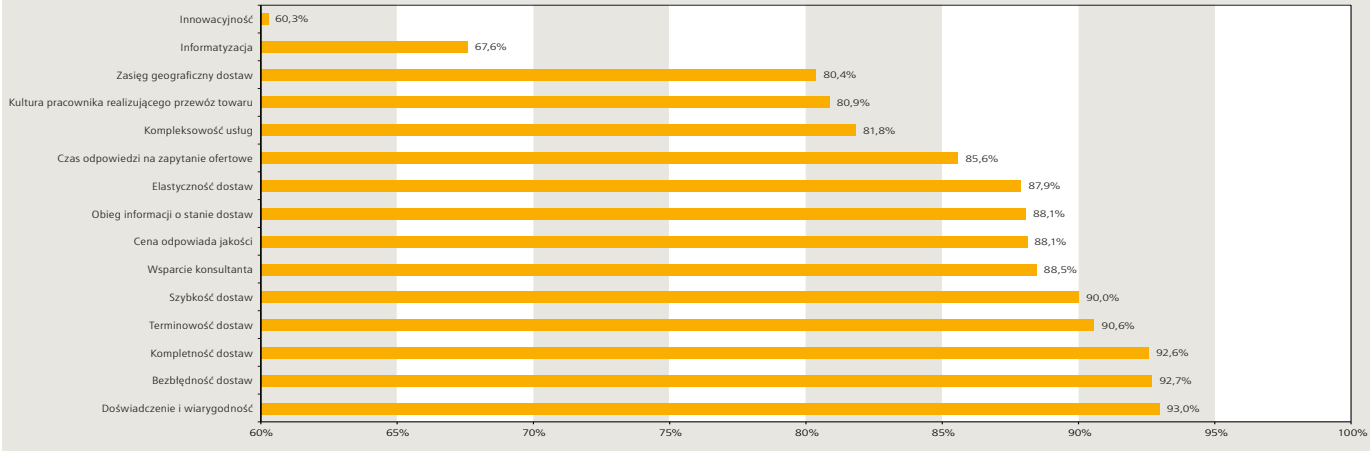
Zmiany sprzedaży w branży logistycznej w stosunku do roku poprzedniego według różniących się metodą badań

(Barometr, X 2022, N=30; Top500, N=500)

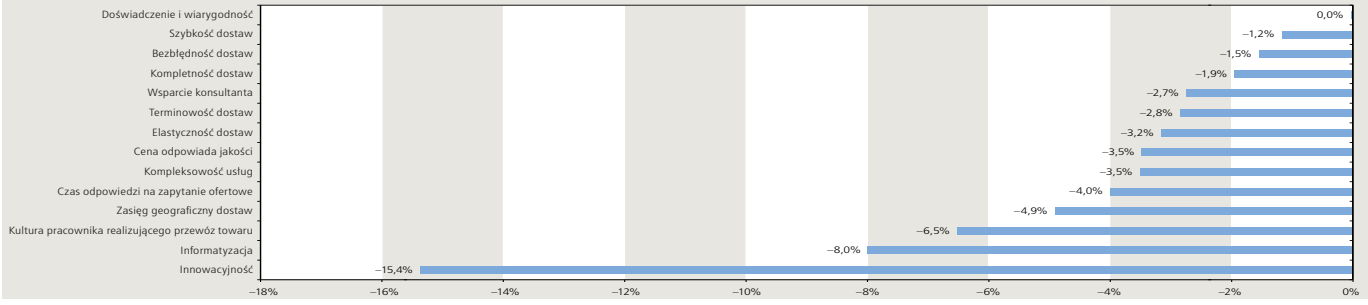


Co wpływa na ocenę usług logistycznych?

Wysokie znaczenie przypisywane przez klientów dziedzinom obsługi dostaw

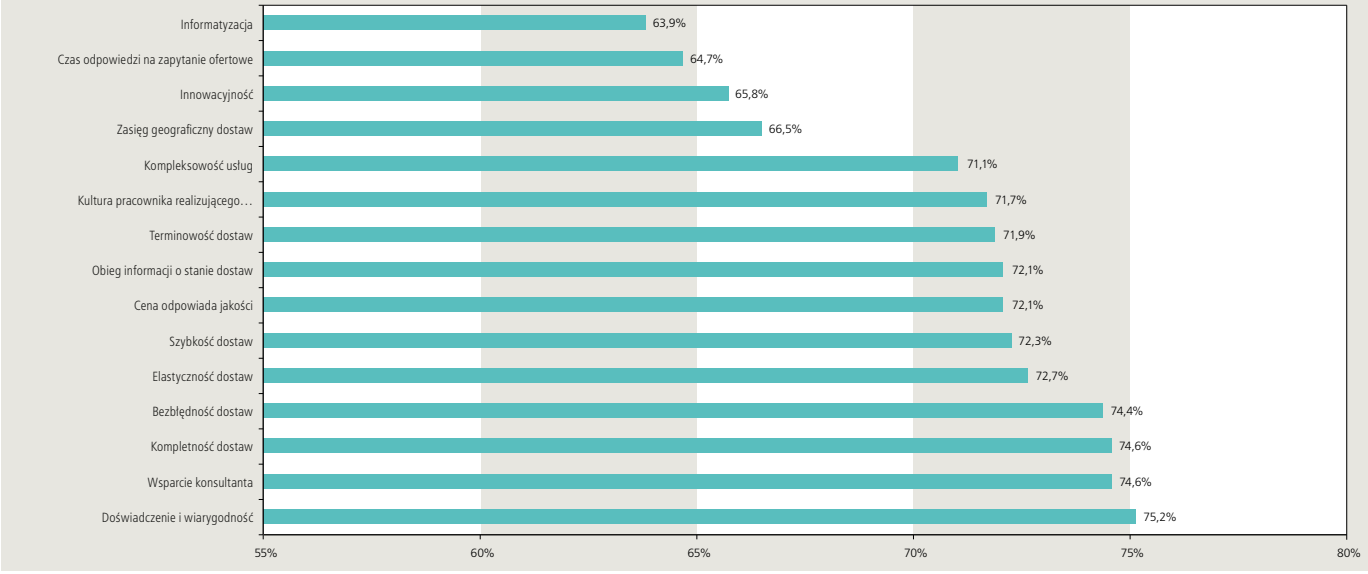


Zmiany preferencji klientów w stosunku do roku poprzedniego: spadek wymagań

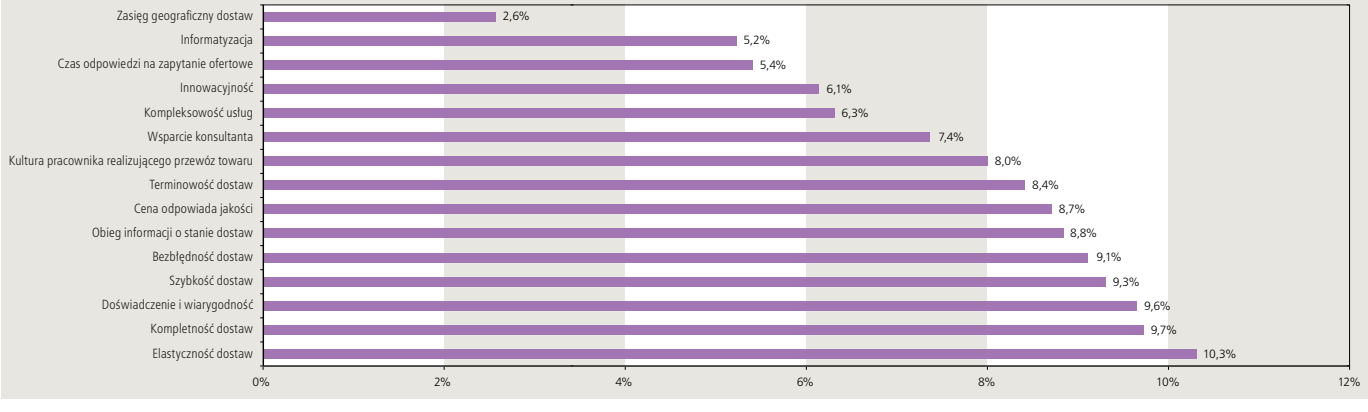


Za co klienci cenią firmy logistyczne?

Dziedziny obsługi dostaw, w których badane firmy logistyczne są według klientów najlepsze na rynku

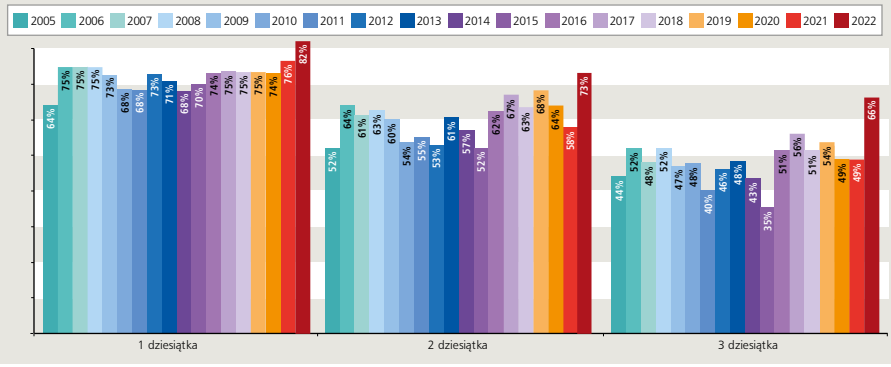


Najważniejsze zmiany pozycji rynkowej firm logistycznych w stosunku do roku poprzedniego: wzrost ufności



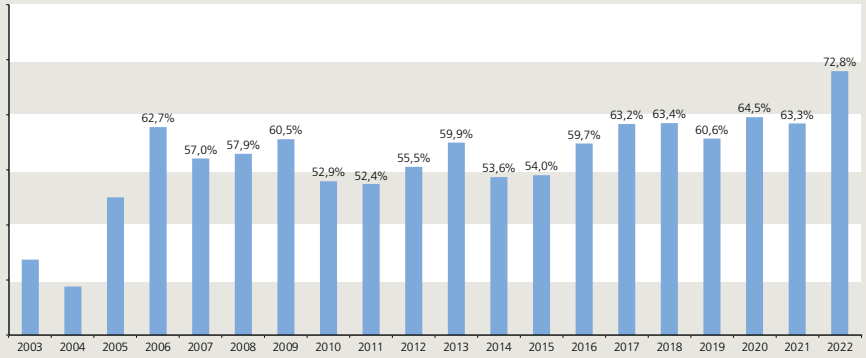
Dystans pomiędzy firmami z czołówki a ich zapleczem

Indeks zaufania klientów do standardu obsługi jako najlepszego na rynku



Pozycja rynkowa /zaufanie: ODSETEK KLIENTÓW UWAŻAJĄCYCH BADANĄ FIRMĘ ZA NAJLEPSZĄ

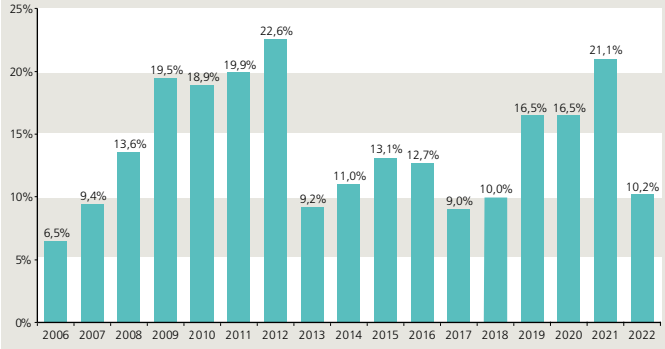
Indeks zadowolenia klientów uwzględniający 15 najważniejszych kryteriów wyboru



Pozycja rynkowa/brak zaufania:

ODSETEK KLIENTÓW NIE POTRAFIĄCYCH WSKAZAĆ NAJLEPSZEJ FIRMY

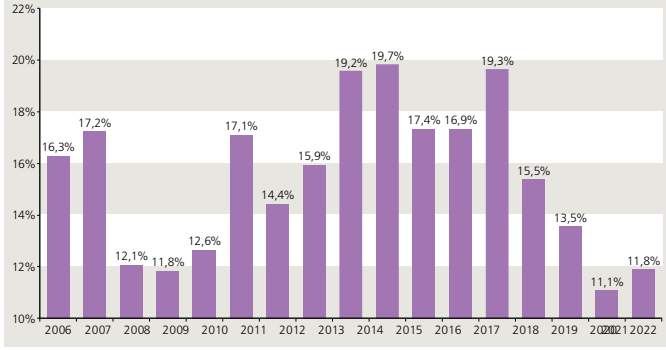
Indeks zadowolenia klientów uwzględniający 15 najważniejszych kryteriów wyboru



Pozycja rynkowa/brak zaufania:

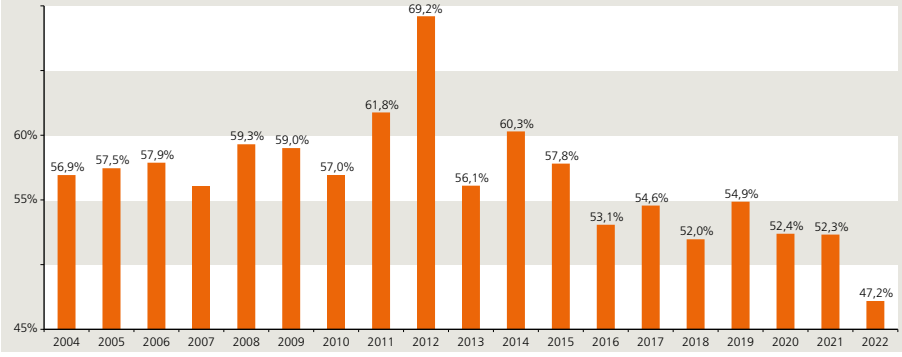
ODSETEK KLIENTÓW WSKAZUJĄCYCH INNE FIRMY NIŻ GRUPA BADANA

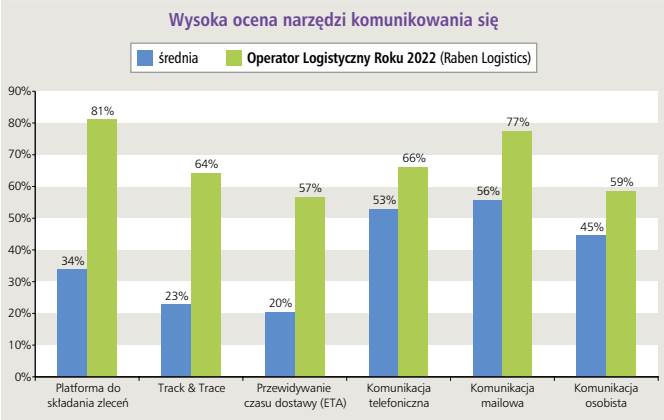
Indeks zadowolenia klientów uwzględniający 15 najważniejszych kryteriów wyboru

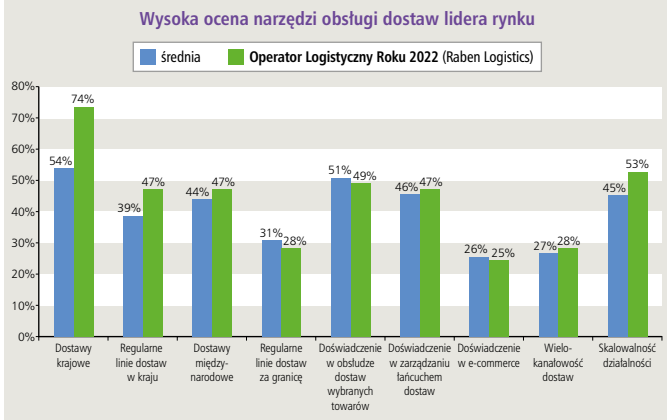


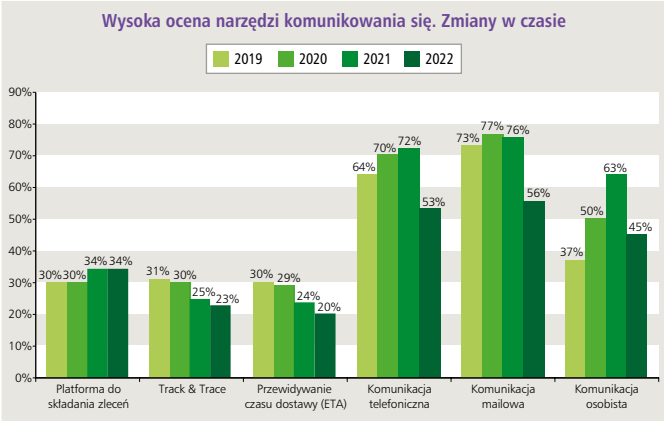
Zapotrzebowanie na dostawy krajowe maleje w stosunku do zapotrzebowania związanego z wymianą międzynarodową

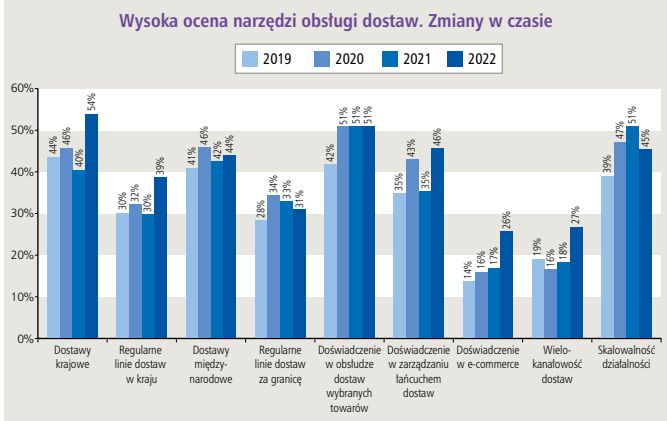
Odsetek usług logistycznych zlecanych na rynku wewnętrznym w całości wydatków











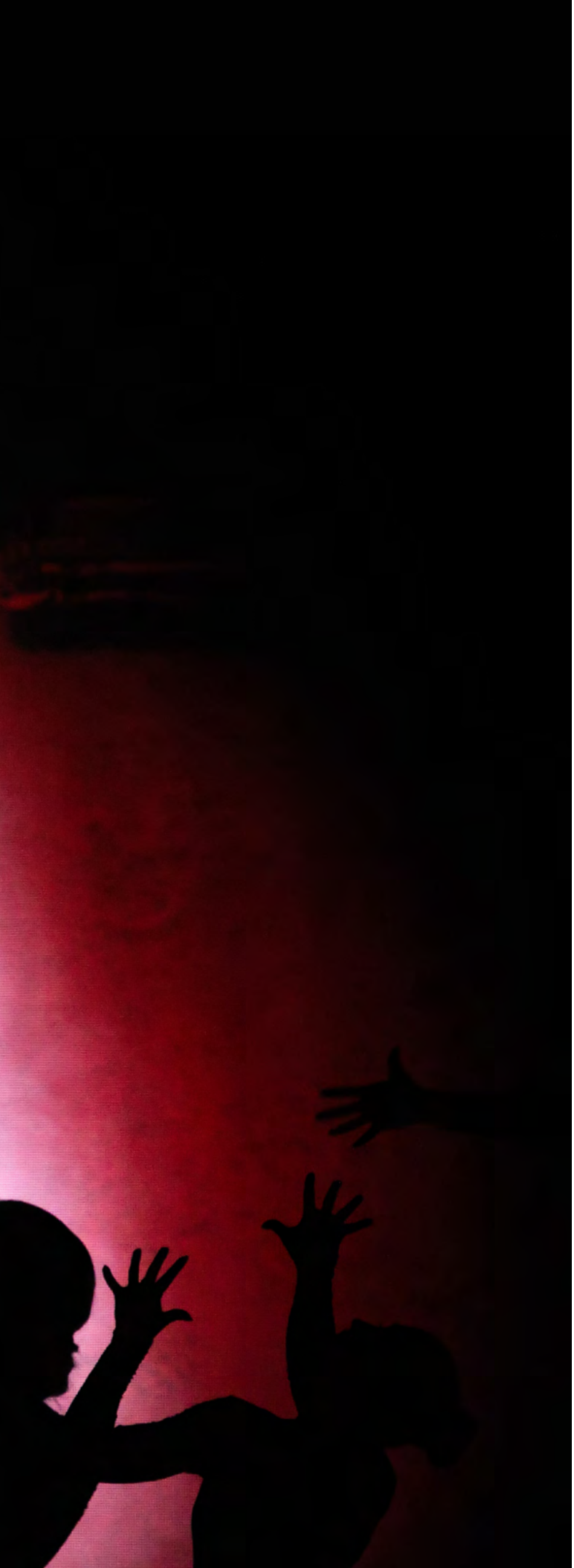
Twoje źródło informacji

LOG24

log24.pl

SZTUKA JAKO NARZĘDZIE POZNAWANIA SIEBIE

Prof. UAM dr hab. Maciej Błaszak



Impulsem poznawania jest zdumienie światem: dziecko widzące pierwszy śnieg, kobieta tuląca swoje pierwsze dziecko, biznesmen doświadczający bankructwa swojej pierwszej firmy. Zdumienie światem może być wywoływane w sposób kontrolowany, za pomocą sztuki. Jej podstawową metodą jest „wzmacnianie rzeczywistości" do postaci superbodźców: bitwa w oczach artysty jest bardziej krwawa niż w rzeczywistości, żołnierz bywa odważniejszy niż to możliwe, a okopy wyglądają zawsze apokaliptycznie.

Choć artystyczne wzmacnianie wydaje się prostym zabiegiem, jego skutki dla mózgu widza lub czytelnika są potężne. Superbodźce tak silnie przyciągają uwagę odbiorcy, że wyciszeniu ulega kora ciemieniowa jego mózgu – obszar kodujący między innymi informację o „ja". Efektem jest poczucie „samounicestwienia" odbiorcy, czyli zaniku granicy między jego ciałem, a dziełem sztuki. Ten efekt tłumaczy sens „zatracenia się" podczas tańca, pasjonującej lektury czy wciągającego seansu. Na tym polegają zapewne mistyczne doświadczenia religijne, duchowe przeżycia sportowe, czy poczucie uwznioślenia kiedy odbieramy awans w pracy. Odczuwamy wówczas wielkoduszność w stosunku do całego świata i podwyższony poczucie szczęścia w stosunku do samych siebie.

Sztuka łagodzi obyczaje

A zatem obcowanie z fikcyjnymi zwrotami akcji, metaforami i bohaterskimi postaciami dostarcza nam konkretnych korzyści: aktywizując obwody neuronalne do doświadczania czegoś większego, stajemy się bardziej wyrozumiali, dobroczynni i zadowoleni z życia. Sztuka zdecydowanie łagodzi obyczaje i pozwala lepiej strategicznie prowadzić biznes. Tajemnicą sukcesu naszego gatunku nie jest mordercza rywalizacja, lecz twórcza współpraca. Biznes przyszłości będzie należał do ludzi życzliwych.

Obcowanie ze sztuką nie tylko sprawia, że aktywizujemy pozytywne emocje, lecz również eliminujemy emocje negatywne. Dobre samopoczucie bierze się z pozytywnych doznań, takich jak zdumienie, podczas gdy eliminacja złego samopoczucia jest konsekwencją oczyszczania umysłu z negatywnych doznań, takich jak strach. Terapeutyczna funkcja sztuki uwolnienia się od czegoś nie zdrowego to katharsis.

Strach nie zawsze jest czymś złym, pozwalając nam unikać niebezpieczeństw. Jednak strach potrafi kumulować się w mózgu, kiedy doświadczamy traumy. Strach traumatyczny jest formą emocjonalnej samoobrony, sposobem utrzymania dystansu do świata, by nie zostać ponownie zranionym. Niemniej skumulowana wersja strachu rodzi uczucie bezradności, społecznej izolacji i nadwrażliwości. I często towarzyszą jej silny niepokój, ataki paniki i depresja.

Dwa ustalenia naukowe pozwalają zaproponować terapię osobom, cierpiącym na traumatyczną wersję strachu. Po pierwsze, rewizja wspomnień związanych z traumą. Proces ten - zwany „przeglądem autobiograficznym" – wydaje się nieintuicyjny i nie zawsze działa: niektórzy z nas

znajdują więcej pocieszenia w patrzeniu w przyszłość. Niemniej jednak, gdy wyobrażeniowo przepracujemy doświadczenie traumy w bezpiecznym otoczeniu, wówczas „fotograficzne wspomnienie" stopniowo słabnie, choć nigdy nie zanika. Po drugie, przeszukiwanie wzrokiem z jednego krańca sceny na drugi, kiedy wspominamy traumę. Ruchy oczu w płaszczyźnie poziomej stymulują obwód wzgórka górnego blaszki czworaczej i przyśrodkowo-grzbietowego wzgórza, który jest zaangażowany w osłabianie poziomu odczuwanego strachu.

Warianty zarówno przeglądu autobiograficznego, jak i ruchów oczu widza w płaszczyźnie były nieodłącznym elementem tragedii greckiej. Sztuka ta zachęca nas do przepracowania raz jeszcze przeszłych wspomnień traumy, poprzez wystawianie na scenie samobójstw, morderstw i napaści, a to wszystko odgrywane na dużej powierzchni, zmuszającej widza do aktywnego ruchu gałek ocznych. Widzowie takiego spektaklu odnotowują osłabienie poczucia wyizolowania czy nadwrażliwości na bodźce.

Traumatyczna wersja strachu

Terapia nakierowana na traumatyczną wersję strachu jest najbardziej efektywna, gdy uczestnik ma silne poczucie sprawstwa, wierząc we własne możliwości zarządzania odczuciem strachu i przezwyciężenia go. Przekonanie to może być uświadamiane, kiedy mówimy sobie, że o ile trauma jest zewnętrznym destrukcyjnym czynnikiem, strach towarzyszący jej jest wewnętrzną tarczą z którą nie należy walczyć, lecz zaakceptować jej funkcję ochronną. Przekonanie to może mieć również formę nieświadomego nastawienia „jestem silniejszy od tego strachu", które steruje naszym zachowaniem bez werbalnej artykulacji. Obydwie formy były rozpoznane przez sztukę starożytnej Grecji, która wypracowała mechanizm zwiększania poczucia sprawstwa widza.

Leczniczy efekt katharsis może zostać wzmocniony przez specyficzny rodzaj tragicznej fabuły, w którym bohater rozpoznaje traumę, która jest jego udziałem dopiero z opóźnieniem. Taki literacki motyw odroczonego bólu nosi nazwę „anagnoryzmu". Wzorcowym przykładem są losy Edypa w sztuce Sofoklesa, kiedy widzowie są świadomi nadciągającej katastrofy – kazirodztwa i ojcobójstwa – a bohater nie. Na Edypie ciąży traumatyczna klątwa, której stara się uniknąć, ale której realizację odkrywa jako ostatni.

Kluczowym psychologicznym efektem anagnoryzmu jest to, że widownia wie o traumie, zanim zostanie ona odczuwana. Ta uprzednia wiedza stymuluje wrażenie kosmicznej ironii w sieci stanu spoczynkowego kory przedczołowej mózgu, odpowiedzialnej – między innymi – za przyjmowanie punktu widzenia: patrzymy na moralną tragedię Edypa z góry, z perspektywy „wszechwiedzącego". Perspektywa ta redukuje u nas – widzów - aktywność tych części mózgu, które przetwarzają emocje, działając jako neuronalny tłumik traumatycznych wydarzeń dziejących się przed naszymi oczyma. Wszystko to pozwala podwyższyć nasze poczucie sprawstwa. Kiedy towarzyszymy innym – w przypadku sztuki Sofoklesa, Edypowi – w ich traumie, wzmacniamy nasze przekonanie o możliwości pokonania własnej traumy. Anagnoryzm rozwija nasze zdolności radzenia sobie z nieuniknionym, kiedy ono pojawia się.

Skrzynia z narzędziami

Sztuka zatem – od samego początku scenicznych tragedii greckich – była i jest eksperymentalnym laboratorium, w którym rozwijane są nowe narzędzia poznania samego siebie: zdumienie światem (thaumezein), katharsis (katharsis), czy anagnoryzm (anagnorismos). Dzięki tym narzędziom nie jesteśmy skazani w interakcji ze światem na metodę prób i błędów, jak podczas naciskania przycisków nieznanej maszyny i czekania na to, co się wydarzy. Obcując ze sztuką, wykorzystujemy jej narzędzia do radzenia sobie ze sobą i światem, poprawiając stan własnego zdrowia psychicznego i rozwiązując strategiczne problemy innych ludzi.

Proponowane podejście do sztuki jest pragmatyczne: jest ona skrzynią z narzędziami, pozwalającymi uczynić życie człowieka lepszym. Niektóre z tych narzędzi – jak widzieliśmy – pobudzają nasze poczucie szczęścia (zdumienie), inne łagodzą rozmaite formy nieszczęścia (katharsis), a niektóre inne stymulują praktyczne umiejętności poznawcze, takie jak przyjmowanie punktu widzenia, przyspieszające pozbywanie się doświadczeń traumatycznych z własnego życia (anagnoryzm). Te korzyści w żaden sposób nie mają zastąpić działań profesjonalnych psychologów, psychiatrów i terapeutów. Sztuka jest odpowiednikiem suplementów diety czy aktywnego trybu życia: wspomaga, ale nie zastępuje procesu dochodzenia do zdrowia.

Konferencja poświęcona trendom
w sieciach dostaw i produkcji

Toruń, 19–20 kwietnia 2023

Copernicus Toruń Hotel, Bulwar Filadelfijski 11

szczegóły na **www.trendownia.pl**

ORGANIZATORZY | MEDIA GROUP EUROLOGISTICS | LOG24 | Quantum LOGUAR

Spełniamy Życzenia

Pod dachami naszych magazynów dzieją się niezwykłe rzeczy. Gdy wprowadzasz się do Prologis spełniamy Twoje życzenia. Jesteśmy tu dla Ciebie dając najlepszą przestrzeń na realizację marzeń. Poczuj dobrą atmosferę w ten wyjątkowy czas i jeszcze dłużej! Spełnione życzenia są…

MADE IN PROLOGIS