

LISTOPAD – 11/2016 (74)

TSL biznes

MIESIĘCZNIK PROFESJONALISTÓW BRANŻY TRANSPORT-SPEDYCJA-LOGISTYKA

Cena 9,90 zł
(5% VAT)

ISSN 2081-5255



KREATYW

INNOWACYJ

Tematy numeru:

**Logistyka branży
e-commerce
i kurierskiej**

**CAT LC Polska
z najszybszą nocną
siecią dystrybucji**

**Polisa od renomowanego
ubezpieczyciela**

PARTNER WYDANIA



Nakład: 11.000 egzemplarzy

Zamów bezpłatną e-prenumeratę

Czytaj on-line na www.TSL-BIZNES.PL



TRUCK OF
THE YEAR



SCANIA NOWEJ GENERACJI

Osiągnij więcej stawiając czoła konkurencji z pojazdem Scania nowej generacji. Gdy następnym razem pomyślisz o nowym samochodzie ciężarowym, spotkaj się z nami. Przekonasz się, że nie istnieje jeden pojazd dobry do wszystkich zastosowań.

Dostarczamy rozwiązania dopasowane do jednego biznesu, który się liczy. Twojego.

#nextgenscania

Więcej informacji na temat pojazdów Scania nowej generacji znajdziesz na: scania.pl

SCANIA

ZOPTYMALIZUJ SKUTECZNIE SWÓJ ŁAŃCUCH DOSTAW WRAZ Z C.H. ROBINSON.



Czy szukasz profesjonalnych rozwiązań logistycznych? C.H. Robinson wraz ze swoją siecią oddziałów jest wiodącym operatorem w Europie i Polsce. Zapytaj naszych ekspertów o dopasowane rozwiązania: info-europe@chrobinson.com

C.H. Robinson Europe BV - Headquarters | Teleportboulevard 120
1043 EJ Amsterdam | The Netherlands | www.chrobinson.com



C.H. ROBINSON



Kanał sprzedaży e-commerce systematycznie rośnie. Rok temu udział e-handlu w handlu detalicznym stanowił 4%, dziś jest to 6%. Zmienia się również stosunek operatorów logistycznych do niego – parę lat temu wielu z nich go lekceważyło, dziś włączają się do jego obsługi. Cóż, trend jest wyraźny – niektóre sieci handlowe obecnie likwidują wiele placówek stacjonarnych, te pozostałe traktując jako *pick-up point-y*, czyli jako salony wystawiennicze, i koncentrują się na handlu internetowym. Jest prawdopodobne, że za parę lat centra handlowe, poza nielicznymi, stracą rację bytu.

Operatorzy logistyczni z kolei z roku na rok rozszerzają swój zakres usług dla sklepów internetowych, m.in. oferując usługi składu celnego, a nawet – jak niektórzy zapowiadają – chcą pełnić rolę Call Center. Wielu z nich coraz częściej zajmuje się obsługą wielokanałową, tzw. omnichannel. Przewagę mają tu sprawdzone firmy, które wcześniej zajmowały się logistyką tradycyjną dla danej sieci – wiele z nich do swej oferty dołącza obsługę zamówień internetowych od indywidualnych klientów.

Zmienia się też myślenie o transporcie, gdzie tak ważna jest ostatnia mila i dotarcie do finalnego odbiorcy w jak najkrótszym czasie, nawet do trudno dostępnych miejsc. Pomóc mają w tym drony, których możliwości są testowane w programach pilotażowych, np. w Niemczech. Z kolei na targach mobilnych w Barcelonie – Mobil Word Congress – prezentowane były samobieżne sześciokołowe pojemniki z klapką i antenką. W przyszłości (może już niedalekiej) to one mają dostarczać klientom zakupy i przesyłki o wadze do 9 kg pod same drzwi, na dystansie do 1,5 km i z prędkością 3 km/godz. Przed kradzieżą przesyłki przez osoby niepowołane ma chronić podanie kodu wysyłanego sms-em. Ten „naziemny dron” – jak określają go twórcy, którzy przyczynili się do powstania Skypa – ma też kamery i geolokalizację. Co więcej, takie rozwiązanie jest tańsze niż korzystanie z usług kuriera.

Elżbieta Haber
z-ca redaktora naczelnego

W numerze

> Logistyka

Zakupy elektroniczne stają się stylem życia	6
Sektor, którego trudno nie dostrzec ...	12
Rynek e-commerce w oczach DPD Polska	15
Zawsze w pełnej gotowości.....	19
Droga Grupy Raben do obecnego sukcesu.....	22
CAT LC Polska z najszybszą nocną siecią dystrybucji.....	24
Centrum logistyczne w porcie lotniczym Paris-Charles de Gaulle nie tylko dla e-handlu.....	29

> Logistyka-technologia

Nasi pracownicy mają wracać zdrowi do domu. Waelzholz Gruppe wykorzystuje szybkie bramy EFAFLEX do optymalizacji etapów produkcji.....	30
Georg Utz rozbudował zakład i zwiększył moce.....	32
Na wieszaku – od producenta do klienta	34
Nowa sortownia InPost	35
Rozwiązania intralogistyczne w handlu online	36

> Usługi kurierskie i pocztowe

E-handel staje się podstawą biznesu operatorów KEP.....	38
---	----

> Finansowanie

Po trzech kwartałach	44
Dobra dynamika wzrostu, ale na jak długo?	46

W Europie podobnie jak w Polsce	47
Leasing – oczywista forma finansowania pojazdów.....	48
Polisa od renomowanego ubezpieczyciela. Nie zawsze wystarczy do zapewnienia rzeczywistej ochrony ubezpieczeniowej w branży TSL.....	50

> Prawo

Ważność licencji spedycyjnych wydanych przed 15 sierpnia 2013 r... 53	53
Obowiązkowa ewidencja godzin pracy przy umowie zleceniu od 1 stycznia 2017 r.	56

> Transport drogowy

Tuszyn – Częstochowa – o dwa lata wcześniej.....	58
Nowość na platformie transportowej TimoCom. Funkcja pobierania i udostępniania dokumentów.....	59

> Transport kolejowy

Z Chin do Europy przez Polskę	60
Kolejowa Luxtorpeda 2.0	62

> Transport intermodalny

Transport intermodalny w Polsce – ukryty potencjał, który nagle może wystrzelić	64
---	----

> Transport lotniczy

Bezpośrednio z Warszawy do Seulu...66	66
---------------------------------------	----

> Auto w firmie

Komplet zalet za mniej	68
------------------------------	----



ul. Malczewskiego 17a, 05-820 Piastów
tel. 22 213 88 28, fax 22 205 07 57
redakcja@tsl-biznes.pl, www.tsl-biznes.pl, ISSN: 2081-5255

Redaktor naczelny i wydawca
Miroslaw Ganiec, tel. 502 532 575
m.ganiec@tsl-biznes.pl

Zastępca redaktora naczelnego
Elżbieta Haber, tel. 501 36 77 56
e.haber@tsl-biznes.pl

Prenumerata
tel. 22 213 88 28, fax 22 205 07 57
prenumerata@tsl-biznes.pl

Skład DTP
Studio 2000 www.studio2000.pl

Nakład: 11 000 egzemplarzy

Redakcja nie odpowiada za treść reklam i ogłoszeń.
Redakcja zastrzega sobie prawo do redagowania i skracania tekstów.



Wydawca
KMG Media Sp. z o.o., ul. Malczewskiego 17a, 05-820 Piastów
NIP: 522 294 09 47, REGON: 142231181, KRS: 0000348328
Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy KRS

Poznaj nasze wszystkie aktywności:

www.kmg-media.pl





DKV CARD

Odkrywamy swoje karty w Rosji i na Białorusi

Paliwo i opłaty drogowe: jedna karta do wszystkich rozliczeń!

Niskie ceny i płatność bez gotówki. Już dziś zacznij korzystać z sieci 660 stacji paliw na Wschodzie. Rozliczaj opłaty drogowe na najlepszych warunkach za pośrednictwem DKV Card.

dkv-euroservice.com

You drive, we care.





To jak wygląda logistyka dostaw, czy doręczenia są szybkie i skuteczne, a komunikacja w trakcie realizacji zamówienia z klientem właściwa, wpływa bezpośrednio na satysfakcję klientów e-sklepów i stanowi kluczowy obszar budowania wartości sklepu online

Zakupy elektroniczne stają się stylem życia

Kanał zakupowy e-commerce, co widać m.in. z zamieszczonych w TSL Biznes tekstów, przeddefiniował nie tylko funkcjonowanie konsumentów, którzy z niego korzystają, ale również biznesu i operatorów logistycznych. Zwiększyło się też zapotrzebowanie na odpowiednią infrastrukturę logistyczną – nie są to już magazyny wysokiego składowania, tylko niższe, półkowe, przystosowane do szybko rotujących wolumenów.

Pierwsi operatorzy logistyczni, jak arvato, w kanale e-commerce zaczęli działać kilkanaście lat temu, większość jednak przyłączyła się do nich w ostatnim okresie. Tak się dzieje, gdyż w handel internetowy „wchodzą” nie tylko sklepy internetowe, ale przeróżne sieci handlowe – Naszymi klientami są polskie

i międzynarodowe firmy z branży odzieżowej, kosmetycznej oraz innych branż posiadających sprzedaż w kanale e-commerce, ale również mające sieć sklepów stacjonarnych. Chętnie dostarczamy naszym klientom rozwiązania w zakresie obsługi omnichannel. Wymieniając same usługi, możemy mówić o szeroko rozumianych usługach konfek-

cji, pakowania i opracowywania zwrotów, wzbogacone o różnego rodzaju usługi dodatkowe, usługi zarządzania transportem, finansowe oraz backoffice – podkreśla Lidia Ratajczak-Kluck, dyrektor SG SCM/członek zarządu arvato.

Klienci innych operatorów także reprezentują różne branże, np. w Grupie Raben jest to elektronika i AGD, a także książki, zabawki na suplementach diety skończywszy. – Wśród klientów mamy zarówno firmy działające w wielu kanałach sprzedaży, jak i te, które prowadzą swoją działalność wyłącznie online – mówi Sławomir Rajch, E-commerce Manager w Grupie Raben.

Jednymi z najtrudniejszych do obsłużenia branż przez operatorów logistycznych są elektronika i AGD. Dostawy do klientów indywidualnych muszą realizować oni, a nie firmy kurierskie, gdyż zazwyczaj są to przesyłki niespaletyzowane, wykraczające poza możliwości obsługi kurierów (ponad 30 kg, ponad 0,15 m³), które dodatkowo charakteryzują się znaczą-



Jedną z najtrudniejszych do obsłużenia branż przez operatorów logistycznych jest elektronika i AGD. Dostawy do klientów indywidualnych muszą realizować oni, a nie firmy kurierskie, gdyż zazwyczaj są to przesyłki niespaletyzowane, wykraczające poza możliwości obsługi kurierów

nią wrażliwością na uszkodzenia. Zakres współpracy z klientem często dotyczy również pakietu usług dodatkowych, takich jak: wniesienie i rozpakowanie zakupionego towaru, utylizacja zużytego sprzętu czy płatność za pobraniem. Zdaniem Krzysztofa Gąsiewskiego, dyrektora Oddziału Warszawa w ROHLIG SUUS Logistics – Usługa wniesienia i rozpakowania towaru jest bardzo ważna z punktu widzenia klienta ostatecznego, ponieważ dzięki niej może ocenić dokładnie stan zakupionego sprzętu. Równie istotna jest także płatność za pobraniem, gdyż przy tego typu przesyłkach w grę wchodzi o wiele wyższe sumy, wynikające zazwyczaj z zakupu kilku urządzeń jednocześnie lub zakupu sprzętu wysokiej klasy np. typu side by side – dodaje Gąsiewski. Jak podkreśla – Takiej przesyłki nie można swobodnie zostawić u sąsiada, bądź co jest obecnie modne i możliwe w przypadku przesyłek kurierskich, dostarczyć odbiorcy do miejsca pracy. Ustalenie dogodnego czasu dostawy jest zatem bardzo istotne, ponieważ determinuje możliwość wykonania usługi przez operatora logistycznego. Pamiętajmy również, że mówimy o przesyłkach wrażliwych, których kilkukrotna próba doręczenia mogłaby doprowadzić do uszkodzenia towaru. W przypadku przesyłek kurierskich tę próbę można bez podobnego ryzyka wielokrotnie powtórzyć.

Przedefiniowanie sposobu działania

Wygoda i oszczędność czasu klientów decydujących się na zakup towarów przez internet, dla firm obsługujących e-commerce pociągają za sobą duże wyzwania,

zwłaszcza że klienci wymagają dostaw zamówionych produktów w ciągu 24 godz. od chwili złożenia zlecenia. – Czas dostaw przestał być liczony w dniach, a zaczął – w godzinach. W przypadku e-commerce wydłużył się czas prowadzenia biznesu, który jest właściwie nieograniczony – kupować w sieci można przez całą dobę, 7 dni w ty-

godniu. Bezpośrednio determinuje to sposób i szybkość dostarczenia przesyłki. Liczy się nie tylko jakość produktów, lecz także przepływ informacji i umiejętność dostosowania się do potrzeb klienta. Odbiorca ma prawo do zwrotu i wymiany zamówionego towaru przez internet. To wszystko odgrywa obecnie kluczową rolę w planowaniu usłu-



One Stop E-commerce

Lidia Ratajczak-Kluck, dyrektor SG SCM/
członek zarządu arvato

Nasza działalność na rynku zdefiniowanym jako e-commerce jest prowadzona od ponad dziesięciu lat. W początkowym okresie koncentrowała się głównie na dostarczaniu rozwiązań logistycznych. Kilka lat temu zdefiniowaliśmy nowe portfolio usług arvato Polska, skupione w ramach

One Stop E-commerce. One Stop E-commerce to koncepcja zakładająca scenariusz, w którym właściciele e-sklepów powierzają obsługę operacji logistycznych, informatycznych i finansowych jednemu partnerowi zewnętrznemu.

Sprawne oraz dynamiczne działanie w sektorze e-handlu wymaga od przedsiębiorców błyskawicznego reagowania na wiele sygnałów z rynku, czy to tych dotyczących kwestii odpowiedniej obsługi klienta, czy prowadzenia rozliczeń finansowych. Koncepcja One Stop E-commerce jest właśnie odpowiedzią na tę kwestię. Decydując się na tę formę współpracy, przedsiębiorca powierza nam pełną odpowiedzialność za procesy kluczowe dla efektywnej działalności e-sklepu. W ramach współpracy przejmujemy nie tylko odpowiedzialność za kwestie strictly związane z obsługą logistyczną (takie jak konfekcjonowanie, wysyłka paczek i obsługa zwrotów), ale także sprawy związane z obsługą finansowo-księgową oraz obsługą klienta, zarówno w kwestiach posprzedażowych, jak również reklamacji i zwrotów. Odpowiednia platforma komunikacji i realizacji procesów, ujednoczona w oparciu o dostosowane do tego narzędzia IT, staje się coraz częściej głosem decydującym o faktycznej przewadze na rynku. Podsumowując współpracę arvato z klientami sektora e-commerce i opierając się na danych z okresu ostatnich dwóch lat, możemy mówić o wzroście na poziomie ponad 20% w całościowej strukturze sprzedaży usług arvato SCM Solutions.

GRUPA GEIS W POLSCE: KOMPLEKSOWE USŁUGI TRANSPORTOWE I LOGISTYCZNE



USŁUGI KURIERSKIE

System krajowych usług kurierskich dla klientów korporacyjnych (B2B) i odbiorców indywidualnych (B2C)



TRANSPORT PALET

Krajowy i międzynarodowy system transportu palet i przesyłek indywidualnych



LOGISTYKA

Usługi logistyczne od prostego magazynowania przez usługi VAS, do złożonych projektów logistycznych



TRANSPORT CAŁOPOJAZDOWY

Krajowy i międzynarodowy transport przesyłek całopojazdowych (FTL) i częściowych (LTL)



TRANSPORT MORSKI I LOTNICZY

Transport multimodalny morsko-lotniczy, czarterowy, kontenerowy, przesyłki ponadgabarytowe



USŁUGI CELNE

Kompleksowe usługi celne

OD PROSTYCH ROZWIĄZAŃ TRANSPORTOWYCH
PO ZŁOŻONE PROJEKTY LOGISTYCZNE



Fulfilment synergiczny wobec dużej logistyki

Sławomir Rajch, E-commerce Manager, Grupa Raben

Raben klientów e-commerce obsługuje od 5 lat. Obecnie prowadzi projekty dla prawie 40 firm w 5 centrach magazynowych. Dzienna liczba wysyłek mieści się w przedziale od kilkunastu do kilkunastu tysięcy sztuk, zależnie od wielkości klienta.

Firma oferuje *fulfilment* logistyczny, którego fundamenty to magazynowanie towaru, przygotowywanie przesyłek i przesyłka oraz obsługa zwrotów. *Fulfilment* u dużego operatora logistycznego może być synergiczny wobec tzw. dużej logistyki (np. ten sam system magazynowy, wykorzystanie przestrzeni dolnej w regałach wysokiego składu) bądź funkcjonować oddzielnie. W każdym z przypadków wymaga jednak specyficznego oprzyrządowania (jak stoły skanujące, skanery ręczne i naramienne, *picking* głosowy, szafy automatyczne, dedykowane chłodziarki, wreszcie antresole) i przeszkolenia pracowników w zakresie znajomości towaru klienta. E-commerce powoduje, że operator jako organizacja działa szybciej, konstytuuje szybkie zmiany i nie boi się optymalizacji procesów i kosztów.

A jeśli chodzi o plany naszej firmy związane z obsługą e-commerce, to znajdują się one na strategicznym podium w długofalowym ujęciu rozwoju biznesu. Dowodem są prowadzone (jeszcze tajne) rozmowy z wielkimi graczami rynku i nowe inwestycje profilowane od razu dla klientów e-commerce.

Są jednak i tacy operatorzy, zwłaszcza ci, którzy jako pierwsi obsługiwali sklepy internetowe – jak *arvato* Polska – dla których nie było żadnego problemu z przedfiniowaniem odbiorców przesyłek. – *Nasza firma od zawsze specjalizowała się w przygotowywaniu zamówień dla klientów indywidualnych. Kilka i kilkanaście lat temu rynek takich przesyłek również funkcjonował, obecnie jedynie ich liczba jest zdecydowanie wyższa. arvato już wtedy prowadziło działalność w tym zakresie – wyjaśnia Lidia Ratajczak-Kluck.*

Warunkiem koniecznym do zarządzania całym łańcuchem dostaw dedykowanych e-commerce, zdaniem Arkadiusza Filipowskiego, są nowoczesne technologie, a w szczególności nowoczesna infrastruktura IT. – *Dzięki nowoczesnym rozwiązaniom, które PEKAES wdrożył u siebie, udostępniamy Strefę Klienta z modułem trackingu i szeregiem innych funkcjonalności – od tradycyjnego trackingu przez zaawansowane śledzenie przesyłek z możliwością raportowania, obsługę dokumentów zwrotnych, monitorowanie rozliczenia pobrań, możliwość przeglądania i pobierania faktur oraz załączników, aż po indywidualny system raportowania i fakturowania – według określonych kryteriów. Dostosujemy się z duchem czasu, a klient ma gwarancję, że towar zostanie dostarczony na czas – wylicza.*

gi logistycznej dla e-commerce – tłumaczy Arkadiusz Filipowski, członek zarządu i dyrektor handlowy PEKAES SA.

Dla większości operatorów logistycznych wejście w kanał sprzedaży



Stock magazynowy jest szeroki, liczący nawet kilkaset tysięcy unikalnych indeksów, ale krótki, płytki, gdzie dziesięć sztuk danego produktu to często górna granica magazynowanego wolumenu



W zestawieniu z innymi gałęziami handlu, e-commerce zdecydowanie wymaga rozwiązań bardziej kompleksowych, wspartych elastycznym systemem. Kolejnym istotnym elementem jest odpowiedni poziom wymiany informacji

Pierwsi operatorzy logistyczni, jak arvato, w kanale e-commerce zaczęli działać kilkanaście lat temu, większość jednak przyłączyła się do nich w ostatnim okresie. Tak się dzieje, gdyż w handel internetowy „wchodzą” nie tylko sklepy internetowe, ale przeróżne sieci handlowe.

Specyfika sektora

e-commerce, jak twierdzi Sławomir Rajch, E-commerce Manager w Grupie Raben – *wymagało pewnej zmiany mentalnej i wpłynęło na wyobrażenie o byciu elastycznym, które do tej pory mieli. Chodzi tutaj o bardzo późne godziny odbiorów kurierskich, pracę dwuzmianową w soboty i inne „wyjścia naprzeciw oczekiwaniom”, jak samochody kurierskie całodobowo oczekujące przy rampie na paczki danego klienta firmy logistycznej. Potrzeby rynku sprawiły, że logistyka dziś wygląda inaczej niż jeszcze parę lat temu – Z jednej strony są dostępne opcje jak Home Delivery w określonych godzinach w sobotę, z drugiej trwają zaawansowane prace nad skrajnie użytecznymi aplikacjami dla klientów – dodaje Sławomir Rajch.*

Nie ulega kwestii, że sektor jest specyficzny. Tak jak twierdzi Sławomir Rajch, do specyfiki można zaliczyć szybką rotację towaru na stocku. – *Stock ten jest szeroki, liczący nawet kilkaset tysięcy unikalnych indeksów, ale krótki, płytki, gdzie dziesięć sztuk danego produktu to często górna granica magazynowanego wolumenu. Towarzyszy temu niejednoznaczność zleceń, tzn. zlecenie odebrane przez pracownika magazynowego może zostać zmienione przez klienta końcowego e-sklepu (np. zmiana koloru bluzki). Różnica dotyczy też samej pracy operacyjnej w magazynie, zlecenia klientów e-commerce przybywają ciągle, pojedynczo – tłumaczy.*



Każdy rodzaj logistyki e-commerce

Arkadiusz Filipowski, członek zarządu,
dyrektor handlowy PEKAES SA

Rozwój usług logistycznych PEKAES dla branży e-commerce postępuje wraz z ewolucją handlu elektronicznego. Pierwsze zlecenia w tym kanale zrealizowaliśmy już w roku 2013. Dzięki jednej z najefektywniejszych sieci drobnicowych w Polsce (aż 19 terminali) i sieci 15 partnerów za-

granicznych w 32 krajach, oferujemy klientom sprawną obsługę i coraz krótszy czas dostawy.

W PEKAES oferujemy każdy rodzaj logistyki e-commerce – od dostaw dla naszych klientów, czyli e-sklepów, poprzez *dropshipping*, po *one stop e-commerce*. Pierwsza z wymienionych usług w znaczący sposób podnosi wolumeny dystrybucyjne oraz umożliwia nawiązanie szerszej współpracy z klientem w ramach całego naszego *portfolio*. *Dropshipping* to obecnie najpopularniejszy model outsourcingu, który pozwala e-przedsiębiorcy skupić się na pozyskiwaniu klienta, a nam powierza kwestie magazynowania produktów, przyjmowania zamówień i ich kompletowania, a także wystawiania dokumentów sprzedażowych.

Kluczowym obszarem, w którym efektywnie wykorzystujemy swoje przewagi konkurencyjne, są przewozy przesyłek ciężkich i ponadgabarytowych. Jednak najbardziej wymagającym segmentem jest One Stop E-commerce, który wiąże się z zaawansowaną obsługą, często wybiegającą poza standardową logistykę. Stale rozwijamy się w obszarze logistyki e-commerce i działając w imieniu klienta, odpowiadamy za kluczowe z jego punktu widzenia obszary, m.in. dostawy do magazynu, obsługę zamówień i pakowanie przesyłek.



Widocznym trendem na polskim rynku e-commerce jest ekspansja międzynarodowa naszych rodzimych sklepów internetowych. Nie tylko kraje ościennie są celem rozwijających się e-sklepów, ale także np. Wielka Brytania, a coraz częściej także Chiny czy Brazylia

Temat rozwija Lidia Ratajczak-Kluck. – *Specyficzny charakter branży e-commerce objawia się przede wszystkim tym, że zmiana procesów logistycznych jest rzeczą stałą i musi być przygotowana szybko i wdrożona bardzo sprawnie. Każdy z problemów jest widoczny natychmiast. Działania w tym sektorze wymagają od operatorów logistycznych bardzo dużej elastyczności operacyjnej i doskonałej znajomości trendów branży e-commerce. Rozwój usług logistycznych dla branży jest wobec tego związany nie tylko ze zmieniającymi się kanałami dystrybucji. Istotne są też mechanizmy, dzięki którym pojawiające się nowe formy dystrybucji będą jeszcze lepiej obsługiwane. Dalej podkreśla – Gdyby nie odpowiednio skonfigurowane systemy informatyczne, dobra obsługa tak wielu złożonych procesów nie byłaby możliwa. W zestawieniu z innymi gałęziami handlu, e-commerce zdecydowanie wymaga rozwiązań bardziej kompleksowych, wspartych elastycznym systemem. Kolejnym istotnym elementem jest odpowiedni poziom wymiany informacji. W tym celu wspólnie z naszymi partnerami tworzymy odpowiednie platformy komunikacji. Dzięki narzędziom tego typu jesteśmy w stanie zachować najwyższy poziom obsługi klientów. Odpowiedzią na te potrzeby rynku jest właśnie filozofia One Stop E-commerce.*

Wielu operatorów walczy o klienta usługą awizacji, dzięki której zamawiający

Czas dostaw przestał być liczony w dniach, a zaczął – w godzinach. W przypadku e-commerce wydłużył się czas prowadzenia biznesu, który jest właściwie nieograniczony – kupować w sieci można przez całą dobę, 7 dni w tygodniu.

otrzymuje mailowo i telefonicznie powiadomienie o nadchodzącej przesyłce w momencie załadowania jej na samochód dystrybucyjny. Zapewnia ona także możliwość uzgodnienia z kierowcą dogodnej godziny odbioru towaru przed jego dostarczeniem. Jedną z takich firm jest ROHLIG SUUS Logistics, który wysłał do klientów również smsowe komunikaty dotyczące dostawy. Pierwszą wiadomość klient otrzymuje w momencie przygotowania towaru do wysyłki, a kolejną przed jego planowanym doręczeniem. Tego typu usługi zazwyczaj są świadczone dla firm z sektora RTV, AGD, Multimedia, należących – jak już wspomniano – do bardzo wymagających partnerów w zakresie obsługi technologicznej. ROHLIG SUUS Logistics świadczy usługi dla holdingu Media-Saturn, za pomocą odpowiednich rozwiązań systemowych. Objęły one komunikację elektroniczną umożliwiającą przepływ danych online i zawierającą informacje nie tylko

o nadaniu przesyłki, ale również o jej poszczególnych statusach na każdym etapie realizacji zlecenia. Tak opracowane narzędzie ma zapewnić klientowi optymalny poziom obsługi. W przyszłości, operator obsłuży również dostawy w modelu biznesowym, który zoptymalizuje stany magazynowe holdingu, poprzez nadanie znacznie



W ostatnich latach handel elektroniczny ulega ciągłym przeobrażeniom, które są charakterystyczne dla fazy wzrostu. Zmienia się podejście przedsiębiorców i konsumentów



Współpraca z usługodawcami

Tomasz Ebbiga,
Senior Brand Manager Zalando

Podczas rozwoju naszego pierwszego centrum logistycznego w Niemczech, Zalando współpracowało z usługodawcami i w ten sam sposób chce postępować w wypadku centrów logistycznych położonych zagranicą. To najlepsze rozwiązanie, zwłaszcza gdy nasz partner posiada właściwe know-how w tym zakresie. Najlepsze, gdyż rozwój i prowadzenie centrum logistycznego wymaga znajomości konkretnego rynku. Właśnie tym zyskujemy na współpracy z naszym usługodawcą Fiege, który posiada już ponad 20 lat doświadczenia na polskim rynku. To główny czynnik, który zdecydował o jego wyborze.

Nasz partner i usługodawca, zajmie się nie tylko kwestiami związanymi z zatrudnieniem pracowników, ale będzie odpowiedzialny za wszystkie operacje związane z centrum logistycznym i połączenia z pozostałymi magazynami naszej sieci. Współpracę z firmą logistyczną oceniamy jedynie w pozytywach. Fiege zaproponował nam atrakcyjny „pakiet” pod względem doświadczenia, elastyczności, know-how oraz przyjaznego środowiska pracy.

Wszystkie 15 rynków, które obsługuje Zalando różni się od siebie pod względem oczekiwań czy poziomu rozwoju branży e-commerce. Dlatego nie polegamy na standardowych rozwiązaniach, lecz identyfikujemy i tworzymy koncepcje indywidualnie dopasowane do specyfiki oraz potrzeb danego rynku. Zadanie to jest oczywiście bardzo złożone. Jednak specjalne zespoły obsługujące poszczególne kraje pracują nad pomysłami, które będą bezpośrednio dostosowane do oczekiwań konsumentów, nie tylko pod względem asortymentu oraz marketingu, ale także metod płatności czy opcji dostaw. Obecnie oferujemy naszym klientom 22 metody płatnicze na 15 rynkach i działamy z 11 lokalnymi partnerami logistycznymi.

podobnie jak wysyłka towaru, muszą być realizowane tak szybko, jak to tylko możliwe. Dodatkowo w procesie obsługi zwrotów mamy do czynienia nie tylko ze specyfiką branżową, ale również z preferencjami poszczególnych klientów, którzy posiadają często własne wymagania i procedury ich przyjęcia. Przykładowo, w branży obuwniczej proces obsługi zwrotów może polegać na sprawdzeniu, czy w danym opakowaniu został zwrócony właściwy model oraz rozmiar obuwia, dodatkowo sprawdza się czystość podeszwy). arvato zapewnia kompleksową obsługę zwrotów, w pełni dostosowując się do potrzeb swoich klientów w tym zakresie, łącznie ze sprawdzaniem, naprawą, odświeżaniem i ponownym metkowaniem produktów – mówi Lidia Ratajczak-Kluck.

– Procedura obsługi zwrotów jest zawsze ważnym punktem na etapie rozmów handlowych i biznesowych negocjacji. Zazwyczaj ustalamy dwa odrębne sposoby postępowania w przypadku zwrotów bez podania przyczyny (w tym paczek nieodebranych) oraz w przypadku reklamacji z jakiegoś powodu. Procesy są opisane, ustalone i wykonywane fizycznie w ramach decyzyjności, którą dysponuje pracownik magazynowy zaangażowany w dany projekt – dodaje Sławomir Rajch.

Dla większości operatorów logistycznych wejście w kanał sprzedaży e-commerce wymagało pewnej zmiany mentalnej i wpłynęło na wyobrażenie o byciu elastycznym, które do tej pory mieli.

Oczekiwania wobec operatora

To jak wygląda logistyka dostaw, czy doręczenia są szybkie i skuteczne, a komunikacja w trakcie realizacji zamówienia z klientem właściwa, wpływa bezpośrednio na satysfakcję klientów e-sklepów i stanowi kluczowy obszar budowania wartości sklepu online. A dla klientów niezmierny ważny jest czas dostaw i duża elastyczność. – W cenie są więc innowacyjne narzędzia, które pozwalają na sprawną realizację przesyłek i sprawdzanie statusu zlecenia w dowolnym momencie. PEKAES może pochwalić się zintegrowanymi, nowoczesnymi i bezpiecznymi rozwiązaniami w zakresie zarządzania logistyką i wymiany danych. W 2014 r. nasza firma wdrożyła system TMS „Speed”, który posiada szereg funkcjonalności wspierających obsługę tego niezwykle wymagającego kanału sprzedaży. Celem wprowadzenia systemu było maksymalne



Na znaczeniu zyskuje odpowiednia obsługa klienta – już na etapie koszyka, ale także procesów dostarczania paczki i przede wszystkim obsługi posprzedażowej. Mówimy tu nie tylko o zmianie liczby e-sklepów, ale przede wszystkim o wroście znaczenia

szerszego asortymentu towaru z magazynu centralnego firmy bezpośrednio do odbiorcy w kanale e-commerce.

Bardziej szczegółowy niż sama wysyłka

Specyfiką tej branży jest bardziej szczegółowy niż sama wysyłka proces obsługi logistycznej zwrotów, gdyż oceniany jest stan jakościowy każdego jednostkowego produktu. Wymaga to od obsługi większego zaangażowania i szczegółowości. – Zwroty,

Warunkiem koniecznym do zarządzania całym łańcuchem dostaw dedykowanych e-commerce są nowoczesne technologie, a w szczególności nowoczesna infrastruktura IT.

skrócenie całego łańcucha, co w tym kanale sprzedaży ma tak ogromne znaczenie. Proces standardowego dostarczania towaru pod same drzwi zamawiającego wspierany jest kompletną automatyzacją zamówień, możliwością śledzenia przesyłki na każdym etapie i 24-godzinnym serwisem dostawy – mówi Arkadiusz Filipowski.

Sławomir Rajch, nieco przewrotnie twierdzi, że klienci zawsze oczekują niemożliwego. Dodaje, że najważniejsza dla nich jest nie tylko terminowość i jakość, ale też niska cena. – Wyzwaniem bywają zjawiska, których nie można przewidzieć, na przykład śmierć gwiazdy muzycznej – wówczas wszyscy Polacy kupują płyty na potęgę, a my musimy je przygotować. Charakter sektora e-commerce funduje na przykład wieloetapową dostawę pojedynczych partii produktów do magazynu, często pochodzącą z miejsc w świecie rozproszonych, jak towar z Wietnamu, USA i Mauritiusa przeznaczony do sprzedaży w ramach jednej kampanii internetowej, który musi być gotowy zawsze w modelu „na przedwczoraj” – komentuje.

Lidia Ratajczuk-Kluczek podkreśla natomiast, że – coraz bardziej widocznym trendem na rynku e-commerce jest sprzedaż wielokanałowa. Firmy, które prowadzą sprzedaż w oparciu o model omnichannel (wiele kanałów dystrybucyjnych), coraz czę-



Fot. Local

Dzięki usłudze awizacji zamawiający otrzymuje mailowo i telefonicznie powiadomienie o nadchodzącej przesyłce w momencie załadowania jej na samochód dystrybucyjny, a także ma zapewnioną możliwość uzgodnienia z kierowcą dogodnej godziny odbioru towaru przed jego dostarczeniem

przewagi na rynku, będzie wprowadzanie kolejnych opcji związanych z dostawą towaru np. „Same Day Delivery”. Następną tendencją, która zaczyna być coraz bardziej wyraźna, jest zmiana statusu sklepów tradycyjnych sieci handlowych, które będą się

przeoperatory logistyczni przymierzają się do pełnienia roli Call Center.

Na znaczeniu zyskuje więc odpowiednia obsługa klienta – już na etapie koszyka, ale także procesów dostarczania paczki i przede wszystkim obsługi posprzedażowej. Mówimy tu nie tylko o zmianie liczby e-sklepów, ale przede wszystkim o wzroście znaczenia – twierdzi Lidia Ratajczuk-Kluczek. – Zakupy elektroniczne stają się powoli stylem życia. Otwiera to nowe perspektywy także dla handlu tradycyjnego, którego przedstawiciele coraz chętniej decydują się na uruchomienie nowych kanałów sprzedaży – omnichannel. Zjawisko to jest kolejnym, naturalnym krokiem w ewolucji procesów zakupowych. Rynek rośnie, rozwijają się kolejne branże, które decydują się na wejście w kanał e-commerce. Towarzyszy temu ciągły i dynamiczny rozwój systemów informatycznych, czy to wspierających procesy logistyczne, czy mechanizmy zakupowe. Na chwilę obecną udział e-handlu w handlu detalicznym wynosi około 6%. Jeszcze nie tak dawno było to zaledwie 4%, przy czym np. w Niemczech możemy rozmawiać o ok. 10% udziale w rynku. To pokazuje, że moment nasycenia jest jeszcze daleko przed nami – rozwija swoją wypowiedź dyrektorka SG SCM/członek zarządu arvato.

– A wraz z rozwojem rynku e-commerce staramy się wprowadzać coraz to nowe rozwiązania, które przyczynią się do maksymalnego skrócenia łańcucha dostaw i usprawniania komunikacji, co w tym kanale sprzedaży ma kluczowe znaczenie – podsumowuje Arkadiusz Filipowicz. <

Elżbieta Haber

Specyficzny charakter branży e-commerce objawia się przede wszystkim tym, że zmiana procesów logistycznych jest rzeczą stałą i musi być przygotowana szybko i wdrożona bardzo sprawnie. Każdy z problemów jest widoczny natychmiast.

ściej napotykać na konieczność obsługi wielu modeli logistycznych. Brak właściwych rozwiązań w tym zakresie może doprowadzić do blokady rozwoju firmy. Zwróciła ona również uwagę, że widocznym trendem na polskim rynku e-commerce jest także ekspansja międzynarodowa naszych rodzimych sklepów internetowych. – Nie tylko kraje ościennie są celem rozwijających się e-sklepów, ale także np. Wielka Brytania, a coraz częściej także zupełnie egzotyczne państwa, takie jak np. Chiny czy Brazylia. Rodzi to oczywiście nowe wyzwania pod kątem organizacji logistyki w spółce. Warto zatem zapewnić sobie możliwości wysyłek zagranicznych nawiązując współpracę z partnerem mającym afiliację międzynarodową, jak arvato, który pozwala na szybkie i niskokosztowe wyjście zagranicę – twierdzi. – Innym wyzwaniem rynkowym, który może wkrótce stać się ważnym elementem

zmieniać w tzw. pick-up point-y dla zamówień internetowych – dodaje.

Ciągle w fazie wzrostu

W ostatnich latach handel elektroniczny ulega ciągłym przeobrażeniom, które są charakterystyczne dla fazy wzrostu. Zmienia się podejście przedsiębiorców i konsumentów. Na dobre zdomowił się w naszym kraju Amazon, a Zalando buduje nowe centrum logistyczne w Gardnie koło Gryfina. Obsługiwać będzie je Fiege, który jest zaufanym partnerem Zalando od lat w rozwoju oraz prowadzeniu centrów logistycznych, a także doskonale zna oczekiwanie ze strony firmy. Zalando już obecnie współpracuje z Fiege w centrach logistycznych w Gryfinie (Polska) i w Stradelli (Włochy) oraz w centrum obsługi zwrotów w Goleniowie (Polska). Co więcej, niektó-

Sektor, którego trudno nie dostrzec

Tendencja jest wyraźna – coraz więcej operatorów logistycznych podejmuje się obsługi e-commerce, nawet ci, którzy jeszcze parę lat temu odżegnywali się od takiego pomysłu. Jedną z firm, która bardzo poważnie traktuje obsługę tego sektora, jest FM Logistic. Dlaczego tak istotny stał się e-commerce dla firmy? Jakie są perspektywy rozwoju? Jaka jest specyfika tej branży? – pytamy Jacka Lipińskiego, dyrektora zajmującego się rozwojem biznesu w FM Logistic.

Od jakiego czasu i na jak dużą skalę FM Logistic oferuje firmom usługi w kanale e-commerce?

FM Logistic oferuje obsługę logistyczną sklepów internetowych i sprzedaży wielokanałowej od 2009 r. Zareagowaliśmy na potrzeby rynku, który stał się od tego czasu jednym ze strategicznych dla FM Logistic. Od mniej więcej roku intensywniej działamy w obszarze rozwoju usług dla tego sektora. To aktualnie bardzo perspektywiczny rynek, bo wzrosty obrotów ze sprzedaży internetowej wynoszą średnio ponad 20% rocznie. Z drugiej strony, rynek logistyki

Z uwagi na to, że bardzo wielu klientów jest z nami od lat, naturalnym jest, że kiedy myślą o wprowadzaniu u siebie sprzedaży internetowej, zwracają się z tym do FM Logistic. Jednak nie zamykamy się tylko na obsługę naszych stałych klientów. Nasza oferta jest skierowana także do nowych klientów, w tym takich, którzy do tej pory nie mieli doświadczenia we współpracy z operatorem logistycznym. Należy jednak pamiętać, że e-commerce przez wiele lat zdominowany był przez małe sklepy, które teraz w związku ze zmianami zachodzącymi na rynku często kończą swoją działalność albo przejmowane są przez większe podmioty. Małe sklepy niekoniecznie były klientami operatorów logistycznych, ale dzisiaj gdy rynek został zdominowany przez dużych graczy, w tym przez sieci handlowe, które udostępniły swoim klientom możliwość zakupów w Internecie, jak najbardziej jest to obszar, którym inte-



Jacek Lipiński

wania, poprzez przygotowanie zamówień do wysyłki, dostawę do klienta końcowego, skończywszy na obsłudze zwrotów. Sam transport należy już do firm kurierskich, które się w tym specjalizują, i są naszymi podwykonawcami. To one dostarczają zamówienia do klienta końcowego. Ważnym elementem jest obsługa zwrotów, które np. w internetowej sprzedaży odzieżowej sięgają



Obsługa zwrotów, choć bywa trudna, stanowi często ważne źródło przychodów dla operatora logistycznego

E-commerce to aktualnie bardzo perspektywiczny rynek, bo wzrosty obrotów ze sprzedaży internetowej wynoszą średnio ponad 20% rocznie. Z drugiej strony, rynek logistyki tradycyjnej jest na tyle nasycony, że trudno na nim odnotowywać spektakularne wzrosty.

tradycyjnej jest na tyle nasycony, że trudno na nim odnotowywać spektakularne wzrosty. Z tego powodu operatorzy logistyczni poszukują alternatywnych obszarów działalności i dziś wielu z nich stawia na e-commerce. Nasza firma działa na kilku kontynentach i może pochwalić się obsługą największych e-commerce'ów na świecie, w tym indyjskiego Snapdeal.com

Jakiego typu firmy są klientami FM Logistic w zakresie e-commerce? Czy to są stali klienci, czy też nowi? I czy jest to obsługa wielokanałowa?

resujemy się jako operator logistyczny. Dla FM Logistic obsługa e-commerce to niejako naturalna droga rozwoju, bo duża część sieci handlowych jest od lat obsługiwana przez nas w kanale tradycyjnym i teraz, kiedy tworzą nowy kanał dystrybucji jakim jest e-commerce, jesteśmy w to również zaangażowani jako partner logistyczny.

Jaki zakres usług w obszarze obsługi e-commerce oferuje FM Logistic?

Zakres realizowanych przez nas usług jest bardzo szeroki – poczynając od magazyno-

nawet 30-40%. Dlatego każdy operator logistyczny powinien zdawać sobie sprawę z jakim wolumenem zwrotów przyjdzie mu się mierzyć i uwzględnić ten parametr już na etapie przygotowania oferty i planowania łańcucha dostaw. To o tyle istotne, że obsługa zwrotów, choć bywa trudna, stanowi często ważne źródło przychodów dla operatora logistycznego. To na chwilę obecną. E-commerce jest jednak na tyle dynamicznym obszarem, że za kilka lat może się okazać, że będziemy oferować znacznie szerszy zakres usług w ramach obsługi sprzedaży internetowej.

Na ile przejście Spear Logistics wpłynęło na obsługę e-commerce w FM Logistic?

Spear Logistics to firma, która obsługuje jeden z dwóch największych indyjskich sklepów internetowych. Wolumeny zamów-

To za każdym razem zależy od rodzaju firmy, kraju z którego pochodzi i celów jakie stawiają przed sobą podmioty decydujące się na taką transakcję. Trzeba pamiętać, że specyfika funkcjonowania danej organizacji na rynku lokalnym powoduje, że nie da się łatwo skopiować wykorzystywanych

Dla FM Logistic obsługa e-commerce to niejako naturalna droga rozwoju, bo duża część sieci handlowych jest od lat obsługiwana przez firmę w kanale tradycyjnym i teraz, kiedy tworzą nowy kanał dystrybucji jakim jest e-commerce, jest w to zaangażowana jako partner logistyczny.

wień obsługiwanych przez Spear Logistics sięgają milionów paczek rocznie, zatem przejście tej firmy było strategicznym posunięciem Grupy FM. Dzięki temu nasza firma zyskała bezcenne doświadczenie w operacjach wysokowolumenowych co bez wątpienia będzie procentowało przy obsłudze innych klientów e-commerce.

Czego można się nauczyć przejmując firmę funkcjonującą na tym rynku?



W e-commerce ludzie kompletują zamówienia zbierając pojedyncze produkty z lokalizacji półkowych. Zakłada się, że do obsługi projektów e-commerce potrzebnych jest od dwóch do pięciu razy więcej osób liczonych na 100 m² magazynu, niż w obszarze tradycyjnym

przez taką firmę rozwiązań na inne rynki. Za każdym razem należy przeanalizować sposób funkcjonowania firmy i wybrać tę wiedzę, którą jest sens zaaplikować na wybranym rynku. Pozostając przy Spear Logistics w Indiach, koszty pracownicze w Europie, w tym również w Polsce są wyższe niż w Indiach, w związku z tym np. w Indiach dzisiaj nie opłaca się wdrażać na większą skalę automatyzacji procesów. Natomiast w Polsce obserwujemy rosnącą potrzebę wykorzystania nowych technologii i rozwiązań procesowych w logistyce z uwagi na stale rosnące koszty pracy. W Błoniu już mamy zautomatyzowaną linię obsługującą picking sztukowy dla naszych klientów. Podobnie rzecz wygląda w przypadku platformy logistycznej w Jarostach, gdzie także stosowane są zautomatyzowane rozwiązania. Osobiście oceniam, że na naszym rynku popularność tego typu rozwiązań będzie w szybkim tempie rosnąć.

Odbiorcami w sektorze e-commerce w dużej mierze są osoby prywatne. Na ile ich obsługa wymagała przedefiniowania i zmiany sposobu działania firmy?

Zmiany w łańcuchu dostaw wynikające ze specyfiki usługi nakierowanej na klienta końcowego są wyraźne. W przypadku funkcjonowania w segmencie B2B, podstawową jednostką, na której prowadzone są operacje jest paleta, czasem opakowania zbiorcze. Tymczasem w e-commerce czy w sprzedaży wielokanałowej to są pojedyncze sztuki produktów. Różne są także miejsce i sposób dostawy – w logistyce tradycyjnej towar dostarczany jest na paletach do klienta biznesowego, w tym często do magazynu, centrum dystrybucyjnego



Gotowość do elastycznej obsługi, zdolność wdrażania nowych technologii i rozwiązań oraz niska cena, to jest to czego głównie klienci oczekują od operatora logistycznego obsługującego e-commerce

lub zakładu produkcyjnego. Natomiast w e-commerce przesyłki, zazwyczaj paczki, dostarczane są do domów lub miejsc pracy osób prywatnych. Inna jest również specyfika samego magazynu. W logistyce tradycyjnej są to magazyny wysokiego składu i rozwiązania opierające się na regałach paletowych. W e-commerce czy sprzedaży wielokanałowej, są to regały półkowe. Wreszcie, obsługa tego typu projektów wymaga większej liczby pracowników niż ma to miejsce w przypadku logistyki tradycyjnej, gdzie główną jednostką jest paleta, a obsługę wspierają wózki widłowe. W e-commerce ludzie kompletują zamówienia zbierając pojedyncze produkty z lokalizacji półkowych. Zakłada się, że do obsługi projektów e-commerce potrzebnych jest od dwóch do pięciu razy więcej osób liczonych na 100 m² magazynu, niż w obszarze tradycyjnym. Ten aspekt z kolei zwraca uwagę na dostępność wykwalifikowanych pracowników na rynku pracy.



Klienci z branży e-commerce oczekują, że koszty obsługi ich operacji będą niskie przy zachowaniu wysokiej jakości. To duże wyzwanie, bo stale rosną koszty pracy, co ma wpływ zarówno na koszty magazynowe jak i koszty przesyłek kurierskich



W tej chwili, łącznie ze Spear Logistics, przychody z obsługi e-commerce, w Grupie FM stanowią łącznie około 10% przychodów Grupy, a dziennie obsługuje ona około 50 tys. zamówień

Zakres realizowanych przez FM Logistic usług jest bardzo szeroki – poczynając od magazynowania, poprzez przygotowanie zamówień do wysyłki, dostawę do klienta końcowego, skończywszy na obsłudze zwrotów.

Inna dostrzegalna tendencja na rynku to lokalizacja magazynów obsługujących e-commerce w pobliżu hubów firm kurierskich. Głównie w tym celu, by firma kurierska, która odbiera przesyłki, mogła jak najpóźniej odebrać przesyłki przygotowane danego dnia i dostarczyć ich jak najwięcej na następnym dzień roboczy.

książek, a inaczej w kosmetykach czy w odzieży. Obsługując np. zwroty odzieży należy sprawdzić czy nie zostały usunięte metki, czy ubranie jest czyste, nieuszkodzone, etc. Przy kosmetykach będzie to znacznie prostsze bo wystarczy sprawdzić czy opakowanie, w którym znajduje się produkt nie zostało otwarte. Proces



W Polsce obserwujemy rosnącą potrzebę wykorzystania nowych technologii i rozwiązań procesowych w logistyce z uwagi na stale rosnące koszty pracy

Jak wygląda procedura obsługi zwrotów?

Specyfika obsługi zwrotów zależy od branży, w której działa dany e-commerce. Należy podkreślić, że procedura obsługi zwrotów ustalana jest indywidualnie ze sklepem internetowym. Inaczej więc zwroty będą obsługiwane w wypadku

obsługi wynika więc przede wszystkim ze specyfiki towaru jaki sprzedaje sklep internetowy.

Czego klienci z tej branży oczekują od operatora? Co jest najważniejsze, a co najtrudniejsze do spełnienia?

Najczęściej spotykamy się z potrzebą dużej elastyczności, w tym w szczególności w okresach przedświątecznych, w okresach wyprzedaży czy promocji. To są momenty, w których sprzedaż w wielu branżach wzrasta nawet o kilkadziesiąt procent. Od początku listopada do połowy grudnia wolumeny bardzo mocno rosną, a sklepy internetowe oczekują, że operator będzie w stanie obsłużyć wszystkie zamówienia,

bez żadnych opóźnień i pomyłek. Dlatego warto wybierać operatora o ugruntowanej pozycji na rynku, bo elastyczność z reguły jest wynikiem odpowiedniej infrastruktury i doświadczenia. Klienci z branży e-commerce oczekują, że koszty obsługi ich operacji będą niskie przy zachowaniu wysokiej jakości. To duże wyzwanie, bo stale rosną koszty pracy co ma wpływ zarówno na koszty magazynowe jak i koszty przesyłek kurierskich.

Jakie warunki powinien spełniać operator zajmujący się tą branżą?

Gotowość do elastycznej obsługi, zdolność wdrażania nowych technologii i rozwiązań oraz niska cena, to jest to czego głównie klienci oczekują od operatora logistycznego obsługującego e-commerce. To bardzo wymagający rynek, bo operator musi być na bieżąco z branżą, która zmienia się wyjątkowo szybko, a potrzeby i wymagania klientów stale ewoluują.

Jakie są plany FM Logistic związane z obsługą e-commerce?

Naszymi klientami w tej chwili są głównie sieci handlowe i firmy z branży FMCG. To z pewnością pozostanie naszym *core businessem*, podobnie jak to wygląda w przypadku tradycyjnej obsługi logistycznej. Z uwagi na nasze duże doświadczenie w branży, zamierzamy nie tylko odpo-

Procedura obsługi zwrotów ustalana jest indywidualnie ze sklepem internetowym, a sam proces obsługi wynika przede wszystkim ze specyfiki towaru jaki sprzedaje sklep internetowy.

wiadac na potrzeby klientów, ale przede wszystkim zależy nam na tym by kreować nowe rozwiązania, które pozwolą naszym klientom wyprzedzać konkurencję. Zamierzamy także równolegle zdobywać nowe kontrakty, tak aby w perspektywie 5-10 lat FM Logistic zyskało pozycję lidera w obsłudze e-commerce. W tej chwili, łącznie ze Spear Logistics, przychody z obsługi e-commerce, w Grupie FM stanowią łącznie około 10% przychodów Grupy, a dziennie obsługujemy około 50 tys. zamówień. W związku z naszymi ambitnymi planami wzrostu, będziemy też inwestować w technologie i w rozwiązania procesowe, tak by zawsze być przed konkurencją. ◀

Rynek e-commerce w oczach DPD Polska

Według Raportu Nielsen za ostatni kwartał 2015 r., aż 37% użytkowników urządzeń mobilnych deklaruje, że w 25% przypadków decyzja e-zakupowa rozpoczyna się w kanale mobilnym

Polskiemu rynkowi e-commerce od wielu miesięcy przygląda się DPD Polska i regularnie, wraz z wynikami badań dotyczących różnych aspektów tego kanału sprzedaży, zamieszcza komentarze na jego temat.

W czerwcu skomentowano raport na temat polskiego krajobrazu e-commerce przygotowany przez porównywarkę cenową idealo.pl. Analizie zostały poddane e-sklepy z nią współpracujące. Wynika z niej, że aż 24%

sklepów internetowych zlokalizowanych jest w woj. mazowieckim, natomiast kolejno, 16%, 15%, 11% przypada na Śląsk, Wielkopolskę i Małopolskę. Pomiędzy 4% a 7% sklepów znajduje się w woj. zachodniopomorskim, dolnośląskim oraz

nią plasują się Poznań, Kraków i Wrocław, a pierwszą piątkę zamyka Łódź, w pobliżu której znajduje się wiele magazynów oraz centralnych punktów przeładowniczych firm przewozowych. Dane te pokazują jak duży potencjał ma wciąż przed sobą e-commerce



Zaledwie 4% respondentów przyznaje się do codziennego kupowania potrzebnych produktów w internecie. Większość konsumentów wciąż nie traktuje kanału online jako miejsca realizacji regularnych zakupów

24% sklepów internetowych zlokalizowanych jest w woj. mazowieckim, kolejno, 16%, 15%, 11% przypada na Śląsk, Wielkopolskę i Małopolskę. Pomiędzy 4% a 7% sklepów znajduje się w woj. zachodniopomorskim, dolnośląskim oraz świętokrzyskim, a do 3% w pozostałych województwach.

świętokrzyskim, a do 3% w pozostałych województwach. – Zebrane dane pokazują tendencję, która łamie dotychczasowe stereotypy. Wprawdzie wydawać by się mogło, że to e-commerce daje równe szanse na aktywizację zawodową wszystkim, bez względu na miejsce zamieszkania (także dzięki rozwiniętej sieciom kurierskim w Polsce), to jednak okazuje się, że to w Warszawie i wokół niej koncentruje się największa część rodzimego rynku sprzedaży elektronicznej. Za

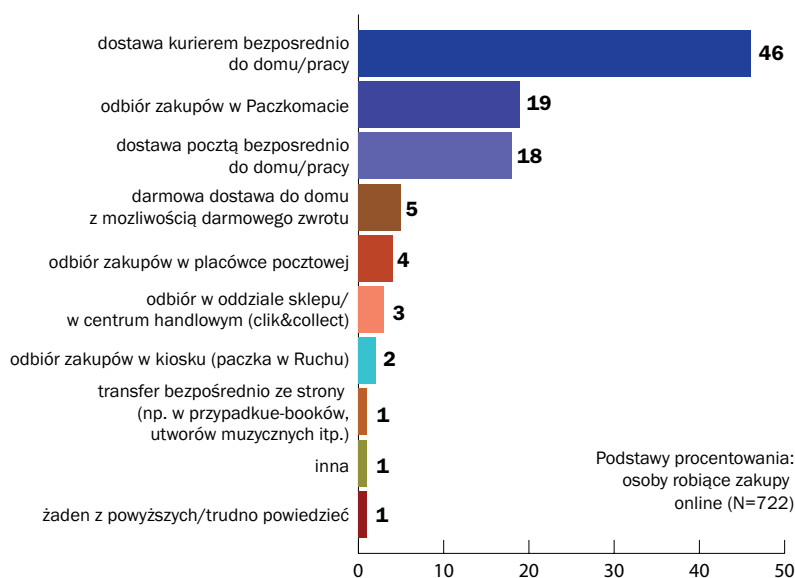
w Polsce – wyniki skomentował Rafał Nawłoka, prezes zarządu, DPD Polska.

Smartfony napędzają e-sprzedaż

Według Raportu Nielsen (2015 Mobile Wallet Report) za ostatni kwartał 2015 r., aż 37% użytkowników urządzeń mobilnych deklaruje, że w 25% przypadków decyzja e-zakupowa rozpoczyna się w kanale mobilnym. Użytkownicy smartfonów i table-

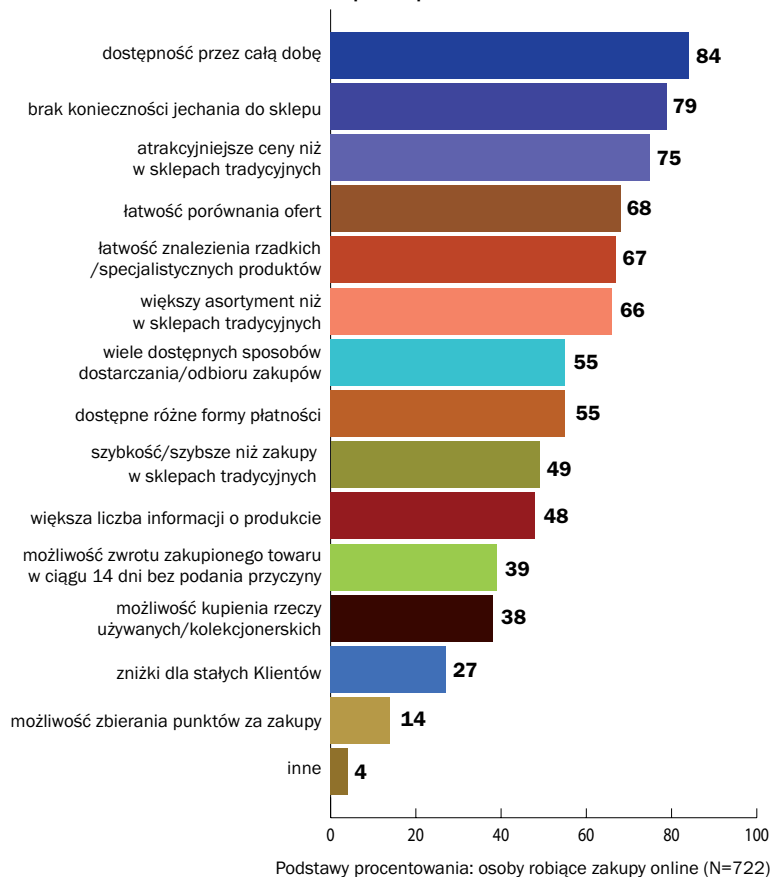
Formy dostawy towaru wybierane najczęściej podczas zakupów przez internet

Z których z poniższych form dostawy towaru korzystasz najczęściej podczas zakupów przez internet?



Czynniki motywujące do robienia zakupów online

Które z poniższych powodów motywują Cię do robienia zakupów przez internet?



tów wykonują szereg czynności mających na celu zapoznanie się z produktem (72% z nich wyszukuje produkt zanim go kupi, 70% sprawdza jego cenę, 60% sprawdza okoliczne sklepy, w których może zobaczyć artykuł, a 53% czyta recenzje o produkcie).

– Raport pokazuje skalę zastosowania urządzeń mobilnych w sektorze e-commerce. Przy okazji skłania do pewnej refleksji – podział rynku na e-commerce i m(obile)-commerce jest nieprecyzyjny i wręcz nieprawdziwy. Urządzenia mobilne, jak widzimy w badaniach Nielsena, mocno wspierają decyzje zakupowe w sieci, lecz trudno tu mówić o osobnej kategorii sektorowej. Możemy uznać, że jest to część kanału „e”, która nierzadko inicjuje zakupy w sieci. Jest to nowy element uzupełniający ścieżkę zakupową, a nie odrębny sektor. E-sklepy powinny zapewnić responsywny format swoich witryn umożliwiający czytelny widok i łatwe surfowanie na smartfonach i tabletach. Coraz większa liczba konsumentów zaczyna bowiem swoje zakupy od przeglądania ofert w kanale mobilnym – twierdzi Łukasz Zembowicz, dyrektor ds. marketingu i sprzedaży, DPD Polska.

Polak coraz więcej wydaje w sieci

Z kolei z raportu Center for Retail Research dla RetailMeNot wynika, że w 2016 r. Polacy wydadzą na zakupy w sieci ok. 6 mld euro – 20% więcej niż w 2015. W przeliczeniu na jednego kupującego, daje to w przybliżeniu 273 euro.

– Prognozy te są realne. Polska gospodarka rośnie, cały czas mamy do czynienia z mocną koniunkturą w sektorze e-sprzedaży. Wprowadzenie sklepów internetowych nie przybywa już w takim tempie jak jeszcze przed rokiem, jednak kupujących jest coraz więcej i wydają wyższe kwoty na zakupy w sieci. Ta tendencja powinna być zachowana jeszcze przez najbliższych kilka lat, o ile utrzymają się pozytywne wskaźniki makroekonomiczne. Obecnie sprzedaż w sieci sięga 4%, więc mamy jeszcze co najmniej kilka lat dobrych wyników aż do poziomu nasycenia kanału e-commerce na poziomie 10-12% – uważa Rafał Nawłoka.

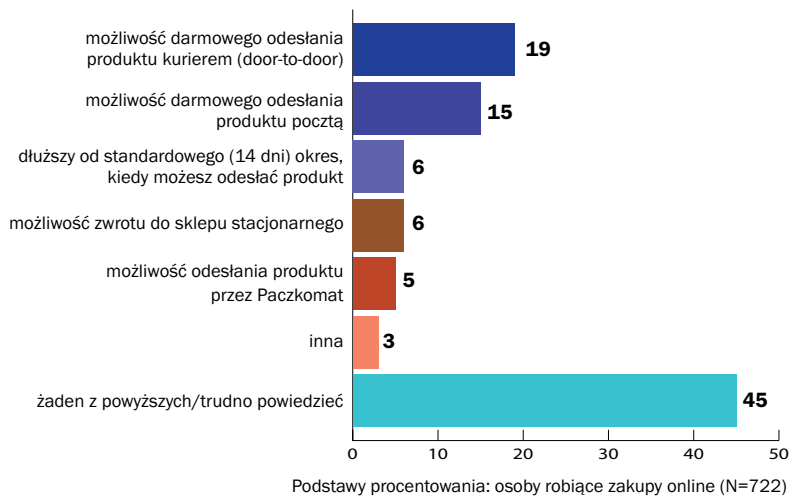
Raport „E-commerce w Polsce”

W lipcu firma badawcza Gemius opublikowała kolejny raport „E-commerce w Polsce”. Ekspert DPD Polska komentują najciekawsze wnioski płynące z tegorocznej edycji raportu.

Po pierwsze, na rynku widać wzrost zainteresowania odbiorem przesyłek w punktach nadań i odbiorów, choć nadal zdecydowanie dominuje opcja przesyłek

Formy zwrotu towaru wybierane najczęściej podczas zakupów przez internet

Z których z poniższych form zwrotu towaru korzystasz najczęściej podczas zakupów przez internet?



kurierskich kierowanych bezpośrednio do domu lub do pracy (46% badanych). Za

możliwością przyjęcia paczek w specjalnych punktach odbioru opowiedziało się

29% respondentów. – *Konsekwencją ewolucji zwyczajów zakupowych e-klientów jest chęć posiadania swobody odbioru zamówionego towaru. Jak wynika z badań, cały czas najpopularniejsze są przesyłki kurierskie, ale klienci coraz częściej korzystają z punktów odbioru, takich jak np. DPD Strefa Paczki, oraz możliwości odebrania produktu w sklepie lub automacie paczkowym. Dzisiejsi konsumenci to osoby mobilne i otwarte na rozwiązania, które najlepiej pasują do ich aktualnych przyzwyczajzeń. Tego typu usługi będą się dalej rozwijać z uwagi na coraz większe wymagania końcowego odbiorcy, który de facto decyduje o tym, jak kształtuje się ten rynek – komentuje Rafał Nawłoka.*

Po drugie, najważniejszymi czynnikami motywującymi do zakupów online jest dostępność oferty przez całą dobę (84%), brak konieczności jechania do sklepu (79%), atrakcyjne ceny (75%) oraz łatwość porównywania ofert i znalezienia rzadkich produktów (kolejno 68% i 67%). – *To, że motywacja finansowa znalazła się dopiero na trzecim miejscu wśród głównych czynników skłaniających do e-zakupów, pokazuje,*

Pojemniki dystrybucyjne wielokrotnego użytku



trwałe • funkcjonalne • oszczędzające powierzchnię

Na rynku widać wzrost zainteresowania odbiorem przesyłek w punktach nadań i odbiorów, choć nadal zdecydowanie dominuje opcja przesyłek kurierskich kierowanych bezpośrednio do domu lub do pracy (46% badanych).

że zakupy w sieci powoli stają się częścią stylu życia i stanowią istotną alternatywę dla tradycyjnych sklepów. Wartość e-zakupów w całociowym handlu systematycznie rośnie, gdyż nabywcy dążą do uzyskania maksymalnej wygody. Przez internet można kupić niemal wszystko, a dzięki wyspecjalizowanym usługom kurierskim towar trafia do odbiorcy najpóźniej w 48 godzin od złożenia zamówienia – mówi Rafał Nawłoka.

Po trzecie, dostawa towaru do domu z możliwością darmowego zwrotu jest drugim najważniejszym czynnikiem (64%) zachęcającym potencjalnych klientów do zakupów online. Na pierwszym miejscu

chętnie korzystają z możliwości zwrotu towaru. Dziś świadomość ta jest znacznie wyższa, a łatwe zwroty są coraz ważniejszym czynnikiem wyboru konkretnej oferty – mówi Rafał Nawłoka.

Polacy wciąż nieufni wobec e-commerce?

Badania Shopper Study, przeprowadzone przez firmę Henkel, pokazują, że ponad 75% badanych odwiedza tradycyjne placówki handlowe co najmniej kilka razy w tygodniu, a 62% organizuje zakupy na zapas raz na siedem dni. Zaledwie 4%



Dostawa towaru do domu z możliwością darmowego zwrotu jest drugim najważniejszym czynnikiem (64%) zachęcającym potencjalnych klientów do zakupów online

Najważniejszymi czynnikami motywującymi do zakupów online jest dostępność oferty przez całą dobę (84%), brak konieczności jechania do sklepu (79%), atrakcyjne ceny (75%) oraz łatwość porównywania ofert i znalezienia rzadkich produktów (kolejno 68% i 67%).

respondentów przyznaje się do codziennego kupowania potrzebnych produktów w internecie. Większość konsumentów wciąż nie traktuje kanału online jako miejsca realizacji regularnych zakupów. Według raportu „E-commerce w Polsce 2016”, niemal połowa internautów (48%) zadeklarowała korzystanie z usług online, a 23% przynajmniej raz zaopatrzyła się w produkty codziennego użytku drogą elektroniczną. Polski rynek e-handlu wciąż znajduje się na wczesnym etapie rozwoju, a konsumenci przekonują się do atutów tej formy sprzedaży.

– Powyższe analizy nie są zaskakujące, zważywszy, że udział e-commerce w handlu wynosi dziś ok. 6%. Kanał internetowy, choć coraz bardziej popularny, wciąż pozostaje alternatywą dla zakupów tradycyjnych. Szeroki wybór, łatwość porównywania ofert, niskie ceny i szybka dostawa „do rąk własnych” stanowią atuty, które przyciągają kolejnych klientów. Jednakże dla wielu konsumentów możliwość osobistego obejrzenia, dotknięcia czy przymierzenia towaru jest kluczowa i nie chcą z niej zrezygnować. Spodziewamy się, że e-handel osiągnie poziom

typowy dla rynków rozwiniętych i przekroczy 15% ogólnej sprzedaży detalicznej, jednakże nastąpi to nie wcześniej niż za kilka lat – prognozuje Rafał Nawłoka.

Polacy preferują płatności za pobraniem

Jeśli już polscy konsumenci zdecydują się na zakupy w internecie, aż 51% respondentów badania „Jak kupujemy w Internecie” (Blue Media), zadeklarowało korzystanie z opcji płatności za pobraniem podczas zakupów internetowych. Jest to zachowanie charakterystyczne dla naszej części Europy. – Pomimo nowych, szybkich form płatności za e-zakupy, Polacy wciąż preferują metodę COD, czyli realizacji rozliczenia w momencie odbioru przesyłki u kuriera. Zjawisko to jest dowodem wysokiego poziomu zaufania do kurierów. Jednocześnie konsument zachowuje możliwość sprawdzenia zawartości paczki w chwili odbioru. Naszą rolę jest więc dopasowanie się do preferencji zakupowych polskich konsumentów – tłumaczy Łukasz Zembowicz. ◀

Opr. Elżbieta Haber



znalazła się możliwość dostawy przesyłki kurierem do pracy lub miejsca zamieszkania (79%). Klienci najczęściej wybierają opcję darmowej dostawy ze zwrotem za pośrednictwem kuriera (door2door) (19%).

– W listopadzie ubiegłego roku zrealizowaliśmy badanie, z którego wynika, że mimo coraz szerszych praw konsumenckich klienci e-sklepów w dalszym ciągu niezbyt

Zawsze w pełnej gotowości

Zadanie operatora logistycznego w procesie obsługi klienta z sektora e-commerce polega nie tylko na wywiązaniu się z obowiązku w zakresie logistyki, ale też stanowi integralną część kreowania wizerunku marki klienta i kształtowania Customer Experience klienta ostatecznego

Polski rynek e-commerce jest jednym z najszybciej rozwijających się w Europie. Mimo, że w chwili obecnej jego wartość wynosi około 27 mld euro, to dwucyfrowa dynamika na poziomie 20-25% rocznie spowoduje, że w ciągu kilku lat osiągnie on poziom 40 mld euro, a udział e-commerce w całkowitym handlu detalicznym w Polsce wyniesie około 9% i osiągnie średnią europejską.

Tendencję tę FIEGE zauważyło już kilka lat temu i dostrzegło potencjał tkwiący w tej branży. Już blisko 10 lat, od 2007 r. obsługuje kontrahentów działającym w tym segmencie, głównie w obszarze *fashion*. O szczegółach opowiada Damian Kołata, Business Development Manager w firmie FIEGE.

Kim są klienci i czy jest to obsługa wielokanałowa? Jaki zakres usług świadczyce?

Obsługa podmiotów z branży e-commerce nie jest łatwa. Aby sprostać wysokim wymaganiom i pomóc naszym klientom osiągnąć przewagę na konkurencyjnym rynku, FIEGE oferuje nie tylko standardowe usługi typu *fulfillment*, polegające na przyjęciu towaru, kompletacji zamówienia i wysyłce, ale wykonuje także szereg innych czynności poprzedzających ten proces, obejmujących kontrolę jakości, katalogowanie artykułów, wysyłkę wzorów do studiów fotograficznych, a także etykietowanie czy przygotowywanie zestawów promocyjnych. Na życzenie naszych klientów oferujemy również prasowanie, szycie, foliowanie, wieszanie na wieszaki, mocujemy etykiety z cenami, znaczniki RFID, a także plakiety zabezpieczające.

Klienci FIEGE korzystają także z systemu obsługi klienta poprzez wielojęzyczny system *call center*, czy naszych usług celnych, HR-owych oraz wspierających rozwój systemów IT.

Odbiorcami przesyłek w sektorze e-commerce przeważnie są osoby prywatne. Na ile obsługa tego kanału wymagała przededefiniowania i zmiany sposobu działania firmy?

Podjęciem się obsługi kanału e-commerce mamy świadomość wyzwań związanych z koniecznością sprawnej obsługi zamówień. Jest to klucz do zapewnienia efektywnego poziomu obsługi klienta, a czas naszej reakcji i poziom jakości gwarantowany przez FIEGE ma kluczowe znaczenie dla osiągnięcia dobrych wyników sprzedażowych przez na-

szych klientów. Zdajemy sobie sprawę, że nawet najmniejszy błąd popełniony podczas obsługi zamówienia, kompletowania towaru i wysyłki wpłynie bezpośrednio



Damian Kołata

na ocenę wystawioną przez konsumenta naszemu klientowi. Z tego też względu zwracamy szczególną uwagę na wszelkiego rodzaju *cut-off'y* oraz wskaźniki jakościowe i na bieżąco wprowadzamy różnorodne usprawnienia procesowe, począwszy od drobnych elementów z palety *lean management*, a na zaawansowanych systemach IT skończywszy. Ostatnio uruchomiliśmy FIEGE Business Intelligence

Sprawną obsługą zamówień to klucz do zapewnienia efektywnego poziomu obsługi klienta, a czas reakcji i poziom jakości gwarantowany przez FIEGE ma kluczowe znaczenie dla osiągnięcia dobrych wyników sprzedażowych przez klientów.



FIEGE oferuje nie tylko usługi typu fulfillment, ale wykonuje także czynności poprzedzające ten proces, obejmujące kontrolę jakości, katalogowanie artykułów, wysyłkę wzorów do studiów fotograficznych oraz etykietowanie i przygotowywanie zestawów promocyjnych



Ostatnio firma uruchomiła FIEGE Business Intelligence Portal mający na celu zebranie w jednym miejscu wszystkich niezbędnych informacji, zarówno po stronie dostawy, jak i magazynowania, kompletacji i wysyłki, co znacznie ułatwia realizację zamówienia

Portal mający na celu zebranie w jednym miejscu wszystkich niezbędnych informacji, zarówno po stronie dostawy, jak i magazynowania, kompletacji i wysyłki, co znacznie ułatwia realizację zamówienia i pozwala na bezpośrednie monitorowanie jego statusu na każdym etapie operacji logistycznej.

celu sprzedażowego i wspierającym go w innowacjach. Nie można zapominać również o dużej sezonowości sprzedaży, która w branży *fashion* ściśle zależy od panujących warunków atmosferycznych, a także o ograniczonej możliwości estymacji wolumenu zamówień otrzymanych nawet w najbliższym szeregu czasowym.

styczny musi się w terminie ze swojego obowiązku wywiązać.

Jak wygląda procedura obsługi zwrotów?

Nieodzownym elementem obsługi sektora e-commerce jest wdrożenie procedury obsługi zwrotów. Ich poziom jest w handlu elektronicznym dosyć wysoki i podczas, gdy jedynie trzy ze stu zamówionych książek wraca do sprzedawcy, to w przypadku odzieży ilość ta jest kilkunastokrotnie wyższa i sięga czasami nawet 30%. Biorąc pod uwagę, że jest to trzecia kategoria produktów najczęściej kupowanych w internecie, zaraz za kategorią „dom i ogród” oraz „prezenty i akcesoria”, ilość zwrotów jest duża i konieczne jest efektywne zarządzanie nimi w całym zintegrowanym łańcuchu dostaw. Z drugiej strony, ułatwienie zwrotu klientowi, na przykład poprzez pokrycie jego kosztu, czy dostarczenie z przesyłką dokumentów zwrotnych może wpłynąć na poziom sprzedaży i zintensyfikować obroty. FIEGE oferuje klientom usługi z zakresu *returns management*, zarówno w magazynie dystrybucyjnym, jak

E-commerce to praktycznie wyłącznie dostawy B2C, które muszą zostać przygotowane w jak najkrótszym czasie.

Jakie są różnice w obsłudze sektora tradycyjnego i e-commerce?

Specyfika sektora e-commerce znacznie różni się od potrzeb podmiotów obsługiwanych w sektorze tradycyjnym, głównie ze względu na charakter odbiorcy. E-commerce to praktycznie wyłącznie dostawy B2C, które muszą zostać przygotowane w jak najkrótszym czasie. Dodatkowo, sam proces dostawy oraz kształt otrzymanej przesyłki, jej zawartość, prawidłowość, a także dodanie materiałów marketingowych i dokumentów, które są niezbędne w ewentualnym procesie zwrotu zamówienia, stanowi bardzo ważny element kształtowania wizerunku marki w stosunku do klienta ostatecznego. Nie można o tym zapominać chcąc być wiarygodnym partnerem dla kontrahenta, nie tylko wykonującym usługi logistyczne, ale także pomagającym mu w osiągnięciu

Długie weekendy pozbawione dobrej pogody, święta, a także dostępność do sklepu internetowego w responsywnej wersji na urządzeniach przenośnych, powodują że praktycznie niemożliwe jest określenie ilości zamówień, które wpłyną kolejnego dnia. Z tego względu zachować należy zawsze pełną gotowość operacyjną, ponieważ okres w którym operator musi zrealizować zlecenia nie zależy od ich ilości. Klient ostateczny dokonując zakupów w sklepie internetowym chce otrzymać zamówienie w terminie, a operator logi-

Klient ostateczny dokonując zakupów w sklepie internetowym chce otrzymać zamówienie w terminie, a operator logistyczny musi się w terminie ze swojego obowiązku wywiązać.

i w wyspecjalizowanych centrach zwrotów, stworzonych jedynie dla tych operacji, w których zwrócone zamówienie jest przyjmowane, dokonywana jest procedura kontroli jakościowej, klasyfikacji zwróconego towaru i podejmowana jest decyzja o zwrocie należności, a produkt przesyłany jest do centrum dystrybucyjnego. Ponieważ klient ostatecznie oczekuje na zwrot należności za zamówienie, niezwykle ważna jest płynność procesu zwrotu i szybka jego obsługa, tak aby wszelkie starania i środki poniesione na ułatwienie konsumentowi zwrotu nie zostały zaprzepaszczone wskutek nieprawidłowego przeprowadzenia procedury. To kolejne miejsce w łańcuchu dostaw, w którym operator bierze na siebie odpowiedzialność za wizerunek marki klienta i przyczynia się do jego powodzenia.

Czego klienci z tej branży oczekują od operatora? Co jest najważniejsze, a co najtrudniejsze do spełnienia?

Zadanie operatora logistycznego w procesie obsługi klienta z sektora e-commerce polega nie tylko na wywiązaniu się ze swojego obowiązku w zakresie logistyki, ale również stanowi integralną część kre-

choćby *the same day delivery*. Wyzwaniem dla operatora jest wtedy tak szybkie skompletowanie zamówienia, aby zdążyć dostarczyć go jeszcze tego samego dnia w godzinach wieczornych. W chwili obecnej usługi takie ograniczone są do promienia kilkunastu – kilkudziesięciu kilometrów, aczkolwiek w krótkim czasie będzie ona zapewne rozwijana, a nawet dostępna bezpłatnie przy przekroczeniu sumy zamówienia na pewnym poziomie. Wspomnieć też należy o standardowych już usługach polegających na dodaniu do paczki materiałów marketingowych, próbek, kuponów i dokumentów zwrotnych.

Jakie są plany firmy związane z obsługą e-commerce?

Indywidualny charakter naszej oferty, skonstruowanej w zależności od potrzeb, skali, potencjału i wymagań klienta, a także wysoki poziom świadczonych usług, powodują że FIEGE z powodzeniem współpracuje z podmiotami z branży e-commerce. Niemniej jednak, w dalszym ciągu pracujemy nad zwiększeniem naszej obecności na tym rynku. Nie tylko poprzez rozpoczęcie współpracy z nowymi klientami, ale również poprzez jej rozszerze-

szybkiej kompletacji zamówień, zapewnia prawidłowość ich realizacji i bezbłądność w wysyłce, a także podejmie się zarządzania procesem zwrotów, w ramach którego od momentu przyjęcia paczki do chwili udostępnienia jej do kolejnej sprzedaży należy wykonać szereg różnorodnych czynności. Oddanie powyższych działań w outsourcing pozwala podmiotom działającym w e-commerce na skupieniu



Ułatwienie zwrotu klientowi, na przykład poprzez pokrycie jego kosztu, czy dostarczenie z przesyłką dokumentów zwrotnych, może wpłynąć na poziom sprzedaży i zintensyfikować obroty

Aby zapewnić klientom najwyższy poziom obsługi i wyróżnianie się spośród konkurencji atrakcyjnymi czasami dostaw i nikłym odsetkiem błędów w realizacji zamówień, nieuniknione wydaje się być skorzystanie w sektorze e-commerce z usług operatora logistycznego.

owania wizerunku marki klienta i kształtowania Customer Experience klienta ostatecznego. Błędy popełniane przez operatora, które mogłyby polegać na nieprawidłowej kompletacji towaru, błędnej wysyłce, czy też zbyt długiej obsłudze procedury zwrotu wpływają bezpośrednio na postrzeganie jego klienta. Konieczne jest więc wykształcenie wśród osób wykonujących operacje logistyczne świadomości uczestnictwa w szerszym projekcie, nie tylko typowo logistycznym, lecz także sięgającym szerzej, mającym duży wpływ na wizerunek i powtarzalność zamówień w przyszłości. FIEGE spełnia oczywiście również wymagania klienta, które w chwili obecnej są nie tyle źródłem osiągnięcia przewagi konkurencyjnej, ale warunkiem coraz bardziej koniecznym do zaistnienia w sektorze e-commerce. Mam tu na myśli

nie z aktualnymi. Dokładamy wszelkich starań, aby obsługa odbywała się zawsze z zachowaniem najwyższych standardów i świadomością nieodłącznego wpływu działań operatora na sukces sprzedażowy kontrahenta.

Jak e-commerce wpływa na zmianę myślenia i funkcjonowania firm logistycznych?

Aby zapewnić klientom najwyższy poziom obsługi i wyróżnianie się spośród konkurencji atrakcyjnymi czasami dostaw i nikłym odsetkiem błędów w realizacji zamówień, nieuniknione wydaje się być skorzystanie w sektorze e-commerce z usług operatora logistycznego, który jest w stanie zaoferować odpowiednio opracowane i nieustannie udoskonalane procesy

się na bazowej działalności sklepu i rozwijaniu jego struktury asortymentowej oraz sprzedaży. Z drugiej strony, operatorzy logistyczni również musieli dostosować swoje operacje do dynamicznie rozwijającego się rynku i dokonać wielu usprawnień, aby sprostać największym wyzwaniom, o których wspomniałem już wcześniej (*the same day delivery, returns management, crossborder shipping*). Reasumując, prognozowany rozwój polskiego sektora e-commerce wygeneruje popyt na kolejne kilkaset metrów kwadratowych powierzchni magazynowych w kolejnych latach, co wpłynie na dalszy rozwój narzędzi logistycznych i operacyjnych w odpowiedzi na rosnącą konkurencję na rynku detalicznym i potrzeby klienta ostatecznego. ◀



Droga Grupy Raben do obecnego sukcesu

Grupa Raben posiada ponad 1 mln 150 tys. m² powierzchni magazynowej zlokalizowanych w 11 krajach Europy, w tym 540 tys. m² w Polsce. W naszym kraju w skład Grupy wchodzi spółki: Raben Logistics Polska, Raben Transport, Fresh Logistics Polska

Dwudziestopięcioletnie obecności na polskim rynku Grupy Raben oraz osiemdziesięcioletnie świadczenia usług w Europie – o czym szczegółowo pisaliśmy w kwietniowym numerze – było okazją do świętowania. 29 września firma zorganizowała konferencję *On The Way*, podsumowującą nie tylko ćwierćwiecze swojej działalności w Polsce, ale także przemiany gospodarcze, społeczne i przywódcze, które dokonały się w ostatnich latach w naszym kraju.

85 lat na europejskim rynku i ćwierć wieku w Polsce pozwoliło nam uzyskać know-how i bezcenne doświadczenie w logistyce. Podczas konferencji chcieliśmy podzielić się nie tylko naszą perspektywą ostatnich lat. Zaprosiliśmy cenione autorytety z dziedziny ekonomii, przywództwa oraz innowacji, które nie tylko podsumowały i scharakteryzowały przemiany dokonujące się w ostatnich latach, ale także wskazały potencjalne kierunki rozwoju gospodarczego w przyszłości. Dzielenie się wiedzą z naszymi klientami stanowi nasz cel. Wierzymy, że dzięki temu pomagamy im budować przewagę konkurencyjną – stwierdził Ewald Raben, CEO Grupy Raben.

W ostatnich latach...

Przypomnijmy w skrócie działalność Grupy Raben, która jest firmą rodzinną, oferującą kompleksowe usługi logistyczne. Prowadzi działalność na terenie całej Europy – poprzez własne firmy zlokalizowane w 11 krajach lub dzięki współpracy z partnerami. Okresem niezwykle dynamicznego jej rozwoju – organicznego

i dokonywanego poprzez przejęcia – są ostatnie lata. Istotnym krokiem w historii przedsiębiorstwa była fuzja części spółki Wincanton (firm w Czechach, Słowacji, Polsce, na Węgrzech oraz niemieckiej części odpowiedzialnej za transport drogowy), która miała miejsce we wrześniu

Grupa posiada ponad 1 mln 150 tys. m² powierzchni magazynowej zlokalizowanych w 11 krajach Europy, w tym 540 tys. m² w Polsce. W naszym kraju w skład Grupy Raben wchodzi spółki: Raben Logistics Polska, Raben Transport, Fresh Logistics Polska.

85 lat na europejskim rynku i ćwierć wieku w Polsce pozwoliło Grupie Raben uzyskać know-how i bezcenne doświadczenie w logistyce. Jednak podczas konferencji chciała podzielić się nie tylko swoją perspektywą ostatnich lat.

2011 r. W latach 2013-2016 firma oddała do użytku w Polsce 125 tys. m² nowoczesnych magazynów, zlokalizowanych w Pile, Sosnowcu, Lublinie, Szczecinie, Kaliszu, Pikutkowie koło Brzeźcia Kujawskiego, Gądkach koło Poznania, Rzeszowie, Mielcu, Gniewomierzu koło Legnicy oraz Gliwicach. W tym roku Grupa Raben otworzyła dwa oddziały w Rumunii oraz zakupiła cztery niemieckie spółki.

...i w tym roku

W sierpniu Grupa otworzyła dwa pierwsze oddziały w Rumunii, do czego impulsem stał się coroczny wzrost wymiany handlowej z tym krajem. – *Chcemy być tam, gdzie są nasi klienci, by wspierać ich biznes i rozwój. Pragniemy także dzielić się naszym globalnym know-how i ponad 85-letnim*



Jubileuszowe spotkanie odbyło się w warszawskim Studio ATM. Podczas konferencji On The Way, która była głównym punktem programu, zadaniem jej uczestników było określenie trendów i tendencji biznesowych na następne lata



Jednym z prelegentów był Jacek Santorski, psycholog specjalizujący się w psychologii biznesu, psychoterapeuta, wydawca i przedsiębiorca

doświadczeniem z lokalnymi producentami, by budować ich pozycję zarówno na lokalnym, jak i europejskim rynku. Wierzymy, że pomoże nam w tym rozbudowana sieć ponad 130 oddziałów, ulokowanych w 11 krajach Europy, a także niezawodne i sprawdzone rozwiązania informatyczne –

Scheffler Spedition. Scheffler w 1964 r. został wykupiony przez przedsiębiorstwo należące do rodziny Petzold. W 2015 zatrudniał ponad 60 osób. Oddział firmy mieści się w Langenhagen. Obroty roczne spółki sięgają 18 mln euro. Firma Scheffler świadczy usługi transportowe i logistycz-

porcie nakłada na organizację pewną dyscyplinę w obszarze zbierania danych do raportu i ich późniejszej publikacji – komentuje Jacek Kuchenbeker, starszy menedżer w Dziale Zarządzania Ryzykiem w Deloitte.

W sierpniu Grupa otworzyła dwa pierwsze oddziały w Rumunii, do czego impulsem stał się coroczny wzrost wymiany handlowej z tym krajem.

komentuje Valentin Storoj, dyrektor zarządzający Raben Logistics Romania.

Rumunia to nie jedyny kraj, gdzie intensywnie rozwija się Grupa. Drugim są Niemcy. Obecnie firma od Rhenus Freight Logistics przejmie lokalizację mieszczącą się w Fellbach, w okolicach Stuttgartu. Umowa dotycząca transakcji została podpisana w lipcu, a obecnie podlega ocenie władz antymonopolowych. Na początku 2017 r. Raben przejmie oddział w Fellbach razem z operacjami Rhenus Freight Logistics w Weilimdorf w północno-zachodnim Stuttgarcie. W lipcu została podpisana również umowa przejęcia GS Frachtlogistik, która na rynku działa od 1991 r. Firma zatrudniająca ponad 50 pracowników, z siedzibą główną w miejscowości Garching, w roku 2015 osiągnęła wynik sprzedaży w wysokości 12 mln euro. –Firma, która specjalizuje się w transporcie drobnicowym, spedycji i usługach logistycznych, jest wartościowym i doskonałym uzupełnieniem działalności Grupy Raben w tym silnym ekonomicznie rejonie Niemiec – stwierdził podczas konferencji prasowej Ewald Raben.

Kolejną niemiecką przejmowaną spółką jest założona niemal 150 lat temu

ne, specjalizując się we frachcie międzynarodowym.

Spółeczna odpowiedzialność

Również po naszym artykule, bo w sierpniu, ukazał się drugi raport społeczny Grupy Raben w Polsce. Powstał zgodnie z międzynarodowymi wytycznymi do raportowania danych z obszaru zrównoważonego rozwoju – Global Reporting Initiative w wersji G4, na poziomie CORE. – Przygotowanie raportu w oparciu o wytyczne Global Reporting Initiative, a także późniejsze poddanie danych w nim prezentowanych niezależnemu audytowi stanowi dla organizacji podwójne wyzwanie. Po pierwsze, w raportach zbudowanych w oparciu o wytyczne GRI, interesariusze nie czytają wyłącznie o ciekawych inicjatywach społecznych podejmowanych przez daną firmę. GRI wymusza niejako wykorzystanie konkretnych wskaźników oraz zaprezentowanie danych i informacji pozwalających na ocenę sposobu zarządzania wpływem organizacji na szeroko rozumiane otoczenie zewnętrzne i wewnętrzne. Po drugie, niezależna weryfikacja informacji pozafinansowych prezentowanych w ra-

Wspólne świętowanie

Jubileuszowe spotkanie odbyło się w warszawskim Studio ATM. Podczas konferencji On The Way, która była głównym punktem programu, zadaniem jej uczestników było określenie trendów i tendencji biznesowych na następne lata. Prelegentami byli: profesor Leszek Balcerowicz, Jacek Santorski i Bartłomiej Gola. – Rzeczywistość biznesowa zmienia się nieustannie. Należy śledzić trendy i innowacje, nie tylko, by wyprzedzać konkurencję, ale także, by zwyczajnie utrzymać biznes. Kodak, Nokia, a w ostatnim czasie za sprawą Ubera także korporacje taksówkarskie przekonały się o tym boleśnie. Współpraca ze startupami, w których ideę działania wpisana jest innowacyjność, uświadamia mi jak ważne jest nowatorskie spojrzenie na rzeczywistość – skomentował spotkanie Bartłomiej Gola, partner generalny SpeedUp Group, przedsiębiorca i inwestor.

W konferencji wzięło udział niemal 300 osób. Wśród panelistów, którzy rozmawiali na temat roli logistyki i innowacji w ich firmach oraz możliwości rozwoju na innych rynkach, znaleźli się prezes Mokate dr Adam Mokrysz, prezes Spomlek Edward Bajko, współwłaściciel firmy Maspex dr Krzysztof Pawiński, dyrektor zarządzający w przedsiębiorstwie Poland Go Global Michał Trojanowski oraz członek zarządu Fakro Janusz Komurkiewicz.

Wieczór zakończyło wspólne gotowanie z Karolem Okrasą. ◀

Opr. Elżbieta Haber



CAT LC zdobył znaczną część rynku motoryzacyjnego w Polsce i innych krajach, co stało się bodźcem do wyjścia poza obszar dystrybucji samochodowych części zamiennych. Bazą jednak zawsze jest kapitał doświadczenia i kompetencji zdobyty dzięki współpracy z klientami z branży automotive

CAT LC Polska z najszybszą nocną siecią dystrybucji

Największym graczem na polskim rynku logistyki części zamiennych jest CAT Cargo Logistics. Dzięki czemu firma ma tak duże udziały rynkowe? Jak to wykorzystuje i w jakim kierunku się rozwija? – pytamy Radosława Rożka, dyrektora zarządzającego CAT LC Polska.

Od lipca 2015 r. zarządza Pan firmą CAT LC Polska, jednak, mimo młodego wieku, związany jest Pan z nią znacznie dłużej...

Z firmą związany jestem od 14 lat. Już rozpoczynając zoczne studia logistyczne na Politechnice Warszawskiej zostałem pracownikiem magazynowym. Po ich ukończeniu jako dyspozytor byłem współodpowiedzialny za organizację pracy największej platformy dystrybucyjnej w Polsce oraz realizację usług transportowych. Potem pracowałem w Dziale Transportu i w Dziale Obsługi Klienta, gdzie odpowiadałem za realizację usług oraz relacje z kluczowymi klientami. W 2009 r. zostałem Country Managerem w CAT LC Litwa zarządzając przez 3 lata firmą odpowiedzialną za trzy rynki krajów bałtyckich. W 2011 wróciłem do Polski i do czasu nominacji na obecne stanowisko kierowałem Działem Operacyjnym i Zakupów w Polsce. Dzisiaj mam przyjemność kierować ponad 300-osobowym zespołem CAT LC Polska.

CAT Cargo Logistics to firma logistyczna, która gdy trafiła do Polski

w 1994 r., zajmowała się obsługą logistyczną branży automotive...

Jesteśmy częścią Groupe CAT, która dzieli się na dwie dywizje: CAT Cargo Logistics (CAT LC), który specjalizuje się w logistyce części zamiennych i komponentów branży motoryzacyjnej oraz CAT Vehicle Logistics (LV) zajmujący się transportem gotowych samochodów osobowych i dostawczych. W większości krajów są to

co jest porównywalne do obrotów największych dywizji LC – oddziałów Francji czy Hiszpanii.

Jednak obecnie CAT LC Polska zajmuje się nie tylko dystrybucją części samochodowych...

Nadal większość, bo około 80% naszych usług dedykowanych jest branży automotive, od której zaczynaliśmy. Od paru lat,

Groupe CAT dzieli się na dwie dywizje: CAT Cargo Logistics (CAT LC), który specjalizuje się w logistyce części zamiennych i komponentów branży motoryzacyjnej oraz CAT Vehicle Logistics (LV) zajmujący się transportem gotowych samochodów osobowych i dostawczych.

zupełnie niezależne spółki i podobnie jest w Polsce. Francuską Compagnie d'Affrètement et de Transport (CAT) w 1957 r. stworzył Renault, jednak już od wielu lat CAT nie jest własnością firmy Renault. Obrót całej dywizji LC wynosi około 330 mln euro, a Polski około 55 mln euro,

w wielu krajach, w tym również w Polsce, wychodzimy poza tę branżę, oferując z powodzeniem ten sam wysoki standard usług również innym klientom. Potwierdzeniem naszej pozycji rynkowej w Polsce jest ponad 70-procentowy udział jeśli chodzi o dystrybucję z centrów dystrybucyjnych



Radosław Rożek

i magazynów do finalnych dealerów samochodowych. Nasi klienci to międzynarodowi producenci i dystrybutorzy jak również prężnie rozwijający się krajowi liderzy

rynku, z którymi współpracujemy już od ponad 20 lat aktywności w Polsce.

Zdobyliśmy znaczną część rynku motoryzacyjnego w Polsce i innych krajach,

co stało się bodźcem do wyjścia poza obszar dystrybucji samochodowych części zamiennych. Naszą bazą jednak zawsze jest kapitał doświadczenia i kompetencji zdobyty dzięki współpracy z klientami z branży automotive, który przekładamy na zwiększanie konkurencyjności łańcuchów dostaw naszych klientów.

Co to oznacza?

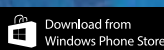
Rynek automotive jest niezwykle wymagający jeśli chodzi o jakość i terminowość dostaw. Jeszcze kilka lat temu kluczem była terminowość, dziś najważniejsze jest, żeby dostawa była pełna, bez defektów i zgodnie z wyznaczonymi terminami dostaw. Dodatkowo równie istotne są aspekty finansowe – czyli konkurencyjność. Dzięki zdobytemu na tym polu doświadczeniu i doskonale rozbudowanej sieci dystrybucji, łatwiej nam teraz obsługiwać branże, w których oczekiwania są podobne i równie wymagające. Tak jest np. w przypadku dystrybucji części do maszyn rolniczych, gdzie restrykcje są jeszcze większe, gdyż w okresie żniw niezwykle ważne jest dostarczenie

 **TimoCom**

Tylko pozazdrościć!

W jaki sposób przewoźnik Marcin tak łatwo znajduje odpowiednie dla siebie oferty frachtów? Z pewnością dzięki TC Truck & Cargo®! Sprawdź i Ty wiodącą w Europie giełdę transportową w Twojej codziennej pracy. Do 4 tygodni bezpłatnego testu!

Teraz także dostęp mobilny!



www.timocom.pl



Logistyka inbound jest jednym ze strategicznych kierunków rozwoju firmy na najbliższe lata. Jeszcze kilka lat temu fabryki zaopatrywano głównie za pomocą dedykowanych transportów. Obecnie firmy zmieniają model logistyczny wykorzystując sieci dystrybucji realizujące na co dzień dystrybucje outbound

w ekspresowym terminie właściwej części, nierzadko do finalnego odbiorcy w miejsce, gdzie znajduje się maszyna.

Czyli działacie jak firma kurierska?

W wypadku finalnych odbiorców (B2C) można tak powiedzieć. To co nas wyróżnia to obsługa szerokiego asortymentu przesyłek, począwszy od małych, standardowych paczek aż po części do maszyn o wymiarze kilku palet, jak również elementów dłużycowych, bez opakowania oraz trudnych w obsłudze. Taką elastyczność wysoko cenią sobie klienci. Oprócz tego otrzymują najszybsze dostawy nocne na rynku z ogólnopolskim zasięgiem, oferowanym także przez CAT LC na innych rynkach, w szczególności europejskich i to od wielu lat. Między innymi dla jednego z międzynarodowych producentów branży maszyn rolniczych towar odbierany jest z Niemiec i dystrybuowany już następnego dnia w godzinach porannych do sieci finalnych odbiorców klienta w całym kraju. Czasami w dane miejsce jedziemy tylko raz, a przesyłka musi być dostarczona w tym samym standardzie czasowym jak w pozostałych przypadkach. Punktów dostaw może być nawet kilka tysięcy.

A jakie są terminy dostaw?

Większość dostaw krajowych dostarczana jest następnego dnia po zamówieniu, do godz. 7.00 lub 8.00 rano. W tym segmencie czasowym dostaw jesteśmy liderem rynkowym z konkurencyjną siecią dostaw nocnych, co daje nam przewagę nad pozostałymi operatorami. Dystrybucja nocna to produkt unikalny, a większość rynku, który obsługujemy, to właśnie dystrybucja nocna. Nasza sieć dystrybucji pokrywa

nawet najbardziej oddalone zakątki Polski. Obecnie mamy siedem własnych i cztery partnerskie platformy zaangażowane w codzienną realizację naszej unikatowej usługi.

W przypadku naprawy auta, maszyny rolniczej czy wózka widłowego wyjątkowe znaczenie ma czas. Dostawa nocna części zamiennej umożliwia zamontowanie jej

z samego rana. W wypadku dystrybucji części kierowca CAT LC przyjeżdża np. o godz. 3.00 rano pozostawiając zamówione części wraz z dokumentacją bezpośrednio w aucie technika serwisowego, bądź w prywatnym garażu.

Czyli technik i firma CAT LC muszą mieć do siebie duże zaufanie...

Dystrybucja nocna opiera się na zaufaniu. W większości dostaw towar zostawiamy nocą w tzw. służbie, a często jest to dedykowane miejsce na stacji dealerskiej, gdzie w nocy nikogo nie ma. Klient dostarczoną część odbiera później i do godzin wcześniej popołudniowych ma czas na zgłoszenie niezgodności. Trzeba więc mieć duże zaufanie, żeby wpuścić nas do siebie nocą. I *vice versa*, gdyż to my zostawiamy towar, za który odpowiadamy i ufamy, że nikt go nie zniszczy. Uszkodzeń jest naprawdę znikoma liczba porównując wyniki CAT do danych rynkowych.

Dystrybucję nocną umożliwia nam flota około 350 kontraktowych samochodów, w większości pomiędzy 1,5 t a 7,5 t, wykorzystywanych codziennie. Nasi podwykonawcy jeżdżą w ramach kontraktów, zgodnie z procedurami i wymaganiami naszych klientów, które kierowcy pracujący dla nas muszą bezwzględnie respektować. Jesienią wolumen wzrasta, a przy śliskiej nawierzchni zimą zwiększa się gwałtownie zapotrzebowanie na maski, zderzaki, błotniki, szyby. Dystrybucja szyb to produkt, który ostatnio intensywnie rozwinęliśmy, nawet skłonny jestem twierdzić, że CAT zrewolucjonizował rynek szyb w Polsce.

Na czym ta rewolucja polega?

Jeszcze kilka lat temu hurtownicy i zakłady chcąc w Polsce zamówić szybę do samochodu, dwa razy w tygodniu zamawiali drewnianą skrzynię z szybami. Taki towar woziło wielu przewoźników. W latach 2006-2007 klienci porzucili kartony i zaczęli szyby owijać folią, co zwiększało liczbę uszkodzeń. My, korzystając z doświadczenia, postawiliśmy na *handling* ręczny, który również stosujemy w przypadku innych

Około 80% usług CAT LC dedykowanych jest branży automotive, od której zaczynała. Od paru lat w wielu krajach, w tym w Polsce, firma wychodzi poza tę branżę, oferując ten sam wysoki standard usług również innym klientom.

części, gdyż przy tego typu wrażliwych towarach jest to dużo bezpieczniejsze. Klienci nauczyli nas jak wozić szyby niezapakowane. Nauczyli też jakie narzędzia mamy przygotować na platformach *cross-dockingowych* do przewozu szyb i jak wyposażać nasze samochody. Teraz mamy specjalne stojaki w naszych *cross-dockach*, specjalne kartony do pakowania szyb na samochodach oraz inne dedykowane narzędzia dla tego asortymentu. To się sprawdziło. Zaproponowaliśmy więc klientom, którzy do tej pory pakowali szyby w skrzynię, że codziennie będziemy odbierać pojedyncze sztuki. Oni zaś przekazali informację swoim klientom, że codziennie mogą zamawiać tyle szyb, ile chcą. Było to istotne usprawnienie łańcucha dostaw szyb dla producentów i ich odbiorców, stąd obsługujemy dzisiaj większość rynku szybowego.

Wozicie również części do ciężarówek, co pewnie też jest sporym wyzwaniem...

Każdą część samochodową jesteśmy w stanie dostarczyć zgodnie z oczekiwaniami klienta. Dostarczamy kabiny do ciężarówek, poszycia do autobusów, nie mówiąc o takich podzespołach jak silniki czy skrzynie biegów, które są niemalże standardem. Części do ciężarówek zazwyczaj jednak pakowane są na palety bądź w odpowiednie skrzynie mocujące. Jednak i tu dopasowujemy się do oczekiwań każdego z klientów. Takie podejście budowaliśmy przez wiele lat i nigdy nie narzucaliśmy standardów klientom. Mamy wiele rodzajów opakowań dopasowanych do kształtu towaru, co pozwala nam zaoszczędzić na powierzchni samochodu. Od kilku lat pracujemy nad unifikacją wewnętrznych środków transportu. Niezmiernie ważna jest tu elastyczność, a także dopasowanie do oczekiwań klientów.

Co pozwoliło na zdobycie tak dużego wolumenu rynku?

W dużej mierze koncentracja CAT LC na branży automotive – to, że nasze rozwiązania, narzędzia i *know-how* budowaliśmy właśnie w oparciu o tę branżę i jej rosnące wymagania. Wypracowaliśmy rozwiązania szyte na miarę, które są potężną wartością dla branży. Mamy m.in. wieszaki na zderzaki, specjalne urządzenia na listwy i wiele innych dedykowanych rozwiązań. Ogrom wiedzy, którą konsekwentnie rozwijamy wykorzystując również do tego modele rozwoju zgodnie z kulturą LEAN, to również wiedza pozyskana od naszych klientów.

Jakie jeszcze usługi świadczy CAT LC?

Tak naprawdę mamy gotowe rozwiązania dla całego łańcucha dostaw. Zajmujemy się kompletną logistyką *inbound* – od producentów zbieramy części i wieziemy

Dystrybucja nocna to produkt unikalny, a większość rynku, który obsługuje CAT LC to właśnie dystrybucja nocna. Sieć dystrybucji firmy pokrywa nawet najbardziej oddalone zakątki Polski.

magazynową. CAT LC Polska ma najsilniej rozwiniętą logistykę magazynową w dywizji LC. Dedykujemy dla tej usługi około 13 tys. m² powierzchni naszych obiektów w całej Polsce. Nasi dwaj główni klienci z branży automotive, którzy z niej korzystają, to uznane międzynarodowe marki motoryzacyjne samochodów osobowych

jeden z największych tego typu obiektów CAT LC w Europie.

Nasze plany rozwojowe na najbliższe lata w dużej mierze związane są z koncentracją na obsłudze logistyki *inbound*. W ciągu 4 ostatnich lat zmodernizowaliśmy nasze obiekty, dostosowując je do funkcji *cross-dockingowych*. Zmieniliśmy



Od kilku lat firma pracuje nad unifikacją wewnętrznych środków transportu. Niezmiernie ważna jest tu elastyczność i także dopasowanie do oczekiwań klientów

i ciężarowych. Prowadzimy dla nich magazyny części zamiennych dedykowane dla obsługi rynku w Polsce, jak również na Litwie i Łotwie. Ze względu na postawienie na kompleksowość usług oraz optymalizację procesów, w przyszłym roku przenosimy nasz największy magazyn w Duch-

m.in. obiekt w Duchnicach, Mysłowicach, w Gdańsku, we Wrocławiu i w Strykowie.

Czy specjalizacja w branży automotive jest wartością dodaną?

Tak. Wybraliśmy branżę automotive i dzięki zdobytej wiedzy i doświadczeniu wszystkie inne branże które obsługujemy, są pokrewne, jak m.in. części do maszyn rolniczych i budowlanych czy motocykle, gdzie obsługujemy około 85% rynku. Koncentrujemy się na logistyce B2B i raczej współpracujemy ze stacjami dealerskimi niż z prywatnymi odbiorcami. Obsługą B2C czy C2C zajmujemy się przede wszystkim w wypadku dostaw jednośladów, głównie motocykli, skuterów i quadów, ale również części do maszyn rolniczych. Koncentrujemy się również mocno na rozwoju geograficznym. Siecią dystrybucji pokrywamy również Czechy, Słowację, Węgry, co wynika z potrzeb biznesowych, gdyż klienci często na poziomie poszukiwania rozwiązania logistycznego domagają się dystrybucji nie tylko na Polskę, ale też na południe Europy.

Plany rozwojowe firmy na najbliższe lata w dużej mierze związane są z koncentracją na obsłudze logistyki inbound. W ciągu czterech ostatnich lat zmodernizowano obiekty CAT LC, dostosowując je do funkcji cross-dockingowych.

je do fabryk. Wykonujemy transporty liniowe gotowych komponentów z fabryk do magazynów centralnych, na terenie całej Europy i nie tylko. Wykonujemy dystrybucję do poszczególnych dealerów i dystrybucję zwrotną do magazynów, w tym do magazynów centralnych oraz do fabryk. Prowadzimy również logistykę

nicach do obiektu *cross-dockingowego*, dzięki czemu będziemy mieli jeden duży obiekt o powierzchni ponad 15 tys. m². Nieco ponad 2 lata temu wybudowaliśmy *cross-dock* o powierzchni ponad 4 tys. m², a teraz będziemy konsolidowali trzy obiekty w jeden. Pod jednym dachem będzie *cross-docking*, magazyn i biura. Będzie to

Co w obsłudze branży automotive jest najtrudniejsze?

Myślę, że nieustannie rosnące oczekiwania jakościowe klientów. *Lead time*, który jest kluczowy w dostawach nocnych skraca się. Kilka lat temu dostawy dzienne odbywały się do godziny 17.00-18.00, a nocne do 8.30-9.00. Teraz dostawy dzienne to dostawy do 10.00, 12.00, 14.00, a nocne to już nie tylko 8.00, ale również dostawy do



Dystrybucję nocną umożliwia flota około 350 kontraktowych samochodów w większości pomiędzy 1,5 t a 7,5 t wykorzystywanych codziennie. Podwykonawcy jeżdżą w ramach kontraktów, zgodnie z procedurami i wymaganiami klientów CAT LC

7.00, a nawet wcześniejsze. Teraz standardowo kończą się do godz. 7.00, a są klienci, którzy wymagają dostaw do 6.30. Jeżeli dealer przyzwyczai się, że CAT dostarcza części do godz. 6.00, to pierwszy mechanik często rozpoczyna pracę już o 6.30. Coraz

ność usług. Konkurują więc skróceniem czasu naprawy samochodu i dostępnością asortymentu. Poza tym, czasem bardziej opłaca się dopłacić do transportu niż gwarantować samochód zastępczy. Kultura LEAN w przypadku autoryzowanych stacji dealerskich podąża również w kierunku optymalizacji *stocków* na stacjach dealerskich. A jeśli dealer nie ma zapasów części, to musi mieć pewność, że CAT je przywiezie, i to nieuszkodzone.

Czy dostarczanie części również na produkcję?

Tak, jak już wcześniej wspomniałem, logistyka *inbound* jest jednym z naszych strategicznych kierunków rozwoju na najbliższe lata. Jeszcze kilka lat temu było to znacznie trudniejsze, gdyż fabryki zaopatrzyły się głównie za pomocą dedykowanych rozwiązań. Obecnie firmy zmieniają model logistyczny wykorzystując sieci dystrybucji realizujące na co dzień dystrybucję *outbound*. Niezmiernie ważna jest tutaj pewność, że operator logistyczny jest w tym rozwiązaniu partnerem dostarczającym 100% jakości świadczonych usług, bo fabryka nie może przecież zatrzymać produkcji. My ten trend staramy się rozwinąć. Skoro CAT ma 300-400 samochodów, z których duża część kończy realizację usług w godzinach przedpołudniowych, to warto je wykorzystać w ciągu dnia i dedykować do zbiórki części od dostawców do fabryk. Wykorzystujemy do tego nie tylko nasze środki transportu, ale również nasze *cross-docki*. Jest to usługa komplementarna, wykorzystująca zarówno sieć dystrybucji z *cross-dockami*, jak również usługi krótkoterminowego składowania oraz międzynarodowe przewozy. Jako że Polska jest znaczącym producentem komponentów,

serwisu za pomocą najnowszych systemów IT, a przede wszystkim wysokie kompetencje i zaangażowanie w procesy ludzkie. To oni są prawdziwą wartością naszej firmy. Zawsze do obsługi i komunikacji z klientem wyznaczona jest jedna osoba operacyjna i jedna osoba handlowa. Stawiamy na komunikację z klientem i jego satysfakcję, ale też na naukę od naszych klientów, co ułatwia nam uważne ich słuchanie. Nasz serwis udoskonalamy kierując się wynikami prowadzonych przez nas badań satysfakcji klientów, wykorzystując przy tym system do zarządzania reklamacjami oraz komunikacją z klientem. Klienci bardzo dobrze to oceniają. Staramy się również angażować najlepszych specjalistów w budowę całej organizacji. Chcemy, aby zatrudnione w CAT LC osoby były zadowolone z pracy. I chyba tak jest, jeśli średni okres zatrudnienia wynosi około siedmiu lat. W utrzymaniu i rozwoju naszych pracowników pomaga również dbałość o to, aby mogli korzystać na wszelkich zmianach strukturalnych w firmie. Innymi słowy, jeżeli są jakieś rekrutacje, to najpierw prowadzimy je wewnętrznie i dajemy szansę rozwoju naszym pracownikom. Wiele osób, które zaczynały na stanowiskach operacyjnych, teraz są menedżerami firmy CAT LC Polska.

Czym różni się polska dywizja CAT LC od tych zlokalizowanych w innych krajach?

Polska spółka ma z pewnością najlepiej rozwiniętą spedycję międzynarodową spośród wszystkich spółek naszej dywizji. Z dumą mogę potwierdzić, że pokrywamy większość kluczowych obszarów Europy, ale nie tylko. W najbliższych latach, dzięki sukcesom w bieżącym roku, oczekujemy znacznego rozwoju tej aktywności. Produktem, o którym warto również wspomnieć jest TopCAT, czyli dostawy ekspresowe, gdzie w ciągu 15 minut od zgłoszenia klienta, niezależnie od pory i dnia tygodnia, potwierdzamy czy jesteśmy w stanie podstawić samochód jeżdżący dla CAT w dowolne miejsce w Europie, w ciągu dwóch godzin od zgłoszenia. Zazwyczaj potrzebny jest mały bus, ale zdarza się również helikopter bądź transport samolotem, który ma dostarczyć towar do fabryki, gdzie istnieje ryzyko zatrzymania linii produkcyjnej. Nasza skuteczność dotycząca podstawienia auta w ciągu 2 godzin wynosi ponad 98%, to znaczy że w ponad 98% przypadków w ciągu 15 minut od zgłoszenia potwierdzamy gotowość podjęcia realizacji usługi.

Dziękuję za rozmowę. ◀

Polska spółka ma najlepiej rozwiniętą spedycję międzynarodową spośród wszystkich spółek dywizji LC. Pokrywa większość kluczowych obszarów Europy. Innym ważnym produktem jest TopCAT, czyli dostawy ekspresowe.

silniej rozwija się w Polsce usługa *same day delivery*, która jest już mocno rozwinięta w krajach zachodnich. Tu mamy spore sukcesy – jeśli odbierzemy towar do godz. 11.00, to do 16.00 tego samego dnia jest już u klienta. Wystarczy rano zamówić części, aby jeszcze tego samego dnia wykorzystać je do naprawy pojazdu.

Oczekiwania klientów są coraz większe ze względu na nasycenie rynku i dostęp-

wierzymy, że ta usługa będzie sprawnie rozwijana przez CAT w najbliższych latach.

Jakie wartości najważniejsze są dla CAT jako operatora logistycznego?

Na pierwszym miejscu jest zawsze satysfakcja naszych klientów i realizacja ich oczekiwań. W sprawnym wykonaniu usług pomagają nam śledzenie realizacji

Centrum logistyczne w porcie lotniczym Paris-Charles de Gaulle nie tylko dla e-handlu

W związku z rozwojem e-commerce w rozbudowę technologii i infrastruktury inwestują firmy logistyczne i przewoźnicy ekspresowi. 18 października FedEx Express, firma świadcząca usługi przewozów ekspresowych i spółka zależna FedEx Corp. (NYSE: FDX), ogłosiła zamiar rozbudowy centrum logistycznego, zlokalizowanego na paryskim lotnisku Charlesa de Gaulle'a.

Po ukończeniu, nowy obiekt będzie jednym z najnowocześniejszych centrów obsługi przesyłek ekspresowych na świecie, wyposażonym w rozwiązania technologiczne zwiększające wydajność sortowania przesyłek o ponad 40%. Zobowiązanie obejmuje 200 mln euro kapitału oraz dzierżawę na okres 30 lat. Plany zostały ogłoszone w obecności prezydenta Francji François Hollande'a.

Część strategii firmy

– Inwestycja jest częścią strategii zakładającej ekspansję sieci transportowej firmy, co z kolei przeloży się na większą wydajność i ułatwi kontakty biznesowe w Europie i na całym świecie – stwierdził podczas ogłoszenia planów David Binks, prezes FedEx

Express Europe i dyrektor generalny TNT. – Nowy obiekt, w połączeniu z niedawnym przejściem TNT, odpowiada na zmieniające się potrzeby naszych klientów oraz globalnego rynku, zwiększając jednocześnie możliwość wspierania przez nas takich trendów jak międzynarodowy handel elektroniczny – dodał.

Początek budowy obiektu, który ma rozpocząć działalność w 2019 r., zaplanowano na lato 2017 r. Po ukończeniu, centrum logistyczne zostanie wyposażone w zautomatyzowany system sortujący duże, ponadwymiarowe paczki – pierwsze tego typu rozwiązanie w FedEx Express na całym świecie. Systemy takie są coraz częściej wykorzystywane w związku ze wzrostem rynku e-commerce. Aby podkreślić zaangażowanie FedEx na rzecz zrównoważonego rozwoju, nowy budynek będzie

posiadał certyfikaty HQE oraz Breeam, co oznacza, że zostanie zbudowany przy użyciu materiałów przyjaznych dla środowiska oraz wyposażony w oświetlenie LED. FedEx przewiduje, że rozbudowa hubu będzie wiązać się ze stworzeniem nowych miejsc pracy i zwiększeniem obecnego zatrudnienia na lotnisku CDG.

Dla 95% ludzi na świecie

– W FedEx mamy możliwość odbioru, transportu i dostarczenia przesyłki do 95% ludzi i niemal wszystkich przedsiębiorstw na świecie, w czasie od jednego do dwóch dni roboczych. Strategiczna rozbudowa w Paryżu jest przykładem tego, w jaki sposób będziemy kontynuować inwestycje, aby szybciej i jeszcze solidniej transportować towary przez granice państw. Dla naszych klientów będzie to oznaczać możliwość zmniejszenia kosztów, zwiększenia efektywności łańcucha dostaw i identyfikacji nowych szans dla wzrostu i rentowności – powiedział David Bronczek, prezes i dyrektor generalny FedEx Express.

FedEx Express działa we Francji od 1985 r. W 1999 r. port lotniczy Paris-Roissy-Charles de Gaulle stał się głównym europejskim centrum przeładunkowym firmy. Obecnie jest największym centrum logistycznym FedEx poza granicami Stanów Zjednoczonych. Jednocześnie, huby FedEx w niemieckiej Kolonii oraz TNT w belgijskim Liege pozostaną ważnymi centrami operacyjnymi.

Wkrótce firma TNT otworzy swój hub przeładunkowy, położony na północ od Paryża oraz trzy dodatkowe magazyny. Inwestycja w sieć transportową TNT również przyczyni się do polepszenia połączeń pomiędzy Francją, Europą i resztą świata.

Od 2011 r. FedEx otworzył we Francji łącznie 19 oddziałów. W 2012 r. przejął francuską firmę kurierską Tatex. Obecnie działa w 48 francuskich miastach. ◀

KK

Nowy obiekt będzie jednym z najnowocześniejszych centrów obsługi przesyłek ekspresowych na świecie, wyposażonym w rozwiązania technologiczne zwiększające wydajność sortowania przesyłek o ponad 40%.



Plany zostały ogłoszone w obecności prezydenta Francji François Hollande'a

Nasi pracownicy mają wracać zdrowi do domu

Waelzholz Gruppe wykorzystuje szybkobieżne bramy EFAFLEX do optymalizacji etapów produkcji

Spółka C.D. Waelzholz KG przez lata rozbudowywała infrastrukturę i inwestowała w innowacyjne wyposażenie i optymalizację procesów produkcji. Teraz stawia na wzmocnienie pozycji technologicznej koncernu, co skłania ją do wyjątkowego traktowania 1900 pracowników, oszczędnego podejścia do surowców i materiałów. W centralnym zakładzie w Hagen przestarzałe bramy zewnętrzne wymieniono na nowoczesne, automatyczne szybkobieżne bramy EFAFLEX. Proces logistyczny stał się bardzo wydajny, zapewnia lepsze warunki pracy i oszczędności energii.

35 bram oddziela od siebie różne działy produkcji i w wielu miejscach zamyka hale. W celu uniknięcia przeciągów, wymagaliśmy, aby bramy otwierały się i zamykały z dużą prędkością. Zależy nam na tym, aby pracownicy po pracy wracali do domu zdrowi – wyjaśnia Claudius Schweinoch, odpowiedzialny w centrali w Hagen za projektowanie nowych obiektów w zakładach.

W specyfikacji znajduje się także dobra ochrona przed włamaniami oraz możliwość kontroli dostępu. Szybkobieżne bramy spiralne serii EFA-SST® oferują

te właściwości seryjnie. – Jesteśmy bardzo zadowoleni z bram EFAFLEX®. Bramy opadowe, które mieliśmy poprzednio, sprawiały ciągłe problemy. Nieraz ich otwieranie i zamykanie trwało wiecznie – mówi Claudius Schweinoch. Nawet, gdy były zamknięte izolacja termiczna nie była idealna. Największe straty ciepła powstawały w obszarze załadunku przy otwartych bramach. Musiały one znosić 30 czy 40 cykli otwierania na godzinę. – Teraz przy prędkości 3 m/s mamy całkiem inną jakość. System udoskonalą dodatkowo skaner laserowy. To rozwiązanie bardzo się

sprawdziło i obecnie jest u nas standardem. Wcześniej wbudowane bramy wyposażamy teraz dodatkowo w taki element – wyjaśnia Claudius Schweinoch.

Ze skanerem laserowym EFA-SCAN®

Opatentowany skaner laserowy EFA-SCAN® został po raz pierwszy na świecie opracowany przez inżynierów EFAFLEX do poziomego zastosowania w bramach szybkobieżnych. Dobrze izolowane, kompaktowe urządzenie skanuje cały obszar przed bramą i samo wybiera inteligentne połączenie ruchu bramy z zabezpieczeniem obszarów wokół niej. W obrębie tej strefy EFA-SCAN® reaguje jak szybki przekaźnik impulsów. Jeśli poruszający się obiekt zostanie rozpoznany, skaner w odłamku sekund daje sygnał otwarcia bramy. Geometria i logika takiej strefy kontroli może zostać zaprogramowana indywidualnie za pomocą zdalnego sterowania do maksymalnie 10×10 m. EFA-SCAN® rozpoznaje każdy ruch i ocenia odległość, kierunek i prędkość, co pozwala na perfekcyjnie dokładny impuls otwarcia. Nie następuje ono, gdy ludzie czy pojazdy poruszają się wzdłuż elewacji. Tuż przed bramą laser tworzy regulowane pole bezpieczeństwa. EFA-SCAN® zabezpiecza całą szerokość bramy i zapobiega zamknięciu, gdy tylko w polu badania pojawi się stojący lub poruszający się obiekt. W ten sposób zapobiega się wypadkom i uszkodzeniom bramy. Kompleksowe logarytmy oprogramowania zapobiegają też pomyłkowym impulsom otwierania np. z powodu deszczu, śniegu czy obcego światła. Skaner



Jeśli poruszający się obiekt zostanie rozpoznany, skaner w odłamku sekund daje sygnał otwarcia bramy

testuje powierzchnię poziomą pod kątem 95 stopni i skanuje ten obszar dodatkowo w pionie pod kątem 6 stopni. Nic nie umknie uwadze laserowego skanera, który dokonuje 16 tys. pomiarów na sekundę.

I tego właśnie oczekuje kierownictwo C.D. Waelzholz GmbH w Hagen. Jako część działającego na międzynarodowych rynkach koncernu, firma potrzebuje niezawodnych partnerów. W dziewięciu miej-

Opatentowany skaner laserowy EFA-SCAN® po raz pierwszy na świecie został opracowany przez inżynierów EFAFLEX do poziomego zastosowania w bramach szybkiej.

Nie koniecznie seryjne

Wymagania co do rodzaju bram w zakładzie w Hagen podyktowane są budowlą niekoniecznie seryjną. Np. gdy w hali nie było miejsca na bramę, musiała zostać zamontowana na zewnątrz. – Sprzedaż produktów EFAFLEX oraz serwis bardzo dobrze wpisują się w spektrum naszych potrzeb. A dodatkowo serwis jest bardzo szybki i elastyczny – potwierdza Claudius Schweinich.

scach, na czterech kontynentach ten lider technologii pozyskuje klientów z różnych dziedzin przemysłu dzięki szerokiej gamie usług serwisowych i inżynierskich. W Hagen ze względów historycznych usytuowane jest serce zakładów Waelzholz. Centrala znajduje się w dzielnicy Hagen-Hohenlimburg. Produkcja z Hagen pokrywa 75% zapotrzebowania grupy Waelzholz. Portfolio zakładów obejmuje walcowane na zimno wyroby stalowe, nieuszlachetniane, uszlachetniane martenzytem, produkty



Dobrze izolowane, kompaktowe urządzenie skanuje cały obszar przed bramą i samo wybiera inteligentne połączenie ruchu bramy z zabezpieczeniem obszarów wokół niej. W obrębie tej strefy EFA-SCAN® reaguje jak szybki przekaźnik impulsów

z płaskiego drutu i profile. Specjalne technologie, jak rolling LIN czy uszlachetnianie elektryczne, umożliwiają produkcję wysoko specjalistycznych wyrobów. ◀

Droga do doskonałości pomiędzy Tobą a Twoimi klientami

FM Logistic to międzynarodowy organizator rozwiązań logistycznych od blisko 50 lat. Jeden z czołowych graczy na rynku transportu krajowego i międzynarodowego, uznawany za eksperta w obsłudze logistycznej sieci handlowych, branży FMCG, farmaceutycznej i przemysłowej. Jako specjalista w konsolidacji dostaw – koncepcji pozwalającej na optymalizację kosztów i przestrzeni ładunkowej, gwarantuje swoim klientom bezpieczeństwo i terminowość dostaw, bez względu na skalę prowadzonej przez nich działalności. Innowacyjne projekty operatora realizowane są z troską o środowisko naturalne.

magazynowanie • dystrybucja • transport krajowy • transport międzynarodowy • co-packing • co-manufacturing



Zakład produkcyjny Georg Utz Sp. z o.o. w Kątach Wrocławskich

Georg Utz rozbudował zakład i zwiększył moce

Dobiegła końca, trwająca blisko rok, rozbudowa zakładu produkcyjnego Georg Utz Sp. z o.o. w Kątach Wrocławskich. Inwestycja obejmuje nową halę produkcyjną, dodatkowy magazyn wysokiego składowania oraz pomieszczenia socjalno-biurowe. Budowa była realizowana przy zachowaniu ciągłości pracy w istniejącym budynku. Dzięki niej firma dysponuje powierzchnią dwukrotnie większą niż wcześniej (ok. 12 tys. m²).

Georg Utz Sp. z o.o. to szwajcarska firma rodzinna będąca producentem pojemników transportowych, palet i wyprasek na części techniczne z tworzywa sztucz-

nego. Stanowi część szwajcarskiej grupy Georg Utz Holding AG, założonej w 1947 r. Jej siedziba mieści się w Bremgarten pod Zurychem. W ofercie posiada 5 tys. produktów standardowych i szytych

na miarę. Pojemniki i palety są produkowane wtryskowo, natomiast wypraski w procesie formowania próżniowego. Firma specjalizuje się w rozwiązaniach realizowanych na indywidualne potrzeby klientów. Rozwiązania Utz mają zastosowanie w wielu dziedzinach gospodarki – przemyśle motoryzacyjnym, elektronicznym, spożywczym, farmaceutycznym, chemicznym, tekstylnym, a także w dystrybucji i handlu. Pojemniki również robione są pod systemy sortujące stosowane przez pocztę (roczne zapotrzebowanie na nie tylko w Niemczech wynosi kilka tysięcy) i firmy kurierskie oraz na lotniskach, w tym na bagaże o nietypowych rozmiarach.

Rozbudowa firmy oznacza uzupełnienie dotychczasowego parku maszynowego o nowe wtryskarki oraz urządzenia do termoformowania o większej wydajności.



Cechą wyróżniającą firmę spośród innych producentów pojemników z tworzywa sztucznego jest wykorzystanie dwóch technologii. Pojemniki i palety produkowane są wtryskowo, natomiast wypraski na części techniczne w procesie formowania próżniowego

Na rynek polski, czeski i rosyjski

Produkcja pojemników w zakładzie w Kątach Wrocławskich na rynek polski, czeski i rosyjski rozpoczęła się w 2000 r., dwa lata po założeniu polskiej spółki. Obecna rozbudowa firmy oznacza uzupełnienie dotychczasowego parku maszynowego o nowe wtryskarki oraz urządzenia do termoformowania o większej wydajności. Pozwala to poszerzyć gamę produktów, a także zwiększyć elastyczność i szybkość reakcji na potrzeby klientów. Zwłaszcza, że w kon-

sekwencji przeprowadzonej inwestycji dwie technologie wykorzystywane przez producenta – formowanie wtryskowe (rozpuszczony polipropylen lub polietylen jest wtlaczany do formy) oraz termoformowanie (punktem wyjścia jest płyta, która jest mocowana na maszynie, podgrzewana przez grzałki i dociskana do formy, a powietrze spomiędzy formy a płyty wyciągane przez pompę) – zostały ulokowane w dwóch odrębnych halach produkcyjnych.

– Decyzja o rozbudowie fabryki była podyktowana przede wszystkim potrzebą dalszego rozwoju firmy. Doszliśmy do momentu wykorzystania mocy produkcyjnych

Co więcej, dobrą wiadomością jest to, że jeśli będzie taka potrzeba, istnieje możliwość dobudowy trzeciego modułu, o podobnej do dwóch poprzednich powierzchni.

Myśl globalnie, działaj lokalnie

Filozofią Grupy Utz jest zasada: „Myśl globalnie, działaj lokalnie”, która zakłada koncentrowanie produkcji w zakładach zlokalizowanych blisko klientów. Daje to możliwość lepszego rozumienia problemów poszczególnych rynków i dopasowania produktów do dominujących w danym



Grupa Utz posiada siedem zakładów produkcyjnych: w Polsce, Szwajcarii, Francji, Niemczech, Wielkiej Brytanii, Stanach Zjednoczonych i Chinach

Filozofią Grupy Utz jest zasada: „Myśl globalnie, działaj lokalnie”, która zakłada koncentrowanie produkcji w zakładach zlokalizowanych blisko klientów. Daje to możliwość lepszego rozumienia problemów poszczególnych rynków

w 100%. Specyfika naszego biznesu związana z używaniem skomplikowanych urządzeń o dużych gabarytach oraz form na pojemniki i palety, powoduje że możliwość współpracy z firmami podwykonawczymi jest bardzo ograniczona. Chcąc się dalej rozwijać, potrzebowaliśmy przestrzeni dla nowych maszyn oraz powierzchni magazynowej. Kierowaliśmy się również chęcią polepszenia warunków socjalnych naszych pracowników – wyjaśniał podczas uroczystości związanej z uruchomieniem inwestycji Wojciech Bytner, dyrektor generalny Georg Utz Sp. z o.o.

regionie gałęzi gospodarki. Powstanie, a następnie rozbudowa zakładu w Kątach zostały przeprowadzone w oparciu o tę zasadę.

Grupa Utz posiada siedem zakładów produkcyjnych, w tym w Polsce, Szwajcarii, Francji, Niemczech (największa spółka), Wielkiej Brytanii, Stanach Zjednoczonych i Chinach oraz sieć przedstawicielstw na całym świecie.

Cechą wyróżniającą firmę spośród innych producentów pojemników z tworzywa sztucznego jest wykorzystanie ww. dwóch technologii (formowanie wtryskowe i próżniowe). Pozwala to zaproponować

klientom szeroką gamę rozwiązań dopasowanych do ich indywidualnych potrzeb, także wymagających zastosowania elementów obydwu technologii.

Ideą biznesu Utz jest oferowanie klientom bardzo trwałych opakowań wielokrotnego użytku, które mogą być wykorzystywane przez długi czas. Plastikowe pojemniki po zakończeniu swojej żywotności, są poddawane recyklingowi i dzięki temu ponownie wracają do procesu produkcyjnego. Ekologia i troska o środowisko naturalne są również bardzo ważne w innych aspektach funkcjonowania fabryki – w zakładach Utz woda wykorzystywana do chłodzenia maszyn krąży w obiegu zamkniętym. W ten sposób odzyskane ciepło służy do ogrzewania pomieszczeń, dzięki czemu straty energii zredukowane są do minimum. ◀

MM



COLIAN Logistic

Partnerstwo i zaufanie

Kompleksowe rozwiązania w zakresie logistyki, magazynowania, spedycji drogowej, spedycji morskiej, Intrastat

Colian Logistic Sp. z o.o.
ul. Zdrojowa 1, 62-860 Opatówek

Dział handlowy
Tel. 510-164-131

e-mail: logistyka@colian.pl
www.colianlogistic.pl



**Oddziały
w Polsce**

Na wieszaku

– od producenta do klienta

Planując wejście w kanał dystrybucji e-commerce, firma Lancerto S.A. postawiła przed dostawcą wyposażenia magazynowego nie lada wyzwanie. Na jej indywidualnie zamówienie firma WDX S.A. opracowała specjalny system transportu i magazynowania, który służy do automatycznego przemieszczania odzieży na wieszakach pomiędzy wieloma kondygnacjami magazynu.



Andrzej Malec

Lancerto S.A. jest polskim producentem garniturów i odzieży formalnej. Nowoczesny zakład produkcyjny oraz centralny magazyn firmy zlokalizowane są w Łąncucie, w województwie podkarpackim. Producent dostosował swój magazyn do wymagań sprzedaży e-commerce i rosnącej sieci dystrybucji. Firma posiada 34 salony sprzedaży w 29 miastach w całej Polsce. W związku z rozwojem sieci sprzedaży podjęta została decyzja o budowie nowego obiektu logistycznego, który wzbogacił dystrybucję o kolejne 4 tys. m² powierzchni magazynowej.

Dostępność w każdym momencie

Instalacja realizowana przez WDX S.A. została ukończona w drugiej połowie 2015 r. W ramach projektu dla firmy Lancerto zaprojektowano zintegrowaną konstrukcję antresoli i przenośników – jako moduł do

składowania i transportu w jednym. Przenośnik podwieszany łańcucho-wałowy OCA służy do transportu odzieży pomiędzy różnymi kondygnacjami magazynu, buforowania towaru (magazynowanie

chwili. Dwupoziomowa antresola, system regałowy oraz specjalny system przenośnikowy zostały tak zaprojektowane, aby cała podróż produktu odbywała się na wieszaku. Umożliwia to dotarcie zamówienia do

Instalacja realizowana przez WDX S.A. została ukończona w drugiej połowie 2015 r. W ramach projektu dla firmy Lancerto zaprojektowano zintegrowaną konstrukcję antresoli i przenośników – jako moduł do składowania i transportu w jednym.

odzieży na wieszakach), a także pozwala na dostęp do każdej jednostki odzieży w dowolnym momencie. Jest to szczególnie istotne w wypadku dystrybucji w kanale e-commerce, ponieważ system ten wymaga dostępności do każdego towaru w każdej

klienta w nienagannym stanie oraz w najkrótszym możliwie terminie. Inwestycja obniżyła koszty magazynowania oraz ryzyko uszkodzeń transportowanego towaru.

1200 wieszaków na godzinę

Antresola oparta na regałach MRK z oferty WDX umożliwia zmagazynowanie dwukrotnie większej liczby produktów w stosunku do tradycyjnych rozwiązań logistycznych opartych na pojedynczym-zerowym poziomie. Ponadto przygotowano i wdrożono strefę kompletacji przyjęć i wysyłek, która dodatkowo usprawniła pracę i pozwoliła istotnie zaoszczędzić pozostającą przestrzeń. W przypadku Lancerto, znaczna część półek została zastąpiona specjalnymi poprzeczkami na wieszaki, co w połączeniu ze specjalnie przygotowanymi opakowaniami jednostkowymi powoduje, że cała podróż zamówionego garnituru od produkcji do klienta końcowego odbywa się na wieszaku. Dwupoziomowa antresola pozwala na podwojenie powierzchni magazynowej oraz bezpośredni dostęp do każdego wieszaka. Główną osią projektu w Lancerto jest specjalny system przenośników, który pozwala na transport 1200 szt. wieszaków garniturowych w ciągu godziny w jedną stronę (2400 w dwie



Kompaktowy system antresoli pozwolił w relatywnie niskim magazynie zagospodarować dwa piętra składowania



Przenośnik podwieszany łańcuchowo-wałowy OCA służy do transportu odzieży pomiędzy różnymi kondygnacjami magazynu, buforowania towaru (magazynowanie odzieży na wieszakach), a także pozwala na dostęp do każdej jednostki odzieży w dowolnym momencie



Znaczna część półek została zastąpiona specjalnymi poprzeczkami na wieszaki, co w połączeniu ze specjalnie przygotowanymi opakowaniami jednostkowymi powoduje, że cała podróż zamówionego garnituru od produkcji do klienta końcowego odbywa się na wieszaku

strony). Dzięki niemu pracownicy mogą samodzielnie, z pominięciem schodów, transportować produkty w dowolne miejsce magazynu. Transport z parteru na piętro, z piętra na parter odbywa się jednocześnie – niezależnie. Umożliwia w sposób szybki i uporządkowany magazynowanie, kompletowanie oraz organizowanie zleconych wysyłek. W chwili obecnej klient chcąc wykonać tego typu instalację musiałby zatrudnić co najmniej dwie firmy.

Rozwiązanie uszycie na miarę

Największe wyzwanie projektu polegało na znalezieniu rozwiązań zapewniających maksymalne parametry składowania i transportu przy relatywnie niskich nakładach środków, powierzchni i zatrudnieniu. Jako jedyni z potencjalnych dostawców spełniliśmy warunek klienta, dostarczając rozwiązanie transportu wewnętrznego zapewniające zbuforowanie odpowiedniej partii towaru

oraz ciągły, sprawny załadunek dostaw i rozładunek wysyłek przy maksymalnie dwóch osobach obsługujących jedno piętro. Kompaktowy system antresoli pozwolił w relatywnie niskim magazynie zagospodarować dwa piętra składowania. Klient oczekiwał też systemu regałowego z możliwością dopasowywania poziomów składowania, zamiany półki na wieszak i odwrotnie. ◀

Andrzej Malec,
menedżer Logistyki WDX S.A.

Nowa sortownia InPost

Magazyn typu BTS w parku P3 Piotrków, położonym w Centralnej Polsce to nowa, główna sortownia InPostu na całą Polskę. Inwestycja była konieczna w związku z rosnącą liczbą przesyłek. Budynek umożliwi zwiększenie wolumenu firmy o 60%.

Miesięcznie notujemy kilkunastobądź kilkudziesięcioprocentowe wzrosty obsługiwanych wolumenów listów poleconych e-commerce, przesyłek kurierskich oraz Paczkomatów. To powodowało, że dotychczas zajmowany obiekt stał się dla nas za mały. W nowej



W nowej sortowni powstanie oddzielna linia sortująca tylko dla listów e-commerce.

sortowni będziemy mogli zwiększyć obsługiwane wolumeny o 60%. Dodatkowo spodziewamy się, że zbliżający się IV kwartał będzie dla nas rekordowy, dlatego obiekt pozwoli lepiej przygotować się na nadchodzący szczyt paczkowy, tak aby wszystkie przesyłki wysyłane za pośrednictwem InPostu na czas trafiły do odbiorców. Jest to ważne zwłaszcza w okresie świątecznym, gdy wszyscy czekają na prezenty – twierdzi Rafał Brzoska, prezes zarządu InPost.

InPost jest najemcą parku P3 od 2009 r., dotychczas wynajmował 10 tys. m² powierzchni. Obecny magazyn jest w kształcie litery „L”, posiada ok. 5,7 tys. m² powierzchni magazynowej, 8 tys. m² powierzchni cross-dock i prawie 1,6 tys. m² biurowej. Obiekt ma 53 doki oraz 6 bram kurierskich. Zostały tu zastosowane ekologiczne rozwiązania, które pozwolą na ograniczenie kosztów operacyjnych najemcy oraz wpływu obiektu na środowisko. Są to m.in. system solar-

ny wspomagający ogrzewanie wody bytowej i krany z perlatorami oraz uruchamianiem na podczerwień. Innowacyjne panele izolacyjne pozwalają na zmniejszenie przyrostu ciepła w lecie i jego straty w zimie. Oświetlenie wewnętrzne i zewnętrzne magazynu jest wykonane w standardzie LED.

W nowej sortowni powstanie oddzielna linia sortująca tylko dla listów e-commerce. InPost stale notuje wzrosty zwłaszcza w listach z drobnymi przesyłkami – polecone e-commerce – które, dzięki konkurencyjnej cenie, zajęły miejsce najmniejszych paczek. InPost jest teraz dobrze przygotowany na obsługę rosnących wolumenów w segmencie tych przesyłek. ◀

MM

Rozwiązania intralogistyczne w handlu online

W dobie rosnącego e-handlu dotrzymanie terminu dostawy ma szczególnie duże znaczenie. Klienci oczekują, że przesyłka dotrze na miejsce przeznaczenia punktualnie, nieuszkodzona, a otrzymany towar będzie zgodny z zamówionym. Jeżeli wymogi te nie zostaną spełnione, klient może nie tylko zmienić dostawcę, lecz często podzieli się swoim niezadowoleniem na portalach społecznościowych. Aby do tego nie doszło dużą rolę pełni efektywna intralogistyka – od magazynowania, poprzez sortowanie, aż po transport.



Thomas Wiesmann

Musi być ona elastyczna, kompleksowa i umożliwiać wzrost wydajności, tym bardziej, że wśród operatorów handlu elektronicznego rośnie walka konkurencyjna. Na rynku utrzymują się tylko ci, którzy są w stanie zaoferować w swoim segmencie najszerszy asortyment i wymaganą niezawodność dostaw. Ciągłe rosną oczekiwania nabywców w zakresie nieograniczonej dostępności towarów w korzystnej cenie, przy zapewnieniu szybkiej i prawidłowej dostawy. Wydajną techniką sortowania i transportu w obrębie magazynu, operatorów handlu wysyłkowego wspiera BEUMER Group.

Sprostać oczekiwaniom

Operatorzy handlu online, którzy pragną zachować konkurencyjność i pozyskać nowe, docelowe grupy klientów, muszą stawić czoła nowym trendom. Należą do nich indywidualne czasy dostawy czy też dostawy typu *same day delivery*. Oznacza to, że klienta zamawia i otrzymuje towar jeszcze tego samego dnia. Opcja ta ma ostatecznie

zrównać e-handel ze stopniem dostępności towarów lokalnych placówek handlowych. Ta szczególna forma wysyłki ekspresowej jest jednak dostępna jedynie w niektórych regionach, zależnie od siedziby sklepu online. Usługa jest oferowana w strukturach logistyki miejskiej dużych aglomeracji i jest droższa niż zwykła dostawa. Nawet jeżeli dotyczy całej branży, tylko nieliczni operatorzy korzystają z tej formy wysyłki. Charakterystycznym aspektem dla

Jest to wielkim wyzwaniem zarówno dla producentów systemów intralogistyki, jak i dla logistyki wewnątrzzakładowej.

Decyduje odpowiednia intralogistyka

Generalnie technika przepływu materiału staje się coraz bardziej złożona, instalacje i systemy intralogistyczne muszą realizować coraz bardziej elastyczne zadania lub

Efektywna intralogistyka musi być elastyczna, kompleksowa i umożliwiać wzrost wydajności, tym bardziej, że wśród operatorów handlu elektronicznego rośnie walka konkurencyjna.

branży e-commerce jest też tzw. atomizacja przesyłek. Klient zamawia częściej – niekiedy kilka razy w ciągu dnia – jednakże coraz mniejsze ilości. Prowadzi to do coraz mniejszych, lecz częstszych przesyłek.

umożliwiać adaptację do zmieniających się warunków lokalnych. Dlatego też wymagane są procesy o najwyższej wydajności, umożliwiające szybką wysyłkę paczek do klienta. Coraz większego znaczenia



Połączenie między punktem przyjmowania towaru, magazynem wahałowym, stanowiskami komisjonowania i punktem wysyłki towaru zapewnia sortownik taśmowy poprzeczny



Sortownik taśmowy poprzeczny składa się z szeregu przenośników taśmowych na kółkach. Są one rozmieszczone pod kątem 90 stopni do kierunku ruchu. Umożliwia to doprowadzanie i odprowadzanie towaru w kierunku ruchu w lewo lub w prawo

nabiera na przykład technologia *tracking and tracing* – identyfikacji i śledzenia ruchu przesyłek. Pozwala ona rejestrować drogę pokonywaną przez przesyłkę – klient wie zawsze, gdzie znajduje się jego paczka i kiedy może się jej spodziewać.

Aby umożliwić szybkie, niezawodne i sprawne sortowanie, rozdzielanie i kontrolę różnych towarów jak paczki, torebki i materiały wielkogabarytowe w dużych ilościach, BEUMER Group jako producent zintegrowanych systemów kompleksowo wspiera swoich klientów od projektowania po uruchomienie. Podstawę oferty stanowią wysokowydajne modułowe linie sortujące. Zapewniają one użytkownikowi przewagę nad konkurencją i przygotowują do wzrostu handlu wysyłkowego we własnej firmie.

Koncepcja systemu komisjonowania

BEUMER Group zrealizował już liczne projekty wspólnie z partnerami z branży intralogistyki. Do magazynowania pojemników lub kartonów na artykuły grupy A, B lub C nadają się magazyny wahadłowe typu *shuttle* o wydajności składowania i pobierania z magazynu rzędu ponad 10 tys. jednostek na godzinę. Rozwiązania te sprawdziły się w segmencie magazynowania drobnych części i nadają się szczególnie dla dynamicznie rozwijających się przedsiębiorstw składających różne produkty. Połączenie między punktem przyjmowania towaru, magazynem wahadłowym, stanowiskami komisjonowania i punktem wysyłki towaru zapewnia sortownik taśmowy poprzeczny. Ta linia sortująca charakteryzuje się wysoką wydajnością rozdzielania ponad 10 tys. pojemników na godzinę. Oprócz dystrybucji pojemników i kartonów sortowniki taśmowe poprzeczne sprawdzają się idealnie w łagodnym sortowaniu produktów wszelkiego typu, niezależnie od rozmiaru, formy i struktury powierzchni. Dzięki tej charakterystyce spełniają one szczególne wymagania stawiane przez operatorów handlu wysyłkowego. Bezdotykowy transfer energii i danych redukuje do minimum nakład serwisowy przy sortowniku taśmowym poprzecznym BEUMER. Budowa modułowa pozwala na łatwą integrację tego sortownika w budynku bez spadku wydajności.

Sortownik taśmowy poprzeczny składa się z szeregu przenośników taśmowych na kółkach. Są one rozmieszczone pod kątem 90 stopni do kierunku ruchu. Umożliwia to doprowadzanie i odprowadzanie towaru w kierunku ruchu w lewo lub w prawo. W tym celu produkty są przekazywane na

przenośnik taśmowy poprzeczny z prędkością dostosowaną do prędkości sortownika i kąta doprowadzania towaru. Odwrotny proces odbywa się przy odprowadzaniu towaru – taśma transportowa przesuwa się w kierunku odprowadzania i transportowany materiał jest kierowany łagodnie do pozycji krańcowej.

Nacisk na zrównoważony rozwój

BEUMER Group wyposaża sortownik w moduły ze stanowiskami komisjonowania. Często instaluje się dodatkowe czujniki do wykrywania i korygowania ewentualnych błędów w celu podwyższenia dokładności sortowania. Gwarantuje to ciągłe, niezawodne i sprawne procesy sortowania. Pełne pojemniki trafiają automatycznie do stanowiska wysyłki towaru, niekompletne są automatycznie odprowadzane z każdego modułu do magazynu wahadłowego, a puste powracają na stanowisko przyjmowania towaru do ponownego napełnienia.



BEUMER Group wyposaża sortownik w moduły ze stanowiskami komisjonowania. Często instaluje się dodatkowe czujniki do wykrywania i korygowania ewentualnych błędów w celu podwyższenia dokładności sortowania

ciąża ona pracowników od ciężkiej pracy fizycznej przy jednoczesnym wzroście produktywności. Personel w przedsiębiorstwach z branży KEP rozładowuje wydajnie paczki i jednostki wysyłkowe o różnej

Charakterystycznym aspektem dla branży e-commerce jest tzw. atomizacja przesyłek. Klient zamawia częściej – niekiedy kilka razy w ciągu dnia – jednakże coraz mniejsze ilości. Prowadzi to do coraz mniejszych, lecz częstszych przesyłek.

Dostawę od stanowiska wysyłki towaru do drzwi klienta przejmują zazwyczaj usługodawcy. Dysponują oni gęstą siecią dystrybucyjną z centrami sortowania, filiami i serwisem doręczeniowym. Ich linie są zazwyczaj przystosowane do obsługi tradycyjnych paczek. Znaczny wzrost liczby przesyłek przy jednoczesnym zmniejszeniu wielkości paczek sprawia, że szybko osiągają maksimum swej mocy przerobowej. Dochodzą tego coraz krótsze terminy dostaw i czasy sortowania. Aby sprostać wymogom e-handlu, operatorzy muszą zwiększyć swoją wydajność.

Od rozładunku ręcznego do maszynowego

Wydajność pracy w istniejących budynkach można podnieść poprzez zastąpienie ręcznego rozładunku towaru maszynowym rozładunkiem masowym z nadwozi wymiennych. Zapewnia to znacznie wyższą przepustowość dzienną. W tym celu BEUMER Group wprowadził na rynek pierwszą generację maszyn półautomatycznych – BEUMER Parcel Picker. Od-

wielkości i wadze z nadwozi wymiennych i przyczep. Wydajność rozładunku wzrasta wraz z mniejszą wielkością paczek.

Wydajna obróbka strumienia masowego wymaga automatycznego dozowania paczek. W tym celu BEUMER Group skonstruował dozownik o nazwie Automatic Parcel Singulator, który jest dostosowany do przerywanej pracy pętlowego urządzenia sortująco-przekazującego. Automatic Parcel Singulator ma kompaktową budowę, a jego wydajność jest dostosowana do tempa pracy linii przekazującej. Ponadto pracuje bardzo cicho i nie wymaga konserwacji. Typowe zastosowanie składa się z dwóch urządzeń BEUMER Parcel Picker zasilających jeden dozownik Automatic Parcel Singulator. Dozowanie jest kontrolowane przez czujnik obrazu. Prawidłowo dozowane paczki dostają się przez zwrotnicę do sortownika, a pozostałe przesyłki powracają do dozownika Automatic Parcel Singulator. <

Thomas Wiesmann,
dyrektor sprzedaży techniki
sortowania i rozdzielania
w BEUMER Group



Rozwój handlu elektronicznego umożliwia dynamiczny rozwój firm kurierskich. Statystyki obu idą w parze i dwucyfrowe tempo wzrostu e-commerce przekłada się na duże tempo wzrostu branży KEP

E-handel staje się podstawą biznesu operatorów KEP

Handel elektroniczny stanowi obecnie jeden z najważniejszych czynników rozwoju branży KEP. Jedna na trzy przesyłki kurierskie pochodzi z zamówienia składanego przez Internet. E-handel zmienił i cały czas rewiduje sposób myślenia oraz funkcjonowania menedżerów – operatorów KEP. Pod jego wpływem dostosowano procesy obsługi e-klientów (np. dostawy popołudniowe), zaprojektowano specjalne narzędzia informatyczne (np. aplikacje do zmiany terminu i miejsca dostawy), przygotowano dedykowane oferty (np. usługi przedpłacone) i zbudowano sieci operacyjne rozwiązujące problemy tzw. pierwszej i ostatniej mili w logistyce (np. nadanie i odbiór paczki w punkcie).

Według różnych szacunków wartość e-handlu w 2015 r. wynosiła między 30 a 35 mld złotych, a do 2020 r. ma się ona podwoić. Dynamika wzrostu tego rynku w Polsce wynosi ok. 20% i jest większa niż średnia w UE. Ta koniunktura napędza popyt na wiele różnych produktów i usług bezpośrednio lub pośrednio związanych ze sprzedażą przez Internet. Korzystają na tym nie tylko firmy informatyczne, agencje marketingowe, instytucje finansowe, ale także dostawcy usług logistycznych. Szczególnym beneficjentem jest ta ostatnia grupa, reprezentowana głównie przez operatorów KEP. Prawie cała logistyka dostaw produktów (poza dostawami tzw. towarów gabarytowych i odbiorami osobistymi) za-

mawianych przez Internet została zdominowana przez te przedsiębiorstwa. Z roku na rok przychody osiągnięte z tej grupy klientów są coraz większe.

– *Rozwój handlu elektronicznego umożliwia dynamiczny rozwój firm kurierskich. Statystyki obu idą w parze i dwucyfrowe tempo wzrostu e-commerce przekłada się*



Sprostac' wymaganiom sektora

Rafał Nawłoka, prezes zarządu DPD Polska

Szybki wzrost rynku e-commerce jest nie tylko wielką szansą na dalszy rozwój firmy, ale także wyzwaniem, by sprostać wymaganiom tego sektora. Handel elektroniczny z założenia miał być łatwą, szybką i bezpieczną alternatywą nabywania produktów. Firmy kurierskie musiały zatem dysponować odpowiednim potencjałem, który pozwolił sprawnie obsłużyć zwiększające się wolumeny. Do tego potrzebne były inwestycje w infrastrukturę oraz rozwiązania informatyczne.

na duże tempo wzrostu branży KEP – mówi Rafał Pietrwalwski, zastępca dyrektora zarządzającego sprzedażą ds. rozwoju usług w Segmencie Klienta Biznesowego, Poczta Polska.

firmach KEP jest różny. Zależy on głównie od doświadczenia i strategii przedsiębiorstwa. – Pod względem przychodowym e-handel odpowiada za 1/4 wartości rynku KEP, natomiast wolumenowo stanowi już

Według różnych szacunków wartość e-handlu w 2015 r. wynosiła między 30 a 35 mld złotych, a do 2020 r. ma się ona podwoić. Dynamika wzrostu tego rynku w Polsce wynosi ok. 20% i jest większa niż średnia w UE.

Potwierdza to Rafał Nawłoka, prezes zarządu DPD Polska. – Rynek KEP rośnie w imponującym tempie. Według raportu PwC prezentującego analizę rynku kurierskiego, do końca tego roku jego wartość powinna sięgnąć 5,1 mld zł. Oznacza to 14% wzrostu w stosunku do poprzedniego okresu. Stan ten wynika przede wszystkim z dynamicznego rozwoju rynku e-sprzedaży – dodaje.

Udział procentowy paczek pochodzących z e-handlu w poszczególnych

1/3 obsługiwanych przesyłek – zaznacza Rafał Pietrwalwski. – Na poziomie całej Grupy GLS już 30% stanowią przesyłki realizowane w ramach handlu internetowego – dodaje Tomasz Kroll, region manager GLS Poland.

Największy udział jest w DPD, w którym e-handel generuje około 50% wszystkich przesyłek.

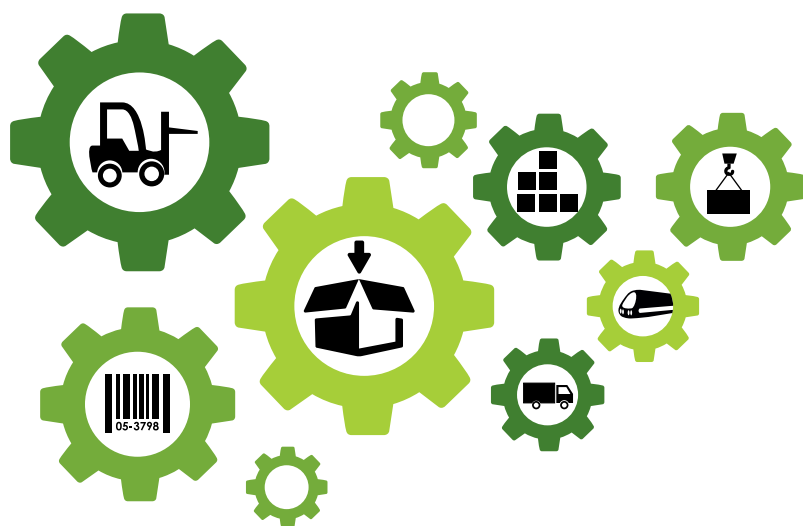
Pozostałe przedsiębiorstwa nie podają danych, zasłaniając się obostrzeniami korporacyjnymi.



Fot. Beumtel
Do obsłużenia zwiększonego popytu na usługi kurierskie potrzeba więcej kurierów, magazynierów oraz pracowników contact center. Równoległe dokonywane są inwestycje w infrastrukturę, zapewniające sprawną i zautomatyzowaną realizację procesów logistycznych

Dostosowanie do nowych potrzeb

Mimo że firmy kurierskie radzą sobie dobrze z obsługą przesyłek pochodzą-



INTRALOMAG TARGI LOGISTYKI MAGAZYNOWEJ 23-24.11.2016

Łódź, al. Politechniki 4



Strefa Inwestora:

Oferta gmin, powiatów, specjalnych stref ekonomicznych i firm komercyjnych pod kątem możliwości zakupu gruntów inwestycyjnych.

Targom towarzyszyć będzie:

II Forum Inwestorów i Eksporterów.
W centrum Polski, w centrum Europy.



Organizator:



Patronat honorowy:



Patronat branżowy:



Partnerzy targów:



Patronat medialny:



Kontakt:
Agnieszka Przewies
tel. (42) 639 90 53, 691 968 708
e-mail: a.przewies@targi.lodz.pl

intralomag.pl



Inaczej niż B2B

Tomasz Kroll, region manager GLS Poland

Oczekiwania osób prywatnych różnią się od wymagań klientów z sektora B2B – z reguły w standardowych godzinach doręczeń ciężko zastać ich w domu. Mimo to chcieliby otrzymać swoje paczki najszybciej jak to możliwe. Dlatego firmy kurierskie nieustannie myślą o rozwiązaniach dla ostatniej mili. Branża intensywnie rozwija się w obszarze IT, żeby

móc zapewnić dwukierunkową komunikację z odbiorcami paczek oraz włączyć ich w proces dostawy. Ważne jest również dostosowanie doręczenia do ich trybu życia.

cych z e-handlu, to początki były trudne. – Jeszcze przed kilkoma laty firmy kurierskie działały głównie w segmencie B2B. Obecnie, wraz z rozwojem e-commerce, powstaje coraz więcej przedsiębiorstw zajmujących się handlem internetowym. Wielu producentów i dystrybutorów sprzedaje swoje towary nie tylko wykorzystując tradycyjne kanały sprzedaży, lecz również online – bezpośrednio klientom końcowym. Tym samym odbiorcami przesyłek coraz częściej są osoby prywatne – opowiada Tomasz Kroll.

– Największym wyzwaniem dla firm branży KEP było zrozumienie i nauczenie się obsługi nowego rodzaju przesyłek B2C. Podstawowa różnica polega na tym, że w przypadku obsługi B2B mamy do czynienia z kilkoma lub kilkunastoma paczkami kierowanymi pod jeden adres, zazwyczaj w godzinach wcześniej ustalonych. Logistyka e-commerce charakteryzuje się dużą liczbą niewielkich przesyłek, z których praktycznie każda nadana jest do innego

adresata. Adresaci B2C są zróżnicowaną grupą o zupełnie innej charakterystyce niż klient biznesowy. Każdy z nich ma inny grafik dnia, inne potrzeby, dostępność kiedy może odebrać przesyłkę – mówi Rafał Pietrwalcki.

Rynek KEP rośnie w imponującym tempie. Według raportu PwC prezentującego analizę rynku kurierskiego, do końca tego roku jego wartość powinna sięgnąć 5,1 mld zł. Oznacza to 14% wzrostu w stosunku do poprzedniego okresu.

E-handel wpłynął więc na funkcjonowanie operatorów KEP i na ich rozwój. – Do obsłużenia zwiększonego popytu na usługi kurierskie potrzeba więcej kurierów, magazynierów oraz pracowników contact center. Równolegle dokonywane są inwesty-

cje w infrastrukturę, zapewniające sprawną i zautomatyzowaną realizację procesów logistycznych. Nie bez znaczenia była również rewolucja informatyczna, która przetoczyła się przez firmy kurierskie – zaznacza Rafał Nawłoka.

Wymagania stawiane przed operatorami KEP

Obsługa e-handlu jest specyficzna, ponieważ ważny jest nie tylko bezpośrednio zamawiający usługę dostawy (e-sprzedawca), ale także odbiorca przesyłki (e-konsument). Operatorzy KEP muszą więc dbać o te obie strony i dostarczać im odpowiednią wartość.

– Jesteśmy partnerem nie tylko dla naszego bezpośredniego klienta, ale także dla osoby robiącej zakupy w sieci. Nasza usługa musi być dostosowana zarówno do potrzeb

właściciela sklepu, jak i jego klienta. Dla nadawcy ważne są twarde współczynniki, takie jak: jakość, niezawodność, przewidywalność usług, a dla odbiorcy wygoda, a także możliwość personalizacji procesu dostawy. Z tego powodu stale rozwijamy



Dwa aspekty e-handlu

Rafał Pietrwalcki, zastępca dyrektora zarządzającego sprzedażą ds. rozwoju usług w Segmencie Klienta Biznesowego, Poczta Polska

Obsługa e-handlu ma dwa aspekty: współpracę ze sprzedającymi oraz dostawę kupującym. We współpracy z e-sprzedającymi wyzwaniem są przedłużone godziny graniczne oraz utrzymanie wysokich standardów terminowości na terenie całej Polski, zarówno w dużych aglomeracjach jak i małych miejscowościach oddalonych o kilkadziesiąt kilometrów od punktów doręczeń. Zaangażowania dużej ilości zasobów wymaga integracja z klientami, którzy pracują na różnych systemach, często napisanych specjalnie dla nich.

Wiele kwestii związanych jest z obsługą tzw. ostatniej mili, czyli dostarczenia przesyłki do adresata. Z badań wynika, że zapewnienie przez sklepy wielokanałowości form dostawy zwiększa konwersję zakupową, co wynika ze zróżnicowania grupy e-kupujących pod względem oczekiwań, przyzwyczajzeń i stylu życia. Tego też sklepy oczekują od operatorów logistycznych, a te z kolei dążą do zbudowania wielokanałowej palety usług, których głównym przesłaniem jest zapewnienie wygody e-kupującemu.



nasze usługi, tak aby obie strony, zarówno nadawca i odbiorca, byli zadowoleni z naszej oferty – wyjaśnia Igor Caban, dyrektor zarządzający DHL Parcel Polska.

Firmy z sektora e-handlu oczekują od operatorów KEP przede wszystkim taniej, szybkiej i elastycznej dostawy towarów do swoich klientów. – *To jednak nie wszystko – coraz bardziej liczą się usługi dodatkowe, takie jak aplikacje automatyzujące przygotowanie wysyłki lub listów przewozowych, stanowiące znaczne usprawnienie niektórych procesów operacyjnych w e-sklepie. Potrzeby klientów wyznaczają kierunek zmian organizacyjnych, wymuszając rozwój jednostek zajmujących się na przykład tworzeniem i wdrażaniem właśnie tego typu aplikacji. Z jednej strony widzimy rozwój aplikacji wspierających nadawców, z drugiej zaś strony – olbrzymi nacisk kładzie się obecnie na budowę narzędzi ułatwiających odbiorcy paczki zarządzanie warunkami dostawy, dających możliwość dostępu do pełnej informacji odnośnie nadchodzącej przesyłki* – opowiada Rafał Nawłoka.

Operatorzy KEP konkurują elastycznym podejściem zarówno do nadawcy jak i adresata przesyłki. Dotyczy to zarówno tzw. pierwszej mili i ostatniej mili, czyli procesów związanych z nadaniem i odbiorem przesyłki. Ta pierwsza najczęściej wyrażona jest w postaci wydłużanego czasu przekazania przesyłki – najlepiej pod koniec dnia roboczego.

– *Jednym z wymagań klienta e-commerce jest późna godzina graniczna (tzw. cut off). Utrzymywanie bardzo wysokich*



Z uwagi na to, że bezpośrednie dostawy kurierskie są kosztowne i wymagają dostępności klientów w miejscu odbioru przesyłki, to operatorzy KEP od kilku lat rozwijają alternatywne rozwiązania w postaci własnych lub partnerskich punktów nadeń i odbioru przesyłek

Przykłady współpracy operatora KEP z klientem e-handlu

DHL Parcel Polska

W związku z premierą scenariusza opowiadającego o dalszych losach Harry'ego Pottera, DHL Parcel wraz z wydawnictwem Media Rodzina oraz serwisem Allegro przygotowało dla czytelników niespodziankę w postaci „Sowiej Poczty”. Wszystkie osoby, które zamówiły egzemplarz książki w przedsprzedaży korzystając ze strony mediarodzina.pl oraz portalu allegro.pl, mogły liczyć na niespodziankę podczas doręczenia. W dniu premiery, w sobotę 22 października do klientów zapukał kurier DHL Parcel i dostarczył wyjątkową przesyłkę. W przypadku zamówienia książki na stronie wydawnictwa do zakupu dołączony był specjalny Certyfikat Doręczenia. Przesyłki dostarczane były przez wyjątkowych kurierów wyposażonych w specjalne identyfikatory, a niektórzy z nich pojawili się u klientów w towarzystwie... sowy. Dodatkowo, w dniu premiery w warszawskim Centrum Handlowym Arkadia powstało specjalne stoisko, na którym ponad 1200 osób złożyło specjalne podanie do Szkoły Magii i Czarodziejstwa w Hogwarcie. Na potrzebę akcji zostało także zaprojektowane specjalne logo „Sowiej Poczty” DHL Parcel, które zostało wykorzystane na materiałach promujących m.in. na banerach, mailingu, a także w konkursach dla klientów i pracowników. Podczas akcji kurierzy DHL Parcel dostarczyli ponad 4600 książek, wykazując się 95 % skutecznością.



Poczta Polska

Razem z jedną z platform sklepowych Poczta Polska stworzyła proces, dzięki któremu w prosty sposób sprzedający może zarządzać zwrotami, a kupujący dokonują je w prosty sposób. W tym projekcie platforma sklepowa odpowiedzialna jest za dostarczenie swoim klientom modułu do zarządzania zwrotami, a Poczta Polska odpowiada za logistyczną stronę tej usługi. Sklep działający na danej platformie posiada wiele możliwości konfiguracji zwrotów, co pozwala mu także na wykorzystanie ich jako narzędzie marketingowe. Konsument po zgłoszeniu chęci zwrotu w panelu klienta przechodzi przez pozostałe kroki, które kończą się wydrukowaniem gotowego dokumentu i nalepki adresowej. Ostatnim punktem procesu jest przyniesienie przesyłki do placówki pocztowej. Proces jest szybki i przejrzysty i nie wymaga ręcznego wypełniania przez konsumenta jakichkolwiek formularzy, dzięki czemu wpływa na ogólny poziom zadowolenia z obsługi.

GLS Poland

Jednym z klientów, któremu GLS Poland zapewnia kompleksową obsługę logistyczną jest sklep internetowy iPerfume. Każdego dnia z Czech odbiera cały kontener przesyłek, który jest transportowany do głównej sortowni firmy w Strykowie i stamtąd poszczególne paczki trafiają do odbiorców w całej Polsce. Co więcej, GLS Poland zajmuje się również wszystkimi zwrotami, nawet w przypadku odesłania nietrafionego zakupu za pośrednictwem innej firmy kurierskiej, Poczty Polskiej bądź osobistego zwrotu do punktów odbioru. Wszystkie te produkty trafiają do Legnicy, skąd transportowane są do Brna.



Wiele możliwości

Igor Caban, dyrektor zarządzający
DHL Parcel Polska

DHL Parcel zapewnia dostawę w ciągu dnia (możliwość wyboru preferowanych godzin), dostawę wieczorną, doręczenie do Punktu Obsługi Klienta, do punktów DHL Parcelshop, automatów Parcelstation, doręczenie do sąsiada. Dodatkowo oferujemy możliwość przekierowania paczki i śledzenia przesyłki na stronie www. Klienci mają możliwość wysyłki ubezpieczonych paczek zarówno do Polski, jak i innych krajów Europy. Oferujemy także szereg aplikacji integrujących, dedykowanych klientom e-commerce, jak asystent Magento i Subiekt GT, moduł Presta Shop oraz Sello, integracja IAI Shop z dhl24, Multiconverter, a także integracja mapy Parcelshop na stronie e-sklepu.

Pod względem przychodowym e-handel odpowiada za 1/4 wartości rynku KEP, natomiast wolumenowo stanowi już 1/3 obsługiwanych przesyłek.

wskaźników terminowości jest kluczowe również z tego powodu, że jest ona jedną z głównych miar ewaluacji firmy kurierskiej. Im później dokonywany jest odbiór, tym więcej towarów jest wysyłanych już w dniu zakupu w sklepie internetowym – wyjaśnia Rafał Pietrwałski.

W przypadku ostatniej mili stosuje się różne godziny dostarczenia przesyłek do odbiorcy. Z uwagi na to, że bezpośrednie dostawy kurierskie są kosztowne i wymagają dostępności klientów w miejscu odbioru przesyłki, to operatorzy KEP od

kilku lat rozwijają alternatywne rozwiązania w postaci własnych lub partnerskich punktów nadania i odbioru przesyłek. Rów-

Obsługa e-handlu jest specyficzna, ponieważ ważny jest nie tylko bezpośrednio zamawiający usługę dostawy (e-sprzedawca), ale także odbiorca przesyłki (e-konsument). Operatorzy KEP muszą więc dbać o te obie strony i dostarczać im odpowiednie wartości.

noległe, ale w znacznie wolniejszym tempie, rozwijają się terminale samoobsługowe, które w Polsce są zdominowane przez InPost. – *Cały czas dostawa do drzwi cieszy się największą popularnością, ale klienci coraz bardziej doceniają także alternatywne formy odbioru, a w szczególności możliwość przekierowania paczki na inny adres. Obserwujemy również coraz większe zainteresowanie, jeśli chodzi o nadania i odbiory przesyłek w punktach DHL Parcelshop. Wynika to przede wszystkim z systematycznego powiększania się sieci. Staramy się oferować wiele form, tak by każdy znalazł coś odpowiadającego jego potrzebom* – mówi Igor Caban.

Dalsze działania

Przed operatorami KEP stoi wiele wyzwań związanych z obsługą e-handlu. – *Chcąc w pełni dostosować się do wymagań klientów, firmy kurierskie muszą nieustannie śledzić trendy rynkowe i zachowania zakupowe konsumentów, bo to ich wymagania odnośnie do dostawy decydują, jaka ma być oferta firmy kurierskiej* – uważa Rafał Nawłoka.



Firmy z sektora e-handlu oczekują od operatorów KEP przede wszystkim taniej, szybkiej i elastycznej dostawy towarów do swoich klientów

Menedżerowie firm jednoznacznie postulują, że w kolejnych latach nadal będą pracować nad usprawnieniami związanymi z obsługą pierwszej i ostatniej mili. Będzie to oznaczało rozwój sieci punktów nadania i odbioru przesyłek, umożliwienie odbiorcom elastycznej zmiany miejsca i czasu dostawy. – *Konsumenci będą mieli do najbliższego punktu odbioru mniej niż 10 minut i będą wybierać z różnych dostępnych form – automatów, placówek własnych operatorów, punktów partnerskich. Nie wykluczamy także, że w Polsce zaczną pojawiać się punkty odbioru, które będą obsługiwać wszystkie firmy kurierskie* – twierdzi Rafał Pietrwałski.

Cechą e-handlu jest jego międzynarodowa dostępność – klientem sklepu internetowego może być niemal dowolna osoba na świecie. Polskie sklepy mogą sprzedawać swoje produkty zagranicą, a polscy klienci mogą kupować rzeczy w innych krajach. Ważny jest więc rozwój usług w zakresie dostaw transgranicznych, czyli

Cechą e-handlu jest jego międzynarodowa dostępność – klientem sklepu internetowego może być niemal dowolna osoba na świecie. Polskie sklepy mogą sprzedawać swoje produkty zagranicą, a polscy klienci mogą kupować rzeczy w innych krajach.

takich, dla których miejsce nadania odbywa się w innym kraju niż miejsce odbioru przesyłki.

– *Polska jest krajem bardzo atrakcyjnym pod względem inwestycji logistycznych, coraz więcej znanych firm działających w branży e-commerce zakłada u nas swoje centra dystrybucyjne. Wiele zagranicznych sieci planuje wejście na rynek polski dostosowując np. strony internetowe pod względem językowym. Podobnie postępują także właściciele krajowych sklepów e-commerce, którzy coraz odważniej wkraczają na rynki zagraniczne, aktualizując przy tym swoją ofertę oraz wachlarz proponowanych usług logistycznych do potrzeb konsumentów mieszkających poza granicami naszego kraju. W związku z tym rośnie popyt na dedykowane dla branży e-commerce usługi logistyczne obejmujące swoim zasięgiem, np. kraje unijne – opowiada Igor Caban.*

– *Nie zapominajmy jednak o przyczynionym chińskim smoku, który ma bardzo duży apetyt na Europę, w tym Polskę – dodaje Rafał Pietrwałski.*

W przyszłości będą rozwijać się prawdopodobnie usługi dostawy tego samego

dnia, podobnie jak to się obecnie dzieje w USA i Wielkiej Brytanii. Na razie są one jednak w Polsce realizowane głównie przez największych sprzedawców w wybranych aglomeracjach miejskich. W przypadku pokrycia całego kraju jest to proces o wiele bardziej skomplikowany. Operatorzy KEP, z nielicznymi wyjątkami, nie podejmują się na razie tego wyzwania.

Kolejnym trendem mogą być również dostawy przesyłek w weekendy. – Taką

W przyszłości będą rozwijać się prawdopodobnie usługi dostawy tego samego dnia, jak to się obecnie dzieje w USA i Wielkiej Brytanii. Na razie są one w Polsce realizowane głównie przez największych sprzedawców w wybranych aglomeracjach miejskich.

inicjatywę należałoby rozpatrywać z dwóch stron. Byłaby to jeszcze jedna możliwość w celu zaspokojenia oczekiwań konsumentów, którzy z różnych przyczyn nie mogą odebrać przesyłki w ciągu tygodnia lub po prostu nie chcą czekać na towar do ponie-



Cały czas dostawa do drzwi cieszy się największą popularnością, ale klienci coraz bardziej doceniają także alternatywne formy odbioru, a w szczególności możliwość przekierowania paczki na inny adres

działku. Od strony operacyjnej firm kurierskich taki krok może się okazać niezbędny w celu zapewnienia wydajności sieci logistycznej i wywiązywania się z terminowości – wyjaśnia Rafał Pietrwałski.

Pewnym zagrożeniem dla operatorów KEP, a szansą dla e-sprzedawców może być rozwój rozwiązań w zakresie crowdsourcingu w logistyce. Chodzi o zaangażowanie osób prywatnych w realizację usług.

– *Jestem niemal przekonany, że swój kawałek tortu z pewnością zdobędą firmy, które opierają swój model biznesowy na ekonomii współdzielenia. Pytaniem jest, którą część rynku zdobędą – tylko przesyłki z dostawą tego samego dnia, czy również pozostałe formy dostawy, czy będą świadczyć usługi dla sklepów internetowych, czy będą użytkowane jedynie w ramach przesyłek C2X – dodaje Rafał Pietrwałski.*

dr Arkadiusz Kawa
Katedra Logistyki i Transportu
Uniwersytet Ekonomiczny
w Poznaniu

Publikacja powstała w ramach grantu finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2015/19/B/HS4/02287.



Logistyka e-commerce charakteryzuje się dużą liczbą niewielkich przesyłek, z których praktycznie każda nadana jest do innego adresata. Adresaci B2C są zróżnicowaną grupą o zupełnie innej charakterystyce niż klient biznesowy



Fot. Scania

Po trzech kwartałach

Związek Polskiego Leasingu podał, że w ciągu trzech pierwszych kwartałów roku, firmy leasingowe sfinansowały aktywa o łącznej wartości 42 mld zł. Dynamika branży w okresie od stycznia do końca września 2016 r. wyniosła 17,1%.

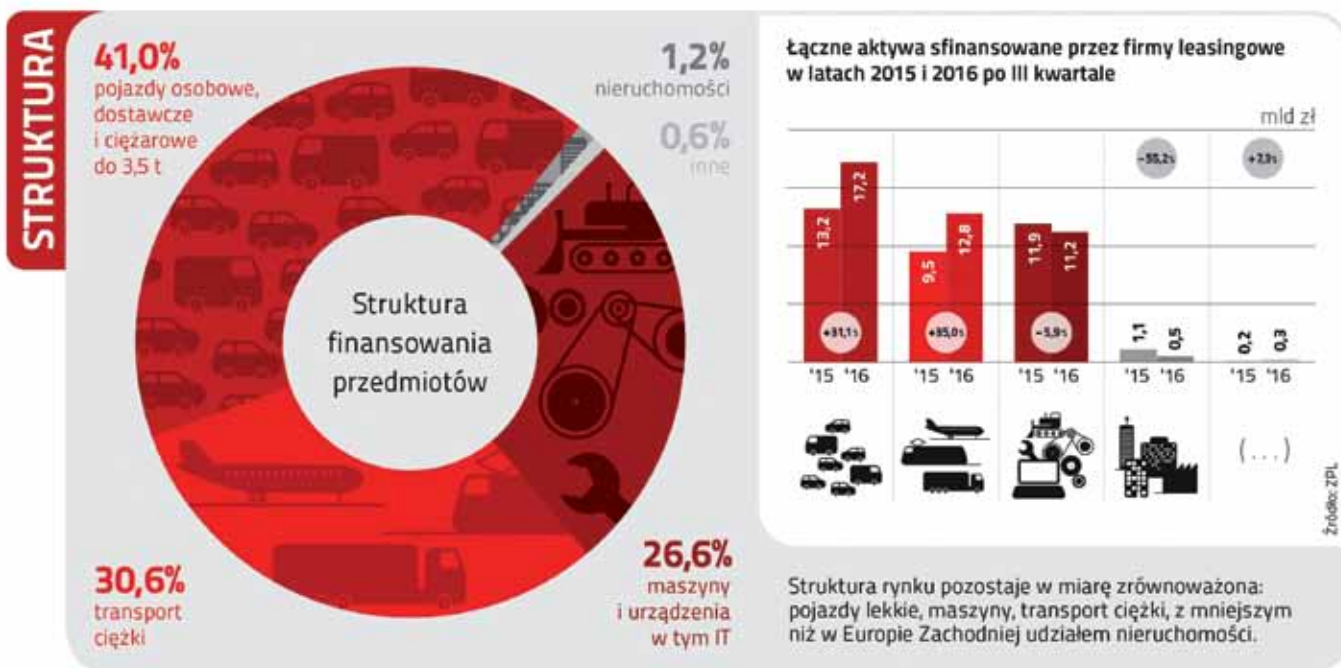
35-procentowy wzrost, odnotowano w segmencie transportu ciężkiego, w ramach którego raportowane są transakcje dotyczące samochodów ciężarowych, ciągników siodłowych, naczep i przyczep, autobusów, samolotów, statków oraz sprzętu kolejowego

Firmy leasingowe najczęściej finansowały pojazdy osobowe i dostawcze do 3,5 t (w strukturze rynku te transakcje stanowią 41%), środki transportu ciężkiego (30,6%), maszyny i urządzenia liczone łącznie z IT (26,6%), znacznie rzadziej nieruchomości (1,2% udział).

– Wyniki opublikowane przez ZPL po trzech kwartałach 2016 r. mówią o znaczą-

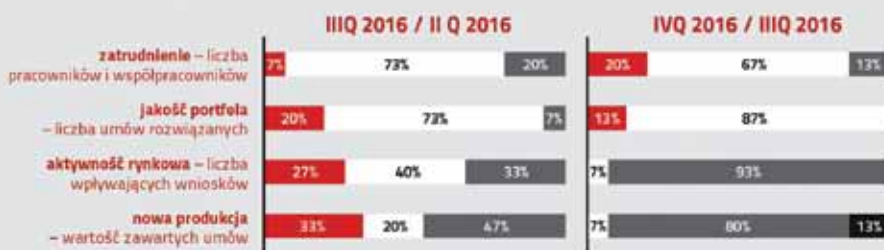
cej roli branży leasingowej w finansowaniu inwestycji firm w ruchomości. 17,1-procentowa dynamika rynku oraz 42 mld zł udzielonego finansowania, to dobre informacje dla całego 2016 r. – tak dla przedsiębiorców korzystających z usług branży jak i dla firm leasingowych. Najważniejsze jest jednak to, że małe i średnie przedsiębiorstwa, które są klientami firm leasingowych wykazują znaczny wzrost inwestycji. Jest to

bardzo dobra informacja biorąc pod uwagę ujemną dynamikę inwestycji w całej gospodarce. Szacunki Związku Polskiego Leasingu pokazują, że polska branża leasingowa sfinansuje w tym roku aż 43,1% nakładów inwestycyjnych firm w aktywa ruchome, a jej udział w tworzeniu polskiego PKB będzie dalej wzrastał – powiedział Andrzej Krzemiński, przewodniczący Komitetu Wykonawczego ZPL.



Badania koniunktury branży leasingowej

Badanie jest przeprowadzane wśród osób odpowiedzialnych za sprzedaż w firmach leasingowych zrzeszonych w ZPL. Dane dotyczą oceny mijającego okresu oraz trendów w kolejnym kwartale. Procentowe kwoty określają jaki udział badanych firm wybrało daną odpowiedź.



Badanie określa jak wg. przedstawicieli firm leasingowych zmieni się wartość sfinansowanych aktywów w IV kwartale 2016 r. w porównaniu do III kwartału 2016 r.



KONIUNKTURA

Źródło: ZPL

Firmy leasingowe najczęściej finansowały pojazdy osobowe i dostawcze do 3,5 t (w strukturze rynku te transakcje stanowią 41%), środki transportu ciężkiego (30,6%), maszyny i urządzenia liczone łącznie z IT (26,6%), znacznie rzadziej nieruchomości (1,2% udział).

Dużo mniejszy wpływ na wyniki branży leasingowej miał sektor nieruchomości, którego udział w strukturze finansowania przedmiotów wynosi 0,6%. Wartość finansowania nieruchomości na koniec trzeciego kwartału 2016 r. wyniosła 0,5 mld zł i była o połowę niższa niż przed rokiem.

Koniunktura branży leasingowej

Wyniki badania koniunktury branży leasingowej, zrealizowanego przez ZPL wśród osób odpowiedzialnych ze sprzedaż w firmach leasingowych pokazują, że badane firmy w IV kwartale br. spodziewają się istotnego przyspieszenia aktywności sprzedażowej, stabilizacji jakości portfela leasingowego oraz stabilizacji zatrudnienia.

Pojazdy lekkie i środki transportu ciężkiego

31,1-procentową dynamikę finansowania odnotował segment pojazdów osobowych i dostawczych do 3,5 tony. Firmy leasingowe w ciągu trzech pierwszych kwartałów roku sfinansowały pojazdy lekkie o łącznej wartości 17,2 mld zł (w porównaniu z 13,2 mld na koniec września 2015 r.). 31% dynamiki branża odnotowała zarówno w zakresie finansowania pojazdów osobowych jak i pojazdów do 3,5 tony.

Zgodnie z danymi ZPL, jeszcze większy, bo 35-procentowy wzrost, odnotowano w segmencie transportu ciężkiego, w ramach którego raportowane są transakcje dotyczące samochodów ciężarowych, ciągników siodłowych, naczep i przyczep, autobusów, samolotów, statków oraz sprzętu kolejowego. Łączna wartość transakcji dotyczących finansowania udzielonego na wymienione aktywa wyniosła w ciągu trzech kwartałów 2016 r. 12,8 mld zł (dla porównania, w tym samym okresie ubiegłego roku łączne finansowanie w omawianym segmencie wyniosło 9,5 mld zł).

Maszyny i urządzenia, IT, nieruchomości

Segment maszyn i urządzeń (łącznie z IT) po trzech kw. 2016 r. odnotował ujemną -5,9-procentową dynamikę, głównie za sprawą niższego niż w ubiegłym roku, finansowania udzielonego na maszyny

17,1-procentowa dynamika rynku oraz 42 mld zł udzielonego finansowania, to dobre informacje dla całego 2016 r. – tak dla przedsiębiorców korzystających z usług branży jak i dla firm leasingowych.

rolnicze, co należy wiązać z końcem perspektywy UE na lata 2007-2013 i oczekiwaniem na nową perspektywę finansową. Łączne finansowanie udzielone przez leasingodawców na maszyny i urządzenia oraz sprzęt IT od stycznia do końca września br. wyniosło 11,2 mld zł (w tym samym okresie ubiegłego roku było to 11,9 mld zł).

Jednocześnie eksperci branży oczekują wyższego poziomu finansowania dla wszystkich głównych grup ruchomości: finansowania pojazdów lekkich, transportu ciężkiego oraz maszyn i urządzeń. W przypadku finansowania nieruchomości badane firmy oczekują dalszej ujemnej dynamiki. <

KK



Dobra dynamika wzrostu, ale na jak długo?

Jak widać z poprzedniego tekstu, wyniki branży leasingowej dotyczące finansowania transportu ciężkiego w roku 2016 są wyjątkowo dobre. Czy jednak tendencja ta się utrzyma? Co może wpłynąć na jej zmianę? – na pytania zadane przez TSL Biznes odpowiada Marcin Tomaszewski, dyrektor sprzedaży Truck & Bus w MAN Financial Services.

Jak rozwija się rynek finansowania pojazdów ciężarowych w Polsce?

Rynek finansowania pojazdów ciężarowych rozwija się dynamicznie i ta tendencja utrzymuje się już w kolejnym kwartale. Potwierdzają to dane statystyczne na koniec września br., w tym podsumowanie branży leasingowej, niedawno opublikowane przez Związek Polskiego Leasingu (ZPL) oraz dane rejestracyjne Centralnej Ewidencji Pojazdów (CEP), bazujące na

dów ciężarowych, we wszystkich segmentach: 6-10 ton, 10-16 ton powyżej 16 ton DMC. Wśród wszystkich pojazdów dominowały ciągniki siodłowe – zarejestrowano ich 20,5 tys., a sprzedaż podwozi osiągnęła 3,5 tys.

Z kolei według wartości zadeklarowanych przez firmy członkowskie ZPL po trzech kwartałach 2016 r. finansowanie ciągników siodłowych wyniosło ponad 6,2 mld zł, co przełożyło się na wzrost rok do roku o niemal 34%.

Po dużym tempie z początku roku obecnie dynamika wzrostu utrzymuje się na poziomie zbliżonym do satysfakcjonujących 25%. Niemal identyczną dynamikę utrzymuje MAN Financial Services, gdzie ponad 90% klientów to właśnie firmy transportowe



Marcin Tomaszewski

zazwyczaj na rosnącą liczbę kontraktów leasingowych, co obserwujemy m.in. w statystykach ZPL. Branża transportowa z pewnością się rozwija, choć po prawdę dużym tempie z początku roku obecnie utrzymuje się na poziomie zbliżonym do satysfakcjonujących 25%. Niemal identyczną dynamikę wzrostu utrzymuje MAN Financial Services, gdzie ponad 90% klientów to właśnie firmy transportowe.

Pozostaniemy przy perspektywie dwunastu miesięcy. Czy oczekiwania klientów w ciągu ostatniego roku również się zmieniają?

Oczekiwania nabywców są podobne jak przed rokiem. Przy wyborze firmy finansującej klienci na pierwszym miejscu stawiają na kompleksowe, wysokiej jakości usługi, przy czym uważnie liczą koszty. Pojazd ma więc być zawsze mobilny, czyli sprawny i gotowy do ciężkiej pracy, przy zachowaniu akceptowalnego dla przedsiębiorcy budżetu. Dlatego konstruując ofertę dużą wagę przywiązujemy do zintegrowanych rozwiązań i ustabilizowanych kosztów,

Według danych CEP, od października 2015 do września 2016 w Polsce zostało zarejestrowanych 25,9 tys. nowych pojazdów ciężarowych, we wszystkich segmentach: 6-10 ton, 10-16 toni powyżej 16 ton DMC.

raportach Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego.

Według danych CEP, od października 2015 do września 2016 w Polsce zostało zarejestrowanych 25,9 tys. nowych pojaz-

Trwa więc dobra koniunktura dla ciężkiego transportu drogowego?

Dobra dynamika wzrostu w poszczególnych sektorach gospodarki przekłada się

bazujących na TCO – całkowitym koszcie posiadania lub użytkowania pojazdu.

Kompleksowe usługi, czyli jakie? Czego powinien oczekiwać klient, żeby na każdy etapie czuł opiekę i wsparcie firmy leasingowej?

Mogę to zdefiniować na przykładzie MAN Financial Services. W naszym przypadku najważniejszym produktem jest najem długoterminowy. Łączymy w nim sprzedaż pojazdów marki MAN z ich finansowaniem oraz pakietami usług dodatkowych. W ramach jednej miesięcznej raty można wtedy integrować produkty, finansując podatek drogowy i koszty rejestracji, kontrakt serwisowy, szeroki zakres Assistance oraz ubezpieczenie. Ubezpieczenie to jest wieloletnie, stałe w okresie umowy i niezależne od poziomu szkodowości, a jego zakres dostosowany jest do struktury transakcji i wartości umowy. Takie kompleksowe połączenie produktów to dla nabywców duża oszczędność czasu i pieniędzy.

Jakie są zatem perspektywy dla firm leasingowych i branży transportowej?

Zarówno statystyki, jak i opinie naszych klientów wskazują na dobre perspektywy



W przypadku MAN Financial Services najważniejszym produktem jest najem długoterminowy. Firma łączy w nim sprzedaż pojazdów marki MAN z ich finansowaniem oraz pakietami usług dodatkowych

dla transportu drogowego. Mam nadzieję, że zjawiska obecne na rynku w 2016 r. nie zahamują w istotnym stopniu tego rozwoju. Chodzi o skutki zmian w przepisach wpływających na wzrost kosztów finansowania przez instytucje bankowe, rosnące składki na ubezpieczenia komunikacyjne oraz – szczególnie w ostatnim

czasie – znaczne podwyżki cen ropy. Na działalność naszych klientów w przyszłym roku mogą również wpłynąć nowe regulacje związane z płacą minimalną. Czy i jak te kwestie przełożą się na rozwój branży transportowej oraz firm leasingowych? Odpowiedź dadzą dane CEP i ZPL po drugim kwartale 2017 r. ◀

W Europie podobnie jak w Polsce

Federacja Leaseurope, na podstawie danych zebranych od krajowych stowarzyszeń leasingowych podała, że wartość europejskiego rynku leasingu w I połowie 2016 r. wzrosła o 13,2% w stosunku do tego samego okresu ubiegłego roku.

Polska branża leasingowa, raportująca dane za pośrednictwem Związku Polskiego Leasingu, po raz kolejny wypadła bardzo dobrze na tle rynku europejskiego (patrz artykuł „Po trzech kwartałach”). Polski sektor leasingowy wyróżnił się w gronie sześciu największych rynków leasingowych (Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Włochy, Szwecja, Polska) najwyższą, bo 17,7-procentową dynamiką. Warto także odnotować, że na koniec 2015 r.

europejski rynek wzrósł o 9,4 % (r/r), podczas gdy dynamika polskiego rynku wyniosła 16,3% i była wyższa od wzrostów wypracowanych przez pierwszą piątkę.

– Wysoki wzrost wartości nowych kontraktów leasingowych obserwowany w większości krajów europejskich, świadczy o wyraźnej wzrostowej tendencji w finansowaniu środków trwałych leasingiem oraz zaufaniu, jakim przedsiębiorcy oraz konsumenci w całej Europie, obdarzają firmy leasingowe.



Podobnie jest w przypadku polskiego rynku leasingu, który od kilku lat wyróżnia się wysoką dynamiką – stwierdził Mieczysław Woźniak, wiceprzewodniczący Komitetu Wykonawczego Związku Polskiego Leasingu, członek zarządu Leaseurope.

Wartość nowych umów zawartych w Europie między styczniem a końcem czerwca wyniosła 156,9 mld euro. Szczególnie dobre wyniki odnotowano w segmencie pojazdów (16,9% wzrost obserwowany w większości krajów europejskich) oraz maszyn i urządzeń przemysłowych, w przypadku których dynamika wyniosła 9,2%. Podobnie jak w Polsce, w strefie spadków pozostaje obszar finansowania nieruchomości (-8,1 proc. dynamika). ◀

Wartość nowych umów zawartych w Europie między styczniem a końcem czerwca wyniosła 156,9 mld euro. Szczególnie dobre wyniki odnotowano w segmencie pojazdów.

Leasing – oczywista forma finansowania pojazdów

Potrzeby polskich przedsiębiorców i małych firm w zakresie leasingu pojazdów zbadał ING Lease. Większość ankietowych uważa, że w przypadku samochodów leasing jest najbardziej oczywistą i powszechną formą finansowania ze względu na dostępność, elastyczność oraz korzystne rozwiązania prawno-podatkowe.

Leasing wspiera przede wszystkim małe i średnie przedsiębiorstwa, a stanowi 3,14% polskiego PKB, co jest najwyższym wskaźnikiem w Unii Europejskiej (następna jest Wielka Brytania z 2,4%). Więcej niż co druga firma korzysta z leasingu samochodów, który często bywa jedynym źródłem finansowania dla przedsiębiorców. – Na koniec II kwartału br. roku ING Lease oddało w leasing pojazdy o wartości 746 mln zł, tj. o 25 % więcej w porównaniu z analogicznym okresem ub.r. Chcemy wzmocnić ten trend poprzez doskonalenie i dopasowywanie naszej oferty do potrzeb klienta. Celem zleczonego przez nas badania było szczegółowe poznanie oczekiwań najmniejszych firm w zakresie finansowania zakupu pojazdów – powiedziała Ewa Łuniewska, prezes ING Lease.

Badanie zostało przeprowadzone od czerwca do września 2016 r. przez TNS Polska na zlecenie ING Lease. Jakościowe obejmowało 14 pogłębionych wywiadów indywidualnych, a badanie ilościowe po 400 wywiadów CATI oraz CAPI. Objęto nim przedsiębiorców w segmencie profesjonalistów, reprezentujących zawody medyczne oraz specjalistów posiadających tytuł do wykonywania zawodu jak architekci, radcy prawni oraz również małe firmy handlowe oraz transportowe. W badaniu wzięli udział przedsiębiorcy, którzy z leasingu jeszcze nie korzystali i tacy, którzy korzystali w przeszłości lub aktualnie korzystają z niego. Większość przedstawicieli drugiej grupy jest zadowolona z tej formy finansowania. Z badań wynika

również, że firmy korzystające z leasingu częściej niż pozostałe wymieniają pojazdy na nowe i są bardziej skłonne do kolejnych inwestycji w rozwój firmy.

Najpierw samochód, potem finansowanie

Większość ankietowanych deklarowała, że najpierw decydują się na model i markę samochodu, a dopiero później zastanawiają się jak go sfinansować. Taki trend, pokazujący że przy wyborze samochodu ludzie kierują się emocjami, jest wyraźny

Większość każdej z ankietowanych grup zawodowych nie rozważa innych form finansowania pojazdów niż leasing. Zakup na kredyt lub za gotówkę rozważało tylko 22% profesjonalistów medycznych, 29% profesjonalistów z grupy architektów, radców prawnych, 24% firm usługowych oraz 29% firm transportowych. Tak więc, większość leasingobiorców uważa, że leasing jest to najlepsza forma finansowania – z najłatwiejszą procedurą i najkorzystniejszą z punktu działania firmy. Minusem są dodatkowe opłaty, jak np. za rejestrację pojazdu.

Decyzja o finansowaniu podejmowana jest na podstawie wysokości miesięcznej raty oraz całkowitego kosztu leasingu. Ważna jest też elastyczność i przejrzystość oferty, mniejsza ilość formalności w porównaniu z kredytem oraz czas otrzymania decyzji.

u każdej z ankietowanych grup zawodowych: profesjonalistów, firm usługowych oraz firm transportowych. Co ciekawe, na wyborze marki, a dopiero potem na źródle finansowania skupiają się ci, którzy już korzystali z leasingu. Podobna liczba liczby osób myśli dwutorowo – o marce i o tym jak go sfinansować. Mniej niż 5% każdej z ankietowanych grup zawodowych najpierw zastanawia się nad dostępnymi formami finansowania pojazdu, który ich interesuje, a dopiero później decyduje się na model i markę.

Decyzję o finansowaniu podejmowana jest na podstawie wysokości miesięcznej raty oraz całkowitego kosztu leasingu. Do innych istotnych czynników, obok parametrów finansowych, należą elastyczność i przejrzystość oferty, mniejsza ilość

Większość ankietowanych najpierw decyduje się na model i markę samochodu, a później zastanawiają się jak go sfinansować. Taki trend jest wyraźny u każdej z ankietowanych grup zawodowych: profesjonalistów, firm usługowych oraz firm transportowych

Fot. Mercedes Benz



formalności w porównaniu z kredytem oraz czas otrzymania decyzji. Dopiero w następnej kolejności brana pod uwagę jest renoma instytucji finansowej.

Rekomendacje i własne doświadczenia

50% ankietowanych firm usługowych oraz transportowych, czyli firm, dla których pojazd stanowi podstawowe narzędzie pracy, bierze pod uwagę rekomendacje współpracowników, przede wszystkim księgowych, przy podejmowaniu decyzji o finansowaniu pojazdów. Profesjonaliści, którzy prowadzą działalność gospodarczą, cenią sobie rekomendację innych doświadczonych przedsiębiorców na temat finansowania bądź opinie o danym leasingodawcy, jednak blisko 70% z nich podejmuje decyzje o finansowaniu samodzielnie kierując się (jak wspomniano) całkowitym kosztem i wysokością miesięcznej raty.

– Przeprowadzone badania i rozmowy z naszymi obecnymi i potencjalnymi klientami były impulsem do modyfikacji naszej oferty. Rozszerzyliśmy ofertę standardowego leasingu pojazdów osobowych i dostawczych – ING Auto, wprowadziliśmy nową ofertę leasingu samochodów ciężarowych – ING Truck. Obydwie oferty są oparte na uproszczonych, szybkich i przyjaznych procedurach, a każdy program jest dostępny w blisko 400 oddziałach ING Banku na terenie całego kraju – dodała Ewa Łuniewska.

Program ING Auto jest w firmie od kilku lat, jednak, choć obecny ma taką samą nazwę, to całkiem inne parametry niż trzy, cztery lata temu. W nowej odsłonie ING Auto górny limit finansowania dla dawnych klientów wynosi 700 tys. przy minimalnym udziale własnym. Możliwe jest także finansowanie start-upów. Z kolei

ING Truck został wprowadzony do oferty firmy od września.

Rozszerzenie oferty ING Lease

– W ING Auto po kilku latach widzimy, że jest to dobry kierunek i wygodny dla klienta, gdyż umowa podpisywana jest szybko, a bezpieczny dla nas, bo mamy bezpieczny portfel. Obecnie ponad połowę samochodów osobowych finansujemy w tym programie. Bazując na doświadczeniu tworzymy nowy program ING Truck. Mamy nadzieję że to będzie wyglądało bardzo podobnie. W przypadku ING Truck otwieramy sobie ten rynek i będziemy oczywiście pilnie śledzić sytuację. Warto dodać, że w ramach programu mamy także samochody ciężarowe dla start-upów – komentuje Małgorzata Lipska, zastępca dyrektora Departamentu Zarządzania Produktami w ING Lease.

Program ING Truck został stworzony po analizie tego czym kierują się firmy transportowe podejmując decyzję o leasingu i co może ułatwić im procedurę finansowania. Wybierając ofertę finansowania patrzą one na całość kosztów, własne przychody oraz na koniunkturę na rynku. Oczywiście ważny jest też okres finansowania i jego wartość końcowa oraz przejrzystość oferty, oferowane wraz z leasingiem ubezpieczenia i wymagane formalności. – Przedsiębiorcy w sektorze usług transportowych szukają rozwiązań niekłopotliwych i nieabsorbujących, będących w zasięgu ręki i bez klauzul pisanych drobnym drukiem. ING Truck jest odpowiedzią na te oczekiwania – stwierdziła Małgorzata Lipska.

Leasingodawca położył więc nacisk na to, aby dzięki programowi ING Truck klienci z sektora małych, średnich oraz dużych firm mogli w prosty, szybki i wygodny sposób skorzystać z leasingu samochodów



50% ankietowanych firm usługowych oraz transportowych, czyli firm, dla których pojazd stanowi podstawowe narzędzie pracy, bierze pod uwagę rekomendacje współpracowników, przede wszystkim księgowych, przy podejmowaniu decyzji o finansowaniu pojazdów

ciężarowych, ciągników siodłowych, przyczep oraz nacze.

Program ING Truck, podobnie jak Program ING Auto, opiera się na uproszczonych procedurach – minimum formalności, brak wymogu przedstawiania dokumentów finansowych. Wystarczy złożyć wniosek leasingowy wraz z fakturą proforma zawierającą specyfikację wybranego pojazdu, a decyzja podejmowana jest do 24 godzin. Klient może skorzystać z finansowania pojazdów zarówno nowych, jak i używanych – nawet 8-letnich. Z Programu mogą skorzystać również firmy rozpoczynające działalność gospodarczą. Sfinansowanie pojazdu jest możliwe od razu po założeniu firmy, bez zbędnych formalności. – Warto podkreślić swobodę, jaką zyskują klienci korzystający z programu ING Truck. Górny limit finansowania na oświadczenie ciągników siodłowych, przyczep i nacze wynosi aż 700 tys. zł netto i wydawany jest na podstawie obrotów spółki. Taka kwota jest rzadkością na polskim rynku i dla przedsiębiorcy oznacza pełną dowolność w wyborze pojazdu. Również limit dla nowych klientów wynoszący 150 tys. zł netto umożliwia zakup wybranego pojazdu bez szczególnych ograniczeń. W ramach Programu możliwe jest finansowanie zarówno nowych, jak i używanych samochodów, co dodatkowo rozszerza paletę marek i modeli dostępnych w ramach finansowania – komentuje Małgorzata Lipska.

Każdy klient może skorzystać z dodatkowej oferty ubezpieczeniowej i wybrać optymalny wariant ubezpieczenia. Ułatwieniem dla zainteresowanych ofertą leasingu w ING jest dostępność Programu ING Truck w blisko 400 placówkach ING Banku Śląskiego w całej Polsce. ◀

MM



Dzięki programowi ING Truck klienci z sektora małych, średnich oraz dużych firm mogą w prosty, szybki i wygodny sposób skorzystać z leasingu samochodów ciężarowych, ciągników siodłowych, przyczep oraz nacze

Polisa od renomowanego ubezpieczyciela

Nie zawsze wystarcza do zapewnienia rzeczywistej ochrony ubezpieczeniowej w branży TSL



Michał Stępień

Odchodzą w zapomnienie czasy, w których odpowiedzialność spedytorów i ich ubezpieczycieli była uchylana przez sam tylko fakt powierzenia przewozu profesjonalście. Obecnie skuteczne powoływanie się przez spedytorów na brak winy w wyborze przewoźnika, jako przestanki zwalniającej z odpowiedzialności za szkodę transportową, należy do rzadkości.

Jeszcze w 2002 r. bez większych kontrowersji wskazywano w orzecznictwie, że odpowiedzialność spedytora zlecającego przewóz towarów profesjonalnemu przewoźnikowi jest znacznie ograniczona. Podkreślano, że spedytor odpowiada jedynie za winę w wyborze, natomiast sam fakt zaistnienia szkody transportowej nie do-

dbałości o wybór właściwego przewoźnika. Wskazuje się w szczególności na to, że na spedytorze ciąży odpowiedzialność za wybór przewoźnika zapewniającego nie tylko renomę i rękojmię należytego wykonania przewozu, ale także przewoźnika będącego w dobrej kondycji finansowej. Zatem zgodnie z aktualną linią orzeczni-



Wielu renomowanych ubezpieczycieli wymaga, aby przewóz był wykonywany na podstawie listu przewozowego wystawionego na ubezpieczającego, czyli przewoźnika. W praktyce najczęściej bywa tak, że stroną umowy w złożonych projektach logistycznych jest spedytor

Zgodnie z aktualną linią orzecniczą, to właśnie spedytor obarczony zostaje obowiązkiem sprawdzenia warunków umowy ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej przewoźnika (OCP), która powinna zapewnić właściwą ochronę ubezpieczeniową przesyłk.

wodzi odpowiedzialności spedytora, a tym bardziej jego ubezpieczyciela. Natomiast, od kilku lat obserwujemy zmianę linii orzeczniczej. Sądy coraz silniej akcentują obowiązek szczególnej (kwalifikowanej)

czą, to właśnie spedytor obarczony zostaje obowiązkiem sprawdzenia warunków umowy ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej przewoźnika (OCP), która powinna zapewnić właściwą ochronę ubezpieczeniową przesyłk. Nie ulega tym samym wątpliwości, że spedytor powołując się na brak winy w wyborze, musi wykazać przede wszystkim, iż dopełnił obowiązku zbadania renomy, rękojmi należytego wykonania przewozu, a także kondycji finansowej przewoźnika. W praktyce obrotu zbadanie kondycji finansowej przewoźnika powinno polegać przynajmniej na zbadaniu zapewnianej przez niego ochrony ubezpieczeniowej.

Zaufanie jest dobre, ale kontrola lepsza

W Grupie Geis wychodzimy z założenia, iż zawarcie przez przewoźnika właściwej umowy ubezpieczenia (OCP) oznacza, że

ubezpieczenie OCP zapewnia rzeczywistą, a nie pozorną ochronę ubezpieczeniową. Dlatego, jednym z wielu wymagań, które stawiamy przewoźnikom przed powierzeniem im przesyłki jest przedstawienie warunków aktualnej umowy ubezpieczenia OCP. Ustalenie czy dana umowa ubezpieczenia OCP zapewnia rzeczywistą ochronę ubezpieczeniową wymaga szczegółowej analizy jej postanowień pod kątem wyzwań, z którymi przyjdzie się zmierzyć przewoźnikowi. Zatem odróżnienie rzeczywistej od pozornej ochrony ubezpieczeniowej wymaga nie tylko żmudnej analizy całości postanowień umowy ubezpieczeniowej i wiedzy prawniczej, ale przede wszystkim wyobraźni i doświadczenia w branży TSL. Analizę umowy ubezpieczeniowej OCP w Grupie Geis powierza się wewnętrznym działom prawnym, które w krótkim czasie oceniają realną wartość ochrony ubezpieczeniowej zapewnianej przez daną umowę ubezpie-



W Grupie Geis jednym z wielu wymagań, które stawia się przewoźnikom przed powierzeniem im przesyłki jest przedstawienie warunków aktualnej umowy ubezpieczenia OCP

Spedytor, powołując się na brak winy w wyborze, musi wykazać przede wszystkim, iż dopełnił obowiązku zbadania renomy, rękojmi należytego wykonania przewozu, a także kondycji finansowej przewoźnika.

czenia OCP. Zważywszy na fakt, że pomiędzy produktami ubezpieczeniowymi oferowanymi przez różnych ubezpieczycieli pod nazwą „umowa ubezpieczenia OCP” jest wiele rozbieżności, uważamy że taka analiza postanowień umowy ubezpieczenia przewoźnika stała się już koniecznością, a jej wnikliwe przeprowadzenie umożliwi nam dokonanie oceny ryzyka oraz zoptymalizowanie zabezpieczeń interesów spółek Grupy Geis w tym zakresie.

Kierowanie się rutyną podczas wyboru umów OCP – kosztowne dla przewoźnika

Wielu przewoźników nie kryje zdumienia, gdy okazuje się, że po przeprowadzeniu analizy postanowień ich umowy ubezpieczenia OCP – zgodnie z procedurami obowiązującymi w Grupie Geis – okazuje się, że nie zapewnia ona ochrony ubezpieczeniowej niezbędnej do świadczenia usług w ramach złożonych projektów logistycznych, które opierają się na kooperacji wielu podmiotów. Wielu renomowanych ubezpieczycieli wymaga bowiem, aby przewóz był wykonywany na podstawie listu przewozowego wystawionego na ubezpieczającego, czyli przewoźnika. Natomiast w praktyce najczęściej bywa tak, że stroną umowy w złożonych projektach logistycznych jest spedytor, który angażuje przewoźnika do faktycznego wykonania przewozu. Zatem, z oczywistych względów, we wszystkich



Analizę umowy ubezpieczeniowej OCP w Grupie Geis powierza się wewnętrznym działom prawnym, które w krótkim czasie oceniają realną wartość ochrony ubezpieczeniowej zapewnianej przez daną umowę ubezpieczenia OCP



15. Międzynarodowe Targi
**Dystrybucji, Transportu Materiałów
i Przepływu Informacji**

14 – 16 marca 2017

Neue Messe Stuttgart, Niemcy

**NADAWAĆ KSZTAŁT
ZMIANOM**

cyfrowo - sieciowo - innowacyjnie



Znów w ramach targów LogiMAT



TradeWorld 2017
PLATFORMA DLA NOWOCZESNYCH
PROCESÓW HANDLOWYCH

Rozwiązania dla e-commerce/omnichannel
zamówienia | sklep internetowy | sprzedaż | płatności | oprogramowanie |
intralogistyka | wysyłka | realizacja | zwroty | obsługa posprzedażna

dla handlu i przemysłu
www.tradeworld.de

Informacje i zgłoszenia



Sformalizowany proces weryfikacji przewoźnika pod kątem zapewnienia przez jego umowę ubezpieczenia OCP właściwej ochrony ubezpieczeniowej stał się obecnie koniecznością wymuszoną przez dokonujące się w orzecznictwie zmiany

dokumentach przewozowych w miejsce przewoźnika będą wpisane dane spedytora, który organizuje cały proces transportu, a nie przewoźnika, który faktycznie wykonuje przewóz. W rezultacie powyższego ubezpieczyciel przewoźnika, który zastrzegł w umowie ubezpieczenia OCP, że ochrona ubezpieczeniowa dotyczy przewozów wykonywanych na podstawie listu przewozowego wystawionego na ubezpieczającego przewoźnika, nie zapewni mu ochrony ubezpieczeniowej w przypadku szkody, ponieważ jedna z przesłanek ochrony ubezpieczeniowej nie została spełniona.



Przeważnie w odmowie wypłaty odszkodowania ubezpieczyciel stwierdza, że uchybienie warunkom objęcia ochroną ubezpieczeniową powoduje, że nie zachodzi tzw. wypadek ubezpieczeniowy, a tym samym nie aktualizuje się roszczenie o wypłatę odszkodowania przez ubezpieczyciela

Mit „lojalnego klienta”

W świadomości przewoźnika pokutuje mit „lojalnego klienta”. Mit ten sprowadza się do przekonania, że skoro jestem lojalnym klientem konkretnego ubezpieczyciela – często od wielu lat – to w sytuacji kryzysowej ubezpieczyciel „przymknie oko na

drobiazgi”. Zwłaszcza, że problem treści listu przewozowego wydaje się błahy. Umowa przewozu ma charakter konsensualny, a ustawodawca nie wymaga do jej ważności zachowania żadnej szczególnej formy. Nie ulega również wątpliwości, że przesłanki zawarcia umowy przewozu nie stanowi przyjęcie przez przewoźnika ani przesyłki, ani listu przewozowego. Ponadto, przewoźnik może z łatwością wykazać ubezpieczycielowi, że to on, a nie ktoś inny wykonywał przewóz, ponieważ w treści listu przewozowego przewoźnik faktycznie potwierdza przyjęcie przesyłki do przewozu. Zatem, w przekonaniu wielu przewoźników, niedociągnięcia treści listu przewozowego, nie powinny uwalniać ubezpieczyciela od wypłaty odszkodowania.

Ubezpieczyciele podkreślają, że umowa ubezpieczenia OCP określa zakres i warunki objęcia ochroną ubezpieczeniową, a jeżeli przewoźnik naruszył te warunki – nawet nieznacznie – ubezpieczyciel nie jest zobowiązany do wypłaty świadczenia.

Ubezpieczyciele jednak sprawę interpretują zupełnie inaczej. Podkreślają mianowicie, że umowa ubezpieczenia OCP określa zakres i warunki objęcia ochroną ubezpieczeniową, a jeżeli przewoźnik naruszył te warunki – nawet nieznacznie – ubezpieczyciel nie jest zobowiązany do wypłaty świadczenia. Przeważnie w odmowie wypłaty odszkodowania ubezpieczyciel stwierdza, że uchybienie warunkom objęcia ochroną ubezpieczeniową powoduje, że nie zachodzi tzw. wypadek ubezpieczeniowy, a tym samym nie aktualizuje się roszczenie o wypłatę odszkodowania przez ubezpieczyciela.

W efekcie pozornie błahie naruszenie postanowień umowy ubezpieczenia OCP w zakresie treści listu przewozowego powoduje, że ubezpieczyciel nie czuje się zobowiązany do wypłaty odszkodowania, pomimo iż zaistniały wszystkie pozostałe przesłanki obligujące go do tego.

Należy zatem pamiętać, że ubezpieczyciel jest przede wszystkim przedsiębiorcą zorientowanym na osiągnięcie zysku i jako strona umowy ubezpieczenia OCP, dbająca o swoje interesy, będzie bezwzględnie egzekwował jej postanowienia.

Co na to sądy?

Sądy, niestety, podzielają argumentację ubezpieczycieli. W orzecznictwie wskazuje się, że o powstaniu odpowiedzialności ubezpieczyciela nie decyduje wyłącznie powstanie po

stronie ubezpieczającego cywilnoprawnego obowiązku naprawienia szkody wyrządzonej osobie trzeciej, lecz wystąpienie wypadku ubezpieczeniowego jest zdarzeniem, które strony umowy ubezpieczenia określiły jako przyczynę uzasadniającą odpowiedzialność ubezpieczyciela. Oznacza to, że nie każde zdarzenie szkodowe, które mieści się w zakresie ochrony ubezpieczeniowej automatycznie spowoduje powstanie zobowiązania do wypłaty odszkodowania po stronie ubezpieczyciela. Umowa ubezpieczenia OCP może przewidywać, że wypłata odszkodowania będzie uzależniona od szeregu dodatkowych przesłanek. Dlatego ubezpieczyciele śmiało korzystają z tego uprawnienia nakładając na przewoźników w umowach ubezpieczenia OCP obowiązki,

którym przewoźnicy nie mogą w praktyce sprostać. Ponadto, często są to obowiązki, które nie mają najmniejszego wpływu zarówno na prawidłowe wykonanie przewozu, jak i ewentualne powstanie szkody czy jej zakres.

Mając na uwadze zmiany, które wpłynęły na relacje prawno-handlowe przewoźników oraz spedytorów, a także ich ubezpieczycieli na przestrzeni ostatnich lat i tradycyjne podejście do świadczenia usług transportowych w ramach złożonych projektów logistycznych, posiadana umowa OCP może okazać się niewystarczająca. Dlatego sformalizowany proces weryfikacji przewoźnika pod kątem zapewnienia przez jego umowę ubezpieczenia OCP właściwej ochrony ubezpieczeniowej – z powodzeniem stosowany w Grupie Geis od wielu lat – stał się obecnie koniecznością wymuszoną przez dokonujące się w orzecznictwie zmiany.

Zważywszy na lawinowo rosnącą ilość spraw sądowych, w których przewoźnicy lub spedytorzy żądają zasądzenia od ubezpieczycieli odszkodowania za szkody transportowe, może świadczyć o tym, że świadomość prawna ubezpieczonych przewoźników i spedytorów proporcjonalnie do ilości tych procesów rośnie, natomiast liczba przegranych z tej puli spraw sądowych świadczy o tym, że wiedza przewoźników i spedytorów wciąż nie jest wystarczająca. ◀

Michał Stępień

Ważność licencji spedycyjnych wydanych przed 15 sierpnia 2013 r.

Za nami dwie poważne nowelizacje ustawy o transporcie drogowym i wydaje się, że w kwestii licencji transportowych wszystko jest już jasne. Wielu spedytorów ma jednak wątpliwości co do ważności posiadanych uprawnień. Ich licencje dotyczą bowiem wykonywania krajowego transportu drogowego, a nie pośrednictwa przy przewozie rzeczy.

Zasadniczo różnią się więc od tych, którymi legitymują się spedytorzy rozpoczynający prowadzenie działalności po 2013 r. Jakże przepisy regulują kwestie uprawnień spedycyjnych? Czy stare licencje spedycyjne są ważne? Jak do tego podchodzą organy wydające licencje?

Przez wiele lat polskie przepisy o transporcie drogowym nie traktowały spedytorów jako przedsiębiorców transportowych. Ich byt transportowy usankcjonowała dopiero ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o zmianie ustawy o transporcie drogowym (Dz.U. z 2005 r. nr 180, poz. 1497), która do trans-

portu drogowego wpisała pośrednictwo przy przewozie rzeczy. Ponieważ wykonywanie transportu drogowego wymagało uzyskania stosownych uprawnień, ustawodawca uznał, że spedytorzy będą mogli wykonywać działalność na podstawie licencji na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy, która dotychczas uprawniała jedynie do wykonywania przewozów krajowych. Spedytorzy prowadzący działalność w zakresie pośrednictwa przy przewozie rzeczy legitymowali się więc takimi samymi licencjami jak przewoźnicy wykonujący krajowe przewozy drogowe. Wzór takiej licencji był określony w rozporządzeniu Ministra Infrastruktury z dnia 25 czerwca 2004 r. w sprawie wzorów licencji na wykonywanie transportu drogowego oraz wypisów z tych licencji (Dz. U. z dnia 5 lipca 2004 r.).

1 stycznia 2012 r. wprowadziły niemałe zamieszanie przy nadawaniu uprawnień transportowych i zapoczątkowały trwającą ponad półtora roku burzę transportową. Kwestyjne było dokumentowanie zdolności finansowej przy ubieganiu się o licencje transportowe i wypisy z posiadanych już licencji. Problem nie dotyczył jednak spedytorów posiadających licencje wydane pod rządami wcześniejszych ustaw, ani tych, którzy po 1 stycznia 2012 r. podejmowali działalność spedycyjną. W ich obszarze nic się nie zmieniło i mogli oni bez obaw świadczyć usługi pośrednictwa transportowego na starych zasadach.

Polskie przepisy o transporcie drogowym nie traktowały spedytorów jako przedsiębiorców transportowych. Ich byt transportowy usankcjonowała ustawa z 29 lipca 2005 r. o zmianie ustawy o transporcie drogowym, która wpisała do niego pośrednictwo przy przewozie rzeczy.

portu drogowego wpisała pośrednictwo przy przewozie rzeczy. Ponieważ wykonywanie transportu drogowego wymagało uzyskania stosownych uprawnień, ustawodawca uznał, że spedytorzy będą mogli wykonywać działalność na podstawie

4 grudnia 2011 r. weszło w życie rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1071/2009 z dnia 21 października 2009 r., które wymusiło kolejną nowelizację ustawy o transporcie drogowym. Nowe przepisy, które weszły w życie

Ustawa z 15 sierpnia 2013 r. i dodatkowe problemy

Istotne zmiany w zakresie licencji transportowych wprowadziła kolejna nowelizacja ustawy o transporcie drogowym z dnia 5 kwietnia 2013 r. (Dz. U. z 2013 r. poz. 567), która weszła w życie 15 sierpnia 2013 r. Zmienione przepisy rozwiązywały wątpliwości w kwestii dokumentowania zdolności finansowej, ale wzbudziły w spedytorach wątpliwości co do ważności posiadanych uprawnień. Ustawodawca zamienił bowiem licencję na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy na zezwolenie na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego. Posiadana przez nich licencja uprawniała do wykonywania zarówno krajowych przewozów drogowych jak również do świadczenia usług w zakresie pośrednictwa przy przewozie rzeczy, tymczasem nowe zezwolenie uprawniało jedynie do wykonywania przewozu na obszarze kraju. Dla spedytorów ustawodawca przewidział „odrębną licencję”.

Czy faktycznie był to powód do zmartwień?

Aby odpowiedzieć na to pytanie, należy zerknąć do przepisów ustawy. I tak, zgodnie z art. 12 ust. 1 znowelizowanej ustawy o transporcie drogowym, zezwolenie na



Istotne zmiany w zakresie licencji transportowych wprowadziła nowelizacja ustawy o transporcie drogowym z 5 kwietnia 2013 r. (Dz. U. z 2013 r. poz. 567), która weszła w życie 15 sierpnia 2013 r. Ustawodawca zamienił licencję na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy na zezwolenie na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego



Jerzy Różyk

Ponad 29 lat w branży ubezpieczeniowej (ocena ryzyka, ubezpieczenia, likwidacja szkód), w tym 14 lat w obsłudze podmiotów sektora TSL w zakresie oceny ryzyka, ubezpieczeń i szkód transportowych.

Ukończył wydział inżynierski na WSUiB w Warszawie (techniczna i ekonomiczna diagnostyka ubezpieczeniowa i likwidacja szkód) oraz studia magisterskie na tejże uczelni.

Specjalizuje się w diagnostyce ryzyka transportowego, prawie transportowym, ubezpieczeniach transportowych (OCP i OCS). Jego główną specjalnością są ryzyka kradzieżowe i związane z oszustwami.

Członek Rady Niezależnych Ekspertów Transportu TRANSORA.

wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego, o którym mówi art. 5 ust. 1 ustawy, jest wymagane do podjęcia i wykonywania transportu drogowego w zakresie przewozów krajowych. Natomiast zgodnie z art. 5b ust. 2, „odpowiednia” licencja jest wymagana do podjęcia i wykonywania transportu drogowego w zakresie pośrednictwa przy przewozie rzeczy. W obu przypadkach przepisy odnosiły się wyraźnie do przedsiębiorców podejmujących i wykonujących transport drogowy po wejściu w życie ustawy (po 15 sierpnia 2013 r.), a nie do tych, którzy kontynuowali działalność rozpoczętą przed tą datą.

Co z licencjami wydanymi przed wejściem w życie nowej ustawy?

Na to pytanie częściowo odpowiada sama ustawa z dnia 5 kwietnia 2013 r. o zmianie ustawy o transporcie drogowym oraz ustawy o czasie pracy kierowców (Dz. U. z 2013 r. poz. 567), która wprowadziła w życie nowe przepisy. Zgodnie z art. 5 ust. 1 tej ustawy, licencja na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy uprawnia do wykonywania przewozów

w krajowym transporcie drogowym, zgodnie z rodzajem przewozów w niej określonym, do czasu upływu terminu jej ważności lub wydania zezwolenia na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego. Powyższy przepis wskazuje jednak, że dotychczasowe uprawnienia zostają zachowane, ale wyłącznie w zakresie wykonywania przewozów krajowych. Dodatkowo, z dniem wejścia w życie rozporządzenia Ministra Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej z dnia 18 czerwca 2013 r. (Dz. U. z 2013 poz. 713), tj. z dniem 15 sierpnia 2013 r. przestały obowiązywać dotychczasowe wzory licencji. W obszarze transportu drogowego rzeczy rozporządzenie wprowadziło nowe wzory: zezwolenia na wykonywanie zawodu

przewoźnika drogowego i wypisu z tego zezwolenia (załącznik nr 1) oraz licencji na wykonywanie transportu drogowego w zakresie pośrednictwa przy przewozie rzeczy (załącznik nr 5). Oznacza to, że z dniem 15 sierpnia 2013 r. przestał obowiązywać dotychczasowy wzór licencji na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy. To wszystko spowodowało, że spedytorzy zaczęli zadawać sobie pytania, co z ich uprawnieniami i czy mogą oni dalej świadczyć usługi pośrednictwa transportowego na podstawie posiadanej starej licencji?



Licencja na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy uprawnia do wykonywania przewozów w tym transporcie, zgodnie z rodzajem przewozów w niej określonym, do czasu upływu terminu jej ważności lub wydania zezwolenia na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego

Zezwolenie na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego, o którym mówi art. 5 ust. 1 ustawy o transporcie drogowym, jest wymagane do podjęcia i wykonywania transportu drogowego w zakresie przewozów krajowych.



Z dniem 15 sierpnia 2013 r. przestał obowiązywać dotychczasowy wzór licencji na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy

Jak należy rozumieć nowe przepisy?

Ani w znowelizowanej ustawie o transporcie drogowym, ani w ustawie wprowadzającej ustawodawca nie wspomniał o tym, co z uprawnieniami spedytorów, którzy wykonywali działalność w zakresie pośrednictwa przy przewozie rzeczy na podstawie licencji na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy. Jedynym zapisem, który stanowi o losie dotychczasowych licencji, jest art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 5 kwietnia 2013 r. o zmianie ustawy o transporcie drogowym oraz ustawy o czasie pracy kierowców (Dz. U. z 2013 r.

poz. 567). Wynika z niego, że licencja na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy uprawnia do wykonywania przewozów w krajowym transporcie drogowym, zgodnie z rodzajem przewozów w niej określonym, do czasu upływu terminu jej ważności lub wydania zezwolenia na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego. Ponieważ, zgodnie z art. 4 ust. 6a ustawy o transporcie drogowym, przewożeniem drogowym jest transport drogowy, a zgodnie z art. 4 ust. 3 lit. b) określenie „transport drogowy” obejmuje działalność gospodarczą w zakresie pośrednictwa przy przewozie rzeczy, to można uznać, że rodzajem przewozów określonym w licencji, o którym mowa w art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 5 kwietnia 2013 r. jest również pośrednictwo przy przewozie rzeczy. Należy zatem wywieść, że cytowany powyżej przepis utrzymuje uprawnienia posiadane nie tylko przez przewoźników krajowych, ale również przez spedytorów. Jeżeli ustawodawca wprowadzając ten przepis miał taki zamiar, jego intencja nie została jednak zapisana w sposób czytelny i jednoznaczny. Dlatego wśród prawników zdarzają się głosy przeciwnie, co nie rozwiewa wątpliwości spedytorów.



W znowelizowanej ustawie o transporcie drogowym i ustawie wprowadzającej nie ma przepisu, na podstawie którego można by stwierdzić, że z dniem wejścia w życie nowych przepisów utraciły ważność uprawnienia wynikające z faktu posiadania licencji wystawionych przed 15 sierpnia 2013 r.

uprawnione organy (prezydenci miast lub starostowie) potwierdzają, że licencje na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy wydane na podstawie art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o zmianie ustawy o transporcie drogowym (Dz.U. z 2005 r. nr 180, poz. 1497), uprawniają do wykonywania transportu drogowego w zakresie pośrednictwa przy przewozie rzeczy. Podobnie w przypadku, gdy spedytor zamierza rozszerzyć działalność o przewozy międzynarodowe. Na jego wniosek zostaje mu wydane zezwolenie na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego, które jest mu niezbędne do uzyskania licencji wspólnoto-

Powyższe potwierdza jednak, że uprawnienia nadane spedytorom przed 15 sierpnia 2013 r. zachowały swoją ważność. Potwierdza również to, że wzór licencji na przewozy krajowe wycofany z dniem wejścia w życie nowych przepisów obowiązuje do dziś. Skoro więc organy nadające uprawnienia transportowe wydają stosowne poświadczenia lub uaktualnione licencje na starych wzorach, wypadałoby uznać, że uprawnienia spedytorów, którzy wykonują swoją działalność na podstawie starych licencji są w dalszym ciągu ważne. Szkoda tylko, że w takich przypadkach uprawnione organy nie wydają spedyto-



Jedynym zapisem, który stanowi o losie dotychczasowych licencji, jest art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 5 kwietnia 2013 r. o zmianie ustawy o transporcie drogowym oraz ustawy o czasie pracy kierowców (Dz. U. z 2013 r. poz. 567)

Co na to organy wydające uprawnienia?

W znowelizowanej ustawie o transporcie drogowym i ustawie wprowadzającej nie ma przepisu, na podstawie którego można by stwierdzić, że z dniem wejścia w życie nowych przepisów utraciły ważność uprawnienia wynikające z faktu posiadania licencji wystawionych przed 15 sierpnia 2013 r. Aby rozwiązać swoje wątpliwości spedytorzy często zwracają się do organów wydających licencje z prośbą o wydanie stosownych poświadczeń. W takich przypadkach

Uprawnienia spedytorów, którzy wykonują swoją działalność na podstawie starych licencji są w dalszym ciągu ważne.

wej. Mając jednak na uwadze obowiązujące przepisy można by sądzić, że z chwilą wydania zezwolenia traci ważność dotychczasowa licencja na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy. Nic podobnego. Organ nadający uprawnienia na prośbę spedytora potwierdza również, że licencja na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy w dalszym ciągu uprawnia go do wykonywania transportu drogowego w zakresie pośrednictwa przy przewozie rzeczy. W przypadku zmiany danych firmy spedycyjnej bez zmiany przedmiotu działalności, uprawniony organ wystawia spedytorowi nową licencję uwzględniającą zgłoszone zmiany. Nie jest to jednak – jak można by sądzić na podstawie przepisów ustawy – licencja na wykonywanie transportu drogowego w zakresie pośrednictwa przy przewozie rzeczy, ale licencja na wykonywanie krajowego transportu drogowego rzeczy wystawiona według wzoru obowiązującego do 15 sierpnia 2013 r. Powyższe oparłem zaledwie na kilkunastu przykładach i nie mam pewności, że w każdym przypadku odbywa się to w taki sam sposób.

rom dokumentów, które jednoznacznie potwierdzają posiadanie uprawnień do wykonywania transportu drogowego w zakresie pośrednictwa przy przewozie rzeczy. ◀

Jerzy Różyk
ekspert ds. oceny ryzyka
w transporcie i ubezpieczeń
transportowych,
CDS Kancelaria Brokerska
www.cds-odszkodowania.info
www.oc-spedytora.info

CDS Biuro: 22 750 97 54

ODSZKODOWANIA

Prowadzimy obsługę prawną-ubezpieczeniową firm transportowych i spedycyjnych w zakresie:

- oceny ryzyka transportowego
- opracowywania ofert ubezpieczeń: OC przewoźnika, OC przewoźnika umownego i OC spedytora
- wykonywania audytów, analiz i ocen prawnych

Nasze autorskie rozwiązania umożliwiają pełne ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej pomocowej w związku z wykonywaniem działalności transportowej (spedycyjnej).

www.cds-odszkodowania.info
www.oc-przewoznika.info
www.oc-spedytora.info

Dane kontaktowe:

CDS Kancelaria Brokerska
 ul. 20 763 Warszawa, ul. Białostocka 11 64 53
 tel.: 22 750 97 54, 22 750 97 54, 22 750 97 54, fax: 22 490 70 50
 e-mail: biuro@cds-odszkodowania.pl

Obowiązkowa ewidencja godzin pracy przy umowie zleceniu od 1 stycznia 2017 r.

Nowelizacja ustawy z dnia 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę wprowadziła istotne zmiany dla pracodawców. Począwszy od dnia 1 stycznia 2017 r. pracodawca zatrudniający pracowników na podstawie umowy zlecenia lub umowy o świadczenie usług, niezależnie od tego, czy prowadzą oni działalność gospodarczą, czy też nie (tzw. samozatrudnieni) – obowiązany będzie do ewidencjonowania ich godzin pracy.

Minimalna stawka godzinowa

Ustawa o minimalnym wynagrodzeniu w nowym brzmieniu zakłada, że w przypadku umów zlecenia (art. 734 k.c.) oraz umów o świadczenie usług (art. 750 k.c.) wykonywanych przez przyjmującego zlecenie lub świadczące usługi – wysokość wynagrodzenia powinna być ustalona w umowie w taki sposób, aby wysokość wynagrodzenia za każdą godzinę wykonywania zlecenia lub świadczenia usług nie była niższa niż

wysokość minimalnej stawki godzinowej, o której mowa w art. 2 k.c. ustawy.

Wysokość minimalnej stawki godzinowej jest corocznie waloryzowana o wskaźnik wynikający z podzielenia wysokości minimalnego wynagrodzenia ustalonej na rok następny przez wysokość minimalnego wynagrodzenia obowiązującej w roku, w którym odbywają się negocjacje w ramach Rady Dialogu Społecznego. W roku 2017 minimalna stawka godzinowa wyniesie 13 zł.

Wysokość wynagrodzenia powinna być ustalona w umowie w taki sposób, aby ta wysokość za każdą godzinę wykonywania zlecenia lub świadczenia usług nie była niższa niż wysokość minimalnej stawki godzinowej.



W roku 2017 minimalna stawka godzinowa wyniesie 13 zł



Fot. SXC

Wyплаты wynagrodzenia w wysokości wynikającej z wysokości minimalnej stawki godzinowej dokonuje się w formie pieniężnej, co najmniej raz w miesiącu, w przypadku umów zawartych na czas dłuższy niż 1 miesiąc

Przez przyjmującego zlecenie lub świadczącego usługi rozumie się osobę fizyczną wykonującą działalność gospodarczą zarejestrowaną w Rzeczypospolitej Polskiej albo w państwie niebędącym państwem członkowskim Unii Europejskiej lub państwem Europejskiego Obszaru Gospodarczego, niezatrudniającą pracowników lub niezawierającą umów ze zleceniobiorcami albo osobę fizyczną niewykonyującą działalności gospodarczej – która przyjmuje zlecenie lub świadczy usługi na podstawie umowy zlecenia lub umowy o świadczenie usług na rzecz przedsiębiorcy lub na rzecz innej jednostki organizacyjnej, w ramach prowadzonej przez tę podmioty działalności.

W przypadku, gdy wysokość wynagrodzenia ustalonego w umowie nie zapewnia przyjmującemu zlecenie lub świadczącemu usługi otrzymania za każdą godzinę wykonania zlecenia lub świadczenia usług wynagrodzenia w wysokości co najmniej minimalnej stawki godzinowej, przyjmującemu zlecenie lub świadczącemu usługi przysługuje wynagrodzenie w wysokości obliczonej z uwzględnieniem minimalnej stawki godzinowej.

Co istotne, przyjmujący zlecenie lub świadczący usługi nie może zrzec się prawa do wynagrodzenia w wysokości wy-

Kancelaria Transportowa KOBEN



Kancelaria Transportowa KOBEN Sp. z o.o. na co dzień wspiera branżę transportową w spełnianiu obowiązku dot. poprawnej analizy i rozliczania czasu pracy kierowców, w powoływaniu przedstawicieli zagranicznych oraz szkoleniach kierowców i osób zajmujących się ewidencją czasu pracy kierowców. Nasze pogotowie prawne służy pomocą przedsiębiorcom przy odwołaniach od kar nałożonych przez służby kontrolne w całej Europie, reprezentacji podczas kontroli, sporach z pracownikami. Szeroki wachlarz usług świadczonych przez nasz dział prawny gwarantuje Państwu pełne bezpieczeństwo w każdej kwestii dotyczącej prowadzonej działalności.

Zachęcamy Państwa do kontaktu z naszymi Doradcami oraz Działem Obsługi Klienta. Na spotkaniu Doradca dostosuje ofertę do potrzeb Państwa przedsiębiorstwa, dzięki czemu zminimalizujemy ryzyko kar nakładanych przez służby kontrolne, wskażemy błędy popełniane przez kierowców, jak również zdejmemy z Państwa obowiązek przygotowywania regulaminów pracy i wynagradzania oraz ewidencji pracowniczej, która jest podstawą poprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa

Przez przyjmującego zlecenie lub świadczącego usługi rozumie się osobę fizyczną wykonującą działalność gospodarczą, niezatrudniająca pracowników lub niezawierająca umów ze zleceniobiorcami albo osobę fizyczną niewykonyującą działalności gospodarczej.

nikającej z wysokości minimalnej stawki godzinowej, ani przenieść prawa do tego wynagrodzenia na inną osobę. Wyплаты wynagrodzenia w wysokości wynikającej z wysokości minimalnej stawki godzinowej dokonuje się w formie pieniężnej, co najmniej raz w miesiącu, w przypadku umów zawartych na czas dłuższy niż 1 miesiąc.

Obowiązek ewidencyjny

Strony umowy zlecenia lub świadczenia usług powinny w umowie określić sposób

potwierdzania liczby godzin wykonania zlecenia lub świadczenia usług. W przypadku, gdy strony w umowie nie określą sposobu potwierdzania liczby godzin wykonania zlecenia lub świadczenia usług, przyjmujący zlecenie lub świadczący usługi przedkłada w formie pisemnej, elektronicznej lub dokumentowej informację o liczbie godzin wykonania zlecenia lub świadczenia usług, w terminie poprzedzającym termin wypłaty wynagrodzenia.

Obowiązku ewidencyjnego nie stosuje się do wykonującego zlecenie lub świad-

czącego usługi w przypadku skierowania takich osób do wykonania zlecenia lub świadczenia usług na podstawie przepisów ustawy z dnia 9 lipca 2003 r. o zatrudnieniu pracowników tymczasowych. W takim przypadku pracodawca użytkownik, na rzecz którego jest wykonywane zlecenie lub są świadczone usługi, prowadzi ewidencję liczby godzin wykonania zlecenia lub świadczenia usług.

Obowiązek przechowywania dokumentacji

Przedsiębiorca albo inna jednostka organizacyjna, na rzecz której jest wykonywane zlecenie lub są świadczone usługi, obowiązany jest przechowywać dokumenty określające sposób potwierdzania liczby godzin wykonania zlecenia lub świadczenia usług oraz dokumenty potwierdzające liczbę godzin wykonania zlecenia lub świadczenia usług przez okres 3 lat od dnia, w którym wynagrodzenie stało się wymagalne.

Wyłączenia

Przepisów dotyczących obowiązku wypłaty minimalnego wynagrodzenia oraz ewidencjonowania czasu pracy i przechowywania stosownej dokumentacji nie stosuje się do umów zlecenia oraz świadczenia usług, jeżeli o miejscu i czasie wykonania zlecenia lub świadczenia usług decyduje przyjmujący zlecenie lub świadczący usługi i przysługuje mu wyłącznie wynagrodzenie prowizyjne.

Kontrola PIP

Nad przestrzeganiem przepisów będzie czuwała Państwowa Inspekcja Pracy. Znowelizowana wersja ustawy z dnia 13 kwietnia 2007 r. o Państwowej Inspekcji Pracy zakłada, że podmiotami kontrolowanymi będą również przedsiębiorcy albo inne jednostki organizacyjne, na rzecz których w ramach prowadzonej przez te podmioty działalności jest wykonywane zlecenie lub są świadczone usługi przez przyjmującego zlecenie lub świadczącego usług. Kontrola będzie się odbywać w zakresie wypłacania takim osobom wynagrodzenia w wysokości wynikającej z wysokości minimalnej stawki godzinowej, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę (art. 13 ustawy).

Za niewypłacanie minimalnej stawki godzinowej grozi kara w wysokości od 1 000 zł do 30 000 zł. ◀

Kancelaria Transportowa KOBEN
Radca prawny Marek Kliś
www.koben.pl



Przyjmujący zlecenie lub świadczący usługi nie może zrzec się prawa do wynagrodzenia w wysokości wynikającej z wysokości minimalnej stawki godzinowej albo przenieść prawa do tego wynagrodzenia na inną osobę

Tuszyn – Częstochowa – o dwa lata wcześniej

Fundusze unijne przyspieszyły budowę polskich autostrad. Jeśli chodzi o A1, która łączy północ i południe Polski, a także stanowi szkielet komunikacyjny kraju, brakuje ostatniego fragmentu – odcinka z Tuszyna do Częstochowy. Rząd, ze względu na jego znaczenie, podjął decyzję o przyspieszeniu jego budowy, która ma być zakończona dwa lata wcześniej niż planowano.

80-kilometrowy odcinek autostrady A1 Tuszyn – Częstochowa zostanie zrealizowany ze środków Krajowego Funduszu Drogowego, w ramach limitu wydatków w Programie Budowy Dróg Krajowych na lata 2014-2023 (z perspektywą do 2025 r.). Szacowany koszt realizacji to ok 3,6 mld zł. Umożliwi to wcześniejszą realizację tej inwestycji.

- ▶ polskie porty w Gdańsku i Gdyni będą miały lepsze połączenie z centralną i południową Polską oraz rynkami południowych sąsiadów: Republiki Czeskiej i Słowackiej;
- ▶ projekt o tej skali wygeneruje w trakcie realizacji kilka tysięcy miejsc pracy bezpośrednio u wykonawców i pośrednio w otoczeniu firm budowlanych.

Zakończenie ciągu autostrady A1

Dzięki szybszej realizacji możliwe będzie zakończenie budowy całego ciągu autostrady A1. Po zakończeniu budowy kierowcy będą mogli korzystać z nowoczesnego i bezpiecznego połączenia drogowego od Trójmiasta po granicę z Czechami. Po zakończeniu realizacji:

- ▶ skróci się czas przejazdu między aglomeracjami: Warszawa/Łódź i śląską;
- ▶ odciążona zostanie istniejąca sieć;

Podjęto decyzję o skierowaniu inwestycji do realizacji w systemie tradycyjnym. Oddanie do ruchu poszczególnych pododcinków jest planowane w latach 2020-2022.

Odcinek ten był we wcześniejszych latach planowany do realizacji w formule partnerstwa publiczno-prywatnego. Podmioty, które zgłosiły chęć budowy i z którymi podpisano umowę, nie były jednak

w stanie zapewnić finansowania na realizację tej inwestycji.

W systemie tradycyjnym

Zgodnie z przyjętym przez Radę Ministrów 8 września 2015 r. PBDK 2014-2023, odcinek autostrady A1 od Tuszyna do końca obwodnicy Częstochowy został zaplanowany do realizacji przez drogową spółkę specjalnego przeznaczenia (dssp). Do powołania spółki konieczne byłoby jednak podjęcie szeregu czynności i zmian prawnych, technicznych oraz finansowych, co trwałoby co najmniej przez dodatkowe 2 lata. Podjęto więc decyzję o skierowaniu inwestycji do realizacji w systemie tradycyjnym. Oddanie do ruchu poszczególnych pododcinków jest planowane w latach 2020-2022.

Odcinek Tuszyn – Częstochowa zostanie zrealizowany w ciągu wybudowanego pod koniec lat 80. XX w. fragmentu A1 (odcinek Tuszyn – Piotrków Trybunalski) oraz dwujezdniowej drogi krajowej nr 1 o przekroju czteropasowym z drugiej połowy lat 70. XX wieku, zwanej potocznie gierkówką (odcinek Piotrków Trybunalski – Częstochowa). ◀

Opr. EH



Nowość na platformie transportowej TimoCom

Funkcja pobierania i udostępniania dokumentów

Na niedawno zakończonych targach IAA w Hanowerze miała miejsce premiera nowego rozwiązania dostępnego na platformie TimoCom – zintegrowanej z TC Profile® funkcji pobierania i udostępniania dokumentów.

Zachodzące współcześnie zmiany technologiczne oddziałują na niemal wszystkie aspekty ludzkiej egzystencji. W oczywisty sposób dotyka to także sektor TSL. Szczególne znaczenie mają rozwiązania chmurowe i mobilne. Przedsiębiorcy zdając sobie sprawę z coraz większego nasycenia rynku transportowego tym bardziej skłonni są korzystać z tych narzędzi. Chodzi szczególnie o przyspieszenie procesów decyzyjnych opartych na dostępie do sprawdzonych danych oraz możliwość ich efektywnego przetwarzania. Kluczem do sukcesu jest zatem cyfryzacja i integracja. Rezultatem przyjęcia takiego poglądu jest pojawienie się na platformie TimoCom nowych rozwiązań, m.in. funkcji pobierania i udostępniania dokumentów. Dzięki niej użytkownicy mogą prezentować niezbędne w relacjach biznesowych dokumenty oraz umożliwiać ich pobranie. Niesie to ze sobą wiele korzyści.

Czas to pieniądź

„Tradycyjna” komunikacja dotycząca dokumentacji była często wieloetapowym procesem. Korzystanie z faksu lub poczty

internetowej uzależniało ją od synchronizacji czasu pracy partnerów. Dodatkowo nagromadzenie obowiązków i presja czasu mogły generować błędy przy wysyłce dokumentów. Nowa funkcja wyklucza takie sytuacje. Po umieszczeniu dokumentów w systemie są one zawsze pod ręką, nie-

zależnie od tego, czy dany kontrahent jest dostępny, czy nie. Skutkuje to znaczną oszczędnością czasu i swobodą organizacji codziennych obowiązków służbowych.

Inwestycja w wizerunek

TimoCom przykładą ogromną wagę do standardów uczciwości i rzetelności w relacjach biznesowych. Zintegrowanie nowej funkcji z TC Profile® jest rezultatem takie-

go podejścia. Indeks ten stanowi bowiem bazę danych o sprawdzonych i aktywnych przedsiębiorcach – to swoisty certyfikat jakości w ramach platformy. W tym sensie opisywana funkcja może być traktowana jako element działań marketingowych. Udostępniając istotne dla kontrahenta dokumenty, przedsiębiorstwa dają jasny sygnał, że nie mają nic do ukrycia. Dzięki temu podnoszony jest dodatkowo poziom zaufania do znajdujących się w indeksie firm. Przekłada się to na skuteczność działań – im większa transparentność, tym

Im większa transparentność, tym większe prawdopodobieństwo pozyskania kontrahenta. Jest to szczególnie istotne, gdy potencjalni partnerzy nie byli ze sobą wcześniej w żadnych relacjach biznesowych.

większe prawdopodobieństwo pozyskania kontrahenta. Jest to szczególnie istotne, gdy potencjalni partnerzy nie byli ze sobą wcześniej w żadnych relacjach biznesowych.

Bezpieczeństwo to podstawa

Cyfryzacja danych to niewątpliwie udogodnienie. Niesie ono jednak zarówno korzyści, jak i zagrożenia. Przesyłanie informacji poprzez komunikatory lub pocztę internetową nie gwarantuje bezpieczeństwa. W przypadku nowej funkcji pobierania i udostępniania dokumentów jest inaczej. System bezpieczeństwa opiera się o zabezpieczenia informatyczne – dane są szyfrowane i umieszczane na zabezpieczonych serwerach (Hosted in Germany) – a także prawne – platforma TimoCom podlega niemieckiemu prawu o ochronie danych osobowych, które jest jednym z najbardziej restrykcyjnych w Europie. Dodatkowo użytkownicy mają pełną kontrolę nad publikowanymi dokumentami. Aby były one widoczne dla innych użytkowników umieszczający je musi świadomie zmienić status ich widoczności.

Nowa funkcja to kolejny krok w procesie cyfrowej transformacji platformy TimoCom, a najlepszą inspiracją jest klient. ◀



W przypadku nowej funkcji pobierania i udostępniania dokumentów system bezpieczeństwa opiera się o zabezpieczenia informatyczne i prawne

Z Chin do Europy przez Polskę

Chiny to drugi największy partner gospodarczy Polski. W roku 2015 import wzrósł w porównaniu do 2014 r. o ponad 15%, do kwoty 20,3 mld zł, a eksport o 8% do 1,8 miliarda euro. Coraz większego znaczenia w przewozach towarów pomiędzy Chinami a Europą nabiera transport wielogałęziowy.

Transport morski dotyczy miast położonych na wybrzeżu Chin, natomiast w zachodnim regionie tego kraju, gdzie przenoszona jest produkcja z inicjatywy władz, które dążą do tego, aby Kraj Środka rozwijał się w sposób bardziej zrównoważony, wygodniejszy jest transport kolejowy. Do tego jest on mniej kosztowny niż lotniczy i trwa krócej niż morski. Koncepcję Nowego Jedwabnego Szlaku, który stanowi konglomerat tras i przewiduje kilkanaście wariantów połączenia transportowego Chin z Europą, coraz bardziej doceniają też importerzy i eksporterzy z obu kontynentów. Szacunki Organizacji Narodów Zjednoczonych mówią, że w 2030 r. w kanale panazjatycko-europejskim będzie przewożonych około 1 mln kontenerów drogą kolejową. Firmy logistyczne i przewoźne widzą tu dla siebie duży potencjał, a DHL Global Forwarding rozwija nowe połączenia.

Nowy Jedwabny Szlak

W związku z przeniesieniem zasobów ludzkich i przemysłowych na zachód Chin, żywo zainteresowany rozwojem połączeń multimodalnych z Europą i Afryką jest rząd tego kraju. Pod koniec 2014 r. władze chińskie zapowiedziały utworzenie Funduszu Jedwabnego Szlaku z kapitałem rzędu 40 mld dolarów. Dodatkowym źródłem finansowania będzie Azjatycki Bank Inwestycji w Infrastrukturę (AIIB), powołany w listopadzie 2014 r. przez Chiny i 20 innych państw azjatyckich. Prywatny Fundusz Rozwoju Energetyki planuje przyłączenie dla realizacji koncepcji Szlaku inwestycji rzędu 20 mld dolarów. Budowa połączeń kolejowych ma się przyczynić do rozwoju krajów położonych wzdłuż Nowego Jedwabnego Szlaku prowadzącego z Azji Środkowej, poprzez Środkowy Wschód do Europy, gdzie ważną rolę odgrywa Polska.

ku, schłodzona wołowina, warzywa). Są to produkty o wysokiej wartości, ale jednocześnie bardzo wrażliwe na czas transportu – w związku z czym kolej jest istotnym kanałem dla tych właśnie towarów.

Za pośrednictwem Polski

Na trasie pomiędzy Chinami a Europą szczególną rolę odgrywa Polska – jest forpoczta dla UE i Chin oraz największym rynkiem w Europie Wschodniej, położonym najbliżej względem Chin spośród krajów EU. Rośnie też liczba przedsiębiorstw chińskich zaopatrujących Europę właśnie za pośrednictwem Polski. Ważny jest również potencjał transportowy, który może być wykorzystany do objęcia dystrybucją produktów chińskich całej Europy. Jak twierdzi Stevem Huangiem, CEO DHL Global Forwarding Chiny, Polska jest idealnym miejscem ulokowania dla hu-



Budowa połączeń kolejowych ma się przyczynić do rozwoju krajów położonych wzdłuż Nowego Jedwabnego Szlaku prowadzącego z Azji Środkowej, poprzez Środkowy Wschód do Europy, gdzie ważną rolę odgrywa Polska

Szacunki Organizacji Narodów Zjednoczonych mówią, że w 2030 r. w kanale panazjatycko-europejskim będzie przewożonych około 1 mln kontenerów drogą kolejową.

Rozwój połączeń kolejowych przyspieszyło podpisanie przez wszystkie kraje położone na trasie Chiny-Europa konwencji celnej, zgodnie z którą towary przewożone tranzytem nie podlegają ponownej odprawie celnej (dzięki systemowi EDI), tzn. że po załadunku ich i odprawie w jednym z siedmiu miast chińskich, dokumenty celne wysyłane są do wszystkich krajów po drodze: Kazachstanu, Białorusi itd. Zmniejszyło to ryzyko kradzieży i skróciło czas przewozu. Poziom bezpieczeństwa zwiększa również wyposażenie kontenerów z towarem w urządzenia zabezpieczające i śledzenie ich za pomocą GPS.

Jeżeli chodzi o transport z Chin do Europy to udział kolei jest stosunkowo niewielki, ale co roku obserwujemy bardzo dynamiczny wzrost. W przypadku importu do Chin to kraj ten otworzył się na produkty rolnicze i żywnościowe (nabiałowo-mleczarskie, jak mleko w prosz-

ku i rozwoju rynku.

Ze względu na perspektywy rozwoju transportu kolejowego, DHL GF jeden z hubów ulokował w naszym kraju. Zapotrzebowanie na takie miejsca rośnie, gdyż chiński rząd chce inwestować tu w przedsiębiorstwa montujące samochody. Gotowe produkty mają trafiać na rynek europejski. W wypadku tej branży, z ekonomicznego punktu widzenia, dostawy *just in time* najbardziej opłaca się realizować drogą kolejową. Obecnie pociągami przewożonych jest 96% towarów w tym trybie. Stanowi to około 3% towarów trafiających z Chin do Europy, a ich wolumen co roku się potraja.

DHL GF do niedawna obsługiwał siedem punktów wysyłki w Chinach, w tym trzy przechodziły przez Małaszewicze i dalej biegły do różnych miejsc Europy. Pięć tras wchodzących w skład Nowego

Zgodnie z konwencją celną towary przewożone tranzytem nie podlegają ponownej odprawie celnej, tzn. że po załadowaniu ich i odprawie w jednym z siedmiu miast chińskich, dokumenty celne wysyłane są do wszystkich krajów po drodze: Kazachstanu, Białorusi itd.

Jedwabnego Szlaku docierało do Polski, a na niektórych z nich zwiększono liczbę kursujących pociągów do dwóch w tygodniu. Częstotliwość ich kursowania oraz liczba połączeń ma być zwiększana w miarę rosnących potrzeb. Czas przewozów będzie również spadać. Przeprowadzone przez DHL GF testy wykazały, że czas przewozu ze wschodnich Chin do Polski może skrócić się do 10 dni.



Poziom bezpieczeństwa zwiększa również wyposażenie kontenerów z towarem w urządzenia zabezpieczające i śledzenie ich za pomocą GPS

O trzy więcej połączenia

Zapotrzebowanie na nowe trasy było na tyle duże, że w zeszłym miesiącu DHL GF uruchomił trzy połączenia międzygałęziowe.

- ▶ Pierwsze pomiędzy Japonią a Europą, gdzie ładunki drobnicowe konsolidowane są w porcie Kobe, skąd płyną do Szanghaju, w którym przeładowywane są na kolej. Transport ładunków na tej trasie trwa 21 dni.
- ▶ W wypadku drugiego, ładunki kontenerowe przewożone są samochodami z Hanoi do Chengdu i tam przeładowywane na pociągi jadące do Europy, co również zajmuje około 21 dni. Jeszcze w tym roku, na trasie Hanoi – Chengdu, ma być uruchomiony przewóz przesyłek drobnicowych.
- ▶ Ostatnie połączenie, o znaczeniu strategicznym, z wykorzystaniem połączeń kolejowych i morskich (Morze Kaspijskie i Czarne), prowadzi z Chin do Turcji, via Chengdu. Czas tranzytu wynosi 14 dni. Wybrano taką trasę w związku z utrudnionym transferem towarów przez Rosję. Dzięki niemu otworzył się rynek chiński dla polskich kurczaków i wierzpiny.



Polska jest forpocztą dla UE i Chin oraz największym rynkiem w Europie Wschodniej, położonym najbliżej względem Chin spośród krajów EU. Rośnie też liczba przedsiębiorstw chińskich zaopatrujących Europę właśnie za pośrednictwem Polski

Uruchomienie nowych tras było podyktowane rozwojem wcześniej funkcjonujących połączeń – wzrost ładunków na tych trasach r./r. wyniósł 150%. A jest on większy w przypadku przesyłek drobnicowych niż kontenerowych, dlatego DHL GF myśli o ich intensywnym rozwoju. ◀

Elżbieta Haber

Zarejestruj się na stronie
www.tsl-biznes.pl/gratis
i czytaj **ZA DARMO** pełne e-wydania
miesięcznika TSL biznes!

www.tsl-biznes.pl/gratis



Czytaj regularnie TSL Biznes

W każdym numerze m.in. artykuły i praktyczne porady z zakresu prawa transportowego, ubezpieczeń i ryzyk w transporcie

Zamów bezpłatną e-prenumeratę:

www.TSL-biznes.pl/gratis

Kolejowa Luxtorpeda 2.0

Szeroko zakrojona modernizacja polskiej kolei ma być w najbliższych latach jednym z głównych bodźców rozwojowych naszej gospodarki, a przemysł kolejowy jedną z kilku „inteligentnych specjalizacji”, stanowiących istotny element „Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju”, znanej jako Plan Morawieckiego. Owe inteligentne specjalizacje to te branże przemysłu, w których Polska może uzyskać przewagi konkurencyjne. Wspierane one będą przez specjalne programy Ministerstwa Rozwoju i Polski Fundusz Rozwoju, będący kluczowym narzędziem Strategii.

Projekt o nazwie Luxtorpeda 2.0 ma na celu wykorzystanie potencjału krajowych przedsiębiorstw działających w branży transportu szynowego. – *Nie opiera się on na tym, żeby kupować konkretny tabor, ale skoncentrowany jest na wsparciu tych producentów, którzy stworzą innowacyjny tabor zdolny do konkurencyjności na rynkach zagranicznych* – wyjaśniała Monika Stopa, naczelnik Wydziału Wdrażania Sektora Transport 1 w Ministerstwie Rozwoju, podczas konferencji w Polsko-Brytyjskiej Izbie Handlowej. – *Na realizację tego programu ministerstwo przeznaczy 443 mln euro z Programu Ope-*

W ramach tego projektu Pesa wyprodukuje lokomotywę elektryczno-spalinową, którą następnie testować będzie Intercity. Po weryfikacji i otrzymaniu odpowiednich zezwoleń lokomotywa ta zostanie wdrożona na polskiej sieci kolejowej. Przypomnijmy, że lokomotywa elektryczna Pesa Gama, przed wprowadzeniem jej na rynek, była również testowana w PKP Intercity.

Tego typu procedura wprowadzania na rynek taboru wcześniej sprawdzonego i dostosowanego do potrzeb zamawiającego jest standardem europejskim. – Do Polski wkraczają dobre zwyczaje. Pierwszy raz w moim życiu zawodowym doświadczam



Fot. Newag

Na włączenie do grona uczestników tego programu liczył małopolski Newag. Otrzymał z rządowej puli 15 mln zł na innowacyjny pociąg hybrydowy elektryczno-spalinowy z doczepianym agregatem

Projekt o nazwie Luxtorpeda 2.0 ma na celu wykorzystanie potencjału krajowych przedsiębiorstw działających w branży transportu szynowego.

racyjnego Infrastruktura i Środowisko oraz 474 mln euro z Regionalnych Programów Operacyjnych – dodała.

Pesa razem z Intercity

Luxtorpeda 2.0 wystartowała 6 października, kiedy to w siedzibie PKP Intercity podpisany został list intencyjny pomiędzy czołowym producentem taboru szynowego, bydgoską Pesą i spółką przewoźową.

W sytuacji, w której produkt będzie przygotowany z potencjalnym odbiorcą tego produktu. To bardzo dobry sygnał. Chcę podkreślić, że lokomotywa elektryczno-spalinowa w polskich realiach może rozwiązać bardzo wiele problemów krajowego przewoźnika, ale poprawi też ofertę dla pasażerów – powiedział Tomasz Zaboklicki, prezes Pesy Bydgoszcz.

Projekt ten powinien zostać przygotowany, wyprodukowany i przetestowany

w okresie 1,5 do 2 lat. Sfinansuje go producent oraz Narodowe Centrum Badań i Rozwoju. Pesa i Polski Fundusz Rozwoju podpisali również umowę i utworzyli specjalną spółkę z Rail Capital Partners. Nowo utworzona spółka zajmie się oferowaniem przewoźnikom kolejowym wynajmu nowoczesnych lokomotyw produkowanych w fabryce w Bydgoszczy. Wartość tej inwestycji to 200 mln zł. Traktowana jest ona jako kolejny efekt funkcjonowania Planu Morawieckiego.

Konkurenci Bombardiera?

Program Luxtorpeda 2.0 obejmuje w założeniu województwa kujawsko-pomorskie i wielkopolskie traktowane jako innowacyjne centra branży taborowej, przy czym chodzi nie tylko o produkcję dla kolei, ale również dla komunikacji aglomeracyjnej. Stąd wpisanie na listę podmiotów tego projektu producenta autobusów i tramwajów, firmy Solaris w Bolechowie. Na włączenie do grona uczestników tego programu liczył również małopolski Newag. Otrzymał z rządowej puli 15 mln zł na innowacyjny pociąg hybrydowy elektryczno-spalinowy z doczepianym agregatem. Rozpoczęcie prac konstruktorskich producent zapowiada na drugą połowę 2016 r., a budowę modułu napędowego – na początek 2017.

Po oficjalnej prezentacji, w połowie lutego tego roku, „Planu na rzecz Odpo-



Program Luxtorpeda 2.0 obejmuje w założeniu województwa kujawsko-pomorskie i wielkopolskie traktowane jako innowacyjne centra branży taborowej, przy czym chodzi nie tylko o produkcję dla kolei, ale również dla komunikacji aglomeracyjnej. Stąd wpisanie na listę podmiotów tego projektu producenta autobusów i tramwajów, firmy Solaris w Bolechowie

wiedzialnego Rozwoju” pojawiły się wątpliwości, czy Nowag zostanie ujęty w rządowej strategii rozwoju dla kolejnictwa. W zapowiedziach Mateusza Morawieckiego nie pojawiła się nazwa producenta taboru szynowego z Nowego Sącza. Ministerstwo Rozwoju pospieszyło jednak z wyjaśnieniem, że – *przyjęty plan ma charakter kierunkowy, a poprzez wskazanie przykładowych programów rozwojowych rząd daje sygnał, że widzi potencjał w rozwoju konkretnych branż i będzie ten rozwój*

i kolejowych, budowa i modernizacja śródlądowych dróg wodnych ze szczególnym uwzględnieniem Odry, poprawa infrastruktury dostępowej do portów, poprawa taboru pasażerskiego.

Do 2030 r. Polska powinna dysponować wielogłęziową, wzajemnie zintegrowaną i uzupełniającą się siecią transportową. Aby to osiągnąć, należy dążyć do przyspieszenia inwestycji kolejowych i drogowych i do ich bardziej równomiernej rozłożenia. – *Nie może być jak teraz,*

Celem Ministerstwa Rozwoju jest stworzenie w Polsce zintegrowanej, wzajemnie powiązanej sieci transportowej służącej konkurencyjności gospodarki.

wspierał. W perspektywie długofalowej, do roku 2030 efektem programu ma być zbudowanie silnych przedsiębiorstw, zdolnych konkurować na rynkach światowych z dominującymi dziś na nich takimi gigantami jak Alstom czy Bombardier.

Nie tylko tabor

Udział transportu kolejowego w Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju wykracza poza zadania nakreślone w projekcie Luxtorpeda 2.0. – *Celem Ministerstwa Rozwoju jest – jak podkreślała na wspomnianej konferencji Monika Stopa – stworzenie w Polsce zintegrowanej, wzajemnie powiązanej sieci transportowej służącej konkurencyjności gospodarki. Chodzi m.in. o integrację systemu biletowo-sprzedazowego dla kolei, wsparcie dla transportu intermodalnego, stworzenie atrakcyjnej oferty dla przewozów towarowych, modernizację infrastruktury kolejowej. Ważną rzeczą jest też uzupełnienie sieci połączeń drogowych*

że inwestycje są prowadzone głównie w metropoliach i ich okolicach, a zaniedbana jest Polska B. Musimy bardziej stwarzać perspektywę rozwoju dla miast powiatowych i miasteczek. W dużej mierze dotyczy to Polski Wschodniej i nasze projekty transportowe kolejowe i drogowe będą dotyczyć tych miejsc. Pociąg z Radomia do Warszawy jedzie dziś wolniej niż przed wojną, a remont torów trwa 4 do 5 lat. Przed wojną Eugeniusz Kwiatkowski zbudował tę linię w półtora roku – podkreśla wicepremier Mateusz Morawiecki. Naszym strategicznym celem powinno też stać się dokończenie dróg Via Carpatia, Via Baltica oraz znacznie już opóźnionej linii kolejowej Rail Baltica.

Patrząc poza 2023 r.

Poprawa innowacyjności w transporcie kolejowym, podobnie jak w innych sektorach gospodarki, wymaga dużych nakładów. Do roku 2023, kiedy to skończy się rozliczanie obecnej perspektywy budżetowej Unii



Pesa wyprodukuje lokomotywy elektryczno-spalinową, którą następnie testować będzie Intercity. Po weryfikacji i otrzymaniu odpowiednich zezwoleń lokomotywa ta zostanie wdrożona na polskiej sieci kolejowej



W perspektywie długofalowej, do roku 2030 efektem programu ma być zbudowanie silnych przedsiębiorstw, zdolnych konkurować na rynkach światowych z dominującymi dziś na nich takimi gigantami jak Alstom czy Bombardier

Europejskiej na lata 2014-2020, Polska ma do wykorzystania (w ramach Umowy Partnerstwa UE) 5 mld euro z Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko, 3,6 mld euro z unijnego programu Łącząc Europę (CEF), 1,3 mld euro z programów regionalnych i 300 mln euro przypadających na Program Operacyjny Polska Wschodnia. Efektem wykorzystania tych funduszy powinno być 600 km zmodernizowanych linii kolejowych, 400 sztuk nowego taboru, 400 km sieci wyposażonej w Europejski System Sterowania Ruchem Kolejowym. Pozostałe źródła finansowania to budżet państwa, Polski Fundusz Rozwoju, mechanizmy wsparcia realizowane przez Szwajcarię i Norwegię, zagraniczne programy kredytowe, udział środków sektora prywatnego.

Obecnie gross środków przeznaczonych na poprawę kondycji polskiego kolejnictwa stanowią wciąż fundusze unijne. – *Planując rozwój branży, powinniśmy patrzeć znacznie dalej, niż koniec obecnej unijnej perspektywy unijnej – stwierdził na październikowym Kongresie Rozwoju Transportu w Łodzi wiceminister infrastruktury i budownictwa Andrzej Bittel. – Rynek krajowy powinien w pełni skorzystać z możliwości, jakie daje wart 66,5 mld zł zaktualizowany Krajowy Program Kolejowy. Trzeba nie tylko wydać te pieniądze, ale stworzyć za nie wartość dodaną, która będzie procentowała w przyszłości – dodał.*

Franciszek Nietz

Transport intermodalny w Polsce

-ukryty potencjał, który nagle może wystrzelić

Z danych wynika, że transport intermodalny w Polsce odnotowuje niewielki, ale stały rozwój. Czy możemy liczyć, że ta tendencja wzrostowa nabierze większej dynamiki?

Można uznać, że rynek przewozów intermodalnych w Polsce jest w fazie rozwoju. Łatwy do zaobserwowania jest wzrost tego typu przewozów w porównaniu z ogółem przewozów towarów, lecz udział transportu intermodalnego w pracy przewozowej ładunków w Polsce wynosi wciąż niespełna 5%. Niemniej rynek ten ma duży potencjał rozwoju, a wielkość przewozów intermodalnych może niedługo wzrosnąć do poziomu ok. 10-15%, co znacznie przybliżyłoby nas do pozostałych krajów europejskich.

Transport intermodalny wyróżnia to, że przewóz towarów odbywa się z zastosowaniem różnych gałęzi transportu, ale na tym samym dokumencie i w tej samej jednostce ładunkowej (np. kontenerze). Następuje więc zmiana środka transportu, lecz sam towar nie zmienia jednostki

ładunkowej. Oznacza to, że do zrealizowania intermodalnej pracy przewozowej niezbędne są różne gałęzi transportu i to w dużej mierze od ich dynamiki rozwoju uzależnione jest tempo w jakim będzie rozwijał się transport intermodalny.

Bezkonkurencyjny transport drogowy

Z najnowszych danych GUS wynika, że transport drogowy wiodzie prym wśród wszystkich gałęzi transportu w Polsce. W 2015 r. przetransportowano w Polsce ponad 1,8 miliona ton ładunków, a na sam transport drogowy przypadło z tej puli aż 1,5 miliona ton ładunków. Na kolejnym miejscu pod względem ilości przetransportowanych ładunków znalazł się transport kolejowy z 224 tys. ton, transport morski – blisko 7 tys. ton oraz transport



Marcin Gruchała

Wielkość przewozów intermodalnych w Polsce może niedługo wzrosnąć do poziomu ok. 10-15%, co znacznie przybliżyłoby nas do pozostałych krajów europejskich.



Udział transportu intermodalnego z wykorzystaniem pojazdu kolejowego szacowany na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego oraz spółek kolejowych wynosi zaledwie ok. 2,5-3%. Wynika to z faktu, że około 80% przewozów kontenerowych z polskich portów morskich jest realizowana przewozem drogowym

lotniczy – 38 ton ładunków. Ta ogromna różnica w klarowny sposób wskazuje jak dużą rolę w transporcie odgrywa właśnie „drogówka”.

Przyczyn tak powszechnego wykorzystania transportu drogowego można upatrywać w cechach, które odróżniają go od innych gałęzi transportu. Są wśród nich przede wszystkim szybkość i elastyczność, które wynikają z łatwej dostępności do infrastruktury, czyli gęstej i spójnej sieci dróg transportowych – w porównaniu z innymi środkami transportu. Umożliwia to dostawę towaru z miejsca nadania bezpośrednio do miejsca odbioru, co w dobie stosowania strategii *just in time* oraz dostaw *door to door* jest bardzo często kluczowe.

Kolej motorem napędowym intermodalu

Udział transportu intermodalnego z wykorzystaniem pojazdu kolejowego szacowany na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego oraz spółek kolejowych wynosi zaledwie ok. 2,5-3%. Wynika to z faktu, że około 80% przewozów kontenerowych z polskich portów morskich jest realizowana przewozem drogowym.



Udział transportu śródlądowego w przewozach ładunków ogółem w latach 2000-2014 zmniejszył się z 0,8% do 0,4%. Powodów tak marginalnego wykorzystania w transporcie rzek upatruje się w niedostatecznym zagospodarowaniu dróg żeglownych, jak i parametrów żeglugowych

Fot. Pixello

Szacuje się jednak, że transport kolejowy powinien w najbliższym czasie zacząć odgrywać coraz większe znaczenie. Ma on bowiem duży potencjał rozwoju ze wzglę-

portu morskiego z wykorzystaniem transportu kolejowego. Na poprawę dostępu do portów PLK planują przeznaczyć średnio ok. 600 mln na każdy z nich.

się z 0,8% do 0,4%. Powodów tak marginalnego wykorzystania w transporcie rzek upatruje się w niedostatecznym zagospodarowaniu dróg żeglownych, jak i parametrów żeglugowych, (wymiary śluz, głębokości i szerokości szlaku, wysokości mostów).

Dostosowanie wymiaru statków i dróg wodnych jest głównym czynnikiem determinującym efektywność transportu wodnego śródlądowego. A tymczasem, z danych wynika, że udział dróg o znaczeniu międzynarodowym spełniało w 2014 r. w Polsce 6% i ten stan nie zmienił się od 2007 r. Podobnie prezentuje się jakość taboru żeglugi śródlądowej. Jej wiek znacznie przekracza okres użytkowania, a eksploatacja jest możliwa tylko dzięki stałej modernizacji. Według danych za 2014 r. 74% eksploatowanych pchaczy, 48% barek do pchania oraz wszystkie barki z własnym napędem zostały wyprodukowane w latach 1949-1979.

Do zrealizowania intermodalnej pracy przewozowej niezbędne są różne gałęzie transportu i to w dużej mierze od ich dynamiki rozwoju uzależnione jest tempo w jakim będzie rozwijał się transport intermodalny.

du na planowane inwestycje oraz modernizację infrastruktury logistycznej. Jest to zresztą jeden z głównych celów zarządcy infrastruktury kolejowej w nowej perspektywie finansowej 2014-2020. Dzięki realizowanym i przygotowywanym przez Polskie Linie Kolejowe inwestycjom, takim jak remonty szlaków towarowych czy dojazdów do portów, polepszy się stan infrastruktury dla przewoźników towarowych, co wpłynie na wzmocnienie efektywności transportu kolejowego jako ekologicznego i konkurencyjnego środka przewozu towarów względem transportu drogowego.

W szczególności niezwykle ważną wydaje się być poprawa dostępu kolejowego do dużych portów morskich w Trójmieście oraz Szczecinie i Świnoujściu. Prace obejmują modernizację, budowę i rozbudowę infrastruktury kolejowej oraz inwestycje umożliwiające obsługę rosnącego trans-

portu morskiego z wykorzystaniem transportu kolejowego. Na poprawę dostępu do portów PLK planują przeznaczyć średnio ok. 600 mln na każdy z nich.

Marginalna rola żeglugi śródlądowej

Jest to gałąź transportu, która charakteryzuje się najmniejszym potencjałem rozwoju. Pomimo tego, że eksploatowanych przez żeglugę jest niemal 93% dróg żeglownych, to z danych GUS wynika, że udział transportu śródlądowego w przewozach ładunków ogółem w latach 2000-2014 zmniejszył

Optymistyczna przyszłość

Przez nasz kraj przebiega większość kluczowych korytarzy transportowych. Udział przewozów intermodalnych jest jednak w dalszym ciągu za niski – od bardziej rozwiniętych krajów europejskich, można nawet stwierdzić, dzieli nas pod tym względem przepaść.

Podstawowym czynnikiem bardziej dynamicznego rozwoju transportu intermodalnego w Polsce jest stworzenie korzystnych warunków, zarówno pod względem infrastruktury, jak i rozwiązań technicznych i prawno-organizacyjnych. Tym bardziej, że transport intermodalny jest obecnie tak naprawdę jedynym kierunkiem rozwoju. ◀

Marcin Gruchała
prezes zarządu
VGL Group

Lepsze i efektywniejsze połączenie portów z siecią kolejową na terenie Polski oraz krajów Europy jest kluczowe, zarówno dla dalszego rozwoju portów, jak i poprawy konkurencyjności transportu kolejowego.

Rozpoczęcie regularnych połączeń lotniczych między Warszawą i Seulem pozwoli na przewóz ca. 12 000 kg w każdym rejsie, czyli blisko 1 900 000 kg w każdym kierunku w ciągu roku

Bezpośrednio z Warszawy do Seulu

17 października, w pierwszy rozkładowy rejs z Warszawy do Seulu wyruszył Boeing 787 Dreamliner należący do Polskich Linii Lotniczych LOT. Obecnie bezpośrednie połączenie między Koreą a Polską polski przewoźnik obsługuje trzy razy w tygodniu. Samolot wylatuje z Warszawy w każdy poniedziałek, środę i sobotę, a w rejsy powrotne wyrusza we wtorki, czwartki i niedziele.

To trzecie połączenie lotnicze przewoźnika do Azji po Pekinie i Tokio. Co więcej – to już szósta dalekodystansowa trasa w siatce Polskich Linii Lotniczych LOT z Lotniska Chopina. Każde nowe połączenie naszego narodowego przewoźnika zwiększa pozycję warszawskiego portu na komunikacyjnej mapie Europy – mówił podczas oficjalnego otwarcia tej destylacji Mariusz Szpikowski, dyrektor Lotniska Chopina w Warszawie.

Mocne strony połączenia

Rejs z Warszawy do Seulu trwa nieco ponad 10 godz. Powrotny około 12. Czas przelotu ulegnie skróceniu, gdy tylko będą możliwe loty nad terytorium Rosji. Na pokładzie pasażerowie mają do dyspozycji trzy klasy podróży: LOT business class z fotelami rozkładającymi się do pozycji płaskiego łóżka, LOT premium class z fotelami wyposażonymi w podnóżki oraz LOT economy class z fotelami, w których zamontowane są ekrany rozrywki pokładowej i gniazdka USB. Na pokładzie można oglądać koreańskie filmy, korzystać z systemu rozrywki pokładowej w koreańskiej wersji językowej, a wśród personelu pokładowego jest osoba mówiąca po koreańsku.

Jednym z atutów połączenia do Seulu jest maksymalnie krótki czas podróży także z innych krajów regionu niż Polska. Dogodny rozkład LOT umożliwia podróż

z takich miast jak Wrocław, Sztokholm czy Kopenhaga z jedną, krótką przesiadką w Warszawie. Czas przesiadki z Wilna, Pragi czy Budapesztu wynosi 40-50 min., co pozwala zaoszczędzić kilka godzin względem połączeń, które oferują inni europejscy przewoźnicy. To oferta atrakcyjna szczególnie dla pasażerów biznesowych.

– Nasi klienci potrzebują wygodnej oferty na połączenia, z dobrym rozkładem i maksymalnie krótkimi przesiadkami. Odpowiadamy na tę potrzebę. W naszej siatce jest dziś blisko 60 europejskich miast i ich mieszkańcy nie muszą już przesiadać się w dużych i zatłoczonych hubach zachodniej Europy. Mogą wybrać rejs LOT przez Warszawę – zakomunikował podczas inauguracji Rafał Milczarski, prezes

rejsów zawsze wyzwala potencjał w sektorze turystycznym. – Koreańskie firmy za inwestowały w Polsce ponad 1,7 mld dol., a w całej Europie wielokrotnie więcej. LOT zagwarantuje najwygodniejszą podróż między Seulem a naszą częścią Europy, bez konieczności męczących przesiadek w dużych i zatłoczonych portach lotniczych. Nasza oferta to oszczędność czasu, komfort i najwyższa jakość obsługi – stwierdził.

Z przewozami cargo

Przesłanką do uruchomienia połączenia Warszawa – Seul jest też to, że rocznie na trasie Polska – Korea Południowa podróżuje około 30 tysięcy osób, a z całego regionu Europy Środkowo-Wschodniej ponad

Jednym z atutów połączenia do Seulu jest maksymalnie krótki czas podróży także z innych krajów regionu niż Polska. Dogodny rozkład LOT umożliwi podróż z takich miast jak Wrocław, Sztokholm czy Kopenhaga z jedną, krótką przesiadką w Warszawie.

LOT-u. Stwierdził też, że to bezpośrednie połączenie może przynieść wymierne korzyści dla naszego kraju. Efektem mogą być koreańskie inwestycje w Polsce oraz wzrost ruchu turystycznego między oboma krajami. A uruchomienie bezpośrednich

350 tys. Prognozy mówią o co najmniej 8-procentowym wzroście rok do roku, w kolejnych latach. Zainteresowanych tym połączeniem jest na pewno 71 tys. Koreańczyków mieszkających w Polsce i 13 tys. Polaków w Korei.

Za wyborem tego kierunku lotu przemawiają dane ekonomiczne, gdyż Korea Południowa jest bardzo ważnym i prężnie rozwijającym się ośrodkiem biznesowym w Azji i kolebką wielu gigantycznych, znanych na całym świecie koncernów, które od wielu lat inwestują w Polsce. Wiele z tych inwestujących w Polsce ma siedzibę w Seulu. Co więcej, Korea Południowa należy do krajów, które w ostatnim 50-leciu osiągnęły największe sukcesy gospodarcze. Na początku lat 60. PKB *per capita* stanowił niecałe 25% średniego poziomu PKB *per capita* na świecie. Obecnie stanowi 240% średniej światowej. Polska natomiast stanowi piąty rynek europejski dla koreańskiego eksportu. Jednocześnie odnotowuje wysoki deficyt w wymianie handlowej. Korea jest dla Polski trzecim (po Chinach i Rosji) partnerem co do wysokości ujemnego salda obrotów handlowych. W 2015 r. eksport z Korei do Polski wyniósł 2 810 mln dol. (spadek o ca. 1 000 mln dol. w porównaniu do 2014), a import z Polski do Korei 700 mln dol. (saldo -2 110 mln dol.). Główną przyczyną tej sytuacji jest znaczący import do Polski generowany przez koreańskich inwestorów, którzy prowadzą działalność w Polsce, a później eksportują na rynki europejskie.

Można stwierdzić, że Polska jest największym celem inwestycyjnym Korei Południowej w Europie Środkowo-Wschodniej i piątym na Starym Kontynencie. Imponujący wynik opiewający na sumę 825 mln dol. czyni ten kraj drugim, zaraz po Japonii, azjatyckim inwestorem w Polsce. Co więcej, aż 60% importu i eksportu z tym



Korea Południowa jest bardzo ważnym i prężnie rozwijającym się ośrodkiem biznesowym w Azji i kolebką wielu gigantycznych, znanych na całym świecie koncernów, które od wielu lat inwestują w Polsce. Wiele z tych inwestujących w Polsce, ma siedzibę w Seulu



Uroczysta inauguracja połączenia lotniczego Warszawa – Seul realizowanego przez Dreamlinera LOT-u. Wśród pasażerów był minister spraw zagranicznych Witold Waszczykowski, który udał się do tego kraju z misją gospodarczą

państwem stanowi elektronika i sprzęt multimedialny, plasując rynek koreański na drugim po Chinach miejscu w rankingu partnerów gospodarczych Polski w Azji pod względem wymiany handlowej.

Rozpoczęcie regularnych połączeń lotniczych między Warszawą i Seulem pozwoli na przewóz ca. 12 500 kg w każdym rejsie, czyli blisko 1 900 000 kg w każdym kierunku w ciągu roku. Tylko do 2 listopada wykonano siedem rejsów na trasie Seul – Warszawa, podczas których przewieziono 43 700 kgs i 12 100 kgs poczty, a w odwrotnym kierunku – 39 200 kgs. Jak widać w rejsach z Seulu pozostaje na razie trochę (10-15%) niewykorzystanego udźwigu. LOT Cargo zapewnia jednak, że pojemność wykorzystana jest prawie w całości ze względu na „objętościowe” przesyłki pocztowe, a przewozy cargo na trasie Warszawa – Seul mają tendencję wzrostową – ich wartość wzrosła od 1 500 kgs w pierwszym rejsie do 9 700 kgs w piątym.

Podczas rejsów z Polski najczęściej przewożone są części samochodowe, podzespoły elektroniczne, produkty chemiczne i spożywcze. Z Korei na polski rynek trafia elektronika, części do maszyn i urządzeń oraz części samochodowe i tekstylia.

Więcej niż Korea

Zarząd LOT myśli też o następnych połączeniach. Niedawno ogłoszono, że będzie w przyszłym roku latał do Newark i Los Angeles w Stanach Zjednoczonych. Przewoźnik zapowiedział również włączenie do swojej floty nowych samolotów

średniego zasięgu. Dzięki temu w drugiej połowie przyszłego roku mogą zostać uruchomione kolejne trasy.

Prezes PLL LOT Rafał Milczarski zapowiedział, że w tym roku firma chce wypracować zysk operacyjny na poziomie 150-200 mln zł. z działalności podstawowej czyli z przewozu pasażerów. Do 2020 r. linia ma możliwość leasingu 15 samolotów typu Boeing 737 oraz planuje zatrudnić 480 pilotów. Z kolei wiceminister skarbu państwa Mikołaj Wild, który odpowiada w resorcie za PLL LOT powiedział podczas inauguracji, że LOT – po „nieco gorszej koniunkturze”, jaką ostatnio linia doświadczyła, przeżywa okres ewidentnego wzrostu.

W sumie tylko w tym roku LOT ogłosił i uruchomił 26 nowych połączeń (wliczając w to trasy do Teheranu i Astany), w tym ogłoszone wcześniej połączenie do Newark w USA i połączenie do Seulu. Ponadto polski przewoźnik chce również w ciągu najbliższych czterech lat uruchomić połączenia do jeszcze jednego miasta w Kanadzie.

Uruchamianie kolejnych tras dalekiego zasięgu wpisuje się w strategię narodowego przewoźnika, która zakłada, że do 2020 r. liczba przewożonych pasażerów wzrośnie do 10 mln rocznie. Za cały 2016 r. przewoźnik szacuje, iż obsłuży 5,5 mln podróżnych. Tak duży wzrost będzie możliwy dzięki uruchomieniu nowych połączeń, obsługiwanych przez większą flotę. W planach jest więc zasilenie jej 16 dreamlinerami (wobec obecnych 6), które obsługiwać będzie 400 nowych pilotów i ponad 1000 dodatkowych pracowników personelu pokładowego. <

Elżbieta Haber

Ford wygląda nowocześnie, a przód w formie klina pomaga omijać przeszkody podczas manewrowania



Komplet zalet za mniej

Ford Transit Courier Van wyróżnia się w swojej klasie wielkością ładowni i ekonomicznymi silnikami. Teraz korzyści jest jeszcze więcej.

Transit Courier Van należy do najnowszej generacji dostawczych Fordów. Ma znakomity styl i kompaktowe wymiary, doskonale dostosowane do eksploatacji w mieście. Łatwo się nim poruszać w gęstym ruchu i bez trudu można go zaparkować. Jego długość to zaledwie 4,16 m. Średnica zawracania między krawężnikami wynosi jedynie

10,5 m. Przy wysokości 1,75 m może być parkowany w zwykłych garażach i parkingach podziemnych, zupełnie jak samochód osobowy.

Wygodny z przodu, wielki z tyłu

Wnętrze jest nowoczesne i urządzone z myślą o różnorodnych sposobach uży-

wania samochodu. Wykończenie jest bardzo dobrej jakości, a użyte materiały cieszą oko i są przyjemne w dotyku. Liczne schowki pomieszczą zarówno telefon, jak i dokumenty czy akcesoria potrzebne podczas pracy, np. skaner kodów kreskowych. Nad przednią szybą jest duża półka, a na tunelu środkowym dwa zagłębienia na kubki oraz uchwyt na tablet lub mały laptop. Kieszenie w drzwiach są pojemne, co jest przyjemną niespodzianką w aucie tej wielkości. Miejsce kierowcy można dostosować do swoich potrzeb, regulując w szerokim zakresie położenie fotela i kierownicy. Widoczność jest bardzo dobra, a zwięźający się przód ułatwia manewrowanie w ciasnych miejscach. Ford wygląda atrakcyjnie i zarazem ma mały współczynnik oporu powietrza, co sprzyja niskiemu zużyciu paliwa.

Użytkownicy, którym zależy przede wszystkim na wielkości ładowni, będą zadowoleni. Objętość furgonów wyposażonych w stałą przegrodę między kabiną a ładownią wynosi znakomite w tej klasie 2,3 m³. Na życzenie Ford montuje w tym miejscu siatkę składaną w pionie i składany fotel pasażera. Dzięki wykorzystaniu dodatkowej przestrzeni obok kierowcy, objętość ładowni wzrasta do 2,6 m³. Możliwe jest też przewożenie przedmiotów o długo-



Transit Courier należy do najnowszej generacji dostawczych Fordów, co jest widoczne w formie i wyposażeniu tablicy rozdzielczej

ści sięgającej 2,6 m. Ładowność furgonów dochodzi do 660 kg.

Dwuskrzydłowe, tylne drzwi otwierają się o kąt 90, a po zwolnieniu blokującego, żółtego „motylka” o kąt 180 stopni. Ponadto Transit Courier może być wyposażony w drzwi przesuwne z prawej lub z obu stron nadwozia. Będą pomocne przy częściowym rozładunku, gdy samochód parkuje równoległe do krawędzi chodnika. Kluczową zaletą Forda jest nisko przebiegający próg przedziału ładunkowego. W pustym samochodzie znajduje się niepełna 54 cm nad jezdnią. Ciężkie lub nieporęczne przedmioty można bez wysiłku umieścić wewnątrz. W ładowni mieści się jedna europaleta.

Bardzo opanowany

Transit Courier zachowuje się na drodze przewidywalnie. Ma bardzo dobre własności jezdne i oferuje wysoki poziom bezpieczeństwa czynnego i biernego. Zawieszenie jest złożone z kolumn McPhersona z przodu oraz skrętnej osi z tyłu, a układ kierowniczy godzi komfort i precyzję. Ford daje kierowcy krzepiące poczucie kontaktu z drogą. Na autostradzie czy drodze ekspresowej pozwala bezpiecznie i komfortowo jechać z wysoką prędkością. Hałas jest przy tym niski, można rozmawiać z pasażerem nie podnosząc głosu. Jednocześnie zawieszenie dobrze tłumi nierówności na zaniedbanych drogach lokalnych czy ulicach miast. Elektronicznie sterowane hamulce wyposażone są m.in. w układ stabilizacji toru jazdy ESC, wspomaganie nagłego hamowania EBA oraz system HSA, który ułatwia ruszanie pod górę. Elektronika kontroluje również zachowanie przyczepy.

Samochód ma oszczędne silniki benzynowe i Diesla, które współpracują z pięciostopniowymi skrzyniami biegów. Ostatnie przełożenie zawsze ma charakter nadbiegu, a zatem obniża obroty silnika przy wysokiej prędkości jazdy i dobrze wpływa na niskie spalanie. Szczególnie godny polecenia jest nowoczesny, 3-cylindrowy silnik benzynowy EcoBoost, który osiąga moc 100 KM. Ta niewielka, lekka jednostka napędowa ma żeliwny blok i aluminiową głowicę z dwoma wałkami rozrządu i 4 zaworami na cylinder. Wysokie osiągi zawdzięcza elektronicznemu sterowaniu z wydajnym układem wtryskowym z 6-otwórkowymi wtryskiwaczami, zmiennym fazom rozrządu Ti-VCT oraz turbosprężarce. Pompa oleju o wydajności regulowanej automatycznie, odpowiednio do bieżących potrzeb silnika, jest jednym z elementów, które przyczyniają się do małego zużycia paliwa jednostki 1,0 Eco-



Nadkola zajmują mało miejsca. W opcji są lewe drzwi przesuwne oraz ruchoma ścianka działowa, umożliwiające powiększenie ładowni o dodatkowe centymetry



Niesymetryczne tylne drzwi są praktyczne, gdy trzeba sięgnąć do ładowni na zatłoczonej ulicy

Boost. W Transicie Courier Van wyposażonym w system start/stop zużywa ona przeciętnie 5,2 l/100 km, a w trasie spalanie spada do 4,7 l/100 km.

Choć Transit Courier Van jest niewielkim autem użytkowym, można się w nim poczuć jak w samochodzie klasy premium. Ford proponuje nabywcom bardzo bogate wyposażenie dodatkowe, w tym klimatyzację, radio z Bluetooth i stację dokującą MyFordDock pozwalającą na zamocowanie i naładowanie przenośnych urządzeń, takich jak telefony komórkowe czy systemy

nawigacji satelitarnej, ponadto centralny zamek, przednie światła przeciwmgielne oraz elektrycznie sterowane lusterka i szyby. Fotel kierowcy można doposażyć w wygodny podłokietnik. Teraz wymienione wyposażenie plus przesuwne drzwi z prawej strony i stała przegroda między kabiną a ładownią dostępne są w komplecie z wydajnym i oszczędnym silnikiem 1,0 EcoBoost w doskonałej cenie. W promocyjnej ofercie wynosi ona 38 650 zł netto lub 282 zł miesięcznie w Ford Leasing Opcje. ◀

Teraz jeszcze więcej możliwości



TSLbiznes
MIESIĘCZNIK INFORMACYJNY BRANŻY TRANSPORT-SPEŁYCJA-LOGISTYKA

Truck&Van
www.truck-van.pl

Prenumerata roczna
tylko 99 zł

Prenumerata roczna
tylko 49 zł

**Promocyjna prenumerata
obu tytułów
129 zł**

**Co miesiąc
dla wszystkich
profesjonalistów
branży TSL**

Warto
wiedzieć
więcej



www.TSL-biznes.pl/prenumerata

Prenumeratę miesięczników
TSL Biznes oraz Truck & Van
można zamówić przez:

- www.TSL-biznes.pl/prenumerata
- e-mail: prenumerata@tsl-biznes.pl
prenumerata@truck-van.pl
- fax: 22 205 07 57
- pocztą: Redakcja TSL Biznes
i Truck& Van
ul. Malczewskiego 17a,
05-820 Piastów
- telefon: 22 213 88 28

Roczna prenumerata (11 wydań):
TSL Biznes w cenie 99 zł z VAT
Truck & Van..... w cenie 49 zł z VAT
oba tytuływ cenie 129 zł z VAT

Formularz prenumeraty

Dane do wysyłki

Imię
Nazwisko
Nazwa firmy
Adres
Kod Poczta
Telefon
e-mail

Data i podpis

Dane do faktury

Nazwa firmy
NIP
Adres (jeśli inny niż do wysyłki)

Kod Poczta

Zamawiam roczną prenumeratę (11 wydań)
TSL Biznes od numeru /2016
Truck&Van od numeru /2016
oba tytuły od numeru /2016

Coroczne, automatyczne
przedłużanie prenumeraty

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych przez KMG Media Sp. z o.o. dla celów prenumeraty, marketingu i wydawania miesięczników TSL Biznes i Truck & Van. Dane osobowe mogą być sprawdzane i poprawiane.



9-11.05.2017

Międzynarodowe Targi Budownictwa Drogowego

* Maszyn i Sprzętu Budowlanego * Transportu Drogowego

* Infrastruktury * Techniki Parkingowej

INFRASTRUKTURA BUDUJE SIĘ Z NAMI!

WSPÓŁPRACA



Institut Badawczy
Dróg i Mostów
www.ibdim.edu.pl

Targi Kielce SA,
Kontakt: Dyrektor Projektu - Bogusława Grzechowska
tel. 41 365 12 10, fax 365 14 26, e-mail: autostrada@targikielce.pl

Ceny promocyjne obowiązują do 30 listopada 2016

www.autostrada-polska.pl

TARGI DAJĄ WIĘCEJ

Sprawdź na:

■ www.targidajawiecej.pl

■ facebook.com/targidajawiecej



Dziękujemy naszym
Klientom
za inspirację i motywację
do ciągłego rozwoju.

DB Schenker

Lider Informatyki 20-lecia. Computerworld 2016