

RYNEK TSL 2026



Realnie pomagamy prowadzić biznes

Przez 25 lat E100 rozwijało się razem z europejskim transportem. Zaczynaliśmy od karty paliwowej, która odpowiadała na podstawową potrzebę przewoźników: bezgotówkowe tankowanie w różnych krajach i kontrolę kosztów. Dziś jesteśmy dostawcą profesjonalnych narzędzi dla transportu, działającym w 32 krajach Europy i obsługującym ponad 28 tys. klientów.



VOLODYMYR INOMISTOV
dyrektor handlowy w E100 Group

Jubileusz, który obchodzimy w tym roku, pokazuje skalę tej zmiany: od pojedynczego produktu do rozwiązań obejmujących zarządzanie operacyjne, finanse, bezpieczeństwo i dane.

Wspieramy różne obszary

Ta transformacja nie była efektem technologii dla samej technologii. Rozwijaliśmy ko-

lejne usługi, słuchając przewoźników i odpowiadając na konkretne problemy. Transport szybko weryfikuje wartość każdego rozwiązania – jeśli nie oszczędza czasu, nie zwiększa kontroli albo nie ogranicza ryzyka, po prostu nie jest potrzebne.

Dlatego rozwijamy narzędzia wspierające różne obszary prowadzenia firmy transportowej: od opłat drogowych i zwrotu VAT i akcyzy, przez finansowanie, po analizę danych, planowanie tras i bezpieczeństwo transakcji. FastData pomaga szybciej zauważać trendy kosztowe i obszary wymagające optymalizacji, Locator PRO wspiera zarządzanie trasami i flotą, a Secure E-BOX zapobiega kradzieży paliwa z wykorzystaniem karty paliwowej.

To przykłady tego, jak technologia przekłada się na decyzje biznesowe.

Skala działania

Dużą wartością E100 jest europejska skala działania. Każdy rynek ma inną strukturę flot, poziom cyfryzacji i tempo wdrażania nowych rozwiązań. Dzięki obecności w wielu krajach możemy przenosić do-



Dzięki obecności w wielu krajach możemy przenosić doświadczenia między rynkami i skalować rozwiązania, które sprawdzają się lokalnie.

świadczania między rynkami i skalować rozwiązania, które sprawdzają się lokalnie. Polska ma w tym procesie szczególne znaczenie – wiele rozwiązań rozwijanych z myślą o polskich przewoźnikach później znajduje zastosowanie także w innych częściach Europy. Tak rozumiem rolę lidera rynku: nie tylko reagować na zmiany, ale obserwować potrzeby branży, inwestować w praktyczne innowacje i tworzyć rozwiązania, które podnoszą standard funkcjonowania całego sektora. Transport będzie coraz bardziej oparty na danych i technologii, ale o ich wartości zawsze zdecyduje jedno: czy realnie pomagają przewoźnikowi prowadzić biznes sprawniej, bezpieczniej i bardziej świadomie.

Gdy ładunki jadą, a płatności stoją. Windykacja w TSL

Współczesna windykacja w sektorze TSL przechodzi fundamentalną transformację. Era bezwzględnie egzekwowania należności metodą „siłową” ustępuje miejsca strategii opartej na zarządzaniu doświadczeniami. Bo czy w czasach rosnących zatorów płatniczych można sobie pozwolić na ignorowanie relacji i jakości komunikacji?



DAMIAN MICHALECKI
lider obszaru obsługi klienta
w Pactus.eu

**Paradoks dłużnika: gdy
płatnik staje się klientem**

W branży TSL mamy do czynienia ze specyficznym zjawiskiem „łań-

cucha zatorów”. Niska marżowość oraz długie terminy płatności sprawiają, że podmiot, który dziś zalega z płatnością, często sam jest ofiarą nierzetelności swoich kontrahentów. W tym kontekście windykacja przestaje być polem bitwy, a staje się procesem mediacyjnym. Stąd customer service w tym sektorze dotyka obu stron procesu. Z perspektywy płatnika (dłużnika), nowoczesna windykacja musi opierać się na modelu współpracy, a nie eskalacji sankcji. Kluczowe jest podejście „niepalenia mostów”

– profesjonalny negocjator traktuje dłużnika jak partnera biznesowego, który znalazł się w trudnej sytuacji. Nasze statystyki potwierdzają tę tezę: aż 60 proc. spraw udaje się rozwiązać bez wdrażania sankcji, np. bez wystawiania długu na Gieldzie Wierzytelności. Etyczne podejście oparte na empatii i dialogu często okazuje się skuteczniejsze niż restrykcyjne metody.

**Wierzyciel w centrum uwagi:
skuteczność to jedyna cena**

Dla wierzyciela – szczególnie z segmentu mikro- i małych przedsiębiorstw – obsługa klienta sprowadza się do jednego mianownika: skuteczności. Właściciele jednoosobowych firm transportowych, borykający się z brakiem czasu i specjalistycznej wiedzy prawnej, oczekują natychmiastowych efektów.

Z naszych analiz wynika, że wysoki poziom customer service po

stronie wierzyciela determinują cztery filary. Pierwszy to dostępność kanałów komunikacji: klienci oczekują spersonalizowanego i wielokanałowego kontaktu. Drugi to samoobsługa (self-service): aż 4/5 wierzycieli korzystających z naszych usług regularnie pyta o status swojej sprawy. Stąd standardem rynkowym stała się możliwość monitorowania postępów w czasie rzeczywistym, na przykład przez Panel Klienta. Kolejny filar to szybkość reakcji – a czas to w windykacji pieniądź – w sensie dosłownym. Warto tu wspomnieć, że w pierwszej połowie 2025 roku średni czas zamknięcia sprawy w Pactus.eu wyniósł zaledwie 10 dni. Czwartym i ostatnim filarem jest edukacja. Nowoczesna firma windykacyjna pełni rolę doradcy, ucząc klientów, jak unikać błędów w dokumentacji, które dłużnicy wykorzystują do „kupowania czasu”. A do błędów, które pojawiają

się najczęściej, należy na przykład brak podpisanego listu CMR czy różnego rodzaju pomyłki w fakturach.

Wprowadzenie standardów w zakresie obsługi klienta do windykacji zmienia postrzeganie tej usługi. Przestaje być ona „ostatnią deską ratunku”, a staje się profesjonalnym narzędziem zarządzania ryzykiem finansowym.

Zastosowanie sztucznej inteligencji (AI) do analizy tonu wypowiedzi czy historii płatniczej pozwala na jeszcze głębszą personalizację komunikatów, co zwiększa szanse na polubowne rozwiązanie sporu. Ostatecznie dobry customer service w windykacji to nie mit – to pragmatyzm. W branży, gdzie ładunki krążą szybko, a gotówka powoli, profesjonalny proces odzyskiwania należności, dbający o relacje obu stron, jest jedyną drogą do uzdrowienia płynności finansowej całego sektora TSL.

REKLAMA

Uruchomimy magazyn dedykowany dla Twojej firmy!

Magazyn **Greenfield** w dowolnym miejscu w **Polsce**

Określamy potrzeby logistyki

Wybieramy lokalizację i infrastrukturę magazynu

Obsługujemy obiekt i procesy logistyczne zgodnie z Twoimi potrzebami

**Chcesz dowiedzieć się więcej?
NAPISZ!**

logistyka-magazynowa@omega-pilzno.com

LIDERZY SEKTORA TSL

Rynek TSL w Polsce tworzą doświadczeni menedżerowie, którzy wyznaczają kierunki rozwoju transportu, spedycji i logistyki.

Poniższa lista przedstawia osoby mające istotny wpływ na kształtowanie i rozwój tego sektora.



DARIUSZ CEGIELSKI

PREZES ZARZĄDU TPG

Lider, który skutecznie przewiduje branżowe trendy. W 2004 r. doskonale przewidział, że wejście Polski do Unii Europejskiej otworzy jej drogę do międzynarodowego sukcesu. To właśnie wtedy założył spółkę Trans Polonia, która dziś posiada przedstawicielstwa handlowe w całej Europie i nieustannie się rozwija.

Doskonale wie, jak ważny jest rozwój na zachodzie – w 2021 r. przejął belgijską spółkę, co przyczyniło się do rekordowego wzrostu Grupy Kapitałowej Trans Polonia na rynku zagranicznym. Obecnie eksport stanowi 79 proc. przychodów Grupy. Kładzie też duży nacisk na CSR, minimalizując negatywny wpływ na środowisko pracy oraz wspierając

młode talenty i społeczność lokalną. Z wykształcenia magister ekonomii, od 1999 r. zajmuje się budowaniem rynku przewozów produktów chemicznych. Jego doświadczenie i zaangażowanie w rozwój branży sprawiają, że TPG od 20 lat jest ważnym graczem europejskiego rynku przewozu produktów niebezpiecznych.



ADAM GODAWSKI

CEO, WSPÓŁWŁAŚCICIEL GRUPY OMEGA PILZNO

Współwłaściciel i prezes zarządu Grupy OMEGA Pilzno, którą rozwija od 35 lat. Od początku wyznacza kierunek jej działalności, łącząc przedsiębiorczą odwagę z konsekwentną realizacją długoterminowej strategii. Zarządza grupą spółek, której kluczowym

filarem są usługi logistyczne. Pod jego kierownictwem OMEGA Pilzno ugruntowała pozycję jednego z największych operatorów logistycznych w Polsce. Firma dysponuje magazynami logistycznymi oraz własną flotą 700 pojazdów, dzięki czemu realizuje

projekty magazynowe i obsługuje duże wolumeny transportowe. Jako prezes koncentruje się na budowaniu silnej organizacji, zdolnej odpowiadać na zmieniające się potrzeby klientów i podejmować kolejne ambitne przedsięwzięcia.



EMILIA GÓRSKA-MYTYK

DYREKTORKA ZARZĄDZAJĄCA KUEHNE+NAGEL W POLSCE, LITWIE I ŁOTWIE

Od początku kariery zawodowej pracuje w międzynarodowym środowisku. Z branżą TSL jest związana od ponad 25 lat. Pełniła kluczowe role w wiodących firmach logistycznych, w których rozwijała umiejętności w zarządzaniu różnorodnymi zespołami, strategii operacyjnej i sprzedażowej. Jest również certyfikowaną mentorką biznesową EMCC, która wspiera kobiety oraz osoby

na wczesnym etapie kariery, oferując beczenne spostrzeżenia i wsparcie w poruszaniu się po zawiłościach biznesu. W lutym 2024 r. objęła stanowisko dyrektorki zarządzającej w Kuehne+Nagel Polska, a od lipca 2024 r., poprzez połączenie krajów Polski, Litwy i Łotwy w jeden klastery, przejęła odpowiedzialność zarządczą za operacje w tych krajach.

W pracy priorytetowo traktuje tworzenie kultury organizacyjnej opartej na wartościach, środowiska pracy wspierającego rozwój współpracowników, troskę o wysoką jakość świadczonych usług na rzecz klientów oraz wywieranie pozytywnego wpływu na środowisko i społeczności. Dzięki bogatemu doświadczeniu, zaangażowaniu i pasji do rozwoju jest siłą napędową w branży TSL.



GRZEGORZ HACHOŁ

CZŁONEK ZARZĄDU I DYREKTOR HANDLOWY 3LP (WÜRTH GROUP MEMBER)

Absolwent studiów magisterskich na Uniwersytecie Śląskim; ukończył również studia podyplomowe na kierunku zarządzanie firmą w Akademii Ekonomicznej w Katowicach, nowoczesne zarządzanie finansowe we Francuskim Instytucie Zarządzania w Warszawie, podyplomowe studia menedżerskie

w Szkole Głównej Handlowej oraz Executive MBA w Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. Od 2004 r. związany zawodowo z Grupą Kapitałową TIM – zaczynał od stanowiska dyrektora oddziału w Katowicach, kontynuował współpracę z TIM jako dyrektor regionalny (2010-2011) oraz

dyrektor zakupów (2011-2021). Od 2022 r. pełni funkcję dyrektora handlowego oraz członka zarządu spółki 3LP, odpowiadając za strategiczny rozwój sprzedaży, realizację strategii handlowej, budowanie relacji z kluczowymi klientami i partnerami oraz nadzór nad wynikami biznesowymi firm.

VOLODYMYR INOMISTOV

DYREKTOR HANDLOWY, E100 GROUP

Od 2014 r. związany z E100 Group, a od dwóch lat pełni funkcję Dyrektora Handlowego, odpowiadając za strategię i wyniki sprzedaży w całej Europie. W 2025 r. sprzedaż E100 osiągnęła poziom miliarda litrów paliwa mimo wymagającej sytuacji rynkowej. Wcześniej jako Dyrektor Regionalny rozwijał działalność E100 w Ukrainie, Mołdawii i Rumunii. W Ukrainie współtworzył wdrożenie

elektronicznego obiegu dokumentów w transporcie, wyróżnione przez Ministerstwo Transformacji Cyfrowej. Karierę rozpoczynał w branży finansowej, następnie związał się z sektorem paliwowym i skupił się na rozwoju biznesu na nowych rynkach. Uczestniczył w programach międzynarodowych szkół biznesu w USA, Londynie, Cze-

chach i Kijowie. Posługuje się sześcioma językami. W zarządzaniu stawia na odpowiedzialność zespołu i orientację na klienta. Wierzy, że trwałą przewagę buduje zdolność organizacji do szybkiego reagowania na zmiany, dotrzymywania obietnic i dostarczania rozwiązań odpowiadających na realne potrzeby klientów.



DAMIAN KRZYMPIEC

CZŁONEK ZARZĄDU I DYREKTOR OPERACYJNY 3LP (WÜRTH GROUP MEMBER)

Doświadczony menedżer z kilkunastoletnim stażem w sektorze dystrybucji i logistyki, specjalizujący się w transformacji procesów operacyjnych w kierunku nowoczesnych modeli e-commerce. Od 2000 r. związany z Grupą Kapitałową TIM, gdzie z sukcesem przeszedł wszystkie kluczowe etapy kariery – od stanowiska product managera, przez zarządzanie działem zakupów, aż po objęcie funkcji Dyrektora Logistyki w 2014 r. Odpowiadał za kompleksowe zarządzanie

łańcuchem dostaw – od magazynowania, przez dystrybucję, po dostarczenie produktów do klientów końcowych. Dzięki strategicznemu podejściu oraz holistycznemu spojrzeniu na procesy logistyczne i zakupowe skutecznie zwiększał efektywność operacyjną organizacji. Od ponad 10 lat członek zarządu i dyrektor operacyjny w 3LP, gdzie odpowiada za rozwój strategiczny i operacyjny firmy – elastycznego i kompleksowego operatora logistycznego, obsługującego renomo-

wane marki z różnych branż. Absolwent Politechniki Wrocławskiej oraz studiów podyplomowych w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Ukończył również program MBA Management realizowany przez ICAN Institute. Ceniony za analityczne myślenie, silne kompetencje przywódcze oraz konsekwentną orientację na realizację celów biznesowych. Skutecznie buduje i rozwija zintegrowane, interdyscyplinarne zespoły o wysokiej efektywności.



ANDRZEJ PAWLAK

VICE PRESIDENT BUSINESS DEVELOPMENT CENTRAL & EASTERN EUROPE, DHL SUPPLY CHAIN

Należy do grona najbardziej rozpoznawalnych ekspertów logistyki kontraktowej w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej. Od ponad 20 lat jest związany z branżą TSL, a karierę rozpoczynał jako spedytor. Dzięki doświadczeniu operacyjnemu i handlowemu doskonale rozumie zarówno zło-

żoność procesów logistycznych, jak i potrzeby biznesowe klientów. Od 11 lat w DHL Supply Chain odpowiada za rozwój biznesu i budowanie strategicznych relacji. Obecnie, jako Vice President Business Development Central & Eastern Europe, działa na rynkach Polski, Czech, Słowacji, Węgier i Rumunii.

W centrum jego podejścia znajduje się klient, jego strategia i cele rozwojowe. Andrzej stawia na uważne słuchanie, partnerski dialog i tworzenie rozwiązań dopasowanych do realnych potrzeb firmy. Postrzega logistykę jako ważny element strategii biznesowej i źródło przewagi konkurencyjnej.



JAROSŁAW WITKOWSKI

PREZES ZARZĄDU DACHSER POLSKA

Menedżer z blisko 30-letnim doświadczeniem w branży logistycznej. Od 2024 r. pełni funkcję prezesa zarządu DACHSER Polska. Odpowiada za strategiczny rozwój DACHSER Road Logistics w Polsce i nadzoruje krajową sieć oddziałów. Od 2025 r. stoi również na czele DACHSER

Air & Sea Logistics w Polsce. Z DACHSER jest związany od 2010 r., kiedy objął stanowisko kierownika oddziałów w Poznaniu i Szczecinie. W kolejnych latach awansował na dyrektora regionu, a także kierował oddziałem w Gdańsku. Przed powołaniem na stano-

wisko prezesa pełnił funkcję pełnomocnika zarządu DACHSER Polska. Wcześniej zdobywał doświadczenie zawodowe w Raben Group, GLS oraz ROHLIG SUUS Logistics. Studiował w Wyższej Szkole Morskiej (dzisiejszej Politechnice Morskiej) w Szczecinie.



Leasing, wynajem czy zakup?

Jeszcze kilka lat temu wybór sposobu finansowania samochodu firmowego często sprowadzał się do ceny zakupu, wysokości raty i korzyści podatkowych. Dziś rosnące znaczenie całkowitego kosztu posiadania (ang. Total Cost of Ownership, TCO) zmienność cen paliw i energii, rozwój elektromobilności oraz niepewność dotycząca przyszłej wartości pojazdów sprawiają, że pytanie „leasing, wynajem czy zakup?” nie ma jednej właściwej odpowiedzi.



PAWEŁ PIÓRKOWSKI

prezes zarządu Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów

ku Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP). Na koniec pierwszego półrocza 2026 r. flota samochodów w wynajmie długoterminowym firm członkowskich PZWLP osiągnęła 261 tys. pojazdów, rosnąc o 12,4 proc. rok do roku. Jednocześnie wynajem długoterminowy odpowiadał za około 21 proc. nowych samochodów osobowych kupowanych przez firmy.

Przedsiębiorcy coraz rzadziej pytają, która forma finansowania jest najtańsza. Coraz częściej pytają, która będzie najbardziej opłacalna w całym cyklu życia samochodu. Coraz częściej zastanawiają się, która będzie najbardziej opłacalna w całym cyklu życia samochodu, a jednocześnie najlepiej dopasowana do jego przeznaczenia i częstotliwości użytkowania. Dlatego kluczowym kryterium staje się dziś TCO – całkowity koszt użytkowania pojazdu, uwzględniający nie tylko finansowanie, ale również serwis, energię lub paliwo, utratę wartości i elastyczność użytkowania.

Od ceny samochodu do kosztu mobilności

Takie podejście zmienia sposób oceny opłacalności samochodu firmowego. Coraz większego znaczenia nabierają bowiem koszty i ryzyka, które nie zawsze są widoczne w momencie zakupu lub podpisywania umowy finansowania.

Jednym z nich jest utrata wartości pojazdu. Zmiany cen, rosnąca konkurencja, w tym ekspansja nowych marek oraz szybki rozwój technologii utrudniają przewidywanie, ile samochód będzie wart za kilka lat. W przypadku własnego pojazdu ryzyko to ponosi firma, natomiast w wynajmie długoterminowym część ryzyka związanego z jego przyszłą wartością przejmuje dostawca usługi, czyli wynajmujący. Rosnącą rolę tego modelu pokazują dane Polskiego Związku

Leasing, wynajem i zakup

odpowiadają na różne potrzeby

Nie oznacza to jednak, że jedna forma finansowania będzie optymalna dla każdej firmy.

Zakup za gotówkę daje pełną kontrolę nad samochodem i momentem jego sprzedaży, ale wymaga zaangażowania kapitału oraz pozostawia po stronie właściciela ryzyko utraty wartości i obowiązki związane z eksploatacją oraz późniejszą odsprzedażą.

Leasing pozwala ograniczyć konieczność jednorazowego angażowania środków i pozostaje jednym z podstawowych instrumentów finansowania inwestycji polskich przedsiębiorstw. Jak wynika z danych Związku Polskiego Leasingu (ZPL), w pierwszym półroczu 2026 roku firmy leasingowe sfinansowały inwestycje o wartości 61,9 mld zł, o 8,9 proc. więcej niż rok wcześniej, a największą część finansowanych aktywów stanowiły pojazdy.



W warunkach zmiennych cen paliw i energii, niepewnej wartości rezydualnej oraz szybkich zmian technologicznych coraz większego znaczenia nabiera elastyczność.



Wynajem długoterminowy łączy finansowanie z zarządzaniem samochodem. W zależności od umowy rata może obejmować m.in. serwis, opony, ubezpieczenie czy inne elementy obsługi floty. Dla przedsiębiorcy wartością takiego rozwiązania nie musi być najniższy nominalny koszt, lecz przewidywalność wydatków oraz ograniczenie części obowiązków i ryzyk związanych z eksploatacją pojazdu, czyli bezpieczeństwo i wygoda.

Napęd coraz mocniej wpływa na rachunek ekonomiczny

Do równania dochodzi również rodzaj napędu. Porównanie samochodu benzynowego, diesla, hybrydy plug-in czy auta elektrycznego wyłącznie na podstawie ceny katalogowej może prowadzić do błędnych wniosków. O opłacalności decydują również rzeczywiste przebiegi, charakter tras, możliwość ładowania, ceny paliw i energii, koszty serwisowania oraz przewidywana wartość pojazdu po zakończeniu użytkowania. Szczególnie w przypadku elektromobilności dobrze widać znaczenie podejścia opartego na TCO. Potencjalnie niższe koszty energii i eksploatacji trzeba zestawić z ceną pojazdu, sposobem i miejscem ładowania, rzeczywistymi przebiegami oraz prognozowaną wartością rezydualną. O wyniku kalkulacji przesądza więc nie sam rodzaj napędu, lecz

jego dopasowanie do konkretnego profilu użytkownika.

Dodatkowym elementem są obowiązujące od 2026 r. zasady podatkowe. Limity kosztów podatkowych związanych z samochodami osobowymi są uzależnione od emisji CO₂ i wynoszą 225 tys. zł dla samochodów elektrycznych i wodorowych, 150 tys. zł dla samochodów spalinowych emitujących poniżej 50 g CO₂/km oraz 100 tys. zł dla pojazdów o emisji wynoszącej co najmniej 50 g CO₂/km. Limity odnoszą się również do opłat wynikających z leasingu i najmu.

Elastyczność zaczyna mieć swoją wartość

W warunkach zmiennych cen paliw i energii, niepewnej wartości rezydualnej oraz szybkich zmian technologicznych coraz większego znaczenia nabiera elastyczność. Samochód jest coraz częściej traktowany nie tylko jako składnik majątku, lecz jako narzędzie mobilności, którego koszt i sposób użytkowania powinny odpowiadać potrzebom firmy.

Widać przy tym szerszą zmianę na rynku flotowym. Dane, energia, TCO oraz doświadczenie użytkownika coraz silniej łączą się ze sobą i wspólnie wpływają na decyzje dotyczące floty. Telematyka pozwala analizować sposób wykorzystania samochodów, dane pomagają dobrać właściwy napęd, a rzeczywiste koszty eksploata-



Zakup za gotówkę daje pełną kontrolę nad samochodem i momentem jego sprzedaży, ale wymaga zaangażowania kapitału oraz pozostawia po stronie właściciela ryzyko utraty wartości i obowiązki związane z eksploatacją oraz późniejszą odsprzedażą.

cji mogą być podstawą decyzji o zmianie struktury floty. Dlatego odpowiedź na pytanie „leasing, wynajem czy zakup?” coraz częściej brzmi: to zależy od sposobu, w jaki samochód będzie wykorzystywany. Dla jednego przedsiębiorcy kluczowe będzie zachowanie własności i pełnej kontroli nad pojazdem, dla innego – finansowanie bez angażowania dużego kapitału, a dla kolejnego – przewidywalna rata i przeniesienie części obowiązków oraz ryzyka na zewnętrznego operatora. Cena i wysokość raty pozostają ważne, ale o racjonalności wyboru coraz częściej decyduje bilans kosztów oraz związanego z nimi ryzyka w całym cyklu życia samochodu.

Roboty pomagają ciąć emisje

Zwarta zabudowa i wykorzystanie przestrzeni w pionie w zautomatyzowanych magazynach mogą ograniczyć emisje CO₂, zużycie energii oraz zapotrzebowanie na grunty – pod warunkiem, że automatyzacja służy zmniejszeniu powierzchni obiektu, a nie wyłącznie zwiększeniu jego pojemności.

Raporty dotyczące zrównoważonego rozwoju koncentrują się często na transporcie, opakowaniach czy podróżach służbowych. Tymczasem istotnym źródłem wpływu firmy logistycznej na środowisko jest sam budynek magazynowy. Jednocześnie jego kompaktowa konstrukcja może być jednym z najprostszych sposobów ograniczenia śladu węglowego.

Dwa badania – jedno przeprowadzone wspólnie z ADEME, francuską państwową agencją ds. transformacji ekologicznej, a drugie z globalną firmą doradcą Argon & Co – analizowały wpływ różnych rozwiązań magazynowych na środowisko. Ich wspólny wniosek jest taki, że kluczowe znaczenie mają dwa elementy: budynek oraz zużywana przez niego energia. Ograniczenie obu jest możliwe dzięki większej kompaktowości obiektu.

– Mniejszy i bardziej zwarty magazyn wymaga mniej materiałów budowlanych, zajmuje mniej terenu i ma mniejszą kubaturę do ogrzania. To właśnie tutaj kryją się największe korzyści dla środowiska. Ogrzewanie odpowiada za większość zużycia energii w magazynie, dlatego możliwość budowania w górę zamiast wszędy znacząco zmniejsza ślad środowiskowy – mówi Andreas Stöckl, Sales Director Exotec w Europie.

Analiza Argon & Co wskazuje, że automatyzacja pozwala zwiększyć gęstość składowania i lepiej wykorzystać wysokość budynku. W efekcie magazyn może być nawet o około 40 proc. mniejszy niż obiekt obsługiwany ręcznie. Oznacza to mniejsze zużycie materiałów budowlanych i energii potrzebnej do ogrzewania. Choć roboty zużywają więcej energii elektrycznej niż rozwiązania stosowane w procesach manualnych,

oszczędności w innych obszarach mogą to zrekompensować. W części analizowanych scenariuszy całkowite emisje CO₂ spadają nawet o 25 proc.

Istotne jest jednak to, w jaki sposób firmy wykorzystują potencjał au-

tomatyzacji. Punktem wyjścia jest zwykle określona pojemność magazynu i wymagana wydajność, a nie sama powierzchnia obiektu. Automatyzacja pozwala osiągnąć tę samą pojemność na mniejszym terenie, ograniczając potrzebę rozbudowy

lub budowy nowego magazynu.

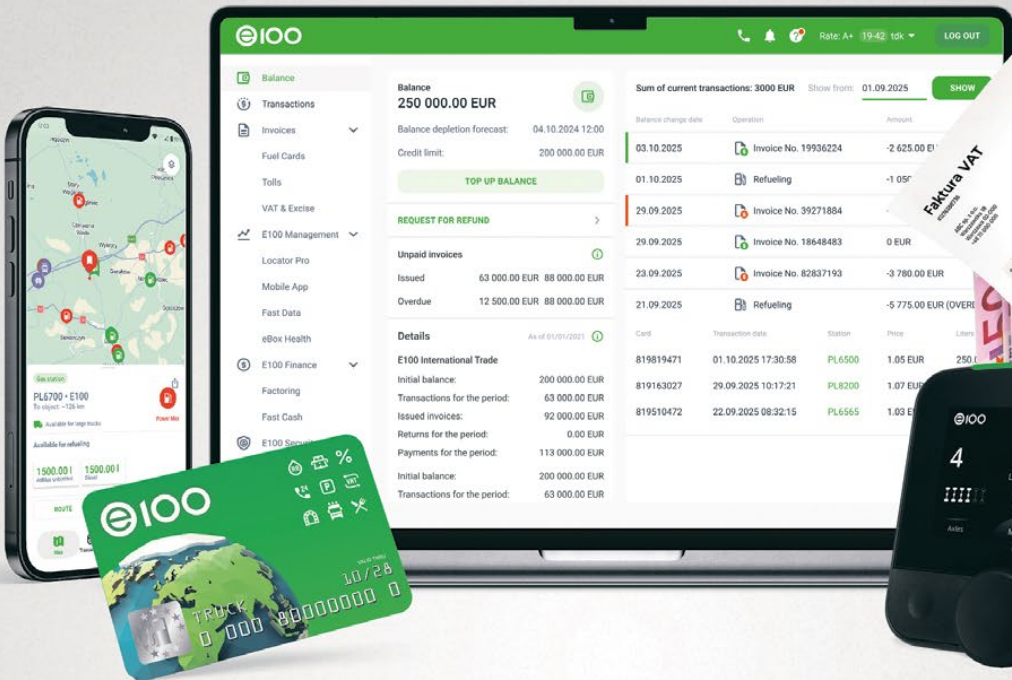
– To aspekt, który często umyka w dyskusjach. Automatyzacja nie polega na zmniejszaniu powierzchni magazynu dla samego jej zmniejszenia, ale na maksymalnym wykorzystaniu każdego

metra kwadratowego, którym już dysponujemy. Dzięki temu firma może się rozwijać bez konieczności budowy nowego obiektu – i właśnie tutaj pojawia się największa korzyść dla środowiska – wskazuje Andreas Stöckl.

KaMa

REKLAMA





Profesjonalne narzędzia dla firm transportowych

E100 integruje wszystkie usługi, których potrzebuje Twoja firma

- Karta paliwowa – ponad 20 000 punktów akceptacji
- Opłaty drogowe i multiurządzenia do poboru opłat
- Technologie wspierające zarządzanie i bezpieczeństwo
- Rozliczenia VAT – 30 krajów i akcyzy – 7 krajów
- Elastyczne finansowanie: faktoring i pożyczka FastCash
- Wsparcie ekspertów 24/7



Zeskanuj i zobacz, jak wygląda zarządzanie transportem jutra

e100.eu

Powyższa oferta ma charakter informacyjny i nie stanowi oferty handlowej w rozumieniu art. 66 §1 Kodeksu Cywilnego. E100 International Trade Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Pory 78/7, 02-757 Warszawa, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000636760, NIP 5213745637, REGON 365202749, kapitał zakładowy: 10 000 000,00 zł.



TSL SZUKA RĄK DO PRACY

Niemal 10 tys. wolnych miejsc pracy w transporcie i gospodarce magazynowej, rosnąca liczba przedsiębiorstw z sektora TSL i jednocześnie niedobór pracowników – tak wygląda rynek przed okresem wzmożonych zakupów. Wraz ze zbliżającym się sezonem wyprzedaży, Black Friday i zakupami przedświątecznymi firmy logistyczne zwiększają rekrutację. O pracowników muszą jednak konkurować nie tylko wynagrodzeniem, ale także grafikami, premiami i dodatkami.

Sektor transportu i gospodarki magazynowej wchodzi w najbardziej intensywną część roku w warunkach utrzymującego się niedoboru pracowników. Według danych GUS w II kwartale 2026 r. w tej sekcji gospodarki było 9,8 tys. wolnych miejsc pracy. Więcej wakatów odnotowano jedynie w przemyśle, handlu i budownictwie. Jednocześnie konkurencja o kandydatów rośnie nie tylko ze strony innych branż, ale również wewnątrz samego sektora. W ciągu dwóch lat liczba aktywnych przedsiębiorstw transportowych i magazynowych zwiększyła się o ponad 5,2 tys. – z 162 997

w I kwartale 2024 r. do 168 224 w II kwartale 2026 r.

Nie tylko magazyny szukają pracowników

Wraz ze wzrostem sprzedaży w e-commerce rosną również potrzeby kadrowe firm obsługujących logistykę. Przedsiębiorcy już rozpoczęli rekrutację, przygotowując się do sezonowego wzrostu liczby zamówień. Najczęściej poszukiwani są pracownicy wykonujący podstawowe zadania magazynowe – pakowanie, kompletowanie zamówień czy obsługa skanerów – oraz operatorzy wózków widłowych.

Jak wynika z analiz Grupy Progres, zapotrzebowanie na te stanowiska w ramach pracy tymczasowej zgłasza około 80 proc. firm działających w transporcie i gospodarce magazynowej. Potrzeby rynku wykraczają jednak poza stanowiska magazynowe. Firmy poszukują również pracowników posiadających bardziej specjalistyczne kompetencje. Według danych GUS operatorzy i monterzy maszyn i urządzeń odpowiadają za 63,2 proc. etatów, na które poszukuje się kandydatów w sektorze transportu i gospodarki magazynowej. Pracownicy biurowi stanowią 10,9 proc.,

a pozostałe grupy zawodowe – 25,9 proc. Jednocześnie około 30 proc. przedsiębiorstw wskazuje niedobór wykwalifikowanych pracowników jako barierę w prowadzeniu działalności. W przypadku specjalistów wyzwaniem jest nie tylko ograniczona liczba kandydatów, ale również wymagania pracodawców. Doświadczenie w obsłudze określonych urządzeń, znajomość procesów logistycznych, odpowiednie uprawnienia, umiejętność pracy z systemami magazynowymi czy gotowość do pracy zmianowej ograniczają liczbę osób, które można szybko wdrożyć. Przed sezonowym peakiem czas ma szczególne znaczenie – firmy potrzebują pracowników, którzy mogą rozpocząć pracę niemal od razu i nie wymagają wielotygodniowego szkolenia.

Kandydatów jest mniej, a rekrutacja trwa dłużej

Pozyskanie pracowników, zarówno na stanowiska podstawowe, jak i specjalistyczne, jest obecnie trudniejsze niż w poprzednich latach. Wpływają na to m.in. mniejsza dostępność kandydatów, niestabilna sytuacja polityczna i związane



Firmy potrzebują kierowców, jednak pula kandydatów jest ograniczona m.in. przez wymagane uprawnienia.

z nią wyjazdy do innych krajów, a także wydłużające się procesy legalizacji zatrudnienia w przypadku części narodowości. W przypadku specjalistów dodatkowym ograniczeniem jest niewielka liczba osób posiadających wymagane uprawnienia i doświadczenie, których nie można łatwo zastąpić krótkim wdrożeniem.

– W tym roku firmy logistyczne muszą przygotować się na większą konkurencję o pracowników. Kandydat nie patrzy już wyłącznie na stawkę. Znaczenie ma cały pakiet oferty: grafik, lokalizacja, długość zatrudnienia, możliwość zakwaterowania, premie i dodatkowe benefity. Im więcej takich elementów pracodawca jest w stanie zaoferować, tym łatwiej przyciągnąć pracownika na sezon – mówi Justyna Lach, dyrektorka regionu i Linii Progres HR Logistics w Grupie Progres.

Magazynier i kierowca – zawody z trwałymi barierami wejścia

Problem nie ogranicza się do sezonowego wzrostu zapotrzebowania. Magazynierzy i kierowcy samochodów ciężarowych należą do zawodów deficytowych wskazywanych w Barometrze Zawodów. W przypadku magazynierów barierą pozostaje m.in. charakter pracy – zmianowość, w tym praca nocna i weekendowa, wysiłek fizyczny, powtarzalność zadań oraz presja czasu. Znaczenie ma również lokalizacja magazynów, które często znajdują się poza dużymi miastami, a tym samym wymagają od pracowników dojazdów. W przypadku części stanowisk konieczne są także dodatkowe uprawnienia, np. do obsługi wózków widłowych, oraz gotowość do pracy w okresach zwiększonego obciążenia.

W transporcie sytuacja jest jeszcze bardziej wymagająca. Firmy potrzebują kierowców, jednak



Magazynierzy i kierowcy samochodów ciężarowych należą do zawodów deficytowych wskazywanych w Barometrze Zawodów.

pula kandydatów jest ograniczona m.in. przez wymagane uprawnienia. Bariere stanowią także wielodniowe trasy, długie okresy spędzane poza domem, nieregularny tryb pracy oraz związane z zawodem obciążenie i odpowiedzialność. Na decyzje kandydatów wpływają również wymagania dotyczące dyspozycyjności oraz koszty uzyskania i utrzymania niezbędnych kwalifikacji.

– W przypadku kierowców rywalizacja o pracownika jest szczególnie duża, bo pracodawca musi konkurować nie tylko stawką, ale też całym modelem pracy. Długi czas poza domem czy nieregularność tras mają realną wartość dla kandydata i coraz częściej są elementem jego decyzji o przyjęciu lub odrzuceniu oferty. Dla firm oznacza to również wyższy koszt rekrutacji – jeśli kandydat nie odpowie na ofertę albo szybko zrezygnuje, przedsiębiorca ponosi koszt kolejnego procesu i ponownego wdrożenia pracownika – dodaje Justyna Lach.

Koszt pozyskania pracownika nabiera znaczenia również dlatego, że same firmy logistyczne wskazują koszty zatrudnienia jako jedną z najważniejszych barier działalności. W sierpniu 2026 r. w badaniu koniunktury GUS wskazało je 63,7 proc. przedsiębiorstw TSL. Niedobór wykwalifikowanych pracowników był barierą dla 30 proc. firm, a niepewność ogólnej sytuacji gospodarczej – dla 47,6 proc.

Premia za peak i szansa na stałe zatrudnienie

W odpowiedzi na rosnącą konkurencję firmy coraz częściej sięgają po dodatkowe zachęty. Wynagrodzenia na stanowiskach magazynowych często kształtują się w okolicach płacy minimalnej lub nieco powyżej niej, natomiast w okresie peak sezonu pracodawcy oferują do-

datkowe premie za pracę w najbardziej intensywnym czasie. Znaczenie mają także dodatki za pracę w określonych godzinach, możliwość wyboru grafiku, transport do miejsca pracy czy zakwaterowanie. Firmy starają się również skracać proces rekrutacji, aby szybciej pozyski-

wać potrzebnych pracowników. Sezon może być dla pracodawców nie tylko sposobem na uzupełnienie braków kadrowych, ale również okazją do pozyskania pracowników na stałe. Po zakończeniu okresu wzmożonego zapotrzebowania część osób otrzymuje możliwość konty-

nuowania zatrudnienia. Dzięki temu firmy mogą sprawdzić kandydatów w rzeczywistych warunkach pracy, zanim zaproponują im dłuższą współpracę. Tegoroczny peak staje się więc dla branży nie tylko testem możliwości operacyjnych, lecz także sprawdzianem skuteczności stra-

tegi rekrutacyjnych. Pracownik sezonowy coraz częściej nie jest traktowany wyłącznie jako rozwiązanie na kilka tygodni. Dla części firm może być sposobem na znalezienie osób, które po zakończeniu okresu największego obciążenia zasilą stałą kadrę.

KaMa

REKLAMA



MEMBER OF THE WÜRTH GROUP



KOMPLEKSOWA LOGISTYKA TWOJEGO E-BIZNESU

Nowoczesne centra logistyczne, automatyzacja procesów oraz **pełna obsługa fulfillment** i transportu.

Skalowalność operacji

Elastyczność

Szybka realizacja zamówień

Kontrola stanów magazynowych

Integracja z platformami sprzedażowymi

POZNAJ MOŻLIWOŚCI 3LP





Koszt pozyskania pracownika nabiera znaczenia również dlatego, że same firmy logistyczne wskazują koszty zatrudnienia jako jedną z najważniejszych barier działalności.