

LIDERZY TSL



REKLAMA



**Cargo
Logistics**

Najszybsze **bezkontaktowe** dostawy na rynku

- ✓ **Przyspieszone dostawy nocne** nawet do **6:00 rano** w całym kraju
- ✓ **Bezpieczne, samoobsługowe skrytki CATnightBOX** dla odbiorców towaru
- ✓ **Indywidualnie dopasowane** opcje doręczenia (zamknięte pomieszczenie, portiernia, bagażnik)
- ✓ **Bezszkodowe i bezbłędne** dostawy

Sprawdź co może zyskać Twój biznes:
www.cargo.groupecat.com/pl



LIDERZY TSL

NAJWIĘKSZE FIRMY Z BRANŻY TSL

Lp	Spółka	Przychody ze sprzedaży 2018 r. (w tys zł)	Przychody ze sprzedaży 2019 r. (w tys zł)	zmiana proc. r/r
1	GRUPA RABEN	2 498 826,00	2 845 473,00	13,87
2	GK DPD POLSKA	1 904 067,00	2 233 531,00	17,30
3	DB SCHENKER / SCHENKER	1 672 586,00	1 779 181,00	6,37
4	GRUPA DSV	1 597 900,00	1 647 200,00	3,09
5	FM LOGISTIC (FM POLSKA)	1 045 660,00	1 108 644,00	6,02
6	HEGELMANN TRANSPORTE	637 872,00	1 095 721,00	71,78
7	GRUPA PEKAES	957 809,00	1 065 530,00	11,25
8	ROHLIG SUUS LOGISTICS	910 520,00	936 399,00	2,84
9	GEFCO POLSKA	763 064,00	874 265,00	14,57
10	KUEHNE+NAGEL	817 270,00	863 860,00	5,70
11	GRUPA RHENUS	640 780,00	760 908,00	18,75
12	LOTOS KOLEJ	712 562,00	739 103,00	3,72
13	OPTIMA LOGISTICS GROUP	563 622,00	648 052,00	14,98
14	JAS-FBG	586 753,00	628 109,00	7,05
15	VGL GROUP	521 111,00	603 795,00	15,87
16	OMEGA PILZNO ITIS GODAWSKI & GODAWSKI	512 590,00	568 572,00	10,92
17	OMIDA GROUP	585 335,00	564 309,00	-3,59
18	LINK	508 668,00	532 644,00	4,71
19	DACHSER	451 088,00	494 308,00	9,58
20	SKAT TRANSPORT	446 876,00	493 478,00	10,43
21	GEODIS POLAND	408 670,00	481 658,00	17,86
22	GRUPA FIEGE	283 871,00	468 642,00	65,09
23	HELLMANN WORLDWIDE LOGISTICS POLSKA	398 051,00	455 795,00	14,51
24	FRESH LOGISTICS POLSKA	386 246,00	416 014,00	7,71
25	CAT LC POLSKA	327 345,00	370 858,00	13,29
26	DHL GLOBAL FORWARDING	355 728,00	369 849,00	3,97
27	NO LIMIT	304 296,00	312 168,00	2,59
28	NTG POLAR ROAD	268 214,00	297 614,00	10,96
29	REGESTA	245 557,00	282 593,00	15,08
30	CEMET	266 229,00	280 653,00	5,42
31	SPEDIMEX	241 092,00	280 486,00	16,34
32	SOLID LOGISTICS	280 945,00	268 946,00	-4,27
33	TRANS POLONIA GROUP (TPG)	240 120,00	260 612,00	8,53
34	FIEGE	219 346,00	256 604,00	16,99
35	EUROGATE LOGISTICS	1 999 950,00	232 453,00	-88,38
36	ATC CARGO	223 486,00	230 938,00	3,33
37	MEXEM	211 024,00	209 672,00	-0,64
38	COLIAN LOGISTIC	163 069,00	186 018,00	14,07
39	ID LOGISTICS POLSKA	156 000,00	180 000,00	15,38
40	FREJA TRANSPORT & LOGISTICS	141 364,00	171 957,00	21,64
41	FIEGE E-COM LOGISTICS	52 853,00	168 733,00	219,25
42	KROTRANS LOGISTICS	135 774,00	159 303,00	17,33
43	ID LOGISTICS POLSKA	178 748,00	156 514,00	-12,44
44	ASSTRA POLSKA	114 135,00	120 222,00	5,33
45	EXPEDITORS POLSKA	77 105,00	79 487,00	3,09
46	ABAKUS LOGISTICS	50 933,00	71 853,00	41,07
47	GRUPA DTA	60 557,00	71 566,00	18,17
48	ENTERPRISE LOGISTICS SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ S.K.A.	69 562,00	71 307,00	2,51
49	FIEGE LOGISTICS	11 672,00	14 272,00	22,28
50	KIMLOG	6 000,00	6 690,00	11,50

Nowy obraz handlu

Już zanim nastąpił globalny lockdown, handel elektroniczny rozwijał się w ekspresowym tempie. W kontekście zakupów granice państw stały się czysto umowne, a jedynym ograniczeniem okazały się być czas i koszt. Jednak i te przeszkody udaje nam się neutralizować, dzięki czemu wirtualne zakupy, podczas których nabywca nie musi uwzględnieniać czasu i miejsca magazynowania towaru, stają się czymś rzeczywistym, a nie jedynie konceptem.

Sascha **Stockem**
CEO, Nethansa

Według analizy opracowanej przez Euromonitor handel zagraniczny rozwija się dwukrotnie szybciej niż handel wewnętrzny, a w samej Europie mamy już blisko 300 mln klientów, którzy nie oparli się pokusie zamawiania przez Internet, a wciąż czekamy na koniec roku, gdy dane z pandemicznego okresu zostaną zebrane i udostępnione. Na pewno istotnym czynnikiem, wpływającym na popularyzację tego trendu jest ekspansja cyfrowego świata, jednak to nie jedyny czynnik, który sprawnie wspomaga rozwój e-commerce. To, jak wygląda obecnie cyfrowy handel, jest skutkiem zjawiska, jakie w branży określane jest mianem efektu Amazona.

Efekt Amazona
Spółka prowadzona latami przez Jeffa Bezosa diametralnie zmieniła obraz globalnego handlu, nie tylko wirtualnego. Działania podejmowane przez amerykańskiego giganta tak mocno rezonują na krajobraz rynku handlu, że nie ograniczają się wyłącznie do jego wirtualnego wymiaru. Na skutek działań, jakie podejmuje Amazon, zmieniła się przede wszystkim struktura zachowań i oczekiwań konsumentów przy zakupach. Oczekują oni teraz szybkiej, bezpłatnej wysyłki i konkurencyjnych cen. Ten wymagający harmonogram dostaw stanowi wyzwanie dla tradycyjnych modeli logistyki i łańcucha dostaw, a firmy są obecnie zmuszone do dostosowania swoich strategii, aby zapewnić niedrogą usługę dostawy na żądanie, której aktualnie wymagają konsumenci.

Dostawa w trybie pilnym
Jednak minimalizacja bądź nawet całkowita likwidacja kosztów dostawy w ofercie sprzedawców to nie jedyny wyróżnik oferty Amazona. Błyskawiczny czas dostawy predefiniowuje branżę e-commerce i stał się nowym paradygmatem handlu. Amerykański gigant rozpieścił swoich klientów ekstremalnie krótkim czasem dostarczenia zakupionych dóbr. Internetowym shopperom szybko spodobał się ten koncept. Nie bez znaczenia jest również fakt, że w dzisiejszym świecie oferta wielu retailerów jest po prostu bardzo zbliżona – podobne produkty o niemal jednakowej specyfikacji to środowisko, w jakim ciężko się wyróżnić. Dlatego elementem różniącym ofertę stał się wspomniany czas dostawy.

Według badań, jakie przeprowadziła firma analityczna Grand View Research, wielkość globalnego rynku dostaw tego samego dnia (Same-Day-Delivery) została wyceniona na 4,6 mld dolarów w 2019 r. i oczekuje się, że będzie rosła przy złożonej rocznej stopie wzrostu (CAGR) na poziomie 20,3 proc. od 2020 do 2027 r. Jak twierdzą twórcy raportu, rynek jest napędzany przez rosnącą urbanizację, szybkie przyjęcie e-commerce oraz zmieniające się oczekiwania klientów w stosunku do usług dostawczych. Ze statystyk opublikowanych przez eMarketer jasno wynika, że istnieje duże zapotrzebowanie na tę usługę. Prawie pięciu na dziesięciu konsumentów (49 proc.) twierdzi, że dostawa tego samego dnia jest wartością dodaną przy zakupie. Nic więc dziwnego, że według raportu Go People sześć na dziesięć firm planowało oferować dostawę tego samego dnia w 2019 r.

Klientocentryzm stosowany
Jeszcze do niedawna eksperci szacowali, że sprzedaż e-commerce osiągnie 17,5 proc. sprzedaży detalicznej na całym świecie do 2021 r. Jednak nieoczekiwane pojawienie się COVID-19 całkowicie zaburzyło prognozy analityków, które muszą być zrewidowane. Dla zwolenników wirtualnych zakupów dobra wiadomość jest taka, że wzrost ten będzie jeszcze bardziej okazały. Ten wykładniczy wzrost i popyt niewątpliwie wpłynie na branżę logistyczną i transportową, ponieważ będą one musiały być przygotowane do radzenia sobie ze zwiększonymi oczekiwaniami dotyczącymi ilości i dostaw. Współpracując z zaufanym partnerem, jakim jest np. międzynarodowy serwis Amazon, firmy logistyczne mogą określić, jak najsukceszniej zachować konkurencyjność rynkową i odnosić sukcesy w obliczu zmian w branży. Tej rewolucji nie uda się już powstrzymać przede wszystkim ze względu na naturę ludzką. Konsumentom przyzwyczaili się do niezwykle szybkich dostaw, a ponieważ coraz więcej sprzedawców detalicznych oferuje szybkie i bezpłatne opcje wysyłki w ramach swojej działalności, ukrywając koszt transportu w finalnej cenie towaru, to firmy logistyczne będą miały ręce pełne roboty, a presja będzie nieustannie rosła. Branża transportowa będzie zmuszona również się dostosować do zmieniających się oczekiwań i preferencji konsumentów. Nie będzie nadużyciem stwierdzenie, że handel to seria naczyń połączonych, jednak tutaj wszystko zaczyna się i kończy na kliencie, który jest głównym punk-

tem całego systemu. Funkcjonujemy w czasach klientocentryzmu. W ten sposób zmianie uległa zarówno dynamika, jak i struktura łańcucha dostaw. Firmy rozszerzają tradycyjne dostawy długodystansowe o dostawy just-in-time (JIT), a dostawcy przechodzą z modelu, w którym dysponują jednym magazynem centralnym do modelu rozproszonego, który opiera się o posiadanie wielu przestrzeni magazynowych, zlokalizowanych w różnych miejscach. Taka dywersyfikacja skutkuje skróconym czasem dostaw i podwyższeniem przepustowości. Oczywiście taka zmiana nie dokona się sama, często wiąże się to z koniecznością zmiany składu flot i inwestowania w mniejsze ciężarówki i samochody dostawcze, mogące zapewnić zapewnić krótsze i częstsze przejazdy, które sprawniej poradzą sobie z realizacją powierzonych zadań logistycznych, uwzględniając specyfikę i dynamikę zmiany dostaw na danym odcinku. Blisko połowa (44 proc.) menedżerów flot ankietowanych przez NAFA Institute & Expo stwierdziło, że będą inwestować w różne klasy aktywów, aby sprostać tym priorytetom. 17 proc. wskazało, że planuje dostosować skład swojej floty, aby wspierać finalne procesy w łańcuchu dostaw, zaś co trzeci spodziewa się zwiększenia rozmiaru swoich flot.

Zmiana pokoleniowa
Handel elektroniczny nie zwalnia tempa, a benefity, jakie oferuje, zachęcają do wypróbowania już nie tylko te najmłodsze grupy pokoleniowe, ale również generację baby boomers i srebrną generację. Jak wskazują wyniki badań firmy analitycznej Nielsen, FMI Digitally Engaged Food Shopper Study, wiek coraz rzadziej staje się przeszkodą. Jak twierdzą twórcy raportu, wiek i zamożność nie mają wpływu na zakupy online. Większość pokolenia millenialsów (61 proc.) i pokolenia X (55 proc.), a także 41 proc. pokolenia wyżu demograficznego kupiło ostatnio produkt kategorii FMCG w online. To jednak jeszcze nie koniec zmian. Rynek nadal się rozwija, dlatego więcej jak pewne jest to, że firmy będą musiały nadal modyfikować swoje modele biznesowe, aby dostosować się do szybkich, bezpłatnych i wygodnych usług dostawy, których oczekują konsumenci. Szczególnie dostawa na ostatnim odcinku będzie kluczowym obszarem zainteresowania firm. Aby sprostać zmieniającym się oczekiwaniom konsumentów zachowując rentowność i generując wzrost, firmy logistyczne i transportowe powinny rozważyć rozwiązania, które oferują połączenie elastyczności, wygody i konkurencyjnych cen. Wykorzystując krótsze cykle życia sprzętu, firmy mogą z powodzeniem ewoluować, aby sprostać stale zmieniającym się wymaganiom zarówno swoich współpracowników jak i konsumentów, których przesyłki dostarczają.

DB Schenker otworzy nowy terminal na Lubelszczyźnie



DB Schenker, wiodący operator logistyczny, przenosi operacje z obiektu w Lublinie do nowoczesnego terminala przeładunkowego, który powstanie w świdnickiej Strefie Aktywności Gospodarczej. Nowy, ekologiczny terminal rozpocznie działalność w IV kwartale 2020 r.

6 ha wyniesie około 10 mln euro. Wzmacniamy pozycję w regionie, warunki pracy i bezpieczeństwo naszych pracowników oraz jakość dostarczaną naszym klientom – mówi Piotr Zborowski, CEO North&East Europe DB Schenker.

Obiekt w Świdniku to prawie 4500 m² powierzchni operacyjnej i 665 m² przeznaczonych na część biurową. Powstaje w oparciu o najwyższe standardy nowoczesnego i ekologicznego budownictwa. Celem jest zwiększenie efektywności operacji, a przy tym bezpieczeństwa zatrudnionych ludzi i obsługiwanych przesyłek. Rozmiary działki pozwolą na optymalne zaprojektowanie powierzchni przeładunkowej, manewrowej i operacyjnej. Nowoczesne i bezpieczne wyposażenie to m.in. ciche wózki widłowe o napędzie elektrycznym,

oświetlenie typu LED, urządzenia pozwalające na odzysk ciepła i wiele innych. Co bardzo ważne dla mieszkańców Lublina, terminal będzie zlokalizowany z dala od osiedli mieszkaniowych, poza miastem, dodatkowo odseparowany od najbliższych sąsiadów barierą dźwiękochłonną.

– Terminal na Lubelszczyźnie będzie spełniał najwyższe normy pod względem oszczędności energii i redukcji emisji CO₂ oraz efektywnej gospodarki wodnej i cieplnej. Podobnie jak dla wszystkich budowanych w ostatnich latach terminali, również w tym przypadku chcemy uzyskać certyfikat BRE-EAM, który definiuje standard najlepszych praktyk w zakresie zrównoważonego projektowania, budowania i użytkowania budynków – wyjaśnia Szymon Bielas, CFO North&East Europe DB Schenker.

DB Schenker już wkrótce przeniesie swój oddział z Lublina do nowoczesnego terminala zlokalizowanego w świdnickiej Strefie Aktywności Gospodarczej. Inwestycja na rzecz klientów z Lu-

belszczyzny zlokalizowana będzie w pobliżu lotniska i drogi krajowej S17 biegnącej szlakiem europejskiej trasy E372, która łączy południowo-wschodnią Polskę z zachodnią Ukrainą.

– Pomimo złożonej sytuacji związanej z COVID-19 nie zatrzymujemy się i inwestujemy w kolejny nowoczesny i ekologiczny obiekt. Wartość tej inwestycji wraz z kosztem zakupu gruntu o powierzchni

Jesteśmy razem.

Pomagamy: Dr Irena Eris z DB Schenker dla medyków

Akcja pomocy dla personelu medycznego w związku z pandemią koronawirusa. Produkty Dr Irena Eris o wartości około 1,5 mln złotych otrzymało prawie 200 szpitali w całej Polsce. Dostarczył je pro bono DB Schenker.

Zespół przedstawicieli medycznych Dr Irena Eris od połowy marca przekazywał kosmetyki personelowi na oddziałach szpitalnych. „Celem było wsparcie, w obecnym, niezwykle trudnym okresie osób, które na co dzień mierzą się z problemem koronawirusa na pierwszej linii frontu. Przekazaliśmy kremy do rąk m.in. dla lekarzy, oddziałowych, pielęgniarek, co jest niezbędne przy ciągłym stosowaniu intensywnej dezynfekcji”, wyjaśnia Joanna Łodygowska, Szef Działu Komunikacji z Laboratorium Kosmetycznego Dr Irena Eris.

Operator logistyczny postanowił włączyć się w akcję organizowaną przez firmę Dr Irena Eris i pokrył koszty transportu ponad 55 tys. sztuk kosmetyków wartych blisko 1,5 mln złotych. Wśród środków przekazywanych szpitalom i służbom medycznym były kremy do pielęgnacji dłoni, żele służące do mycia czy kremy nawilżające. Oddziały pediatrii, neonatologii i dermatologii otrzymały także

emolienty – preparaty do pielęgnacji skóry dla pacjentów. Działania realizowane były w ramach akcji prowadzonej przez Dr Irena Eris „Jesteśmy razem. Pomagamy”. DB Schenker odbierał produkty z magazynu Laboratorium Kosmetycznego Dr Irena Eris i dostarczał je do placówek medycznych na terenie całego kraju, realizując również usługę wniesienia, oczywiście z zachowaniem odpowiednich środków ostrożności.

– Kiedy nasz klient, Dr Irena Eris, zaproponował nam udział w akcji wspierającej szpitale i placówki medyczne, zdecydowaliśmy się na wsparcie projektu, bo w tych trudnych chwilach wzajemna pomoc i współpraca partnerów biznesowych są kluczowe. My lubimy pomagać i mamy w tym długą tradycję. Właśnie realizujemy 24 projekty w ramach kolejnej edycji naszego programu wolontariackiego „Czas Pomagania” – mówi Piotr Zborowski, CEO North&East Europe DB Schenker.



Material powstał przy współpracy z firmą DB Schenker.

LIDERZY TSL

Magazyny w ofensywie. W I połowie roku przybyło ponad milion metrów kwadratowych nowej powierzchni

Każdy sektor gospodarki został dotknięty przez kryzys związany z pandemią COVID-19, jednak nie wszystkie ucierpiały w równym stopniu. W przypadku rynku nieruchomości branża, która najmniej została dotknięta, a w wielu przypadkach nawet zyskała, jest logistyka. O ile wcześniej mogliśmy jedynie prognozować, teraz mamy już twarde dane, które pokazują, jak dobrze rynek magazynowy radzi sobie w czasach pandemii.



Jan Barbasiewicz

partner, dyrektor, dział powierzchni logistycznych i przemysłowych, Colliers International

W pierwszej połowie 2020 r. deweloperzy ukończyli inwestycje o łącznej powierzchni ponad miliona m², co było wynikiem bardzo zbliżonym do osiągniętego w analogicznym okresie ubiegłego roku. Efektem tego jest zwiększenie całkowitej podaży nowoczesnej powierzchni magazynowej w Polsce do poziomu prawie 20 mln m². Jednocześnie w budowie pozostaje blisko 2 mln m².

Aktywność deweloperów, jak i zainteresowanie najemców jest na jeszcze wyższym poziomie, niż to było w ubiegłych latach. Całkowity wolumen transakcji w I połowie tego roku wyniósł 2,48 mln m², co stanowi wzrost o 28,6 proc. w stosunku do stanu z końca czerwca 2019 r. Te dane doskonale obrazują ogromny popyt, jaki panuje na rynku magazynowym,

którego pandemia nie tylko nie ostudziła, ale wręcz wzmogła.

Za tak dobrą sytuację na rynku odpowiada przede wszystkim bardzo dynamiczny rozwój rynku e-commerce w Polsce i Europie. Nie jest to zaskoczeniem, bowiem zjawisko to obserwowaliśmy już wcześniej, jednak pandemia ten rozwój jeszcze przyspieszyła. W sytuacji, kiedy centra handlowe były zamknięte, sprzedaż internetowa dla niektórych sieci stała się głównym źródłem przychodów. Niższe wskaźniki odwiedzalności w centrach handlowych, a także widmo drugiej fali zachorowań na COVID-19 powodują, że branża e-commerce wciąż najlepsze ma jeszcze przed sobą. W I półroczu bieżącego roku stanowiła 21 proc. najemców powierzchni magazynowych, plasując się tuż za branżą 3 PL (22 proc.) i przed handlową (19 proc.). Ponadto na nasz rodzimy rynek przekłada się nie tylko wzrost e-commerce w Polsce, ale też u naszych sąsiadów, m.in. w Niemczech. Jesteśmy zatem podwójnymi beneficjentami.

Wysoka podaż, stabilne czynsze

Niewielkie spowolnienie na rynku magazynowym obserwowaliśmy w marcu i na początku kwietnia, jednak nie było to spowodowane



rezygnacją z nowych projektów. Firmy zawieszają niektóre inwestycje ze względu na niepewną sytuację na rynku. Jeśli podpisywanie umów najmu było wstrzymywane, to w większości przypadków zostały one sfinalizowane w maju, czerwcu lub lipcu.

Dominującymi rynkami magazynowymi w Polsce, zarówno pod względem podaży, jak i popytu, pozostają niezmiennie Warszawa, Górny Śląsk

oraz Polska Centralna. Na koniec I połowy 2020 r. całkowita podaż ukształtowała się na poziomach odpowiednio: 4,64 mln m², 3,44 mln m² oraz 3,16 mln m². W ciągu pierwszych sześciu miesięcy bieżącego roku w Polsce Centralnej wynajęto 423 tys. m², na Górnym Śląsku 417,6 tys. m², zaś w warszawskiej II strefie 397,6 tys. m². Równocześnie obserwujemy też rosnące zainteresowanie deweloperów mniejszymi rynkami przy zachodniej granicy, m.in. w Świebodzinie, Zielonej Górze, Gorzowie Wielkopolskim czy Legnicy. Tymi lokalizacjami zainteresowane są przeróżne branże, jednak łączy je działalność głównie na rynkach Europy Zachodniej.

Na koniec I połowy 2020 r. współczynnik pustostanów dla polskiego rynku magazynowego wyniósł 6,7 proc., notując tym samym wzrost o 1,6 p.p. w porównaniu do tego samego okresu w 2019 r. Znajduje się on jednak w trendzie spadkowym w stosunku do stanu z końca marca bieżącego roku.

Czynsze, póki co, są stabilne, ale w niektórych regionach mają już tendencję wzrostową, co wynika ze wzmożonego popytu. Zdarzały się w ostatnim czasie sytuacje, gdy chętnych na konkretne powierzchnie było więcej niż dostępnych magazynów. Jest to na naszym rynku dość niespotykane zjawisko.

Logistyka przewagą konkurencyjną

Wielu naszych klientów, będących najemcami powierzchni magazynowych, mówi o ciekawych wnioskach płynących z ostatnich miesięcy. Przede wszystkim na rynku liczy się

„Czynsze, póki co, są stabilne, ale w niektórych regionach mają już tendencję wzrostową, co wynika ze wzmożonego popytu.”

dziś ten, kto ma wystarczająco dużo magazynów i są one dostatecznie blisko rynków zbytu. Dotyczy to dostępności produktów oraz szybkiej dostawy. W wyniku pandemii wiele firm planuje przemodelować łańcuchy dostaw, chcąc umieścić swoje centra logistyczne w Europie, aby nie być aż tak zależnym od Azji. Wybuch epidemii COVID-19 w Chinach doprowadził bowiem do sytuacji, że niektórym fabrykom czy sklepom na naszym kontynencie zabrakło w pewnym momencie materiałów i towaru. Kolejnym istotnym aspektem jest zmiana postrzegania logistyki przez firmy. Przedsiębiorstwa zdały sobie sprawę z tego, że to nie tylko koszt wspierający sprzedaż, ale to właśnie sprawna logistyka ją napędza. W dzisiejszym świecie problemem nie jest sprzedawać w Internecie, lecz robić to tak, aby klienci byli zadowoleni i wrócili po kolejne zakupy. Role się odwróciły – to logistyka determinuje dziś sprzedaż i sprawia, że firmy znajdują swoją przewagę konkurencyjną.

Rynek magazynowy

Rynek sektora TSL w Polsce wykazuje dynamiczny wzrost w ostatnich dziesięciu latach. Szczególnie widać to na przykładzie jednego z ogniw łańcucha dostaw, mianowicie magazynów czy inaczej określając rynku powierzchni przeładunkowych.



prof. Zdzisław Kordel

Instytut Transportu Samochodowego

Trzeba wyraźnie zaznaczyć, że rynek powierzchni magazynowych w 2019 r. przekroczył 14 mln m². To nie koniec rekordów, bo tylko w ostatnim roku deweloperzy dostarczyli blisko 2,4 mln m² powierzchni, czyli aż dwukrotnie więcej niż w 2016 r. Te liczby pokazują istotną rzecz – firmy szy-

kują się na dobrą koniunkturę w gospodarce.

Rezultat dynamicznego rozwoju potencjału gospodarczego

Z danych Cushman & Wakefield, firmy zajmującej się rynkiem nieruchomości komercyjnych wynika, że największej powierzchni ukończono w regionie Warszawy i okolic (448 000 m²), na Górnym Śląsku (422 000 m²), w Szczecinie (320 000 m²), w centralnej Polsce (282 000 m²) oraz w Poznaniu (216 000 m²). Tak dobra koniunktura na rynku magazynowym w kraju jest rezultatem dynamicznego rozwoju potencjału gospodarczego, a przede wszystkim z rosnących potrzeb branży e-commerce oraz firm produkcyjnych. Najwięcej powierzchni magazyno-

wych powstaje na Górnym Śląsku (411 000 m²), w Centralnej Polsce (300 000 m²) i w okolicach Warszawy (217 000 m²).

Dalszy wzrost zapotrzebowania na powierzchnie magazynowe

Przewiduje się, w oparciu o dane dotyczące PKB w Polsce, dalszy wzrost zapotrzebowania na powierzchnie magazynowe. Zakładając tempo wzrostu PKB w 2019 r. na poziomie około 4,9 proc., a w 2020 r. odpowiednio około 4 proc., rynek powierzchni magazynowych może wzrosnąć w tym okresie o około 3 proc. Niestety sytuacja gospodarcza w 2020 r. skłania ku refleksji, że nie osiągnięto tego wskaźnika. Należy natomiast zakładać, że dalszy wzrost rynku e-commerce, bardzo widoczny w I połowie 2020 r. z uwagi na sytuację epidemiologiczną, będzie wymagał zwiększania specjalistycznych usług logistycznych, a te będą potrzebowały coraz większych powierzchni magazynowych.

Jak skutecznie zarządzać talentami w firmie logistycznej

Logistyka to branża o szerokim zakresie świadczonych usług, zaczynając od transportu drogowego, morskiego i lotniczego, po usługi celne oraz logistykę kontraktową. Zbudowanie lojalnych i zgranych zespołów to wyzwanie dla działu rekrutacji, ponieważ do poszczególnych zadań potrzebni są pracownicy o odmiennych kompetencjach.



Iwona Betlejewska

współwłaścicielka, dyrektor zarządzająca, LOXX

W jaki sposób zbudować skuteczny i zaangażowany zespół w firmie logistycznej? Jak zwiększyć efektywność i zyski dzięki wykorzystaniu naturalnych talentów i potencjału pracowników?

Skutecznym narzędziem do odkrywania talentów, mocnych i słabych stron pracowników, są testy (np. Talent Dynamics). To dzięki nim wiemy, jakie naturalne predyspozycje mają poszczególni członkowie grupy, które działania będą wykonywać najlepiej z zespołu, a które powinni delegować.

Innowacje i budowanie strategii, komunikacja i marketing, a może serwis i dostawa lub pomiar i kontrola – to obszary, które wskazują na cztery główne grupy talentów, jakie możemy zdiagnozować u pracowników. Każdy z tych talentów odpowiada za inną rolę w zespole: osoba, która ma rozwinięte talenty w obszarze serwis i dostawa, będzie świetnym pracownikiem działu obsługi klienta, ale nigdy nie odniesie sukcesów jako handlowiec. Tak samo jak Steve Jobs był fantastyczny w innowacjach, ale nigdy nie byłby skutecznym analitykiem finansowym.

Odpowiedni kandydat

Sukces firmy zależy od dobrze działających zespołów, czyli od dopasowania właściwych osób do poszczególnych grup. Rekrutację należy zacząć od opracowania dobrej oferty pracy, w której bardzo konkretnie przedstawimy kompetencje idealnego kandydata na wybrane stanowisko. Szukając lidera zespołu,

podkreślimy ważność miękkich kompetencji, takich jak: budowanie relacji, realizowanie wcześniej wyznaczonych celów, komunikowanie się w małych grupach, prowadzenie zespołu według planu, uczenie się przez konwersację. Formułując ofertę na stanowisko analityka finansowego, duży nacisk położymy na takie cechy jak: dostrzeganie wielu szczegółów, ostrożność w działaniu, szybkie przechodzenie do faktów, zamiłowanie do liczb, komunikowanie się przez dane i raporty, nauka przez dokonywanie kalkulacji. Podsumowując: dwa różne stanowiska – dwa typy talentów.

Kiedy wiemy, kogo dokładnie szukamy, opracujemy konkretną ofertę rekrutacyjną, zwiększamy szansę na skuteczną rekrutację. Kandydat, czytając dobrze przygotowane ogłoszenie, jeśli od razu poczuje, że ta oferta pracy skierowana jest właśnie do niego, złoży aplikację, a my, jako pracodawcy, unikniemy zbędnych kosztów finansowych i czasowych z tytułu nieudanej rekrutacji.

Weryfikacji danego kandydata należy dokonać wykonując test Talent Dynamics oraz przeprowadzając proces oceny kompetencji (assessment center) z odpowiednio przygotowanymi zadaniami, które zweryfikują deklarowane przez kandydata umiejętności.

ści. Tylko wtedy, kiedy pogłębimy proces rekrutacji stosując test i świadomie się do niego przygotujemy, mamy szansę na sukces.

Zarządzanie talentami w zespole

Aby firma skutecznie zarządzała talentami, powinna poznać mocne i słabe strony wszystkich członków zespołu. Jeśli okaże się, że dany pracownik pełni rolę w zespole niepasującą do jego naturalnych predyspozycji, to należy zmienić mu stanowisko pracy lub w ostateczności zaproponować rozwój poza organizacją. Brzmi to może trochę drastycznie, ale tylko podejmując zdecydowane działania, mamy szansę zbudować efektywny zespół. Ponadto, z czego często nie zdajemy sobie sprawy, uwalniamy pracownika od bycia nie w swojej roli także dla jego dobra, bo dajemy mu szansę na znalezienie właściwego dla niego miejsca pracy, z którego będzie czerpał większą satysfakcję. Znając z kolei słabe strony pracownika, można mu zaproponować przy wykonywaniu danego projektu partnerstwo z innym pracownikiem, który uzupełni go i wesprze swoimi talentami. Tworzenie zespołów projektowych w oparciu o potrzebne talenty do rozwiązania określonego problemu pozwala firmie na bycie bardziej elastyczną, co

jest istotne w szybko zmieniającej się branży logistycznej.

Dobrze skomunikowany zespół

Świadome zarządzanie talentami w firmie logistycznej zmienia przedsiębiorstwo w unikalne miejsce pracy, w którym fantastycznie pracujący zespół spełnia się zawodowo i przynosi rewelacyjne wyniki finansowe. Automatycznie wzrasta motywacja w zespole oraz zaangażowanie, w wyniku czego w firmie panuje dobra atmosfera pracy. Nie pozostaje to bez pozytywnego wpływu na efektywność i zyski osiągane przez organizację. Badania pokazują, że pracownicy, którzy wykorzystują swoje naturalne talenty, są o prawie 8 proc. bardziej produktywni, mniej podatni na stres oraz sześć razy bardziej zaangażowani w pracę, co prowadzi do wzrostu sprzedaży i zysków. W rozmowach z innymi przedsiębiorcami często podkreślam, że zarządzanie talentami to nie tylko efektywne pozyskanie odpowiednich ludzi, ale także prowadzenie ich na ścieżce rozwoju. Co więcej, budowanie firmy w oparciu o mocne strony, potencjał i talenty pracowników sprawia, że członkowie zespołów działają skutecznie, a praca daje im zadowolenie, spełnienie, radość i wolność.

CYFROWA (R)EWOLUCJA W LOGISTYCE



Z Rafałem Krajewskim, dyrektorem generalnym GEFCO Polska, rozmawiamy o tym, jak elektromobilność wpłynie na rynek TSL, czy nowe technologie zwiastują rewolucję w tym sektorze i jak możemy ograniczyć wpływ transportu na środowisko.

Rynek motoryzacyjny u progu elektrycznej rewolucji mierzy się z wieloma wyzwaniami. Co zmiany w budowie pojazdów oznaczają dla logistyki?

Zmiany są nieuniknione. Na logistykę produkcji wpływa już sama budowa układów napędowych pojazdów elektrycznych. Ich silniki mają wielokrotnie mniej części ruchomych od tych spalinowych, co przekłada się na wolumeny transportowanych części i podzespołów na produkcję. Z drugiej strony elektromobilność oznacza nowe wyzwania. Na przykład transport baterii, klasyfikowanych

jako towary niebezpieczne, wymaga lepszej identyfikowalności towaru, zgodności w transporcie i zarządzaniu.

To może stanowić problem dla operatorów i przewoźników?

Tak szeroki i precyzyjny zakres usług mogą zapewnić tylko eksperci w zarządzaniu łańcuchem dostaw wyspecjalizowani w branży motoryzacyjnej. Baterie to nie wszystko. Auto elektryczne waży średnio 300 kg więcej od auta z silnikiem spalinowym. W odniesieniu do jednego lub kilku pojazdów ta liczba nie robi

wrażenia, ale w skali makro oznacza konieczność dopasowania transportu i zmianę dotychczasowych schematów. Część osób kojarzy GEFCO z branżą motoryzacyjną i przemysłową, bo taki mamy rodowód, ale rzeczywistość jest taka, że jesteśmy bardzo dobrze przygotowani do wykorzystania potencjału cyfrowej zmiany w pracy dla każdego sektora.

Czego oczekują firmy produkcyjne od operatorów logistycznych?

Od dłuższego czasu obserwuję rosnące oczekiwania w zakresie elastyczności biznesu. Producenci i dystrybutorzy chcą maksymalnie szybko reagować na zachowania konsumentów, dostosowywać produkcję do popytu, dywersyfikować biznes pod kątem ekonomicznym i geograficznym, bez uzależnienia od polityki czy warunków gospodarczych danego regionu. W GEFCO widzimy, że wszystkie te potrzeby spaja i musi za nimi nadążyć logistyka i transport.

I jak, nadążacie?

W niektórych kwestiach nawet przeganiamy. Pomagają nam w tym nowe technologie i szukanie innowacji. Uruchomiliśmy Fabrykę Innowacji, która jest agregatorem ciekawych pomysłów pracowników, współpracu-

jemy z akceleratorami start-upów. Dzięki popularyzacji internetu rzeczy możemy zapewnić lepszy wgląd w przepływ towarów. W konsekwencji łańcuch dostaw staje się bardziej przewidywalny i elastyczny, a jak wspominałem, ta cecha ma dla klientów znaczenie strategiczne. W pracy bardzo pomaga nam również automatyzacja procesów oraz używanie robotów w celu lepszego planowania przepływu towarów.

Zatem przyszłość leży w elastycznej i zrównoważonej logistyce?

To już teraźniejszość. W GEFCO uważamy, że logistyka musi stać się częścią szerszego procesu, którego wszystkie etapy są ze sobą połączone, a relacje prowadzone na zasadach partnerskich, w myśl hasła GEFCO – Partners Unlimited. Elastyczność w logistyce służy również środowisku. Na przykład gdy firma przenosi produkcję na obszar o wyższych zasobach energii odnawialnej, może liczyć na oszczędności.

Dobro środowiska, normy emisji CO₂ – jak to wpływa na działania?

Mamy 300 oddziałów na świecie i dążymy do zminimalizowania naszego wpływu na środowisko. Kolejny rok udało nam się zredukować emisję CO₂ dzięki optymalizacji

zacji przepływów transportowych, unowocześnianiu floty i promowaniu rozwiązań multimodalnych, alternatywnych wobec transportu drogowego. Analizujemy nowe sposoby ograniczania wpływu transportu na środowisko. W ostatnim czasie prowadziliśmy testy elektrycznego auta dostawczego, a wcześniej ciężarówki z zasilaniem LNG.

Mówiliśmy dotychczas głównie o nowych technologiach, ale pamiętajmy, że za każdą zmianą stoi człowiek. Dzięki zaangażowaniu pracowników, po 20 latach obecności w Polsce, jesteśmy w czołówce największych firm TSL. Umacniamy pozycję i rozwijamy współpracę z klientami z różnych sektorów.



Logistyka musi stać się częścią szerszego procesu, którego wszystkie etapy są ze sobą połączone, a relacje prowadzone na zasadach partnerskich

LIDERZY TSL

NAJLEPSI MENEDŻEROWIE BRANŻY TSL



TADEUSZ CHMIELEWSKI

PREZES ZARZĄDU ROHLIG SUUS LOGISTICS

Z branżą TSL związany jest od 30 lat. Swoją karierę w Röhligh Poland rozpoczął w 1990 r., a cztery lata później objął stanowisko dyrektora generalnego. W 2003 r. został prezesem zarządu, a trzy lata później, wykupując udziały, stał się jedynym właścicielem przedsiębiorstwa. W 2009 r. przeprowadził proces rebrandingu firmy, zmieniając jej nazwę na ROHLIG SUUS

Logistics i wdrożył nową strategię biznesową, rozpoczynając tym samym dynamiczny rozwój, który trwa do dziś. ROHLIG SUUS Logistics zatrudnia ponad 1500 pracowników w 28 oddziałach w Polsce i zagranicą. Tadeusz Chmielewski jest absolwentem warszawskiej Akademii Wychowania Fizycznego. Ukończył również MBA w International Business School przy

Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. Swoją warsztat menedżerski rozwijał w trakcie Roczego Programu Doskonalenia Umiejętności Menadżerskich – Management 2005™, organizowanego przez Canadian International Management Institute i Harvard Business School Publishing. Od 2001 r. jest członkiem Klubu Polskiej Rady Biznesu.

MACIEJ GONERKO

PREZES ZARZĄDU ENTERPRISE LOGISTICS

Wyróżniający się menedżer branży TSL w Polsce. Rocznik 1979. Absolwent Zarządzania i Marketingu oraz MBA na Uniwersytecie Szczecińskim. Praktykę zdobywał w kraju i za granicą, m.in. w USA. Od ponad dekady związany z Enterprise Logistics – przedsięwzięciem rodzinnym funkcjonującym na rynku od 1990 r. Zaczynał karierę w firmie jako kurier, następnie spedytor. Od 2008 r. w zarządzie spółki, którą kieruje razem z mamą Wandą Gonerko i siostrą Karoliną Gonerko-Wites. W 2009 r. przejął stery przedsiębiorstwa jako drugie pokolenie właścicieli. Wśród znaczących osiągnięć zawodowych Macieja Gonerko jest stworzenie unikalnego systemu stałych linii drobnicowych w relacji Polska–Skandynawia. Pod jego kierunkiem firma rozszerzyła obszar działalności poprzez otwarcie oddziału w Norwegii, umocniła pozycję na rynku przewozów w tempe-

raturze kontrolowanej w relacjach ze Skandynawią, zapewnia kompleksową obsługę celną w Polsce i w Norwegii. Z jego inicjatywy firma Enterprise Logistics rozwija logistykę magazynową, świadcząc najwyższej jakości usługi wartości dodanej, m.in. dla klientów z branży automotive. Jako menedżer wypracował najwyższy standard obsługi klientów, co znajduje potwierdzenie w wynikach badań ich satysfakcji, zarówno wewnętrznych i zewnętrznych, czego dowodem jest specjalne wyróżnienie w programie Operator Logistyczny Roku 2013 i 2019. Pod jego kierownictwem firma zdobywa istotne wyróżnienia branżowe i gospodarcze, m.in. wielokrotnie przyznawany był jej tytuł Spedytora Roku (również w bieżącej edycji), Rzeczpospolita TSL Award 2019 w dziedzinie innowacji, Najlepszy Produkt dla MSP 2014, 2015 „Gazety Finansowej”, Rodzinna Firma Roku 2011 „New-

sweeka”, Gazele Biznesu, Diamenty Forbesa. W dziedzinie zarządzania zespołem pracowników, a także w uznaniu działań z zakresu CSR Maciej Gonerko odebrał nagrodę Pracodawca Roku Pomorza Zachodniego 2018. Aktywna działalność w branży nie ogranicza się do prowadzenia własnej firmy, stąd członkostwo w Radzie Polskiej Izby Spedycji i Logistyki, której wiceprzewodniczącym od 2019 r. jest przedstawiciel Enterprise Logistics. Maciej Gonerko ma na swoim koncie również znaczące sukcesy sportowe. Jest wielokrotnym medalistą Mistrzostw Polski w różnych klasach żeglarskich oraz wielokrotnym zwycięzcą regat Pucharu Świata w match racingu. Team regatowy Patryk Zbroja Yacht Racing Team, którego członkiem jest Maciej Gonerko, od trzech sezonów plasuje się w pierwszej dziesiątce najlepszych światowych załóg w kategorii match racingu.



JAROSŁAW DOMIN

PREZES ZARZĄDU JAS-FBG

Zarządza spółką od 2008 r., wcześniej był dyrektorem zarządzającym i członkiem. Z branżą TSL związany od 1991 r. Jest absolwentem Po-

litechniki Śląskiej, gdzie ukończył Wydział Mechaniczny Energetyczny. W maju 2014 r. został wybrany do Rady Polskiej Izby Spedycji i Logi-

styki, a w lipcu 2014 r. do pełnienia funkcji wiceprzewodniczącego PISiL.

DANIEL FRANKE

PREZES ZARZĄDU FM LOGISTIC

Posiada ponad 18-letnie międzynarodowe doświadczenie w dziedzinie logistyki i zarządzania łańcuchem dostaw. Swoją karierę zawodową rozpoczął w Grupie Schenker pracując w dzia-

łach sprzedaży, marketingu i zarządzania projektami. Sześć lat później, w Niemczech, w siedzibie Grupy, pełnił funkcję dyrektora projektu odpowiedzialnego za sektor przemysłowy. W 2010 r.

dołączył do Rohlig Suus Logistics, gdzie odpowiadał za dział logistyki kontaktowej i transportu w Polsce, który przekształcił w solidny, dochodowy i rozwijający się sektor firmy.



RAFAŁ KRAJEWSKI

DYREKTOR GENERALNY GEFCO

Posiada ponad 20-letnie doświadczenie zawodowe w sektorze logistyki, w szczególności dla branży motoryzacyjnej i przemysłowej, które zdobywał w międzynarodowym środowisku biznesowym. Od 13 lat kieruje jednostkami firm zajmujących czołowe pozycje wśród operatorów logistycznych w Europie. Bezpośrednio zarządzał przedsiębiorstwami w Polsce, w Niemczech i na Ukrainie, a także kierował jednostkami sku-

piającymi dodatkowo kraje bałtyckie oraz Bałkany. Swoją karierę rozpoczął w CAT Cargo Logistics Polska. Przez kolejne lata awansował w strukturach tej firmy do pozycji dyrektora generalnego CAT LC na region Europy Środkowej i Wschodniej. Od ponad pięciu lat jest prezesem i dyrektorem generalnym GEFCO Polska, a od trzech lat dodatkowo zarządza oddziałem ukraińskim. Obydwa są częścią Grupy

GEFCO, która należy do czołówki europejskich operatorów logistycznych. Studiował na Akademii Ekonomicznej w Poznaniu oraz w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Jak mówi, chciał pracować w marketingu i na początku poważnie nie myślał o logistyce, jednak zawsze był otwarty na podejmowanie nowych wyzwań. Interesuje się architekturą, żeglarstwem, a ostatnio także nowymi technologiami.

Transport bez innowacji nie przetrwa dekady

Ponad połowa badanych przedsiębiorców jako kryterium wyboru rozwiązań informatycznych do rozwoju biznesu podaje szybki wzrost przychodów. Na jakim poziomie? Tego przewoźnicy nie mówią. Wśród zaawansowanych narzędzi obecnie najczęściej wykorzystywanych w transporcie jest telematyka. Jednak to nie wystarczy, żeby w ciągu najbliższych kilkunastu lat pozostać w grze. Na jakie procesy digitalizacji warto zwrócić szczególną uwagę i jaka rysuje się przyszłość międzynarodowych przewoźników drogowych?

Mateusz Włoch

ekspert marki Inelo

Szybkość komunikacji, całodobowy dostęp do informacji, wymiana danych, nawigacja satelitarna czy wykorzystywanie Internetu jako platformy biznesowej online, to podstawy na dzisiejszym rynku spedycyjnym. Raport Transport 4.0 od PwC. wskazuje, że w najbliższych latach możemy spodziewać się:

- informatyzacji procesów wewnętrznych branży transportu;
- platformizacji sprzedaży usług, czyli przeniesienia innowacyjności w sprzedaży na platformy cyfrowe;
- obecności na rynku cyfrowych gigantów;

- technologii opartych na telematyce i software jako rozwinięcie digitalizacji.

Co więcej, w perspektywie kolejnych 10 lat nikogo nie powinno dziwić pojawienie się na drogach pojazdów w pełni autonomicznych i napędów alternatywnych.

Cyfryzacja w firmach transportowych

Sektor TSL daje wiele możliwości, aby z powodzeniem wdrażać nowe rozwiązania informatyczne. Narastająca konkurencja oraz wzrost kosztów prowadzenia działalności przewoźowej, doprowadziły do sytuacji, w której przedsiębiorcy poszukują nowych rozwiązań. To digitalizacja ma być kluczem do obniżenia wydatków, zwiększenia atrakcyjności prze-

woźnika na rynku, a co za tym idzie maksymalizacji jej dochodów. W raporcie „Transport przyszłości” autorzy podają, że, aż 54 proc. globalnych firm transportowych oczekuje zwiększenia przychodów po zastosowaniu cyfrowych narzędzi w swojej firmie. We współczesnym transporcie wykorzystuje się informatyczne systemy zarządzania, które automatyzują procesy administracyjne w przedsiębiorstwach oraz wspomagają organizację pracy. Coraz częściej spotykam się u przewoźników z narzędziami optymalizującymi wykorzystanie floty pojazdów. Oceniam, że w najbliższej przyszłości właśnie te systemy będą rozwijane – TMS, czyli systemy zarządzania transportem. Głównie dlatego, że obecnie rynek transportowy boryka się z ogromnym problemem braku rąk do pracy, a te rozwiązania usprawniają wykorzystanie dostępnych zasobów. W sytuacji, gdy permanentnie brakuje wykwalifikowanych pracowników, należy korzystać z takich narzędzi, które automatyzują wszelkie procesy i wspierają na co dzień prowadzenie działalności. Nie można się bać nowych technologii, trzeba jest tylko właściwie stosować.

Być jak uber

W TSL warta uwagi jest tak zwana platformatyzacja, czyli rozwiązanie analogicznych do popularnego UBERA. Jej plusem jest powszechność oraz transparentność usług. Aplikacja jest dostępna dla każdego, a zintegrowane systemy oceny usług pozwalają klientowi wybrać przewoźnika, który najbardziej mu odpowiada oraz omijać tych, których usługi zostały nisko ocenione. Należy jednak pamiętać, że takie rozwiązanie, z jednej strony kuszącą możliwością zwiększenia dochodów, z drugiej jednak może przyczynić się do wystąpienia zjawiska wojny cenowej, co jest obserwowane na rynku przewozu pasażerskiego. Problem pojawia się w przypadku małych przewoźników, którzy dominują na naszym rynku – stworzenie własnej platformy to kosztowna inwestycja, dodatkowo wiążąca się ze sporym ryzykiem niepowodzenia.

Cyfrowi giganci

Amazon czy też Zalando powstały jakiś czas temu, a swoje pierwsze kroki stawiali w Internecie, oferując usługi online. Takie firmy potrzebują sprawnie działającej lo-

gistyki. Stwarza to ogromne szanse dla przedsiębiorstw transportowych. Problemem dla małych firm przewoźowych może okazać się konieczność stosowania rozwiązań opartych na software oraz telematyce. Te zaawansowane technologie wymagają znacznych nakładów finansowych.

Na takie inwestycje zazwyczaj decydują się więksi gracze. Średnie i mniejsze biznesy bronią się przed wdrażaniem kosztownych narzędzi. Może się jednak okazać, że bez cyfrowych rozwiązań w ciągu najbliższej dekady po prostu wypadną z rynku. Zgodnie z raportem PwC, najważniejszymi rozwiązaniami software'owymi w najbliższym czasie będą:

- Zrobotyzowana automatyzacja procesów (RPA).
- Utrzymanie predykcyjne
- Inteligentne systemy transportowe (ITS).
- Technologie oparte na Blockchain
- Sztuczna inteligencja (AI)

Warto już teraz myśleć przyszłościowo i planując rozwój firmy w branży TSL, skupić się także na wykorzystaniu dobrodziejstw cyfrowego świata. Z pewnością innowacyjne rozwiązania to przyszłość transportu.

Innowacyjny box EETS od DKV Euro Service



W czasach, gdy każdy bliski kontakt z obcą osobą niesie ryzyko, przyspieszają technologie umożliwiające zdalną obsługę. Tak się dzieje także w kwestii rozliczania opłat drogowych. Rozmawiamy z Mariuszem Derdziakiem, kierownikiem sprzedaży DKV Euro Service Polska.

z kontroli nad poborem opłat na rzecz jednego boxa.

Jednak w końcu się udało. Kolejne kraje dołączają do EETS.

To prawda. W dużej mierze dzięki pomysłowości międzynarodowych operatorów kart paliwowych i producentów urządzeń. DKV Euro Service, Daimler oraz T-Systems byli jednymi z pierwszych, którzy zaangażowali się w komercjalizację usługi tak, aby wszystkim stronom się to opłacało. Tak powstało urządzenie DKV Box EUROPE do rozliczania opłat w systemie EETS.

DKV Box EUROPE od marca dostępny jest dla polskich klientów. Czemu dopiero teraz zdecydowaliście się na dystrybucję?

Negocjowaliśmy najlepsze warunki dla naszych klientów. Chcieliśmy też, aby urządzenie było bezpieczne i sprawdzone. Przez trzy lata testowaliśmy box na ponad 10 tys. klientów w całej Europie. Jako najdłużej działający na rynku operator paliwo-serwisowy nie mogliśmy sobie pozwolić na błędy w jego funkcjonowaniu. Chodzi na przy-

kład o sytuację, kiedy system źle naliczy na box opłaty albo gdy urządzenie przestanie działać za granicą między dwiema bramkami autostrad. Nie chcieliśmy narażać kierowców na kary czy przeestoje w trasie. Każdy ze scenariuszy wymagał opracowania szybkich procedur reagowania.

Gdzie można rozliczać się przez DKV Box EUROPE?

Na dziś są to Niemcy, Austria, Francja, Belgia, Hiszpania i Portugalia, w tym też tunele. Za moment dołączają Włochy i Norwegia, a następnie Polska, Słowenia, Czechy i Węgry.

Po pierwszych doświadczeniach, jakie cechy urządzeń EETS są ważne dla przewoźników?

Jeden box na szybko zamiast „choinki”.

Z punktu widzenia oferty DKV Box EUROPE i korzyści finansowych?

Box EETS to najlepsze rozwiązanie przy jakiegokolwiek wymianie boxów działających dziś w różnych krajach. Warunki ofertowe są takie same lub lepsze niż w przypadku urządzenia krajowego, za to firma

otrzymuje box, którym może rozliczać się w wielu krajach. Unikamy też kosztownego montażu i demontażu urządzeń pokładowych jak przy boxie Toll Collect.

Jednolity system to spore uproszczenie dla księgowości.

Racja. Na co innego zwraca uwagę kierowca, na co innego właściciel firmy. Dla właściciela istotne jest, że ma jedną fakturę za opłaty w wielu krajach, przesyłaną raz na dwa tygodnie. Opłaty są opisane wg krajów i odcinków, można je łatwo porządkować w programach do zarządzania transakcjami. To duża oszczędność na czasie pracy księgowości i możliwość jednoosobowej optymalizacji myta w wielu krajach. Dzięki łatwej instalacji i nowej logice działania, boxy EETS można też przenosić pomiędzy pojazdami bez żadnych formalności.

Czy kierowca musi coś specjalnego robić albo wiedzieć podczas korzystania z DKV Box EUROPE?

Boxy EETS są bardzo intuicyjne, ale nie oznacza to, że zupełnie bezobsługowe. W trasie, po minięciu granicy, urządzenie sygnalizuje wjechanie w obszar innego systemu opłat drogowych. Kierowca musi wówczas wcisnąć YES, aby potwierdzić naliczanie nowego typu opłat. Ważne, aby pamiętać, że technologia EETS stanowi dodatkowy wybór dla przewoźnika, nie obowiązek. Firma może wybrać, w których krajach chce się rozliczać dotychczasowymi boxami, np. Toll Collect czy GO Box, a w których przechodzi na jeden box. Warto przy tym przeanalizować warunki handlowe, aby upewnić się, że po zmianie będą one równie korzystne jak wcześniej.



DKV już dekadę temu zaproponowało jedno urządzenie pokładowe dla opłat w wielu krajach. Europie bardzo długo zajmuje adaptacja pomysłu EETS.

DKV jest największym operatorem rozliczeń opłat drogowych. Od lat pełnił rolę łącznika między różnymi systemami. Wyzwaniem przy budowie EETS jest zintegrowanie ze sobą opłat drogowych opartych na różnych technologiach: GPS, mikrofalach oraz tradycyjnych winietach. Prace nad jednolitym systemem mogły przyspieszyć po przejściu większości krajów Europy na rozliczenia elektroniczne. Potrzebny był jednak do tego konsensus między operatorami oraz właścicielami poszczególnych systemów opłat drogowych. Mowa tu zarówno o państwach, jak i prywatnych spółkach autostradowych. Udziałowcy zainwestowali ogromne kwoty w budowę systemów, więc nic dziwnego, że jest im dziś trudno zrezygnować

LIDERZY TSL

GRZEGORZ LICHOCIK

PREZES ZARZĄDU DACHSER

Dr inż. Grzegorz Lichocik jest absolwentem Politechniki Łódzkiej. Posiada stopień doktora nauk ekonomicznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu, uzyskany na Politechnice Częstochowskiej. Ukończył podyplomowe studia z zakresu zarządzania i marketingu w Institut d'Administration des Entreprises de l'Université Jean Moulin Lyon III we Francji oraz

podyplomowe Studium Zarządzania Logistycznego w SGH w Warszawie. W logistyce działa od 25 lat. Kierując kolejnymi projektami współtworzył rynek TSL i standardy w tej branży w Polsce. Od początku kariery związany był z globalnymi firmami sieciovymi realizującymi przewozy drobnicowe. Od 2007 r. jest prezesem Dachser w Polsce. Główne wyzwania, jakie stawia sobie i firmie, to dalsza rozbudowa

sieci dla przesyłek drobnicowych oraz rozwój logistyki kontraktowej i sekcji przesyłek morskich oraz lotniczych. Jest wiceprzewodniczącym zarządu Polskiego Towarzystwa Logistycznego i członkiem Rady GSI w Polsce. Zasiada w Radzie Naukowo-Programowej czasopisma Logistyka.



EWALD RABEN

PREZES ZARZĄDU RABEN

Przedsiębiorca Roku 2012 w Polsce oraz laureat nagrody LEO 2018 w kategorii Przedsiębiorca roku w Niemczech przyznanej przez Deutsche Verkehrs-Zeitung. Urodził się w Winterswijk w Holandii. Studiował w Wyższej Szkole Transportu i Logistyki w Rotterdamie. W 1991 r. założył w Polsce oddział rodzinnego biznesu. W ciągu niemal 30 lat działalności stworzył europejską firmę zajmującą się nie tylko transportem drogowym, ale także komplek-

sową obsługą obejmującą logistykę kontraktową, transport morski i lotniczy, FTL & transport intermodalny oraz logistyką produktów świeżych w temperaturach kontrolowanych pod marką Fresh Logistics.

Ewald Raben nie jest tylko dyrektorem generalnym. Zna logistykę od podszewki, jako młody chłopak pracował w rodzinnej firmie, prowadząc ciężarówkę czy przenosząc palety. Zawsze był tam,

gdzie jego zespół, dzieląc misję, wizję i wartości Grupy Raben. Firma prowadzi swoje działania w sposób społecznie odpowiedzialny, polityka CSR Grupy skupia się na pozytywnych relacjach z lokalnymi społecznościami, środowisku naturalnym i pracownikach. Ewald uruchomił wiele kampanii i inicjatyw promujących bezpieczeństwo na drogach (www.niebadzdziki.pl), znaczenie transportu (www.transport-jest-potrzebny.pl) i zdrowego stylu życia.

RADOSŁAW ROŻEK

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY BU PÓŁNOCNA I WSCHODNIA EUROPA CAT CARGO LOGISTICS

Dyrektor zarządzający z ponad 17-letnim doświadczeniem w logistyce i zarządzaniu łańcuchem dostaw. Specjalizuje się w rozwoju biznesu w Polsce i krajach UE, posiadając szerokie know-how w sektorze motoryzacyjnym. Ekspert w zakresie optymalizacji procesów, projektowania i budowania rozwiązań dla łańcuchów dostaw oraz wdrażania i komunikowania strategii rozwoju.

Posiada praktyczną wiedzę i doświadczenie w zakresie zarządzania projektami na poziomie międzynarodowym, budowy i rozwoju kultury Lean i skutecznego wdrażania outsourcingu. Z powodzeniem zarządza rozwojem biznesu w krajach Europy Środkowej i Wschodniej od ponad 10 lat, również w ramach Dywizji Cargo Logistics Groupe CAT, będąc członkiem komi-

tetu wykonawczego Dywizji w regionie Europy. Opierający zarządzanie organizacji na rozwoju ludzi, pracy zespołowej i kultury organizacyjnej firmy. Orędownik i propagator budowania partnerskich relacji w zespołach, zaufania w zarządzaniu biznesem, jak również rozwoju partnerstwa z klientami, dostawcami i partnerami biznesowymi.



WOJCIECH SIENICKI

PREZES ZARZĄDU, KUEHNE + NAGEL

Wojciech Sienicki ma ponad 30-letnie doświadczenie w branży TSL. Był współwłaścicielem wielu firm transportowych i spedycyjnych. W 1991 r. stworzył spółkę CJ International, która w 2004 r. zajmowała 15. miejsce na liście największych polskich firm spedycyjnych, a w 2008 r. spółkę Rhenus Freight Logistics. Od 2008 r. zajmował kierownicze stanowiska

w zakresie spedycji drogowej w spółkach: Rhenus Contract Logistics oraz w Kuehne+Nagel. Wojciech Sienicki pełnił również funkcję wiceprezesa ds. finansowych oraz prezesa Zrzeszenia Międzynarodowych Przewoźników Drogowych w Polsce (ZMPD). Obecnie angażuje się w pracę ZMPD na zasadach pracy społecznej. Wojciech Sienicki został odznaczony

odznaką honorową Zasłużony dla Transportu RP, odznaką honorową diamentową Zasłużony dla ZMPD oraz Złotym Medalem za Długoletnią Służbę. Wieloletnie doświadczenie w strukturach organizacji oraz znajomość polskiego rynku logistycznego umożliwiają mu efektywne zarządzanie polskim oddziałem firmy. Wojciech Sienicki pełni tę funkcję od 4 września 2018 r.

PIOTR ZBOROWSKI

PREZES ZARZĄDU SCHENKER SP. Z O.O. I CEO KLASTRA EUROPY PÓŁNOCNO-WSCHODNIEJ (NEE) W DB SCHENKER

Z DB Schenker związany od czerwca 2019 r. Odpowiada za transport drogowy, logistykę kontraktową, fracht lotniczy i morski w Polsce, Estonii, Łotwie, Litwie, Ukrainie i na Białorusi. Posiada bogate doświadczenie w zarządzaniu złożonymi łańcuchami dostaw. Jest absolwentem SGH. Ukończył też podyplomowe studia MBA

na Uniwersytecie w Lozannie i International Institute for Management Development (IMD). Zawodowo jest związany z branżą TSL od 27 lat. W tym czasie pełnił wysokie funkcje m.in. w UPS Supply Chain Solutions oraz w Kerry Logistics Poland. W latach 2011–2019 pracował w firmie CEVA Logistics, sukcesywnie obejmując coraz

większy zakres odpowiedzialności – do stanowiska wiceprezesa wykonawczego klastra Europy Centralnej CEVA Logistics. Odpoczywa w kontakcie z naturą. W wolnych chwilach wybiera się na piesze wycieczki po górach, lubi jazdę na rowerze. Jego pasją jest żeglowność.

