

# TRANSPORT SPEDYCJA LOGISTYKA



## Rynek e-commerce już nie dla wszystkich operatorów logistycznych

**Polacy coraz chętniej porzucają sklepowe kolejki na rzecz wygodnych zakupów na ekranie komputera. Co to oznacza dla branży TSL? Dynamiczny rozwój sektora e-commerce oznacza nowe szanse i wyzwania dla obsługi logistycznej.**

**Grzegorz Dobkowski**



Rynek usług e-commerce rozwija się w Polsce niezwykle dynamicznie. Z najnowszego badania Gemius „E-commerce w Polsce 2015” wynika,

że wartość rynku szacowana jest na 27 mld złotych. To aż o 3 mld więcej niż w 2014 roku. Sklepy internetowe w Polsce powstają w niewiarygodnie szybkim tempie. Według prognoz Sociomantic Labs, w 2015 roku ich liczba powinna przekro-

czyć 22 tysiące. Na 13,5 mln gospodarstw domowych, aż w 9,4 mln jest stały dostęp do internetu, natomiast 55 proc. internautów deklaruje, że przynajmniej raz dokonało zakupów online. Choć większość kupuje w polskich e-sklepach, te zagraniczne również zyskują na popularności. 13 proc. konsumentów przyznaje się do robienia w nich regularnych zakupów.

### Nowe możliwości, ale i wyzwania

Branża TSL, która stara się nadążyć za wyzwaniami i możliwościami w zakresie obsługi logistycznej, nie mogła zostać obojętna na tak dynamiczny rozwój tego sektora. Nie bez powodu mówi się, że handel elektroniczny jest w pewnym sensie katalizatorem usług logistycznych. Ze względu na specyfikę rynku e-commerce, operatorzy logistyczni muszą być z jednej strony elastyczni i ukierunkowani na klienta (duża różnorodność potrzeb, w zależności od specyfiki klienta czy branży), a jednocześnie dysponować odpowiednim zapleczem, które

umożliwi odpowiednią realizację zamówień, w których kluczowy jest czas i jakość. Oprócz standardowych czynności magazynowo-dystrybucyjnych, w obsłudze e-commerce należy dodatkowo zadbać o zwroty i reklamacje towarów oraz obsługę klienta końcowego. W związku z tym, operatorzy logistyczni oferujący kompleksowe usługi outsourcingowe dla branży e-commerce, powinni przede wszystkim uważnie obserwować rozwijające się trendy. To pozwoli im odpowiednio wcześniej zadbać o zapewnienie właściwych rozwiązań i spełnienie wszystkich wymogów. Osoby zarządzające podmiotami sektora e-commerce stają się coraz bardziej świadome swoich oczekiwań logistycznych, przez co są dużo bardziej wymagające niż jeszcze kilka lat temu.

### Od retailu do e-commerce

Warto również zauważyć, że realizację zadań dla branży opartej na handlu elektronicznym może ułatwić doświadczenie operatora zdobyte w ob-

słudze szeroko rozumianej branży „retail”. W tym sektorze również kluczem do sukcesu jest odpowiednie zarządzanie całym łańcuchem dostaw pod kątem redukcji kosztów i zapasów, terminowości dostaw oraz ciągłej poprawy efektywności. Jeśli spojrzymy na najczęściej kupowane online kategorie produktów, to aż 73 proc. stanowi odzież, akcesoria i dodatki, a 67 proc. – książki, płyty i filmy, czyli produkty stanowiące trzon branży retailowej.

Nie tylko branża e-commerce, ale również sami klienci robiący zakupy online, są dużo bardziej wymagający niż jeszcze kilka lat wcześniej. Oczekują nie tylko szybkiej dostawy kupionego produktu, lecz także odpowiedniego przepływu informacji o statusie doręczenia. Oczekiwanie potęguje duża popularność urządzeń mobilnych oraz rozwijających się w tym samym tempie wszelkich aplikacji i rozwiązań. Dlatego odpowiednie zabezpieczenie ze strony IT przy zarządzaniu platformami e-sklepów czy w polityce płatności

online i przy doborze towarów, staje się niezbędne.

### Łakomy kasek czy twardy orzech do zgryzienia

Wszystkie te czynniki powodują, że z jednej strony obsługa logistyczna rynku e-commerce jest łakomym kąskiem dla operatorów. Jednak wraz z jej niezwykle dynamicznym rozwojem wzrósł poziom wymagań, który już nie jest do osiągnięcia dla wszystkich. Pomimo dużej konkurencji na rynku TSL – która nierzadko przybiera nawet formę wojny cenowej, co wykorzystują klienci, do wynegocjowania możliwie najniższych stawek – to akurat branża e-commerce może być uznawana za wyspecjalizowany segment rynku, gdzie złożoność i trudność wykonania usługi skutecznie zawęża grono dostawców. Operatorzy muszą mieć nie tylko bogate doświadczenie, lecz także odpowiednie zabezpieczenie logistyczne – także od strony IT.

# Wybrać obszar działania

**Podczas gdy konkurencja w branży TSL jest tak duża, a klienci coraz bardziej wymagający, pojawia się pytanie – czy samo świadczenie usług w zakresie magazynowania wystarczy, aby utrzymać się na rynku? Większe oczekiwania wobec operatorów logistycznych, wcale nie muszą oznaczać więcej usług.**

**Igor Roguski**



Czy oferując jedynie usługi magazynowania można konkurować na rynku? Uważam, że tak, jednak będzie to w dużym stopniu konkurowanie ceną. To, czy jest to dobre dla rozwoju branży, pozostanie kwestią dyskusyjną. Z pewnością na rynku zawsze będą klienci, dla których kluczowe kompetencje i zasoby w zakresie zarządzania przepływami materiałowymi są ważnymi, podstawowymi elementami działalności. Dla nich często usługi podstawowe będą wystarczające. Jednak rosnąca kompleksowość działań firm powoduje, że ci klienci coraz bardziej skupiają się na swojej głównej działalności i koncentrują na kluczowych kompetencjach, takich jak design, marketing oraz udoskonalanie procesów wewnętrznych. Przede wszystkim dotyczy to szeroko rozumianej branży produkcyjnej, gdzie konkurencyjne otoczenie rynkowe staje się coraz bardziej wymagające. Dotyczy to także innych, jak na przykład hi-tech, fashion, czy produktów i usług związanych z poprawą jakości życia. Należy dostrzec te aspekty łańcucha dostaw, które mogą stanowić wartość dla tego typu przedsiębiorstw.

## Elastyczność jest kluczowa

W dzisiejszym świecie coraz większe znaczenie ma szybkość przepływów materiałowych. Warto dostrzec korzyści wynikające z „odmrażania” kapitału i poszukiwać rozwiązań logistycznych, które mogą wesprzeć

takie strategie. Pracując z klientami działającymi przede wszystkim w środowisku międzynarodowym, ważna jest elastyczność łańcucha dostaw. Obecna logistyka to już nie tylko realizacja usług zgodnych z zamówieniem klienta, lecz także doradztwo w zakresie organizacji przepływów. W ofercie usług operatorów logistycznych coraz częściej pojawiają się elementy związane z projektowaniem sieci dystrybucyjnych dedykowanych dla danego klienta.

## Przede wszystkim partnerstwo z klientem

Kolejnym istotnym elementem jest projektowanie przestrzeni magazynowych. W dzisiejszym konkurencyjnym środowisku, mając do dyspozycji nowoczesne techno-

logie, mniej ważny staje się koszt wynajmu powierzchni magazynowych, ale sposób, w jaki z nich korzystamy. W tym wypadku również niezwykle istotną kwestią jest partnerstwo z klientem. Brak porozumienia z usługobiorcą uniemożliwia właściwe zaplanowanie przestrzeni i wykorzystanie odpowiednich technologii. Aby osiągać ponadprzeciętne wyniki w zarządzaniu przepływami, należy wyważyć elementy stanowiące o najbardziej efektywnym składowaniu i te umożliwiające optymalną realizację procesów operacyjnych oraz zadbać, aby były one adekwatne dla danego klienta. Ułatwić to mogą usługi LMS (Logistics Manufacturing Services). Dzięki nim firmy mogą pozwolić sobie na znaczne optymalizacje przepływu materiałów. W Azji, Ameryce Łacińskiej oraz Europie istnieją już platformy LMS, na których produkty klientów poddawane są „customizacji”. Usługa ta polega przykładowo na montażu i konfiguracji szaf tele-

komunikacyjnych od podstaw. To niezwykle skomplikowane procesy wymagające bardzo wysokich kompetencji technicznych, ale przede wszystkim bardzo bliskiej współpracy z klientem.

Jeśli łańcuch dostaw rozumiemy w tak kompleksowy sposób, to konkurowanie na tym rynku opiera się przede wszystkim na elastyczności w wykorzystaniu różnych jego elementów. Wierzymy, że nie musimy być właścicielem zasobów do realizacji wszystkich aspektów usługi logistycznej. Jesteśmy jednak przekonani, że powinniśmy mieć kompetencje wykorzystania w odpowiedni sposób sieci partnerskiej i podwykonawców. Zapewnienie kontroli w międzynarodowych przepływach logistycznych nie jest możliwe bez koordynacji działań w zakresie transportu, kontroli jakości na różnych etapach podróży materiałów, obsługi celnej, ubezpieczenia. Wszystkie elementy powinny być spójne i generować wartość dla klientów.

## Nie zawsze ilość równa się jakości

Uważam, że każdy przedsiębiorca powinien podjąć decyzję, w jakim obszarze rynku chce działać. Pracując z klientami operującymi w międzynarodowym, dynamicznym otoczeniu, kompleksowe rozumienie łańcucha dostaw staje się coraz ważniejsze. Oczekiwania klientów wobec operatorów logistycznych rosną. Jednak „więcej” niekoniecznie musi oznaczać „więcej usług”. Może to oznaczać również mądrzejsze podejście do logistyki i zaproponowanie rozwiązań unikalnych, dostosowanych do strategii klienta. Kluczowa w konkurowaniu na rynku jest bliska współpraca z klientami oraz chęć poszukiwania najlepszych dla niego w danym momencie rozwiązań. Mogą one obejmować wiele różnych usług logistycznych i często tak właśnie jest. Ważne jednak, w jaki sposób są one wykorzystywane, aby łańcuch dostaw stał się prawdziwym łańcuchem wartości.

*Autor jest prezesem Panalpina*



# Wybór magazynu – na jakie aspekty zwrócić uwagę

**Prologis dostarcza na polski rynek najwyższej jakości powierzchnię magazynową, która spełnia oczekiwania klientów z różnych branż. Wszystkie nasze parki zlokalizowane są w pobliżu głównych szlaków komunikacyjnych, które umożliwiają sprawną logistykę. A dogodna lokalizacja pozwalająca zaoszczędzić na kosztach transportu to najważniejszy aspekt wyboru magazynu.**

**Paweł Sapek**



Aby magazyn mógł sprawnie funkcjonować, niezbędna jest wykwalifikowana kadra pracowników. Dlatego coraz więcej firm ocenia park logistyczny pod względem bezpośredniego dojazdu i dostępu do transportu publicznego. Ważna jest ilość miejsc par-

kingowych dla samochodów ciężarowych i osobowych, przestronne place manewrowe, ilość wjazdów na teren parku, czyli wszystko to, co bezpośrednio przekłada się na płynność ruchu kołowego. Nowoczesne powierzchnie magazynowe podnoszą komfort obsługi, ułatwiają załadunek i rozładunek towarów, a także umożliwiają optymalne ich składowanie.

Kolejną istotną kwestią w podjęciu decyzji o wyborze magazynu

jest zarządzanie nieruchomością. Profesjonalizm i doświadczenie zarządcy nie tylko umożliwiają sprawny przebieg procesów operacyjnych, lecz także wpływają na wyniki finansowe danego obiektu. Prologis od początku swojej działalności w Polsce jest ekspertem w zarządzaniu własnymi nieruchomościami magazynowymi. Doświadczeni deweloperzy, profesjonalnie zarządzają magazynami swoich najemców, gwarantując jakość i szybkość świadczonych usług, natychmiastową reakcją na nieprawidłowości występujące w magazynie oraz komfort i stabilność współpracy.

Prologis dba również o unowocześnianie swoich obiektów magazynowych – dlatego na

bieżąco monitorujemy innowacyjne technologie dostępne na rynku – np. elektroniczne czytniki tablic rejestracyjnych, które umożliwiają ciężarówkom wjazd na teren parku bez ludzkiej interwencji. Innym rozwiązaniem, cieszącym się coraz większym powodzeniem są systemy automatycznego pomiaru i zdalnego odczytu zużycia ciepła, prądu oraz wody. Zbierają i wysyłają one do centrali informacje o wykorzystaniu mediów w euro i centach, na bieżąco uaktualniając ich wartości. Pozwala to na monitoring i zarządzanie kosztami, a co za tym idzie zostają wyeliminowane szacunkowe rachunki, które niejednokrotnie prowadziły do zaciągania kredytów czy nawet do zadłużenia firm.

Każdorazowo przed podjęciem decyzji o wyborze magazynu, trzeba odpowiedzieć sobie na pytanie: jaki towar i w jakim celu będzie składowany? Być może nie uda się dopasować wszystkich optymalnych warunków. Wówczas trzeba wytyczyć priorytety: czy dany towar potrzebuje specjalnych warunków przechowywania, czy istotniejsza jest lokalizacja – bliskość odbiorców lub szlaków komunikacyjnych, lub ostatecznie kluczowy jest komfort załadunku i rozładunku towaru. Analiza powyższych czynników da nam pewność, że wybrany przez nas obiekt magazynowy będzie odpowiadał potrzebom naszego biznesu.

*Autor jest senior vice president & country manager Prologis na Polskę*

# Do każdego indywidualnie

**Większość klientów wybierając operatora logistycznego skupia się przede wszystkim na usłudze magazynowania i kosztach związanych ze składowaniem towaru. Niestety zapominają o tym, że to tylko jeden z elementów, który niekoniecznie musi być najważniejszy.**

## Wojciech Gruszka



Jeszcze kilka lat temu oczekiwania wobec operatorów logistycznych były niewielkie. Liczyło się głównie to, aby towar był prawidłowo przyjęty, przechowywany w przyzwoitych warunkach, aby został poprawnie wydany i dojechał na czas do odbiorców. Magazynów klasy A praktycznie nie było, tak jak systemów IT do zarządzania magazynem, a rynek e-commerce dopiero raczkował. Kontakt z operatorem ograniczał się do złożenia zlecenia.

## Większe wymagania

Dzisiaj rzeczywistość i świadomość klientów jest zupełnie inna. Sama usługa magazynowania nie jest już

niczym wyjątkowym. Klienci przyzwyczaili się, do tego, że towar będzie przechowywany w magazynie wysokiego składowania, w nowoczesnym centrum logistycznym, w obiekcie ogrzewanym z systemem bezpieczeństwa ppoż. Co w takim razie powinien zaproponować operator logistyczny, aby klient zdecydował się na obsługę i był zadowolony? Ilość usług dodatkowych jest tak naprawdę nieograniczona i nie da się jej do końca zdefiniować. Wymagania klientów wobec operatorów logistycznych przez ostatnie lata bardzo mocno ewoluowały, a proces ten nadal trwa. Nie wystarczy już wysokiej klasy magazyn i prosta usługa magazynowania. Oczekiwania są o wiele większe. Na co szczególnie klient zwraca uwagę? Jaki magazyn jest dla niego idealny? Jakich usług jeszcze potrzebuje?

## Nieograniczone możliwości

Na pewno będzie to magazyn klasy A, wysokiego składowania, zlokalizowany w dużym kompleksie logistycznym z bardzo dobrym dojazdem i parkingiem dla dużych aut. Magazyn musi być zarządzany za pomocą nowoczesnego systemu WMS, najlepiej według wszystkich procedur stosowanych w logistyce. Klient powinien mieć dostęp on-line do swoich zapasów i możliwość składania zleceń bezpośrednio w systemie operatora logistycznego lub zintegrowania swojego systemu IT z WMS operatora. Oczekuje się również odpowiedniego systemu raportowania, niezbędnego do analizy wyników sprzedaży, rotacji, efektywności i terminowości.

Ilość usług dodatkowych wykonywanych przez operatora logistycznego jest nieograniczona, ponieważ każdy klient i każda branża to zupełnie inna specyfika i różne potrzeby. Poza zwykłymi usługami konfekcjonowania, etykietowania, pakowania jest jeszcze szereg usług, które mogą być charakterystyczne tylko dla danego klienta. Operator może robić co-packing, zestawy promocyjne,

ważąc produkty, sprawdzać jakość. Przy bardziej skomplikowanych procesach i usługach relacja między operatorem a klientem ma już inny charakter.

## Partnerzy w biznesie

Operator logistyczny zaczyna być traktowany w biznesie jako partner, od którego wiele zależy, na którym ciąży duża odpowiedzialność i wobec którego rosną oczekiwania. Pojawia się usługa doradztwa – istotna, bo rzetelnie wykonana sprawia, że wszystkie kolejne procesy będą dla klienta optymalne i lepiej zorganizowane. Inicjatywę powinien przejąć operator i sam zaproponować klientowi najlepsze rozwiązania.

Jeżeli współpraca układa się naprawdę dobrze, rośnie lojalność oraz zaufanie i klient chętniej korzysta z szerszego wachlarza usług. Wiąże się z operatorem i wskazuje kierunki rozwoju. Dzięki temu magazyn operatora logistycznego staje się coraz bardziej uniwersalny. Idealne warunki do współpracy mają miejsce wówczas, gdy przy magazynie funkcjonuje również agencja celna oraz jeśli istnieje możliwość

skorzystania z magazynu czasowego składowania lub składu celnego. Zapewnienie przez operatora logistycznego obsługi celnej w procedurach uproszczonych, znacznie skraca czas realizacji usług i pozwala zoptymalizować koszty. Zaproponowanie klientowi odpraw importowych z odroczonym podatkiem VAT lub w procedurze 4200 daje mu dodatkowe korzyści finansowo-podatkowe. Dochodzi do tego certyfikacja magazynu pod kątem pozwoleń (SANEPiD, Powiatowy Lekarz Weterynarii, ADR) oraz wszelkie usługi transportowe – zarówno krajowe jak i międzynarodowe. Ilość usług dedykowanych klientowi będzie stale rosła. Pojawiają się usługi handlowe, marketingowe, pośrednictwa oraz wiele innych, o których jeszcze dzisiaj po prostu nie wiemy. Wszystko będzie zależało od tego, jak mocny będzie związek operatora logistycznego z klientem i jak rozwijać się będzie ich współpraca partnerska. Im szerszy zakres współpracy tym większe będzie portfolio świadczonych usług.

*Autor jest sales managerem z Grupy DTA*

## Reklama

DACHSER

Intelligent Logistics

# ZAWSZE BĄDŹ O KROK DO PRZODU.

DACHSER European Logistics

- Międzynarodowa i krajowa sieć drobnicowa
- Zarządzanie łańcuchem dostaw
- Logistyka kontraktowa i magazynowanie
- Innowacyjne technologie informatyczne

www.dachser.pl

## Technologie w służbie TSL

**Po burzliwych zmianach w branży TSL, które miały miejsce w 2015 roku, czas na przemyślane działania, których celem będzie polepszenie jakości procesów logistycznych ich stabilizacja oraz optymalizacja.**

**Sławomir Woźniak**

Koniec roku nie przyniósł rozwiązań najważniejszych kwestii, które miały wpływ na rozwój branży logistyki i transportu. Z jednej strony jest to problem płacy minimalnej, wprowadzanej w kolejnych państwach UE. Od początku roku to zagadnienie uderza szczególnie w polskie firmy przewozowe, które posiadają drugą co do wielkości flotę samochodów ciężarowych w całej UE. Drugą poważną kwestią, która cały czas jest w toku jest napięta sytuacja międzynarodowa, która powoduje znaczne problemy dla europejskiej infrastruktury transportowej. Ważniejsze połączenia drogowe są zamykane lub ograniczane wzmożoną kontrolą, a fundamenty silnej gospodarczo Europy, uginają się pod ciężarem konfliktów związanych z nieujednocioną polityką migracyjną.

**Postanowienia noworoczne**

W związku z trudną sytuacją, w której znalazła się branża TSL konieczne stanie się znalezienie nowych rozwiązań, które w obliczu nowych realiów przyniosą korzyść przedsiębiorstwom. Jednym z takich przedsięwzięć może okazać się inwestycja w transport mieszany, który prowadzi może do ewolucji metod dostaw. Jest to obecnie najskuteczniejszy rodzaj transportu. Niwelowanie barier na drodze ładunków, daje wiele możliwości rozwoju gospodarki, a także dzięki nim przesyłka może trafić do adresata w najkrótszym czasie. W Polsce jednak takie rozwiązania nadal nie są tak powszechne jak za granicą i są ograniczane słabą infrastrukturą polskich dróg, kolei czy brakiem inwestycji w nowoczesne rozwiązania IT. 2016 rok powinien przynieść zmiany w świadomości postrzegania roli tego typu transportu.

**24 h na dobę**

Kolejne ważne postanowienie noworoczne dla całej branży TSL, powinno być to związane z transportem 24 h na dobę. Komfort odbioru zamawianej przesyłki w dowolnym czasie, po jej dostarczeniu do punktu, wzbudził chęć jeszcze szybszej możliwości dostarczania zamawianych

towarów. Czy będzie możliwe stworzenie takiej infrastruktury i zaplecza logistycznego, by wprowadzić taki system dostaw? Byłby to niewątpliwie duży ułkon w kierunku odbiorcy końcowego. Ułkon, który mógłby zapewnić o przewadze konkurencyjnej przedsiębiorstw.

Trzecim postanowieniem powinien być zwiększony budżet na innowację, w tym nowe technologie i systemy, o które bardzo ciężko w branży TSL.

**Rozwój infrastruktury logistycznej**

Czwartym postanowieniem noworocznym może być rozwój infrastruktury logistycznej, rozumiany jako większa ilość magazynów, która zapewni możliwość odbioru zamówionego towaru tego samego dnia. Tegoroczne problemy, również te międzynarodowe uświadomiły nam, że najlepsze rozwiązania to te najprostsze. W czasach zmian i kryzysów, najważniejsze są szybkość reakcji i elastyczność do działania. Dlatego głównym życzeniem powinno być to, by 2016 rok przyniósł branży TSL jeszcze większy rozwój niż obecnie, oraz by jeszcze szybciej wykrywać i niwelować wąskie gardła w procesach logistycznych.

*Autor jest dyrektorem ds. sprzedaży marki SOOT w Veneo Sp. z o.o.*

**Najbardziej dynamiczne firmy TSL 2015 r.**

	Nazwa spółki	Przychody netto w tys zł w 2015 r.	Przychody netto w tys zł w 2014 r.	Dynamika wielkości przychodów
1	DTA Logistic	5 443,00	382,00	1 324,87
2	Optima	146 386,00	99 000,00	47,86
3	Dachser	290 862,00	245 569,00	18,44
4	LINK	288 723,50	247 844,40	16,49
5	Formica 3PL	5 400,00	4 950,00	9,09
6	SKAT Transport	307 496,00	282 281,00	8,93
7	Fresh Logistics	319 864,00	295 965,00	8,07
8	Omega Pilzno ITiS Godawski & Godawski - Grupa	374 529,20	348 686,00	7,41
9	Fiege	126 268,77	118 226,01	6,80
10	BATIM Transport Międzynarodowy i Spedycja	202 128,00	190 963,00	5,85
11	ROHLIG SUUS Logistics	604 529,00	574 709,00	5,19
12	JAS - FBG	473 315,30	457 265,30	3,51
13	Koleje Mazowieckie	618 026,00	605 342,00	2,10
14	Raben Group	2 035 306,00	2 019 164,00	,80
15	DTA	24 538,00	24 393,00	,59
16	Grupa Delta Trans	313 591,00	325 054,00	-3,53
17	FM Polska	822 285,92	855 375,18	-3,87
18	Panalpina Polska	373 946,00	392 652,00	-4,76
19	DTA Customs Service	3 479,00	3 662,00	-5,00
20	LANGOWSKI SHIPPING Halina Langowska	25 384,38	27 237,64	-6,80
21	Adar	72 469,00	78 793,00	-8,03
22	SOLID LOGISTICS	193 827,00	211 368,00	-8,30
23	AsstrA	661 576,50	786 981,70	-15,93
24	DTA Broker.	1 663,00	2 009,00	-17,22

## Rozwiązanie przyszłości

**Choć kiedyś łańcuch dostaw uważany był jedynie za źródło kosztów, dzisiaj przedsiębiorstwa zdały sobie sprawę, że odpowiednie nim zarządzanie może pomóc im w walce z konkurencją.**

**Paweł Racis**



Wraz ze wzrostem handlu rośnie również znaczenie łańcucha dostaw jako źródła wartości i przewagi konkurencyjnej. W przeszłości łańcuch dostaw był traktowany jako niestrategiczne źródło kosztów. W ostatniej dekadzie ten sposób myślenia zmienił się dzięki doświadczeniu do prostego wniosku – dobrze zarządzany łańcuch dostaw zapewnia większe możliwości w rywalizacji o pozyskanie klientów. W ten sposób można znacząco obniżyć koszty, skrócić czas potrzebny na wprowadzenie produktów na rynek, zwiększyć satysfakcję klientów oraz, poprzez większą elastyczność, usprawnić zarządzanie. Dzisiaj to ci, którzy skutecznie zarządzają łańcuchami dostaw są prawdziwymi liderami biznesu i poprzez koordynację odmiennych organizacji mają realny wpływ na rozwój firmy. Naszym zdaniem przyszłość skupia się wokół koncepcji „synchronizacji globalnego handlu”. To jedna z najważniejszych innowacji biznesowych w XXI wieku, za którą stoi

perfekcyjne zarządzanie łańcuchem dostaw. Zsynchronizowany handel ma na celu koordynację transportu towarów, informacji i środków finansowych w procesie łańcucha dostaw, w celu optymalizacji podaży i popytu. Polega na skoordynowaniu wszystkich aspektów cyklu zarządzania zleceniami. Wymaga współpracy między dostawcami i partnerami oraz zaufania, precyzji i odpowiedzialności. Synchronizacja handlu jest również strategicznym narzędziem, które ma na celu poprawić pozycję finansową firm, dotrzeć do nowych rynków, zróżnicować produkty, ulepszyć obsługę klienta i zwiększyć produktywność. Pomimo tego, że jesteśmy jeszcze na dość wczesnym etapie wdrażania tej koncepcji, zsynchronizowany handel już przekształcił naszą firmę. Wiele przedsiębiorstw na całym świecie usprawniło w ten sposób swój cykl realizacji zamówień i osiągnęło przewagę nad konkurentami. Jednak to dopiero początek. Bardzo duża liczba sprzedawców i hurtowników nie ma swojej strategii zarządzania łańcuchem dostaw. Zrealizowanie wizji zsynchronizowanego handlu nie nastąpi z dnia na dzień. Będzie wymagać dalszego inwestowania w technologię, infrastrukturę i ludzi, bezprecedensowej współpracy i przekonania między partnerami w zakresie innowacji oraz monitorowania potencjalnych zagrożeń dla wolnego i sprawiedliwego handlu.

*Autor jest dyrektorem handlowym w UPS Polska*

**Największe firmy TSL 2015 r.**

	Nazwa spółki	Rok założenia spółki	Osoba zarządzająca	Przychody netto w tys zł w 2015 r.	Przychody netto w tys zł w 2014 r.
1	Raben Group	1931 w Europie, 1991 w Polsce	Ewald Raben	2 035 306,00	2 019 164,00
2	FM Polska	1994	Piotr Sukiennik	822 285,92	855 375,18
3	AsstrA	1993	Dmitry Lagun, Frank Muller	661 576,50	786 981,70
4	Koleje Mazowieckie	2004	Artur Radwan	618 026,00	605 342,00
5	ROHLIG SUUS Logistics	1989	Zarząd, Daniel Franke, Rafał Szydłowski, Karol Misza, Andrzej Kozłowski	604 529,00	574 709,00
6	JAS - FBG	1991	Jarosław Domin - Prezes Zarządu	473 315,30	457 265,30
7	Omega Pilzno ITiS Godawski & Godawski - Grupa	1992	Adam Godawski/Mariusz Godawski	374 529,20	348 686,00
8	Panalpina Polska	2006	Jacek Strycharczyk	373 946,00	392 652,00
9	Fresh Logistics	2001	Ewald Raben-Prezes Zarządu	319 864,00	295 965,00
10	Grupa Delta Trans	1989	Adam Rams, Jan Orlikowski, Zygmunt Olejnik	313 591,00	325 054,00
11	SKAT Transport	1991	Waldemar Łazarczyk - Prezes Zarządu Komplementariusza	307 496,00	282 281,00
12	Dachser	2006	Grzegorz Lichocik	290 862,00	245 569,00
13	LINK	1989	Ryszard Ellert Prezes	288 723,50	247 844,40
14	BATIM Transport Międzynarodowy i Spedycja	1995	Prezes: Barbara Edelmuller Generaux	202 128,00	190 963,00
15	SOLID LOGISTICS	2004	Prezes Marek Tarnowski	193 827,00	211 368,00
16	Optima	2008	Jarosław Rokicki i Marcin Stradomski	146 386,00	99 000,00
17	Fiege	2002	Piotr Kohmann	126 268,77	118 226,01
18	Adar	2001	Andrzej Aszyk - Prezes Zarządu, Ewa Aszyk - Zastępca Prezesa Zarządu, Adam Aszyk - Zastępca Prezesa Zarządu	72 469,00	78 793,00
19	LANGOWSKI SHIPPING Halina Langowska	2004	Halina Langowska	25 384,38	27 237,64
20	DTA	2002	Patrycja Mamińska	24 538,00	24 393,00
21	DTA Logistic	2013	Marek Lis	5 443,00	382,00
22	Formica 3PL	2008	Mikhail Bialinis	5 400,00	4 950,00
23	DTA Customs Service	2012	Jarosław Mystkowski	3 479,00	3 662,00
24	DTA Broker	2012	Emilia Michalak	1 663,00	2 009,00

*źródło firmy, opracowanie CBSF*

## BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA



18–24 marca 2016 r.

## Ciężka praca

Dynamiczny rozwój rynku e-commerce sprawia, że z roku na rok wśród firm kurierskich wzrasta zapotrzebowanie na osoby, które szybko i skutecznie dostarczą klientom zamówione przesyłki. Wymagania? To już nie tylko prawo jazdy i gotowość do pracy, lecz także zdolności organizacyjno-logistyczne, interpersonalne, czy umiejętność pracy pod presją czasu. –Kurierzy muszą być bystrzy i trzeźwo myśleć, bo wbrew pozorom, mają naprawdę dużo tzw. papierkowej roboty – mówi Radosław Iwański, Koordynator ds. Transportu Kurierskiego DHL Parcel – Doręczając przesyłki z dokumentami muszą dokładnie sprawdzać listę zaświadczeń jakie powinni zabrać od klienta, przy podpisywaniu umów zweryfikować zgodność danych osobowych, dopilnować, by klient podpisał się w odpowiednich miejscach itp. – kontynuuje.

## Rośnie rynek usług kurierskich

W tym roku rynek przesyłek kurierskich może wzrosnąć o ponad 20 proc. i osiągnąć wartość 5,2 mld zł. Popyt na usługi generuje rozwijający się dynamicznie eksport, a przede wszystkim rosnąca sprzedaż przez internet. Firmy z branży będą inwestować w usprawnienia ostatniej mili, czyli doręczeń przesyłek bezpośrednio do odbiorcy końcowego. – Rynek przesyłek kurierskich bardzo mocno zmienia się pod wpływem e-commerce. Wymagania sklepów internetowych definiują kierunek rozwoju branży, produktów oraz usług kurierskich – wskazuje w rozmowie z agencją informacyjną Newseria Biznes Rafał Nawłoka, prezes DPD Polska. – Rynek samych usług kurierskich jest wart w tej chwili około 4 mld zł, na jego kondycję mają największy wpływ dwa czynniki: wspomniany już e-commerce, czyli rosnąca popularność zakupów w sieci, oraz aktywność krajowych eksporterów. Bardzo dużo towarów sprzedajemy za granicę, wiele paczek trafia do odbiorców w różnych krajach Europy. To obecnie dwa główne motory rozwoju branży.

## Centrum logistyczne Europy

Udział transportu drogowego w całym transporcie w Polsce wynosi 80 proc. W 2020 roku jego udział ma wzrosnąć do 82 proc. – wynika z danych PwC i Oxford Economics. Największym wyzwaniem jest poprawa przepustowości dróg. W kolejnych latach dzięki środkom z budżetu UE i krajowego Polska stanie się placem budowy. Firmy budowlane od dawna przygotowują się do nowej perspektywy. – Mamy drugą część programu rozbudowy dróg i autostrad. Druga fala środków z Unii Europejskiej pozwoli nam rozszerzyć sieć dróg między miastami. Dzięki rozbudowie infrastruktury do 2022 roku nastąpi wzrost transportu drogowego – mówi Andrzej Berger, prezes zarządu B Grupy, firmy inżynieryjno-wykonawczej. Jak podkreślają eksperci PwC i Oxford Economics, lokalizacja Polski ma ogromne znaczenie dla tranzytu między Europą Zachodnią a Wschodnią. Dzięki m.in. poprawiającej się infrastrukturze stopniowo rośnie rola Polski jako centrum logistycznego Europy. Szczególnie ważne przy kolejnych inwestycjach jest więc zwiększanie przepustowości dróg.

## Nowy projekt w Gdyni

W marcu ruszyła realizacja kolejnego projektu unijnego: „TEN-Tacle – wykorzystanie korytarzy sieci bazowej TEN-T dla dobrobytu, wzrostu i spójności” z Programu Region Morza Bałtyckiego 2014–2020. „Korytarzami sieci ba-

zowej TEN-T” jest 9 transeuropejskich multimodalnych tras komunikacyjnych (połączenia i węzły: kolejowe, drogowe, wodne, lotnicze – towarowe i pasażerskie), w tym tzw. Korytarz Bałtyk-Adriatyk, biegnący od portów w Gdyni, Gdańsku, Szczecinie/ Świnoujściu – do portów adriatyckich w Słowenii i we Włoszech. Korytarze mają powstać do 2030 roku. Głównym zadaniem Gdyni w projekcie TEN-Tacle będzie

ustalenie szans i możliwości rozwoju i integracji infrastruktury transportowej, wdrażania innowacyjnych technologii i systemów zarządzania transportem – w skali miasta Gdyni i metropolii. Zgodnie z unijnymi wytycznymi zostanie opracowany plan realizacji węzła transportowego w Gdyni oraz studia przedinwestycyjne inwestycji ustalonych jako priorytetowe.

## Reklama

## ZDRADZAMY PRZYSZŁOŚĆ

Jako wiodący deweloper i właściciel powierzchni magazynowych, jak nikt inny rozumiemy potrzeby naszych klientów. Sprawdź, jak ponad 200 firm oceniło lokalizacje logistyczne w Europie. Dowiedz się, co wpływa na ich proces podejmowania decyzji. Odkryj, dlaczego Europa Środkowo-Wschodnia jest tak konkurencyjna.

Prologis Research.  
Niektórzy widzą tylko dane.  
**My widzimy przyszłość.**

[prologiscee.com](http://prologiscee.com)



Twój partner na globalnym rynku

62,2 mln m<sup>2</sup> na świecie, 2,2 mln m<sup>2</sup> na terenie Polski.  
Prologis – lider wśród dostawców powierzchni dystrybucyjnych.



PROLOGIS