Cena 9,90 zł (8% VAT)

ISSN 2081–5255

LISTOPAD 11/2022 (140)

TSL biznes

MIESIĘCZNIK PROFESJONALISTÓW BRANŻY TRANSPORT-SPEDYCJA-LOGISTYKA



MUNKHTSETSEG TARVAA,
ANALITYK RYNKÓW WSCHODNICH VESTA POLSKA

WITALIJ RUDNICKI,
PREZES ZARZĄDU VESTA POLSKA

ISSN 2081 5255
9 772081 525208 11

Zamów bezpłatną e-prenumeratę
Czytaj on-line na www.TSL-BIZNES.PL

eProdukty

źródło wiarygodnych informacji o produktach

Numery GTIN (kody EAN) w jednym miejscu - baza produktowa dla Twojego biznesu

Skorzystaj jeśli:

- jesteś przedsiębiorcą
- obracasz towarami
- pracujesz z danymi produktowymi



Z **Verified by GS1** możesz teraz sięgnąć po więcej!

eProdukty umożliwiają połączenie z **bazą produktową z całego świata**

GS1 Polska

Odwiedź nas:
eprodukty.gs1.pl

W NUMERZE

W SKRÓCIE

W skrócie 4

WYDARZENIA

Kod Innowacji 2022: poznaj liderów logistyki bez papieru 7
Dzieła sztuki na rzecz ofiar wojny 8

LOGISTYKA

Dostawy e-commerce – Europo, co dalej? 9
Eksperci prognozują dalszy, dwucyfrowy wzrost rynku KEP 12
Na rynkach e-commerce innych niż polski. 14
Słowacki e-handel 15
Gdy jest się parę kroków przed innymi . . . 16
Vesta Polska zmienia podejście do biznesu 18
Coraz większy udział kanału e-commerce w obsłudze branży spożywczej 20
Odpowiedź na obecne logistyczne wyzwania. 22

USŁUGI KURIERSKIE I POCZTOWE

DPD promuje nowy model logistyczny. . . . 24

LOGISTYKA TECHNOLOGIA

Olbrzymie bramy do futurystycznej zajezdni 25
Nowa moc intralogistyki 26
Higieniczne, dopuszczone do kontaktu z żywnością, wytrzymałe. Palety i skrzyniopalety Craemer z tworzywa sztucznego używane w logistyce artykułów spożywczych 28
Zautomatyzowane systemy opakowaniowe do e-handlu. 29

SYSTEMY IT

Automatyzacja w e-commerce stała się niezbędna 31

FINANSOWANIE I UBEZPIECZENIA

Ubezpieczenie CMR za pośrednictwem firmy LUTZ ASSEKURANZ – dlaczego warto? 32

PRAWO

Nowa rzeczywistość dla firm busiarskich. 34

TRANSPORT DROGOWY

E-mobility technologią przyszłości 36
Jak zatrudnić kierowcę spoza Unii Europejskiej? 38

TRANSPORT MORSKI

Rola spedytorów vs armatorów w czasach niepewności gospodarczej. Jakie czynniki brać pod uwagę wybierając kontrahenta? 40



Dynamiczny rozwój e-commerce w Europie sprawił, że nasz kontynent stał się trzecim co do wielkości rynkiem na świecie w tym kanale sprzedaży, z 10,6 mld paczek B2C w 2021 r. Rozwój ten został przyspieszony przez Covid-19, bo to dzięki niemu zmienił się sposób robienia zakupów, zwłaszcza przez młode pokolenie. Coraz więcej osób woli w domu, siedząc przed komputerem podejmować zakupowe decyzje niż odwiedzać centra handlowe. Zwłaszcza, że do tej pory można było za darmo zwracać towary będące nie w tym rozmiarze, czy odbiegające od obrazu na ekranie. Robi to coraz więcej klientów, więc koszty handlowców rosną, chociażby ze względu na wysoką cenę paliwa. Zwroty stają się ich zmorą. Jedni próbują rozwiązać ten problem pobierając za nie opłatę, co z kolei budzi protest kupujących. Inni stawiają na punkty dostawy i odbioru poza domem, jak automaty paczkowe, ze względu na dużą skuteczność dostawy i odbioru oraz mniejsze koszty. Przypomnijmy, że dostawa na ostatniej mili odpowiada za 45-55% wydatków związanych z transportem przesyłki.

Niewątpliwie, w ciągu najbliższych miesięcy problem zwrotów musi być rozwiązany, zwłaszcza że budzi duże kontrowersje i powoduje odchodzenie klientów od e-sklepów wprowadzających za nie opłaty.

To zresztą nie jedyny sposób na cięcie kosztów przez e-handel. Coraz częściej całą logistykę przerzuca on na operatorów logistycznych, którzy – zwłaszcza przy dużej skali obsługi tej branży – wprowadzają nowe technologie: coboty i roboty, skanery wizyjne, zautomatyzowane pojazdy. Korzystają z rozwiązań, które nie tylko pozwalają przyspieszyć czas obsługi i obniżyć koszty, ale także osiągnąć cele środowiskowe. A zamówienia są coraz bardziej nietypowe – zdarza się nawet, że operatorzy logistyczni robią dla swoich klientów sesje fotograficzne.

Na końcu warto więc zadać pytanie, czy e-commerce w przyszłości ograniczy handel w centrach handlowych? I

Elżbieta Haber,
z-ca redaktora naczelnego

TSL biznes
MIESIĘCZNIK PROFESJONALISTÓW BRANŻY TRANSPORT-SPEDYCJA-LOGISTYKA

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

Redaktor naczelny i wydawca
Mirosław Ganiec, tel. 502 532 575
m.ganiec@kmgmedia.pl

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

Prenumerata
tel. 22 213 88 28
prenumerata@tsl-biznes.pl

Skład DTP
mt dtp art

Dział reklamy i marketingu
reklama@kmgmedia.pl

Krystyna Koch – tel. 515 444 589
k.koch@kmgmedia.pl

Jarosław Dynek – tel. 694 725 118
j.dynek@kmgmedia.pl

Marcin Marczuk – tel. 513 432 305
m.marczuk@kmgmedia.pl

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

Liczba odbiorców czasopisma – wersja drukowana i elektroniczna: 12 tys.

KMG media
www.kmg-media.pl

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

POZNAJ NASZE WSZYSTKIE AKTYWNOŚCI:
Truck&Van TSL biznes SPOTKANIA TRANSPORTOWE

OBSERWUJ NASZE KANAŁY:
/TSLbiznes



NOWY TERMINAL
DB SCHENKER W SZCZECINIE

Szczeciński oddział DB Schenker przeniósł się do nowego budynku przy ul. Lubczyńskiej. Hala terminala przeładunkowego ma powierzchnię operacyjną prawie 4200 m². Z biurem i zapleczem socjalno-sanitarnm dla kierowców w sumie jest to ok. 620 m².

Wyróżnikiem lokalizacji są cztery bramy wjazdowe, co usprawni przepływ pojazdów. W terminalu znajduje się 45 doków. Teren jest przystosowany do organizacji ruchu z wykorzystaniem systemu *swap body* (nadwozia wymienne). Wybudowano także rampę do odśnieżania ciężarówek.

Inwestycja jest elementem programu stałej optymalizacji sieci terminali DB Schenker. W zeszłym roku firma otworzyła dwa obiekty, dzięki którym podniosła standard swojej infrastruktury w południowo-wschodniej Polsce. Szczeciński terminal położony jest w rozwijającej się strefie przemysłowej, niedaleko transeuropejskiego korytarza transportowego TEN-T (E65). Lokalizacja ta umożliwia błyskawiczny dostęp do Niemiec, stąd nowe codzienne połączenie Szczecin-Berlin.

Szczeciński terminal został zaprojektowany zgodnie z zasadami ergonomii i z myślą o ograniczaniu wpływu na środowisko. Zastosowano w nim oświetlenie LED i system wykorzystania szarej wody. Znajduje się tu stacja ładowania samochodów elektrycznych oraz wiata ze stojakami na rowery. Obiekt ubiega się o certyfikację BREEAM, a od stycznia 2023 r. ma być zasilany w 100% zieloną energią.

Nowa lokalizacja jest częścią sieci ponad 430 terminali DB Schenker w Europie. Obsłuży towary klientów prowadzących biznes na terenie całej Polski, a także zainteresowanych rynkami europejskimi.

Z WROCŁAWIA DO HOLANDII
W 48 GODZIN

Wrocławski oddział Dachser uruchomił dwie nowe bezpośrednie linie drobnicowe do Holandii. Dzięki nim dostawy w ciągu 48 godz. są możliwe na terenie całych Niderlandów.



Dotychczas funkcjonowała jedna linia łącząca Wrocław z północną częścią Holandii. W odpowiedzi na zwiększone zapotrzebowanie na transport do i z Polski w kierunku Morza Północnego zasięg Dachser rozszerzył się na pozostałą część tego kraju. Jedna z nowo otwartych linii prowadzi do Rotterdamu, a druga do Zavenaar. Dzięki tym rozwiązaniom dostawy (głównie z branży metalowej, elektrycznej i papierniczej) będą obsługiwane szybciej. Wszystkie kursy realizowane są codziennie.

Organizacja dodatkowych połączeń ma na celu skrócenie czasu dostaw i zwiększenie bezpieczeństwa tranzytu. Rozwiązanie minimalizuje ryzyko uszkodzeń i potencjalnych opóźnień w transporcie poprzez eliminację zbędnych punktów przeładunków, co oznacza także bardziej konkurencyjne warunki cenowe. Zmiana sposobu dostawy wiąże się również z redukcją zużycia paliwa, a tym samym zmniejszeniem emisji gazów cieplarnianych związanych z transportem. Na obniżony ślad węglowy wpływa także zastosowanie kontenerów wymiennych *swap* zamiast standardowych naczep. Umożliwiają one załadunek na podwójnym pokładzie, mieszcząc do 72 palet EUR, w porównaniu do 33 na standardowej naczepie.

Air Cargo / Kurier: HKG / SZX / CAN / PVG / PEK →
→ światowy serwis portowy lub drzwi-do-drzwi
FCL / LCL: Hongkong / Shenzen / Guangzhou / Ningbo / Szanghaj →
→ światowy serwis portowy lub drzwi-do-drzwi
Chiny → krajowy transport drogowy i odprawy celne
www.sdr-logistics.com
SDR INTERNATIONAL LOGISTICS (HK) LIMITED
SDR INTERNATIONAL LOGISTICS (SHENZHEN) LIMITED
TRANSPORT KONTENEROWY:
Mr Starry Shi, starryshi@sdr-logistics.com, tel.: +86 400-1036-800



PARTNERSTWO KUEHNE+NAGEL I NOVO NORDISK

Novo Nordisk, jedna z czołowych firm medycznych na świecie, współpracuje z Kuehne+Nagel w celu stymulowania rozwoju zrównoważonych paliw lotniczych (SAF).



Partnerstwo jest krokiem w kierunku realizacji celu Novo Nordisk, jakim jest osiągnięcie zerowej emisji CO_2 z działalności operacyjnej i transportowej do 2030 r. Dzięki zabezpieczeniu 12 mln l zrównoważonego paliwa lotniczego, Novo Nordisk będzie w stanie zastąpić paliwa kopalne we wszystkich przewozach lotniczych realizowanych przez Kuehne+Nagel w 2022 r.

Kuehne+Nagel aktywnie wspiera klientów w przejściu na niskoemisyjny model biznesowy, dostarczając różnorodne rozwiązania mające na celu redukcję lub uniknięcie emisji dwutlenku węgla. Jednym z kluczowych działań Kuehne+Nagel jest kontynuowanie inwestycji we wprowadzanie alternatywnych paliw lotniczych i tym samym rozszerzanie swojej oferty. Novo Nordisk wybrał opcję zrównoważonego paliwa Kuehne+Nagel, aby zmniejszyć wpływ środowiskowy swoich przesyłek lotniczych w 2022 r. Wykorzystanie 12 mln l Kuehne+Nagel SAF do wszystkich przesyłek lotniczych Novo Nordisk pozwala uniknąć ok. 30 tys. ton CO_2.

Przyłączając się do inicjatywy Science Based Targets, Kuehne+Nagel wyznaczyło ambitne cele środowiskowe i podkreśliło zaangażowanie w przejściu na niskoemisyjny model biznesowy. Odbywa się to poprzez zmniejszenie własnej emisji dwutlenku węgla firmy i wspieranie klientów w transformacji ich łańcuchów dostaw. I

Z TYTUŁEM TOP MARKA PO RAZ TRZECI

Grupa Raben powtórzyła swój sukces z dwóch ostatnich lat i ponownie może się poszczycić tytułem TOP MARKA.

Firma znalazła się w XV edycji zestawienia magazynu PRESS i PRESS-SERVICE Monitoring Mediów jako jeden z 50 najsilniejszych medialnie brandów i lider rankingu branżowego „Transport i logistyka". Zajmując najwyższe miejsce w rankingu w kategorii „Transport i logistyka", firma trafiła do grona marek najbardziej obecnych w mediach, reprezentujących 50 branż. Pozycja w klasyfikacji uwzględnia *impact*, który informuje o zasięgu publikacji, jak również indeks sentymentu, dotyczący jej wydźwięku – ma zatem wymiar ilościowy i jakościowy.

Statuetki zostały rozdane podczas uroczystej gali w Warszawie, a nagrodę w imieniu Grupy Raben odebrała Jolanta Sawińska, dyrektor regionu, Raben Logistics Polska.

Podobnie jak w poprzednich latach zestawienie objęło 500 brandów w ramach



50 branż. W tegorocznej, jubileuszowej edycji analizie poddano 70 mln materiałów: ponad 2 mln publikacji w prasie, 14 mln w Internecie i 54 mln postów na ogólnodostępnych profilach na Facebooku, Instagramie, Twitterze i YouTube, które ukazały się od 1 lipca 2021 do 30 czerwca 2022 roku. I

BMW ROZPĘDZA SIĘ W PROLOGIS PARK BRATISLAVA



Koncern BMW, który od 2016 r. ma swoją siedzibę w Prologis Park Bratislava (25 tys. m^2), zdecydował się ją powiększyć o kolejne10 tys. m^2.

Podobnie jak w przypadku projektowania pierwszego magazynu dla BMW w Prologis Park Bratisława, i tym razem Prologis skupił się na maksymalnym wykorzystaniu potencjału nowego obiektu poprzez wprowadzenie rozwiązań dostosowanych do indywidualnych potrzeb klienta. Ukończenie inwestycji planowane jest na drugi kwartał 2023 r.

Najnowszy obiekt BMW zostanie wzbogacony o spersonalizowane rozwiązania. Część budynku zostanie przeznaczona na tzw. strefę *wellbeing*, która pozwoli na zwiększenie satysfakcji pracowników BMW. Wśród udogodnień znajdą się otwierane świetliki, światła usprawniające przeładunek, duże doki przeładunkowe oraz specjalne instalacje elektryczne i teleinformatyczne.

Strefa *wellbeing* BMW to element inicjatywy PARKlife™, której celem jest zapewnienie dobrego samopoczucia pracowników. W Prologis Park Bratisława posłużą do tego m.in. boisko do piłki nożnej dla drużyn pięcioosobowych, miejsce do grillowania, siłownia na świeżym powietrzu czy wiaty rowerowe. I

CORAZ WIĘCEJ TECHNOLOGII

GXO, operator logistyki kontraktowej, w ostatnim okresie wprowadził więcej niż kiedykolwiek innowacji i technologii z zakresu robotyki. Ma ona wesprzeć rozwój działalności klientów i świąteczny szczyt zamówień.



Do końca roku GXO będzie miało około 7,600 rozwiązań technologicznych działających w centrach logistycznych na całym świecie, w tym coboty i roboty, skanery wizyjne, zautomatyzowane pojazdy kierowane (AGV) oraz roboty typu „towar do człowiek", co oznacza wzrost o ponad 50% w porównaniu z poprzednim rokiem. Zastosowanie technologii sprawia, że operacje magazynowe są bardziej bezpieczne, efektywne i wydajne, bardziej opłacalne i jednocześnie pozwalają podnosić kwalifikacje pracowników. Wprowadzanie ich wpływa też na zwiększanie satysfakcji pracowników z wykonywanej pracy. Roboty współpracujące („coboty"), roboty typu „towar do człowieka" oraz skanery ubieralne zmniejszają także fizyczne obciążenie pracą, skracając czas szkolenia w wybranych przypadkach nawet o 80%.

GXO wykorzystuje również technologie, które pomagają klientom osiągać cele środowiskowe poprzez stosowanie maszyn zmniejszających ilość odpadów dzięki dopasowaniu wielkości opakowań kartonowych i zaawansowanego oprogramowania do optymalizacji zapasów.

Warto zaznaczyć, że 30% przychodów GXO pochodzi z obsługi magazynów zautomatyzowanych, podczas gdy średnia dla branży wynosi 5%. To sprawia, że GXO jest liderem w dostarczaniu dostosowanych do potrzeb, innowacyjnych rozwiązań automatyzacji w logistyce.

TRENDYOL WYBRAŁO ARVATO

Turecki marketplace Trendyol, obsługujący w kanale e-commerce branżę fashion, w związku z międzynarodową ekspansją na rynki europejskie podpisał umowę o współpracy z polskim oddziałem Arvato Supply Chain Solutions.

Powierzchnia dedykowana do obsługi firmy Trendyol wynosi 10,5 tys. m² i znajduje się w jednym z 16 centrów dystrybucyjnych Arvato SCS, zlokalizowanym w Żernikach koło Poznania. Operacje logistyczne obejmują obsługę kanału B2C w obszarze Unii Europejskiej. W magazynie zatrudniającym ponad 100 osób realizowanych jest przynajmniej kilka tysięcy zleceń dziennie.



– Cieszymy się, że Trendyol dołączył do grona naszych klientów i zaufał naszemu doświadczeniu w zakresie obsługi kanału e-commerce. Szczególnie istotny jest dla nas potencjał rozwojowy naszego klienta w kontekście rynku europejskiego. Jesteśmy przekonani, że nasze wieloletnie doświadczenie w obsłudze sklepów internetowych branży fashion wesprze ten rozwój i przyczyni się do sukcesu Trendyol w Europie – stwierdziła Lidia Ratajczak-Kluck, prezes zarządu w Arvato Supply Chain Solutions w Polsce.

DPD POLSKA NAJLEPSZYM DOSTAWCĄ

W tegorocznej edycji Rankingu Zaufanych Sklepów najlepszym „Dostawcą roku" została DPD Polska. Konsumenci ocenili spontanicznie usługi kurierskie DPD w ankietach Ceneo i ponownie przyznali DPD najwyższe noty.



Porównywarka cenowa i serwis Ceneo.pl od 13 lat tworzą Ranking Zaufanych Sklepów objętych Programem Zaufanych Opinii. Laureaci konkursu wybierani są na podstawie wyników ankiet wypełnianych po dokonaniu zakupu. Wystawione przez nich opinie decydują o pozycji danego dostawcy w rankingu.

W tegorocznej edycji sklepy i usługodawcy z obszaru e-commerce rywalizowali w 14 kategoriach. W ocenie były brane pod uwagę takie aspekty dostawy jak szybkość realizacji, kontakt z kurierem i stan paczki oraz dostępność różnych opcji doręczeń .Tytuł najlepszego „Dostawcy roku" przyznany został DPD Polska.

– Oferujemy odbiorcom różne możliwości odbioru przesyłki zgodnie z ich indywidualnymi preferencjami. Zdajemy sobie sprawę z tego, że tryb życia i mobilność współczesnych konsumentów definiuje ich potrzeby – odbiorca docenia możliwość odbioru paczki z rąk kuriera lub w punkcie czy automacie przy okazji codziennych rutynowych aktywności – komentuje Rafał Nawłoka, prezes zarządu DPD Polska.

Tegoroczne wyniki rankingu zaprezentowane zostały w ramach „Raportu e-commerce", w którym Ceneo.pl omawia trendy i zjawiska polskiego rynku e-commerce.



Przedstawiciele zwycięzców Kodu Innowacji: firmy Tymbark, Podwawelskiej Spółdzielnii Spożywców „Społem" i platformy Trans Assist

KOD INNOWACJI 2022: POZNAJ LIDERÓW LOGISTYKI BEZ PAPIERU

Maspex, Podwawelska Spółdzielnia Spożywców „Społem" oraz Trans Assist zostali laureatami dorocznych nagród Kod Innowacji przyznawanych przez GS1 Polska.

3 listopada br., podczas czwartej edycji konferencji Kod Innowacji ogłoszono liderów innowacji 2022. Niezależne jury, złożone z ekspertów i autorytetów branżowych, przyznało nagrody za ambitne, przynoszące największą wartość dodaną wdrożenia *paperless*.

Tegoroczna edycja konferencji poświęcona była rozwiązaniom eliminującym dokumenty papierowe w procesach biznesowych.

Znamy już innowatorów bez papieru

W konkursie Kod Innowacji wzięło udział siedmiu uczestników, w dwóch kategoriach. Zgłoszone do niego rozwiązania pozwoliły wyeliminować „papierologię" w procesach logistycznych, w handlu, a nawet w służbie zdrowia.

Zwycięzcą w kategorii „Duże przedsiębiorstwa" została firma Tymbark wchodząca w skład Grupy Maspex. Grupa Maspex, jeden z największych producentów spożywczych w Polsce, wprowadziła podpis biometryczny do obsługi swojej dokumentacji. Pozwoliło to zmniejszyć liczbę drukowanych dokumentów magazynowo-logistyczno-transportowych o połowę. W kategorii „Małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP)" jury wyróżniło Podwawelską Spółdzielnia Spożywców „Społem". Firma wdrożyła aplikację Jretail, która wykorzystuje kod kreskowy EAN-13 do inwentaryzacji produktów. Laureatem Nagrody Publiczności, wyłonionym w trybie głosowania online, została platforma Trans Assist. Rozwiązanie umożliwia korzystanie ze standardowego i ustrukturyzowanego formatu danych listu przewozowego i bazuje na standardach GS1. Pilotażowe wdrożenia platformy przeprowadziło już kilka europejskich firm, np. Nika Trans czy Scandinavian Express.

– Digitalizacja procesów w łańcuchu dostaw jest niemożliwa bez współpracujących ze sobą technologii służących zbieraniu, przesyłaniu i analizie danych. Pierwsze pilotażowe wdrożenie modelu paperless GS1 pozwoliło skrócić obsługę przyjęć o 44% i obniżyło jej koszty po stronie odbiorcy o 38%. Wierzymy, że podobne i większe korzyści mogą osiągnąć wszystkie ogniwa w łańcuchu dostaw, które zastosują ten model – komentuje Jarosław Gulowaty, przewodniczący Rady GS1 Polska.

Więcej o Kodzie Innowacji 2022

Tegoroczna edycja Kodu Innowacji odbywała się w trybie hybrydowym. Na scenie, oprócz laureatów nagród, pojawili się również przedstawiciele firm, które wzięły udział w pilotażowym wdrożeniu modelu Paperless GS1. Członkowie zespołu odpowiedzialnego za wdrożenie logistyki bez papieru w Jeronimo Martins Polska, Fresh Logistics oraz Lactalis podzielili się swoimi spostrzeżeniami i wnioskami z projektu.

Podczas konferencji prezes zarządu Polskiego Instytutu Transportu Drogowego dr inż. Justyna Świeboda oraz Agata Horzela z GS1 Polska zaprezentowały ważny dla branży TSL w Polsce raport o elektronicznym liście przewozowym (e-CMR).

Wydarzeniu towarzyszyła debata „Kreatywnie o digitalizacji". Wzięli w niej udział: Tomasz Sączek, dyrektor zarządzający IPP Polska, Jadwiga Żurek, dyrektor ds. sprzedaży w Arvato, Adam Sobolewski, dyrektor operacyjny w Opontia i autor portalu Logistyka-poprostu.pl, Damian Kołata, dyrektor e-commerce w regionie CEE w Cushman & Wakefield oraz Adam Majchrzak, dyrektor w dziale powierzchni magazynowych i przemysłowych Savills Polska.



Debata „Kreatywnie o digitalizacji". Od lewej Tomasz Sączek, Jadwiga Żurek, Adam Majchrzak, Damian Kołata i Adam Sobolewski

Patronat medialny nad wydarzeniem objął m.in. TSL Biznes. Więcej na stronie https://www.kodinnowacji.pl/



DZIEŁA SZTUKI NA RZECZ OFIAR WOJNY

Podczas corocznej Gali Panattoni, lidera rynku nieruchomości przemysłowych w Europie, zorganizowana została aukcja charytatywna na rzecz osób poszkodowanych przez wojnę w Ukrainie. Cały dochód w kwocie 259 tys. zł (54,3 tys. euro), uzyskany z licytacji dzieł polskich artystów, przekazany zostanie Polskiej Akcji Humanitarnej.

W ramach aukcji charytatywnej goście zakupić mogli prace polskich artystów, o międzynarodowej sławie: Jacka Woźniaka, Adama Wątora, Pawła Kowalewskiego, Hanny Bakuły, Lecha Batora i Igora Mitoraja.

– *Świętując tego wieczoru nie mogliśmy pozostać obojętni na wstrząsające wydarzenia, które mają miejsce za naszą wschodnią granicą. Panattoni pomaga od samego początku, m.in. udostępniając wolną powierzchnię relokującym swoje działalności firmom ukraińskim, czy wspierając akcję dla uchodźców Property4life. Ogromnie dziękujemy wszystkim artystom, którzy przekazali swoje dzieła w tak szczytnym celu. Dziękuję również i ogromnie gratuluję wszystkim kupującym. Wasza szczodrość to poprawa warunków bytowych dla najbardziej potrzebujących!* – mówił Robert Dobrzycki CEO & Co-owner Panattoni w Europie, Wielkiej Brytanii i Indiach.

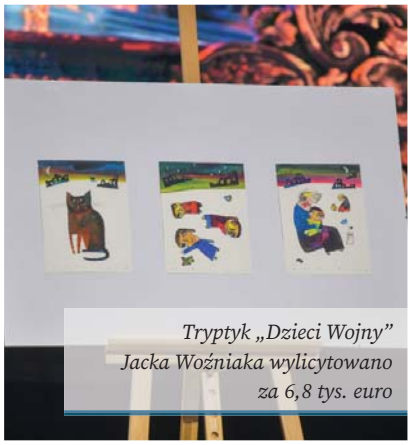


Za „Ludzką Korridę" Jacka Woźniaka zapłacono 5 tys. euro

Licytowane prace Jacka Woźniaka osiągnęły ceny: 5 tys. euro za „Ludzką Korridę" (Human Corrida) oraz 6,8 tys. euro za tryptyk „Dzieci Wojny" (Children of War). Gratką dla kolekcjonerów było trzecie dzieło – rysunek, który… powstał w noc gali, w paryskim domu Jacka Woźniaka. Jego tematyka uzależniona była od nastroju, wydarzeń dnia oraz inspiracji. Za unikatowy rysunek nabywca zdecydował się zapłacić 3 tys. euro.

Rzeźby dwóch karnawałowych masek Adama Wątora sprzedane zostały za 3400 euro. Karnawałowa maska Pawła Kowalewskiego zasili szczytny cel kwotą 2,4 tys. euro. Maska „Piękny Nieznajomy" Hanny Bakuły wylicytowana została za kwotę 4 tys. euro. Wylicytowane zostały także dwie prace Lecha Batora: „L.ego" – 2220 euro oraz oraz „Concrette" – 5,5 tys. euro. Najwyższą cenę aukcji osiągnęła rzeźba „Perseus" Igora Mitoraja, która trafi do nowego właściciela za kwotę 22 tys. euro!

Polska Akcja Humanitarna, której przekazany będzie cały dochód z aukcji, działa na Ukrainie od 2014 r. na terenach objętych wojną. Dostarcza m.in. żywność i artykuły higieniczne osobom przesiedlonym wewnętrznie. Do dziś pomoc uzyskało blisko 300 tys. osób – zwłaszcza starszych, niepełnosprawnych, dzieci oraz niemowląt. Organizacja prowadzi również liczne projekty, m.in. renowację domów w Kijowie, uruchomienie 8 centrów psychospołecznych, czy budowę tymczasowych modułowych domów tymczasowych.



Tryptyk „Dzieci Wojny" Jacka Woźniaka wylicytowano za 6,8 tys. euro

Gala Panattoni odbyła się w nocy z 20 na 21 października na Torze Wyścigów Konnych Służewiec w Warszawie, a motywem przewodnim był karnawał. To dziewiąta edycja wydarzenia, w ramach którego deweloper powierzchni przemysłowych docenił partnerów biznesowych, podsumował ostatni rok działalności, a przede wszystkim wsparł finansowo Polską Akcję Humanitarną.



Pomimo zmian w zachowaniach konsumentów we wszystkich krajach europejskich, pandemia nie wygenerowała jednorodnego rozwoju zakupów online w tych regionach

Fot. DPD

DOSTAWY E-COMMERCE – EUROPO, CO DALEJ?

W Europie, która ma 747,8 mln mieszkańców, aż 92% gospodarstw domowych ma dostęp do internetu. Kontynent ten w 2020 r. był trzecim co do wielkości światowym rynkiem e-commerce, z przychodami na poziomie 460,5 mld. Roczny wzrost o 7,3% doprowadzi w 2025 r. do przychodów w wysokości 655,6 mld USD, prognozuje Statista.

W 2021 r. europejski rynek przekroczył wielkość 10,6 mld paczek B2C *(business to consumer)* i wartość ponad 80 mld euro. Mimo rozpoczynającej się recesji, oczekiwania na 2022 rok są jeszcze wyższe. Sektor usług pocztowych i kurierskich jest napędzany przez dynamiczny wzrost w handlu elektronicznym, który przez wiele miesięcy był dodatkowo wzmacniany przez ograniczenia w handlu detalicznym spowodowane przez Covid-19. W ciągu ostatnich kilku lat nastąpiły znaczące zmiany w udziałach w rynku, typach paczek B2C vs. B2B *(business to business)* oraz kanałach dystrybucji pierwszej lub ostatniej mili P2P *(point to point)* vs D2D *(door to door)*.

Zmieniająca się rzeczywistość

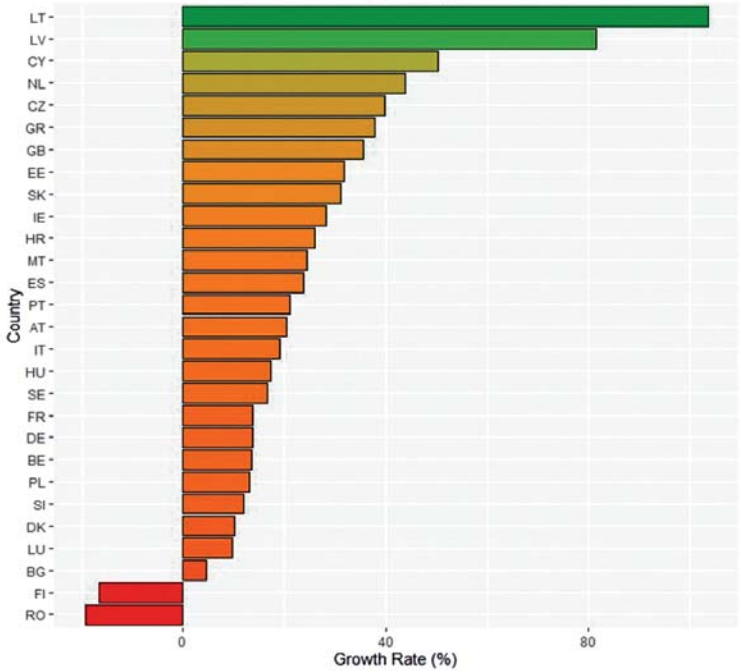
W ciągu ostatnich kilku lat byliśmy świadkami bezprecedensowego wpływu pandemii na globalną logistykę, w tym także na dostawy ostatniej mili. Pandemia Covid-19 bardzo zmieniła handel elektroniczny w Unii Europejskiej, zwiększając szeregi kupujących w internecie o ponad 15 milionów użytkowników w 2020 r. i jednocześnie przyśpieszyła rozwój branży KEP (Kurier Express Parcel) o trzy do pięciu lat przed prognozami sprzed pandemii. Wraz z nowymi kupującymi pojawiły się nowe zachowania będące odpowiedzią na nałożone przez rządy ograniczenia, które pozostawiły konsumentom niewielki wybór na realizację zakupów zaspokajających ich codzienne potrzeby. Kryzys przyczynił się zatem do wzrostu zainteresowania wieloma produktami dostępnymi w sieci, szczególnie produktami spożywczymi. Wraz z upływem pandemii niektóre z nowych nawyków i zachowań wróciły do stanu przedpandemicznego, podczas gdy inne utrzymują się i ewoluują.

W 2021 r. ponad 50% krajów UE miało wolumen paczek B2C o 20% wyższy niż przed pandemią w 2019 r. W Litwie, Łotwie, na Cyprze, w Holandii i Czechach wolumeny dostaw B2C wzrosły o ponad 40% w latach 2019-2021. Tuż za nimi plasują się Grecja i Wielka Brytania, które również zbliżają się do 40-procentowego wzrostu wolumenów między okresem przedpandemicznym a końcem pandemii. Tylko w czterech krajach europejskich poziomy wzrostu wolumenu przesyłek B2C w latach 2019-2021 były niższe niż 10%. Pomimo zmian w zachowaniach konsumentów we wszystkich krajach europejskich, pandemia nie wygenerowała jednorodnego rozwoju zakupów online w tych regionach. Wydaje się raczej, że rozbieżności w przyrostach wolumenu przesyłek B2C stały się jeszcze większe niż przed pandemią, a duże znaczenie miało pomyślne wdrożenie nowej generacji usług transportowych, zgodnych z oczekiwaniami konsumentów.

Oczekiwania klientów

Konsumenci są coraz bardziej wymagający i oczekują większej elastyczności od firm transportowych. Chcą przejrzystości, elastyczności, a także uzyskać większy wpływ na dostawę swoich zamówień. Coraz więcej klientów docenia, że istnieją różne opcje dostawy ich zamówień online. Co więcej, jeśli dostawa jest bezpłatna, konsumenci są gotowi zaczekać dłużej niż w przypadku dostawy płatnej. Klienci mogą nawet zrezygnować z zakupów, jeśli preferowana opcja dostawy nie jest dostępna. Biorąc pod uwagę trendy rynkowe oraz oczekiwania konsumentów, oferowanie dostaw OOH (*out of home* – dostawy poza domem) jest niezbędnym

WZROST LICZBY PACZEK 2021 VS 2019 W KRAJACH UE ORAZ WIELKIEJ BRYTANII



Źródło: Raport „Out of home delivery in Europe 2022, PUDO and automated parcel machines", Last Mile Experts

elementem oferty e-commerce oraz firm transportowych/kurierskich.

Klienci oczekują różnych możliwości otrzymania zakupionego towaru, najpopularniejszymi z nich są:

- dostawa pod wskazany adres w konkretnych przedziałach czasowych;
- alternatywne opcje dostawy;
  - automaty paczkowe/punkty PUDO,
  - lub pozostawienie przesyłki w bezpiecznym miejscu, bądź u sąsiada;
- tego samego dnia, a nawet w ciągu kilkunastu do kilkudziesięciu minut;
- przekierowania dostawy na alternatywny adres;
- konsolidacja dostaw.

Dostawy OOH – przyszłość e-commerce oraz branży KEP

W 2021 r. Dania, Finlandia i Czechy znalazły się na szczycie europejskiego rankingu modelu dystrybucyjnego dostawy do domu. W tych krajach wiele punktów dostawy i lokalizacji OOH było wspólnych dla graczy e-commerce, którzy masowo oferowali dostawę poza domem jako najkorzystniejszą opcję doręczenia przesyłki. To z kolei umożliwiło konsumentom otrzymywanie paczek od różnych firm i sprzedawców detalicznych w coraz bardziej skonsolidowany sposób. Dania i Finlandia były jedynymi krajami przekraczającymi 20 lokalizacji dostaw OOH na 10 tys. mieszkańców. Następnie były Czechy, Polska i Szwecja, które przekroczyły 15 miejsc dostaw OOH na 10 tys. mieszkańców każdy. Tuż za nimi uplasowały się Słowenia i Słowacja. Łotwa i Wielka Brytania to dwa ostatnie kraje tworzące wiodącą europejską grupę z 10 lokalizacjami dostaw OOH na 10 tys. mieszkańców.

Z naszych obserwacji oraz raportów branżowych wynika, że w tych dziewięciu krajach oferowanie dostaw OOH przez platformy handlu elektronicznego i sprzedawców detalicznych przyniosło znaczne korzyści konsumentom, którzy zdecydowali się na zakupy w sieci. Liderzy dostaw OOH rozwijali swoje usługi sieci dostaw OOH szybciej niż najlepsi naśladowcy, czyli grupa krajów składająca się z Włoch, Holandii, Niemiec, Francji, Hiszpanii, Belgii, Chorwacji i Estonii. Inna grupa zwolenników dostaw poza domem, składająca się z państw takich jak Irlandia, Austria, Portugalia i Litwa, osiągnęła dość wysoki poziom gęstości dostaw OOH. Węgry, Luksemburg i Rumunia również zaczęły dynamiczną rozbudowę sieci składających się z punktów PUDO oraz automatów paczkowych. Tylko Bułgaria,



Mirek Gral

> Sektor usług pocztowych i kurierskich jest napędzany przez dynamiczny wzrost w handlu elektronicznym, który przez wiele miesięcy był dodatkowo wzmacniany przez ograniczenia w handlu detalicznym spowodowane przez Covid-19.



W 2021 r. prawie wszyscy gracze zbliżali się do progu penetracji 10 lokalizacji dostaw OOH na 10 tys. mieszkańców. Jest to wystarczająca liczba punktów dostawy OOH

Fot. Allegro



Fot. Poczta Polska

Mimo rozpoczynającej się recesji, eksperci uważają, że handel elektroniczny, a co za tym idzie zakupy w sieci oraz dostawy, będą dalej kluczowym elementem rozwoju handlu detalicznego

Cypr, Grecja i Malta wydawały się pozostawać w tyle za innymi krajami europejskimi w dostawach OOH. W 2021 r. prawie wszyscy gracze zbliżali się do progu penetracji 10 lokalizacji dostaw OOH na 10 tys. mieszkańców. Jest to wystarczająca liczba punktów dostawy OOH, aby ta forma dostawy była efektywna ze względu na gęstość sieci i wygodę konsumenta, który w teorii ma mniej niż 500 metrów do punktu odbioru przesyłki.

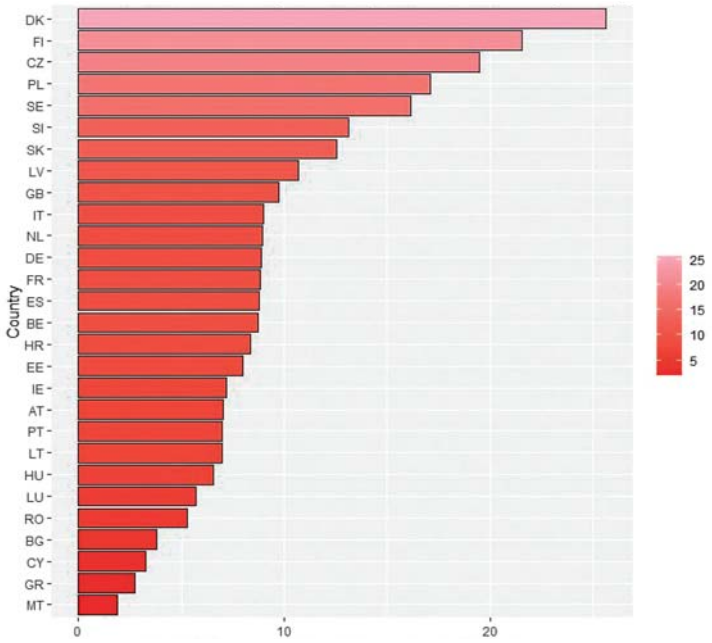
Według naszych badań i obserwacji rynków, gdy penetracja OOH osiągnie 10 lokalizacji dostaw OOH na 10 tys. mieszkańców, ewolucja adopcji OOH przez konsumentów staje się wykładnicza. Oznacza to, że w krajach osiągających ten próg gęstości placówek OOH, odbiorcy akceptują dostawę OOH jako wygodny sposób odbioru paczek. Takie zachowanie zachęca kolejnych sprzedawców internetowych i operatorów platform handlu elektronicznego do oferowania dostawy poza domem. To z kolei zwiększa zapotrzebowanie kupujących online na usługi dostawy OOH.

Przyszłość handlu elektronicznego

Mimo rozpoczynającej się recesji, eksperci uważają, że handel elektroniczny, a co za tym idzie zakupy w sieci oraz dostawy, będą dalej kluczowym elementem rozwoju handlu detalicznego.

- Przewiduje się, że roczny wolumen 20 mld paczek B2C w Europie zostanie osiągnięty pomiędzy 2025 a 2026 rokiem, natomiast poziom 30 mld przesyłek B2C w latach 2028-2029.
- Dzięki wysokiej skuteczności podczas pierwszej próby doręczenia na poziomie ponad 99%, dostawy do punktów OOH stają się preferowaną formą dostawy zarówno dla sprzedawców jak i konsumentów w wielu krajach naszego kontynentu.
- Ze względu na wysoką skuteczność dostawy, a co za tym idzie niższe koszty operacyjne dla firm transportowych, dostawa OOH jest także preferowanym rozwiązaniem dla firmy transportowej. Jest to tym bardziej atrakcyjne rozwiązanie, że dostawa na ostatniej mili odpowiada za 45-55% całkowitych kosztów transportu przesyłki.
- OOH ma coraz większe znaczenie na wielu rynkach UE – kraje nordyckie, Francja, Niemcy, Rumunia, Czechy, Węgry i Polska mają blisko 50% udziału OOH w dostawach.
- Polska ma największą sieć automatów paczkowych w Europie i jest ona o około 70% większa niż druga największa sieć zarządzana przez DHL w Niemczech.
- W oparciu o zasadę Last Mile Experts MVP *(minimum viable product)*, gęsta sieć powinna mieć co najmniej 1 punkt na 10 tys. mieszkańców.
- Punkty PUDO nadal są trzonem sieci dostaw poza domem. Na koniec 2021 r. na terenie Unii Europejskiej i Wielkiej Brytanii konsumenci mieli dostęp do ponad 400 tys. punktów PUDO i blisko 80 tys. automatów paczkowych.
- Bez inwestycji w sieci dostaw OOH operatorzy logistyczni będą mieli coraz większe kłopoty z powodu poważnych luk w infrastrukturze dostaw, co prowadzi do problemów z przepustowością w obszarze dostaw ostatniej mili oraz gwałtownie rosnących kosztów operacyjnych.
- Ostatnio coraz częściej mamy do czynienia z operatorami sieci otwartych, gdzie firmy transportowe mogą współdzielić miejsca dostaw. Takie rozwiązania wspierają optymalizację kosztów i dostawy przyjazne dla środowiska.

LICZBA PUNKTÓW OOH PRZYPADAJĄCA NA 10 TYS. MIESZKAŃCÓW



Źródło: Raport „Out of home delivery in Europe 2022, PUDO and automated parcel machines", Last Mile Experts

Więcej o dostawach poza domem, sieciach PUDO oraz automatach paczkowych w całej Unii Europejskiej oraz Wielkiej Brytanii znajdziecie Państwo w najnowszym raporcie Last Mile Experts „Out-of-home delivery in Europe 2022, PUDO and parcel locker machines", który dostępny jest na stronie: https://lastmile-experts.com/reports-case-studies/

Mirek Gral,
wiceprezes Last Mile Experts Sp. z o.o.



Liderem rynku pod względem wielkości, jak i przychodów jest InPost. Tylko w ciągu ostatniego roku firma urosła o blisko 40%, a jej kluczową przewagą konkurencyjną pozostaje największa sieć automatów paczkowych w Europie

Fot. InPost

EKSPERCI PROGNOZUJĄ DALSZY, DWUCYFROWY WZROST RYNKU KEP

Rynek przesyłek kurierskich, ekspresowych oraz pocztowych (KEP) w Polsce od kilku lat odnotowuje nieprzerwany, dwucyfrowy wzrost, a jego wartość przekroczyła już 17 mld złotych. Tak wynika z najnowszego raportu „Polish CEP Report 2022", przygotowanego przez Last Mile Experts, 7R oraz agencję doradczą Cushman & Wakefield.

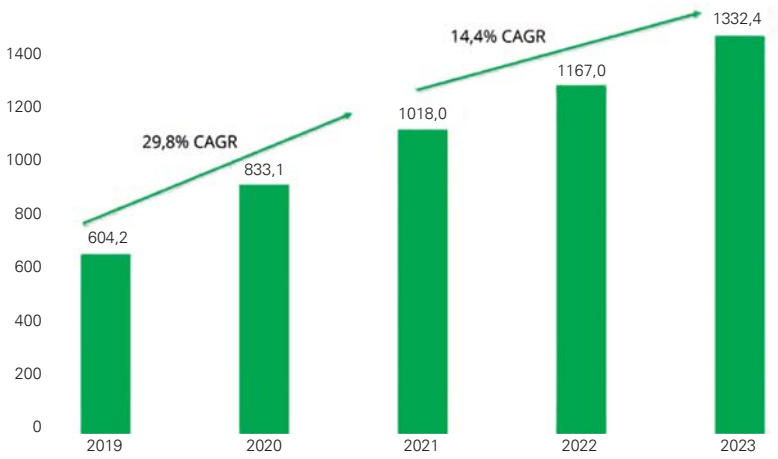
Wśród czynników, które najmocniej wpływają na rozwój segmentu dostaw ostatniej mili eksperci wskazują m.in. na dynamiczny wzrost sektora e-commerce, który stał się jednym z kluczowych kanałów zakupowych dla konsumentów i determinuje wzrost zapotrzebowania na tego typu usługi.

Ponad 17 mld złotych i będzie więcej

Już blisko co piąty Polak wszystkie produkty poza spożywczymi kupuje w sklepach internetowych. W efekcie całkowita sprzedaż detaliczna za pośrednictwem kanałów e-commerce w Polsce w 2021 r. przekroczyła 100 mld zł i rosła średnio o 28,1% rocznie (CAGR). Intensywny rozwój sektora e-commerce wiąże się jednak z wieloma wyzwaniami, wśród których eksperci najczęściej wymieniają efektywność łańcucha dostaw oraz potrzebę dalszego inwestowania w logistykę ostatniej mili, obejmującą m.in. przesyłki kurierskie, ekspresowe oraz pocztowe. Jak wynika z raportu „Polish CEP Report 2022", segment ten już dziś wyceniany jest na ponad 17 mld zł, a według prognoz w ujęciu 2021-2023 roku utrzyma dwucyfrową dynamikę wzrostu zarówno pod względem wolumenu (14,1%), jak i wartości (19,9%).

– *Wartość zakupów internetowych dokonywanych przez polskich konsumentów systematycznie rośnie. Od 2019 r. sprzedaż detaliczna online rosła średnio o 28% rocznie. Największy udział odnotowaliśmy w przypadku elektroniki użytkowej, prawie 24% oraz mody, która stanowi 15% zamówień. Z kolei najszybciej rozwijającym się segmentem w 2021 r. był e-grocery ze wzrostem na poziomie ok. 30% – jednak w tym przypadku udział w rynku pozostaje niski i wynosi tylko 4%. Równie interesującym obszarem rozwoju jest handel rzeczami używanymi na platformach takich jak Vinted czy OLX* – mówi Mirek Gral, wiceprezes Last Mile Experts. – *Sprzedawcy internetowi oraz przewoźnicy potrzebują wystarczającej pojemności sieci dystrybucyjnych, aby zapewnić terminowe i wygodne dostawy*

ROZWÓJ POLSKIEGO RYNKU KEP W LATACH 2019-2023
LICZONY WG WOLUMENU PRZESYŁEK



TWÓRCAMI RAPORTU SĄ:

- **Last Mile Experts** – firma doradcza skupiająca się na szeroko pojętych aspektach logistyki ostatniej mili przesyłek kurierskich (CEP), poczty i e-commerce.
- **O 7R** – deweloper działający na rynku nieruchomości komercyjnych, specjalizujący się w dostarczaniu nowoczesnych powierzchni magazynowych i produkcyjnych na wynajem.
- **Cushman & Wakefield** – firma doradcza świadcząca usługi na rzecz najemców i właścicieli nieruchomości komercyjnych.

Sprzedawcy internetowi i przewoźnicy potrzebują wystarczającej pojemności sieci dystrybucyjnych, aby zapewnić terminowe i wygodne dostawy dla konsumentów. Jednym z rozwiązań są dostawy poza domem, które zyskują na popularności.

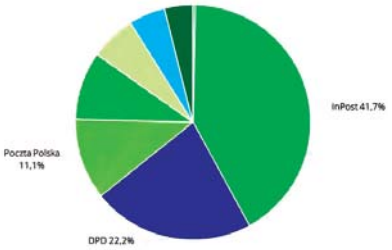
dla konsumentów. Jednym z rozwiązań są dostawy poza domem, które zyskują coraz większą popularność zarówno w kraju, jak i zagranicą – dodaje ekspert.

Najwięksi gracze na rynku

Według raportu „Polish CEP 2022" liderem rynku, zarówno pod względem wielkości, jak i przychodów jest InPost. Tylko w ciągu ostatniego roku firma urosła o blisko 40%, a jej kluczową przewagą konkurencyjną pozostaje największą sieć automatów paczkowych w Europie. Drugie miejsce w rankingu zajmuje DPD, a obie firmy odpowiadają razem za ok. 64% pod względem wolumenu i nieco poniżej 50% pod względem przychodów na rynku KEP.

– *Dynamiczny wzrost popularności zakupów online sprawił, że w zeszłym roku wolumen wszystkich paczek w polskiej sieci kurierskiej przekroczył magiczną granicę miliarda, a według prognoz w przyszłym roku zwiększy się o kolejne 31%. Co prawda, daleko nam jeszcze do rozwiniętego rynku niemieckiego, który osiąga wyniki czterokrotnie wyższe – mowa o ponad 4,1 miliarda paczek w 2021 r. Jednak wartość polskiego rynku KEP na poziomie 17 mld zł każe traktować go poważnie i uważnie śledzić kierunki jego rozwoju* – podkreśla Damian Kołata, Head of Industrial & Logistics Poland, Head of E-commerce CEE w Cushman & Wakefield.

UDZIAŁ FIRM KURIERSKICH W RYNKU KEP W 2021 R., KRYTERIUM JEST LICZBA PRZESYŁEK





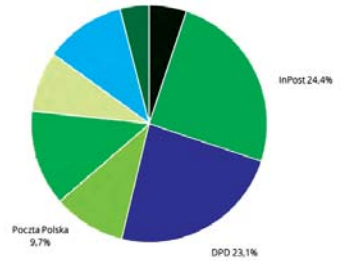
Fot. GLS

Z raportu „Polish CEP Report 2022" wynika, że segment e-commerce wyceniany jest na ponad 17 mld zł. Według prognoz, w ujęciu 2021-2023 r. utrzyma dwucyfrową dynamikę wzrostu zarówno pod względem wolumenu (14,1%), jak i wartości (19,9%)

Nowoczesne zaplecze logistyczne pozostaje kluczowe

Z raportu „Polish CEP 2022" wynika, że w najbliższym czasie – mimo kryzysu gospodarczego i napięć na arenie międzynarodowej – intensywny rozwój branż e-commerce oraz KEP utrzyma się na wysokim poziomie. Prognozowany wzrost w ujęciu wartościowym oraz wolumenowym oznacza także konieczność zabezpieczenia przez operatorów oraz e-detalistów odpowiedniego zaplecza magazynowo-logistycznego.

UDZIAŁ FIRM KURIERSKICH W RYNKU KEP W 2021 R., KRYTERIUM JEST WARTOŚĆ PRZESYŁEK



W tym kontekście coraz większe znaczenie będą zyskiwać obiekty, wyróżniające się zarówno pod względem technologicznym, jak i zrozumienia potrzeb, a także oczekiwań przyszłych najemców.

– *Obecne i spodziewane wzrosty w branży KEP stale napędzają rozwój logistyki miejskiej. Przestrzenie magazynowe znajdujące się w strategicznych lokalizacjach, w obrębie aglomeracji miejskich (City Flex w linii produktowej 7R), znacząco zwiększają efektywność oraz elastyczność operacji logistycznych na etapie dostaw tzw. ostatniej mili, stanowiąc naturalne uzupełnienie dla lokowanych peryferyjnie parków logistycznych Obecnie obiekty dedykowane branży e-commerce stanowią blisko 7,5 mln m² powierzchni magazynowej w Polsce, czyli ponad 30% całkowitej podaży. W porównaniu do stanu z 2019 r. jest to wzrost aż o 84%, co wskazuje na wyraźną tendencję wzrostową* – zaznacza Joanna Ociepka-Wojciechowska, Regional Leasing Director w 7R i dodaje, że aspekty takie, jak atrakcyjna lokalizacja czy łatwy dostęp do strategicznej infrastruktury transportowej to tylko niektóre z wyróżników obiektów 7R. – *Oprócz nich oferujemy naszym najemcom zaawansowane technologicznie powierzchnie, które efektywnie wspierają ich biznes oraz pomagają stale poprawiać uzyskiwane wyniki operacyjne, jednocześnie dbając o środowisko* – dodaje.



Z przeprowadzonych w Czechach badań konsumenckich wynika, że większość klientów będzie korzystać ze sklepów internetowych w większym stopniu niż przed pandemią

Fot. Packeta

NA RYNKACH E-COMMERCE INNYCH NIŻ POLSKI

Według raportu „European E-commerce Report 2022" kontynent europejski pełen jest cyfrowych rynków na zróżnicowanym poziomie. Chociaż liczba osób mających dostęp do Internetu i dokonujących za jego pośrednictwem zakupów stale rośnie, to niektóre firmy prowadzące sprzedaż online w dalszym ciągu pozostają w tyle pod względem wykorzystania narzędzi cyfrowych.

Co więcej, pomimo oczekiwań, że handel elektroniczny ulegnie znacznemu spowolnieniu po zniesieniu blokad związanych z pandemią Covid-19, w wielu krajach wciąż odnotowuje się stabilny poziom e-zakupów i nic nie wskazuje na to, aby miał się on obniżyć. Czym zatem charakteryzują się jedne z dwóch większych rynków e-commerce w naszej części Europy?

Czeski e-handel

W Czechach sprzedaż e-commerce wzrasta o 14% r/r. Jak wynika z raportu, digitalizacja procesów w firmach jest niezbędna do osiągnięcia sukcesu na czeskim rynku, co dotyczy małych sklepów i i duży graczy. Z przeprowadzonych w tym kraju badań konsumenckich wynika, że większość klientów nadal będzie korzystać ze sklepów internetowych w większym stopniu niż przed pandemią, a artykuły spożywcze są tu obecnie drugą co do wielkości kategorią pod względem obrotów.

Również nowoczesne technologie nabierają znaczenia. Sztuczna inteligencja, AI, jest bardzo ważna i wykorzystuje się ją zarówno w komunikacji z konsumentami (czatboty), jak i do procesów wewnętrznych. Przewiduje się, że będzie to jedna z kluczowych technologii dla przyszłego rozwoju e-commerce w Czechach.

Choć w Czechach nie ma np. lokalnej wersji Amazona, to rola *marketplace'ów* stale rośnie, a co za tym idzie – pojawia się coraz więcej metod dostaw zamawianych produktów. Najpopularniejsze opcje odbioru przesyłek to punkty odbioru i automaty paczkowe. To wygodne rozwiązanie z punktu widzenia klientów, a także najbardziej ekologiczna forma dostawy, pomagająca ograniczyć ślad węglowy – kurier czy firma logistyczna dowozi paczki tylko do jednego miejsca.

– Polskie e-sklepy wysyłające towary za pośrednictwem Packety do klientów na rynku czeskim, słowackim, węgierskim czy rumuńskim mogą skorzystać z ponad 11,8 tys. punktów odbioru PUDO (ang. Pick Up Drop Off), mają też do dyspozycji sieć naszych własnych automatów paczkowych Z-BOX'ów. Tylko w ubiegłym roku w Czechach, na rodzimym rynku Packeta Group, do punktów PUDO trafiły 44 mln przesyłek. Wybór tej metody dostawy pozwala na szybki i sprawny odbiór zamawianych przez klientów przesyłek czy ich ewentualny zwrot – mówi Justyna Andreas, dyrektor zarządzająca Packeta Poland.



Najważniejszy trend na Węgrzech to dostawa prosto do domu

Fot. DPD

PACKETA

- Globalna, cyfrowa platforma dla e-commerce, świadcząca kompleksowe usługi logistyczne.
- Założona w 2010 r. w Czechach przez Simonę Kijonkovą jako spółka Zásilkovna, w ciągu dekady przekształciła się w holding funkcjonujący pod nazwą Packeta Group, zrzeszający 14 podmiotów.
- Obecnie Packeta działa w 6 krajach, realizuje dostawy do 34 krajów, posiada ponad 11800 własnych punktów odbioru, 92 tys. punktów partnerskich i współpracuje z ponad 32 tys. sklepów internetowych.
- W 2021 r. obsłużyła przeszło 73 mln przesyłek. Firma pomaga także swoim partnerom rozwijać biznes za granicą, dostosowując usługę do ich potrzeb.

E-biznes na Węgrzech

Również w tym kraju utrzymuje się wysokie tempo rozwoju rynku e-commerce. W 2019 r. Węgrzy robili zakupy przez Internet średnio raz w miesiącu, a dwa lata później już niemal dwukrotnie częściej.

Według gkid Research & Consulting (firmy badawczej i doradczej na Węgrzech), liczba kupujących w e-sklepach wśród 6,5 mln węgierskich aktywnych dorosłych internautów wynosi 78,4%. To około 5,1 mln osób, z których 3,7 mln regularnie nabywa produkty. Prawie połowa (46%) sprzedaży detalicznej online została odnotowana w Budapeszcie i w okręgu Esztergom – warto zaznaczyć, że region ten jest trzykrotnie większy niż kolejne największe okręgi, Győr-Moson-Sopron czy Fejér. Z całą pewnością zaletą sprzedaży w tym centralnym regionie państwa jest różnica w częstotliwości zamówień: konsumenci kupują tu przez Internet znacznie częściej niż wynosi średnia krajowa.

Popularność zakupów online doskonale ilustruje rynek żywności i artykułów gospodarstwa domowego, który przed pandemią nie był rozwinięty. Natomiast w 2021 r. e-sprzedaż produktów FMCG oraz kosmetycznych wzrosła na Węgrzech o 53,7%, dzięki czemu sektor ten stał się najszybciej rozwijającą się kategorią e-handlu detalicznego. Dziś jest to czwarty co do wielkości e-segment na tym rynku.

Poziom usług logistycznych, zwłaszcza w zakresie dostarczenia zamówień do domu jest tu na bardzo wysokim poziomie. Klienci otrzymują 2-3-godzinne okna dostaw, mają możliwość skontaktowania się z kurierem bezpośrednio przez telefon lub na czacie, mogą też śledzić transport w czasie rzeczywistym za pośrednictwem Internetu. Bardzo popularna jest także opcja przywiezienia zakupów tego samego dnia, zwłaszcza w przypadku produktów e-grocery i FMCG. Wszystko to sprawia, że proces dystrybuowania paczek jest na Węgrzech przewidywalny, niezawodny i wygodny. Odsetek wyboru tej metody dostarczenia przesyłek wśród wszystkich zamówień wynosi tu około 74%.

> Pomimo oczekiwań, że handel elektroniczny ulegnie znacznemu spowolnieniu po zniesieniu blokad związanych z pandemią Covid-19, w wielu krajach wciąż odnotowuje się stabilny poziom e-zakupów i nic nie wskazuje na to, aby miał się on obniżyć.

Materiał powstał na podstawie danych raportu „EUROPEAN E-COMMERCE REPORT 2022"

SŁOWACKI E-HANDEL

Słowacja to relatywnie niewielki rynek, więc klienci często decydują się na zakupy online z innych krajów – 39% z nich kupuje transgranicznie z europejskich e-sklepów. Oznacza to, że sporo jest miejsca dla nowych graczy.



Ponad połowa wszystkich e-transakcji w Słowacji dokonywana jest za pomocą urządzeń mobilnych. Należy zatem zadbać o przystosowanie do nich wyglądu i treści sklepu tak, aby klienci mogli się po nim łatwo poruszać. Tym bardziej, że większość zadowolonych z e-obsługi lubi dokonywać zakupów w tym samym sklepie internetowym przez dłuższy czas.

Jeśli chodzi o dostawę, to Słowacy chętnie korzystają zarówno z dostaw do domu, punktów odbioru i automatów paczkowych (wygoda i niższe opłaty za wysyłkę), jak i ze sklepów funkcjonujących jako punkty odbioru. Klienci oczekują, że transport przesyłki będzie bezpłatny przynajmniej przy przesyłkach kosztujących powyżej 30-50 euro, a opłata za wysyłkę dla zleceń poniżej tych wartości wyniesie między 2,5 a 5 euro. Jednocześnie spodziewają się, że paczka dotrze na miejsce w ciągu 3 dni. Dłuższe terminy dostaw dopuszczalne są w wyjątkowych wypadkach.

Słowaccy klienci korzystają z usługi Packety, która umożliwia śledzenie przesyłki. Celem tej nowości jest nie tylko ułatwienie dostawy przesyłek do klientów, ale także zwiększenie prawdopodobieństwa doręczenia ich przy pierwszej próbie.

Co więcej, choć konkurencyjna cena jest istotna we wszystkich krajach, to jednak szczególnie w Słowacji. W kraju tym ważny jest też sposób eksponowania certyfikatu autentyczności w przypadku dostarczania produktów markowych. To dlatego, że nie wszystkie sklepy sprzedają tutaj oryginalne produkty, więc klienci potrzebują takiego dowodu.

NA PODSTAWIE DANYCH RAPORTU
„Przewodnik po e-eksporcie do Czech, Słowacji i Węgier" MakesYouLocal



Pozytywne doświadczenia zakupowe to procesy, które odpowiednio zaprojektowane i realizowane istotnie wpływają na budowanie marki sklepu, a także na koszty logistyczne

GDY JEST SIĘ PARĘ KROKÓW PRZED INNYMI

Jednym z pierwszych operatorów logistycznych, którzy rozpoczęli obsługę sprzedaży online w naszym kraju był Rhenus Logistics. W Polsce pierwszy projekt e-commerce firma uruchomiła w 2012 roku, co oznacza, że już od dekady prowadzi obsługę logistyczną dużych, międzynarodowych projektów e-commerce, realizujących sprzedaż w całej Europie.

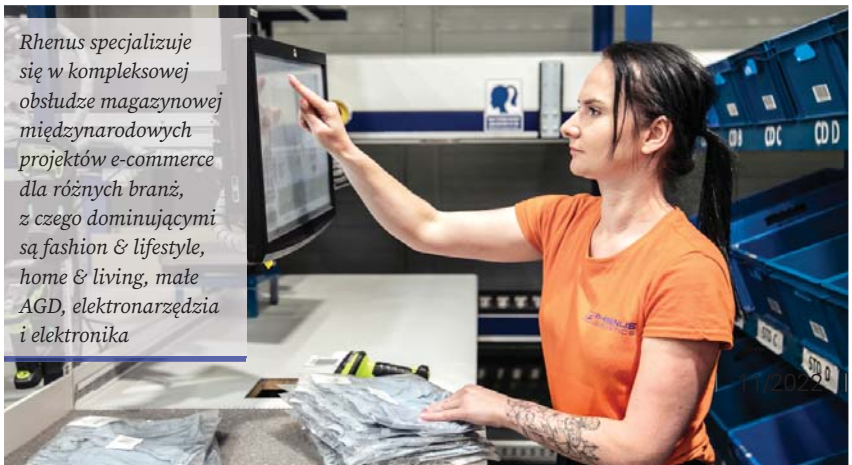
Odkrywanie nowego lądu, jakim był e-commerce zdecydowanie miało swoje istotne zalety, ale także wiązało się to z wieloma wyzwaniami. Do korzyści należy zaliczyć brak wysoko wyspecjalizowanej konkurencji w obsłudze logistycznej dla sprzedaży online, co dawało możliwość stosunkowo prostego wejścia w nową branżę. Co więcej, rynek w tamtym czasie nie był nadmiernie wyeksploatowany pod kątem powierzchni magazynowych oraz personelu – było to istotne w przypadku pierwszych projektów e-commerce realizowanych w Polsce, które głównie bazowały na prostych, manualnych operacjach. Z drugiej jednak strony, niedojrzałość rynku i brak ogólnodostępnej wiedzy w obszarze sprzedaży online powodowały, że nie było możliwości skorzystania z gotowej recepty na sukces. Nie mogliśmy czerpać inspiracji z modelowych rozwiązań systemowych dla e-commerce, odbywać warsztatów, czy też uczestniczyć w inspirujących konferencjach dedykowanych logistyce dla e-commerce, ponieważ tego wówczas nie było, a era e-commerce w Polsce dopiero miała nadejść. Ciężka praca, lata nauki na żywym organizmie, a także dynamiczny rozwój naszych klientów sprawiły, że możemy powiedzieć, iż jesteśmy wyspecjalizowanym dostawcą rozwiązań magazynowych dla e-commerce.

Niezawodna logistyka dla każdego klienta

Rhenus specjalizuje się w kompleksowej obsłudze magazynowej międzynarodowych projektów e-commerce dla różnych branż, z czego dominującymi są fashion & lifestyle, home & living, małe AGD, elektronarzędzia i elektronika. Obecnie oferta produktowa sklepów internetowych i platform sprzedażowych jest tak szeroka, że ciężko wskazać konkretną branżę. W naszych projektach, obok odzieży, znajdują się kosmetyki, biżuteria czy też elementy wyposażenia wnętrz lub ogrodów. To też wiele mówi o zróżnicowaniu oraz elastyczności procesów magazynowych jakich oczekują nasi klienci. Świat sprzedaży online to niezwykle dynamiczne środowisko zarówno w obszarze asortymentu jak również sposobie dotarcia do klienta indywidualnego. Niezależnie od tego dostosowujemy się do potrzeb odbiorcy usługi realizując obsługę logistyczną dla sprzedaży online jak i omnichannel. Co do dalszego kierunku rozwoju sprzedaży, z pewnością jest i będzie on podyktowany oczekiwaniami klientów indywidualnych. Strategia sprzedaży i budowanie marki to decyzja naszych partnerów biznesowych. Naszą rolą jest dostarczać niezawodną logistykę, która w sprzedaży online w istotny sposób przyczynia się do budowania pozytywnych doświadczeń zakupowych.

Szeroko rozumiany fulfilment

Rhenus świadczy kompleksowe rozwiązania magazynowe dla wielu branż w tradycyjnych i nowoczesnych kanałach sprzedaży. Dla e-commerce realizujemy szeroko rozumiany *fulfilment* zleceń wraz z obsługę zwrotów. W naszej ofercie usług nasi klienci znajdą pakowanie premium, odświeżanie, prasowanie czy też wyszywanie. Logistyka dla sprzedaży online to już coś więcej niż kompletacja zleceń w magazynie. Doskonałym tego przykładem są usługi profesjonalnego foto studia, gdzie na potrzeby jednego z projektów realizujemy sesje produktowe – również te angażujące profesjonalny *modeling* – z których zdjęcia bezpośrednio trafiają na witrynę internetową. Obsługa foto studia w magazynie logistycznym oszczędza czas, a także ma wymiar finansowy ponieważ redukuje nakłady poniesione na wysyłkę próbek towarów do lokalizacji klienta.



Rhenus specjalizuje się w kompleksowej obsłudze magazynowej międzynarodowych projektów e-commerce dla różnych branż, z czego dominującymi są fashion & lifestyle, home & living, małe AGD, elektronarzędzia i elektronika

Ewolucja kanału e-commerce

W naszej ocenie, obecna sytuacja na rynku sprawia, że coraz częściej istotnym elementem jest efektywność kosztowa osiągana możliwie bez utraty jakości. Konsolidacja wolumenów celem obniżenia kosztów transportowych i działania ukierunkowane na optymalizacje kosztów poprzez jakość sprzedaży online – lepsza jakość zdjęć produktów, wirtualne przymierzalnie, precyzyjne opisy na stronie internetowej zmniejszają ryzyko zwrotu – to kierunek w którym podąża e-commerce. Pozytywne doświadczenia zakupowe, począwszy od odpowiedniej prezentacji produktów na witrynie sklepu, poprzez



Na potrzeby jednego z projektów Rhenus realizuje profesjonalne sesje produktowe, z których zdjęcia bezpośrednio trafiają na witrynę internetową

łatwość dokonania zakupów, możliwość wyboru dogodnej formy dostawy po ewentualne zwroty, to procesy, które odpowiednio zaprojektowane i realizowane istotnie wpływają na budowanie marki sklepu, a także na koszty logistyczne. Dostrzegamy również rosnącą rolę zaawansowanych narzędzi BI/AI do monitorowania procesów logistycznych dla e-commerce. My również korzystamy z tych nowoczesnych rozwiązań technologicznych, dzięki którym możemy monitorować przepływy materiałowe, odczytywać zależności jakie między nimi zachodzą, usprawniać je, a także wyciągać wnioski na przyszłość. Praca na dużych zbiorach danych z wykorzystaniem rozwiązań technologicznych, takich jak *process mining,* pozwala nam w lepszy sposób zarządzać zasobami, a także dawać pełny i świadomy wgląd w operacje magazynowe, co może istotnie wpłynąć nie tylko na organizację logistyki, ale również na strategię sprzedaży sklepu internetowego.

Nie tylko efektywność kosztowa

Na przestrzeni ostatnich lat e-commerce przeżywał dynamiczny, rozwój, który w czasie pandemii spektakularnie przyspieszył. Rozbudzone nadzieje i rosnące oczekiwania uczestników tego rynku będą musiały się jednak skonfrontować ze zmieniającą się koniunkturą, spowolnieniem gospodarczym i rosnąca inflacją. Walka o klienta indywidualnego będzie wymagała efektywności kosztowej, a także innych benefitów dla kupujących. Dlatego dostawcy usług logistycznych powinni brać pod uwagę działania na rzecz optymalizacji procesów, współdzielenia zasobów w ramach projektów typu *multi-user* i wykorzystanie najnowszych technologii, które w dłuższej perspektywie doprowadzą do redukcji kosztów. Wzrosną również oczekiwania wobec elastyczność powierzchni magazynowej, która jest istotnym czynnikiem kosztowym. Warto jednak pamiętać, że

Dostawcy usług logistycznych powinni brać pod uwagę działania na rzecz optymalizacji procesów, współdzielenia zasobów w ramach projektów typu multi-user i wykorzystanie najnowszych technologii, które w dłuższej perspektywie doprowadzą do redukcji kosztów.



Krzysztof Czarnecki

bez względu na skalę operacji logistycznych, zachowanie elastyczności procesów ma sens tylko przy jednoczesnym utrzymaniu ich jakości i terminowości realizacji. Kolejnym aspektem, który zaczyna zyskiwać na znaczeniu jest zrównoważony rozwój, wykorzystanie czystej energii i redukcja emisji CO_2. Zaczynają one mieć również wymiar finansowy. Podsumowując, współczesna logistyka dla e-commerce powinna być *smart & flexible,* efektywna i zrównoważona, tak aby zbalansować oczekiwania kosztowe partnerów biznesowych i oczekiwania wobec jakości klientów indywidualnych, a także pozostawać neutralną środowiskowo. I



Ciężka praca, lata nauki na żywym organizmie, a także dynamiczny rozwój klientów sprawiły, że Rhenus jest wyspecjalizowanym dostawcą rozwiązań magazynowych dla e-commerce

Krzysztof Czarnecki,
dyrektor sprzedaży
i rozwoju logistyki kontraktowej,
Rhenus Logistics S.A.



Vesta Polska specjalizuje się w transporcie drogowym towarów lekkich. W większości są to produkty spożywcze. Dużą część dostaw stanowią przewozy produktów higienicznych o przestrzennej kubaturze.

VESTA POLSKA ZMIENIA PODEJŚCIE DO BIZNESU

Samochody z logo Vesta Polska można zobaczyć w całej Europie. Jednak, od niedawna, firma obecna jest również w przestrzeni powietrznej. Na wdrożenie usługi transportu lotniczego międzykontynentalnego zdecydowała się w związku z obecną sytuacją gospodarczą. Czy w związku z tym zmieniła się jej polityka? – na to i podobne pytania odpowiadają: Munkhtsetseg Tarvaa, analityk rynków wschodnich Vesta Polska i Witalij Rudnicki, prezes zarządu Vesta Polska.

Vesta Polska obsługuje produkty suche i przestrzenne należące do branży spożywczej. Jaki zakres usług firma świadczy klientom z tej branży?

Witalij Rudnicki (WR): W dobie nieprzewidywalnych zmian, jakie obserwujemy każdego dnia, staramy się wychodzić naprzeciwko potrzebom naszych klientów. Dostosowujemy i zmieniamy ofertę, aby świadczona przez nas usługa była na jak najwyższym poziomie. Wiąże się to również z dużymi zmianami w podejściu do biznesu, który rozwijamy nie ograniczając się tylko do jednego rodzaju transportu.

Od lat specjalizujemy się w transporcie drogowym towarów lekkich. W znacznej większości są to produkty spożywcze. Z branżą FMCG związani jesteśmy od początku swojej działalności. Dużą część naszych dostaw stanowią przewozy produktów higienicznych o przestrzennej kubaturze.

Munkhtsetseg Tarvaa (MT): Samochody ciężarowe z naszym logo można zobaczyć na terenie całej Europy. 2022 rok jest dla Vesta Polska przełomowy pod względem obsługi klienta, nie tylko zaspokajając jego zapotrzebowanie na transport na terenie Europy czy magazynowanie, ale również o szybki transport międzykontynentalny. To dzięki wdrożeniu nowej obsługi transportu lotniczego jesteśmy w stanie w maksymalnie krótkim czasie dostarczyć towar do odległego miejsca docelowego.

W jakim zakresie Vesta Polska rozwija transport lotniczy?

MT: Transport lotniczy jest specyficzną usługą w wachlarzu oferty Vesta Polska. Rozszerzyliśmy swoje usługi o ten rodzaj transportu widząc ogromne zapotrzebowanie swoich klientów na transport w najwyższym priorytecie czasowym, np. produktów o określonych terminach przydatności do spożycia. Za przykład może posłużyć nabiał, który najczęściej transportujemy przy użyciu samolotów. Trzeba zdawać sobie sprawę, iż nie jest to opcja najbardziej ekonomiczna, natomiast dla wielu produktów, zwłaszcza luksusowych, nie jest to sprawą kluczową.

WR: Jest to rozwiązanie, które pomaga nam reagować też na nagłe sytuacje, gdzie wystąpił błąd ludzki czy sytuacja losowa i na przykład przewóz drogowy odbyłby się ze znacznym opóźnieniem. Wtedy minimalizujemy negatywne skutki takiej sytuacji i dostarczamy towar pomimo zaistniałych problemów. Jest to rodzaj zabezpieczania, które w razie „czarnego scenariusza" może uratować towar i wyeliminować konsekwencje ja-



Na przestrzeni ostatnich miesięcy wymagania klientów nie zmniejszyły się w stosunku do jakości usług

kie mogły wyniknąć u klienta w związku z niedotrzymaniem warunków kontraktu, czyli w tym przypadku terminowości dostawy lub zatrzymanie linii produkcyjnej.

Na ile obecna sytuacja ekonomiczna i polityczna na świecie wpłynęła na działalność firmy?

MT: Dużą zmianą w rozwoju i podejściu do naszego modelu biznesowego jest otwarcie się na rynki wschodnie.



Witalij Rudnicki

Mam tu na myśli takie państwa jak Chiny, Mongolia, Korea Południowa, Japonia. Wsparciem we współpracy z azjatyckimi partnerami jest oferta transportu lotniczego. Korzystamy tu zarówno z usług charterowych, specjalnie dedykowanych poszczególnym klientom czy rodzajom produktów, jak również z usług frachtu lotniczego w klasycznym rozumieniu. Dzięki temu możemy ofertę dopasować zgodnie z zapotrzebowaniem i możliwościami zleceniodawcy.

Czyli wojna w Ukrainie ma duży wpływ na zmianę podejścia firmy do biznesu? Czy zmieniły się ceny usług i procedury?

WR: Tocząca się za naszą wschodnią granicą wojna mocno odbiła się nie całej branży transportowej. Nie powiem tu nic odkrywczego, ponieważ z tymi problemami mierzy się prawie każda firma o tym profilu. Znaczny ubytek kierowców z Ukrainy stanowił niemałe wyzwanie również dla naszego działu transportowego. Zatrudniamy ukraińskich kierowców, których część od razu pojechała na wojenny front. W późniejszych miesiącach selektywnie przybywało informacji o poborach do ukraińskiego wojska dla kierowców, którzy zdecydowali się zostać i pracować. Z biznesowego punktu widzenia było to ciężkie doświadczenie, ale jako koledzy z firmy byliśmy dumni z ich postawy. Chęć bronienia swojego kraju nawet za cenę bezpiecznego i lepszego życia na Zachodzie była i jest dla nas godna podziwu. Nasza firma również dołożyła małą cegiełkę do pomocy Ukrainie dostarczając łóżka szpitalne oraz produkty opatrunkowe do okupowanych ukraińskich miast.

Ale wracając do tematu logistyki, na początku wojny zaburzeniu uległ cały łańcuch dostaw, kiedy to zablokowane zostały wjazdy na Ukrainę. Było to związane z obawami kierowców o swoje życie i zdrowie oraz dodatkowo mała przepustowość na granicy. Dużym problemem okazało się zamknięcie transportów na Rosję, szczególnie dla polskich przewoźników zlokalizowanych przy wschodniej granicy, dla których Rosja była jednym kierunkiem zbytu usług.

MT: Cała ta sytuacja miała również duży wpływ na podejmowane działania w Vesta Polska. W związku z zamknięciem rynku rosyjskiego postanowiliśmy wejść o wiele intensywniej w rozwój transportu lotniczego, zwłaszcza międzykontynentalnego. Widzimy duże zapotrzebowanie na transporty pomiędzy Europą a Azją, dlatego swoje siły koncentrujemy teraz na tych kierunkach. To po pierwsze, pozwala nam odpowiadać na zapotrzebowanie naszych stałych klientów, których potrzeby i nowe kierunki dostaw ciągle się zwiększają. Po drugie, stanowi duży rozwój dla naszej spółki przez zdobywanie nowych kontraktów i klientów z nowych dla nas państw.



Munkhtsetseg Tarvaa

Czy zmieniły się także wymagania klientów?

WR: Na przestrzeni ostatnich miesięcy wymagania klientów nie zmniejszyły się w stosunku do jakości usług. Natomiast złagodniały we wskaźnikach KPI ze względu na ograniczoną liczbę transportów i kierowców na rynku.

Korzystając z okazji muszę tutaj też wrócić do tematu pakietu mobilności, który jest tematem bolącym dla całej naszej branży. Dla mnie to nie tyle wojna czy inne czynniki, a właśnie wspomniany pakiet jest tzw. gwoździem do trumny w blokowaniu potęgi polskiego transportu w Europie. Spowodował on zmniejszenie konkurencyjności całej krajowej branży transportowej na europejskim rynku.



Samochody ciężarowe z logo Vesta Polska można zobaczyć na terenie całej Europy

Dzięki wdrożeniu nowej obsługi transportu lotniczego, Vesta Polska jest w stanie w maksymalnie krótkim czasie dostarczyć towar do odległego miejsca docelowego.



FM Logistic przejmuje część aktywności do tej pory realizowanych przez producentów, np. pakowanie produktów sypkich jak cukierki, orzeszki, gumy

CORAZ WIĘKSZY UDZIAŁ KANAŁU E-COMMERCE W OBSŁUDZE BRANŻY SPOŻYWCZEJ

Pandemia, wojna w Ukrainie i recesja wpływają na obsługę logistyczną branży spożywczej. W jakim kierunku ona podąża i co determinuje zachodzące zmiany, mówi Sebastian Plesiński, Senior Business Development Director, FM Logistic.

FM Logistic od lat obsługuje branżę spożywczą. Jaki zakres usług firma świadczy klientom?

Branża spożywcza, obok retail, a więc dystrybutorów m.in wyrobów spożywczych, reprezentuje największy udział wśród sektorów przemysłowych obsługiwanych przez FM Logistic w Europie Centralnej. Świadczymy dla tej branży pełen wachlarz usług, począwszy od podstawowego składowania, poprzez usługi dodatkowe w postaci *co-packingu* czy *co-manufacturingu*, a kończąc na transporcie całopojazdowym, drobnicowym czy też specjalistycznym w temperaturze kontrolowanej oraz wyrobów głęboko mrożonych. W ostatnich latach, na co niewątpliwie miała wpływ pandemia COVID-19, sektor ten znacznie zwiększył swój udział w handlu elektronicznym. Producenci wyrobów spożywczych sprzedają już w internecie nie tylko poprzez dystrybutorów, jak sieci handlowe, ale coraz częściej też decydują się na uruchomienie swojej własnej, bezpośredniej sprzedaży, na przykład poprzez *marketplace'y*. FM Logistic nie tylko obsługuje ten kanał sprzedaży, ale też pomaga w jego uruchomieniu.

Jakie usługi specyficzne dla branży są rozwijane w firmie?

W FM Logistic od kilku już lat konsekwentnie wdrażamy strategię omnichannel, która zakłada kompleksową obsługę logistyczną "pod jednych dachem", czyli przez jednego operatora i dzięki temu wypracowanie synergii w obszarach działań i kosztów. W przypadku branży spożywczej oznacza to na przykład obsługę nie tylko kilku kanałów sprzedaży, ale też produktów tzw. suchych oraz świeżych wymagających odmiennego sposobu składowania i preparacji.

W dystrybucji również zachowujemy ciągłość tej obsługi, gdyż korzystamy z naczep z podwójnymi komorami chłodniczymi. Umożliwia to transport jednym środkiem transportu towarów wymagających odmiennych temperatur. Ostatnio wzbogaciliśmy naszą flotę o 100 nowoczesnych naczep, które w większości służą właśnie do obsługi branży spożywczej.

Jednak niewątpliwym atutem wyróżniającym FM Logistic na tle innych operatorów logistycznych są usługi *co-manufacturingu* i *co-packingu*, które świadczymy niemal od początku naszej działalności, czyli od ponad 20 lat. Dla branży spożywczej jest to szczególnie ważne, gdyż daje większe możliwości customizacji produktów i dopasowania ich do odmiennych potrzeb odbiorców, np. różnych sieci handlowych. W ramach *co-manufacturingu*, inaczej koprodukcji, FM Logistic przejmuje część aktywności do tej pory realizowanych przez producentów, np. pakowanie produktów sypkich jak cukierki, orzeszki, gumy itp. Jest to *de facto* ostatni etap w procesie produkcyjnym.

Usługi *co-packingowe* z kolei polegają przede wszystkim na konfekcjonowaniu produktów, np. przygotowywaniu zestawów różnych produktów według indywidualnego zamówienia danej sieci dystrybucyjnej. Produkty jednorodne opuszczają fabrykę, natomiast FM Logistic łączy je zgodnie z zaleceniami dystrybutora, np. kilka rodzajów makaronu w jednym kartonie.

W jakim zakresie przy obsłudze tej branży FM Logistic korzysta z osiągnięć technologicznych? Na ile ułatwiają one funkcjonowanie na konkurencyjnym rynku?

Dotychczas automatyzacja procesów logistycznych w branży spożywczej postępowała znacznie wolniej niż w pozostałych sektorach. To z uwagi na wysokie koszty takich rozwiązań, przy stosunkowo niskich cenach samych produktów, a tym samym długi czas zwrotu z inwestycji. Jednakże lawinowo rosnące na przestrzeni ostatnich dwóch lat koszty magazynowania i przede wszystkim pracownicze, sprawiają, że nakłady szybciej się amortyzują i tym samym inwestycja w automatyzację staje się opłacalna. Ponadto wzrost udziału kanału e-commerce w tym sektorze sprawia, że cyfryzacja i automatyzacja

> W FM Logistic od kilku lat konsekwentnie wdrażana jest strategia omnichannel, która zakłada kompleksową obsługę logistyczną „pod jednych dachem", czyli przez jednego operatora i dzięki temu wypracowanie synergii w obszarach działań i kosztów.

w logistyce staje się koniecznością. Duże rozdrobnienie zamówień, rosnąca konkurencja dotycząca skrócenia czasu realizacji i dostawy wymusza wręcz zastosowanie automatyki wspierającej. Dostępnych jest już wiele rozwiązań z tego zakresu, z których korzystamy też w FM Logistic. Usprawniają one zarówno proces kompletacji, jak i umożliwiają znaczne zagęszczenie strefy składowania. Zadaniem nowych technologii jest przede wszystkim wsparcie i usprawnienie zadań wykonywanych przez pracowników, poprawa bezpieczeństwa, ergonomii i warunków pracy.

Na ile pandemia, wojna w Ukrainie i kryzys ekonomiczny zmieniły obsługę tej branży?

Pandemia spowodowała zmiany wolumenów, które wykroczyły poza poziomy elastyczności zdefiniowane w kontraktach. W początkowej fazie stoki magazynowe rosły przy zmniejszonej konsumpcji, by następnie, po zakończeniu *lock downu*, przeciążyć sieci dystrybucyjne w momencie zwiększonego popytu na niemal wszystkie produkty. W tym okresie, zwłaszcza transport, charakteryzował się dużą dynamiką. Brak środków transportowych powodował naturalny wzrost stawek i dla większości producentów ważniejsze było dostarczenie produktu do dystrybutorów bez względu na koszty. Sytuacja w tym roku była zgoła odmienna. Po ubiegłorocznym, bardzo trudnym, letnim *peak'u* większość operatorów przygotowała odpowiednio zasoby na ten sezon, jednak sytuacja geopolityczna związana przede wszystkim z wojną w Ukrainie oraz rekordową inflacją, spowodowały, że konsumpcja była zdecydowanie niższa niż przed rokiem i wysoki sezon okazał się niemal identyczny jak poprzednie miesiące. Mniejsza siła nabywcza konsumentów przekłada się na spadek wolumenów zwłaszcza w branży FMCG. W najbliższym czasie zbyt mają głównie produkty pierwszej potrzeby. Już dziś obserwujemy zwiększone zapotrzebowanie na powierzchnię do składowania towaru, który nie rotuje tak szybko jak jeszcze kilka miesięcy temu, a w dalszej perspektywie może się to jeszcze pogłębić. Spowolnienie zanotował też handel elektroniczny. Jednym z największych wyzwań w następnych miesiącach będzie wzrost kosztów eksploatacji i utrzymania obiektów magazynowych. Przewidujemy, że czynsze mogą wzrosnąć nawet o 15%. Kluczowe zatem staje się wprowadzenie planu oszczędnościowego w zużyciu prądu oraz wynegocjowanie korzystnych cen zakupu energii, a także szukanie kompromisów w rozmowach z klientami tak, aby operator logistyczny nie był jedyną stroną ponoszącą konsekwencje tej sytuacji.

Czy i jak zmieniły się wymagania klientów na przestrzeni ostatnich lat i miesięcy?

Ze względu na wspomniane wcześniej zawirowania gospodarcze i geopolityczne klienci oczekują coraz większej elastyczności w zakresie wielkości stoków w magazynie oraz dystrybucji przy zachowaniu tych samych wskaźników jakościowych oraz cen. Dodatkowo, klienci coraz większy nacisk kładą na rozwiązania informatyczne monitorujące dystrybucję. Wprowadzenie ETA (Estimated Time of Arrival), czy też podawanie parametrów przesyłki (lokalizacja, temperatura na pojeździe, zdarzenia) w czasie rzeczywistym stają się coraz częstszym kryterium wyboru operatora logistycznego zwłaszcza realizującego dostawy produktów świeżych.



Ze względu na zawirowania gospodarcze i geopolityczne klienci oczekują coraz większej elastyczności w zakresie wielkości stoków w magazynie oraz dystrybucji, przy zachowaniu tych samych wskaźników jakościowych oraz cen



Sebastian Plesiński

Jakich produktów spożywczych dotyczy obsługa w kanale e-commerce?

Obsługa klientów z branży spożywczej w kanale elektronicznym rozwija się zdecydowanie wolniej niż innych produktów. Ma to związek z dysproporcją pomiędzy kosztem obsługi logistycznej a ceną towarów. Żeby pokryć niezbędne koszty dostawy, wartość koszyka zakupowego musi być odpowiednio wysoka. Z tego względu producenci często kreują specjalne, unikalne oferty dostępne tylko online, np. pakiety kilku produktów, zestawy prezentowe itp.

Z tego samego też powodu chętniej uruchamiają swoją własną sprzedaż internetową (nie tylko przez dystrybutorów) produktów o stosunkowo większej wartości, która pokrywa koszty związane z dostawą do domu zamawiającego. Są to np. wyroby czekoladowe wiodącego producenta w naszym kraju, który oprócz najbardziej znanych i popularnych produktów posiada sieć własnych cukierni, w których sprzedaje inny rodzaj asortymentu, który doskonale sprawdza się również w sklepie internetowym.

Bardzo dobrze i prężnie natomiast rozwija się rynek e-commerce wszelkiego rodzaju karmy dla zwierząt. FM Logistic obsługując kilku wiodących producentów, zapewnia pełną kompleksowość usługi realizując również obsługę tego kanału dystrybucji i to nie tylko dla polskich klientów.

FM Logistic w wysyłkach z własnych magazynów w kanale e-commerce współpracuje z wiodącymi operatorami KEP w zakresie dostaw *last-mile*, krajowych jak i zagranicznych.

Dziękuję za rozmowę.



Kluczowe jest budowanie stabilnych, regularnych tras dla kierowców, aby dzięki przewidywalności pracy zwiększać liczbę chętnych osób do podjęcia się tej roli zawodowo

ODPOWIEDŹ NA OBECNE LOGISTYCZNE WYZWANIA

Galopująca inflacja, rosnące ceny, braki zasobowe i trudna sytuacja geopolityczna to nadzwyczajne zjawiska gospodarcze, które mają daleko idący wpływ na logistykę i łańcuchy dostaw. Czy optymalizacja i digitalizacja procesów to jedyny klucz do zapewnienia efektywności dostaw w obliczu dzisiejszych wyzwań?

Według raportu „Transport przyszłości – perspektywy rozwoju transportu drogowego w Polsce 2020-2030" przygotowanego przez PWC oraz TLP, szacuje się, że na rynku polskim brakuje obecnie około 200 tys. kierowców. Niedobór spowodowany jest m.in. dynamicznym wzrostem obsługiwanych wolumenów – całkowity wzrost tonażu obsługiwanego przez polskich przewoźników między 2018-2022 wynosi 22,8%*). Luka na rynku pracy powoduje wzrost wynagrodzeń, co z kolei przekłada się na większe koszty dla przewoźników. Kolejne obciążenie to bez wątpienia wprowadzenie drugiej części unijnego pakietu mobilności i zrewidowanej dyrektywy o pracownikach delegowanych. Dodatkowo wojna w Ukrainie doprowadziła do odpływu kierowców, którzy wrócili aby walczyć w Ukraińskiej Armii i Obronie Terytorialnej.

Brak zasobów ludzkich olbrzymim wyzwaniem

Kluczowe jest budowanie stabilnych, regularnych tras dla kierowców, aby dzięki przewidywalności pracy zwiększać liczbę chętnych osób do podjęcia się tej roli zawodowo. Partnerska współpraca z klientami, łączenie wolumenów rożnych klientów, wdrażanie nowych wolumenów wg priorytetu optymalizacji jest dziś szczególnie istotne. W celu optymalizacji czasu pracy kierowców wprowadziliśmy we Fresh Logistics rozwiązanie Drop& Drive, polegające na tym, że kierowca po rozładunku nie musi dodatkowo czekać na dokumenty, tylko odjeżdża, a odpowiednie papiery odbiera kolejny kierowca przyjeżdżający z dostawą następnego dnia.

W naszej firmie organizujemy szereg inicjatyw mających na celu docenienie roli kierowców, czerpiąc inspiracje z Holandii, skąd wywodzi się Grupa Raben. W Holandii kierowców traktuje się z ogromnym szacunkiem, jako służbę publiczną na równi z lekarzami czy policjantami. Takie podejście chcemy upowszechniać również w Polsce. W naszych terminalach powstają strefy socjalne dla kierowców czy siłownie zewnętrzne. W zeszłym roku staliśmy się partnerem Responsible Trucking Initiative, której celem jest wdrażanie wyższych standardów społecznych przekładających się na lepsze warunki pracy kierowców ciężarówek.

Warto nadmienić, że problemy zasobowe nie dotyczą tylko kierowców, ale również pracowników magazynowych. Deficyt pracowników w magazynach centralnych skutkuje kolejkami oraz wydłużonym czasem rozładunku, szczególnie w okresach szczytów wolumenowych. Co więcej, kilkanaście lat temu mieliśmy na zrealizowanie dostawy średnio około doby. Teraz często odbieramy towary od producentów po południu, a do magazynów sieci handlowych musimy dostarczyć je wcześnie rano następnego dnia. Nierzadko na realizację dostawy pozostaje zatem dwanaście godzin, czasem nawet mniej.

> Partnerska współpraca z klientami, łączenie wolumenów rożnych klientów, wdrażanie nowych wolumenów wg priorytetu optymalizacji jest dziś szczególnie istotne. W celu optymalizacji czasu pracy kierowców we Fresh Logistics wprowadzono rozwiązanie Drop& Drive.

*) Transport przyszłości: transport drogowy w Polsce 2020–2030 | Raport PwC

Wypadkowa wielu czynników

Rosnące koszy pracownicze, w połączeniu z trudną, globalną sytuacją finansową i polityczną przekładają się wzrost cen usług logistycznych. Jeżeli dodamy do tego rosnące wymagania ze strony sieci handlowych i finalnych konsumentów, możemy śmiało stwierdzić, że przed branżą logistyczną stoją ogromne wyzwania, aby sprostać obecnej sytuacji. Nieunikniona jest również konieczność częstej weryfikacji stawek ze względu na bardzo dynamiczną sytuację rynkową.

Sposób w jaki operator logistyczny poradzi sobie ze współczesnymi wyzwaniami jest wypadkową wielu czynników. Im dostawca usług logistycznych ma większą skalę operacji, im bardziej są one zdywersyfikowane, im bardziej innowacyjnie podchodzi do świadczonych usług, im bardziej ma zmotywowanych i lojalnych pracowników tym bardziej prawdopodobne, że z sukcesem stawi czoła pojawiającym się wyzwaniom.

Satysfakcja klienta

W 2015 r. we Fresh Logistics zadaliśmy sobie pytanie jaką strategię obrać, aby pomimo możliwych przyszłych, jeszcze niezdefiniowanych trudności nasz klient pozostał zadowolony. W przypadku sektora usług logistycznych kluczowym czynnikiem wpływającym na satysfakcję klienta jest wysoka jakość świadczonych usług wyrażana w terminowości dostaw. Naszą odpowiedzią na oczekiwania dotyczące terminowości jest od lat realizowany we Fresh Logistics program doskonalenia biznesu Better Every Day. Program ten jest oparty o lean management. Naszą strategią jest zrobienie czegoś nie szybciej, tylko mądrzej. Wspólnie z naszymi klientami i partnerami biznesowymi analizujemy procesy pod kątem ich złożoności, przejrzystości, standaryzacji, ewentualnych marnotrawstw. W tym celu organizujemy warsztaty, pytamy klientów o ich opinię, współpracujemy z konsultantami zewnętrznymi po to, aby patrzeć całościowo i obiektywnie na łańcuch dostaw oraz analizować te elementy procesu, które zachodzą nie tylko w naszej firmie, ale również u naszych partnerów.

Logistyka bez papieru i automatyzacja procesów

Elastyczność, szybkość, efektywność kosztowa, wiarygodność danych – tego oczekuje się obecnie od operatora logistycznego obsługującego świeże produkty spożywcze. Oby spełnić te oczekiwania, firmy logistyczne inwestują w cyfryzację i digitalizację swoich procesów, czego pochodną jest budowanie logistyki w duchu *paperless* oraz zastosowanie RPA (Robotic Process Automation). *Paperless* to wyeliminowanie tradycyjnych dokumentów papierowych i przejście na Elektroniczną Wymianę Dokumentów (EDI). Inicjatywa Paperless prowadzona jest we Fresh Logistics we współpracy z GS1 Polska. Biorą w niej udział także nasi kontrahenci: producenci i sieci handlowe. Pracujemy nad wyeliminowaniem z procesu logistycznego dokumentów papierowych. Kilka elementów tego procesu już funkcjonuje, pozostałe są opracowywane i będą wdrażane w 2022 r. Logistyka bez papieru to benefity nie tylko dla Fresh Logistics i naszych partnerów, ale dla całego rynku.

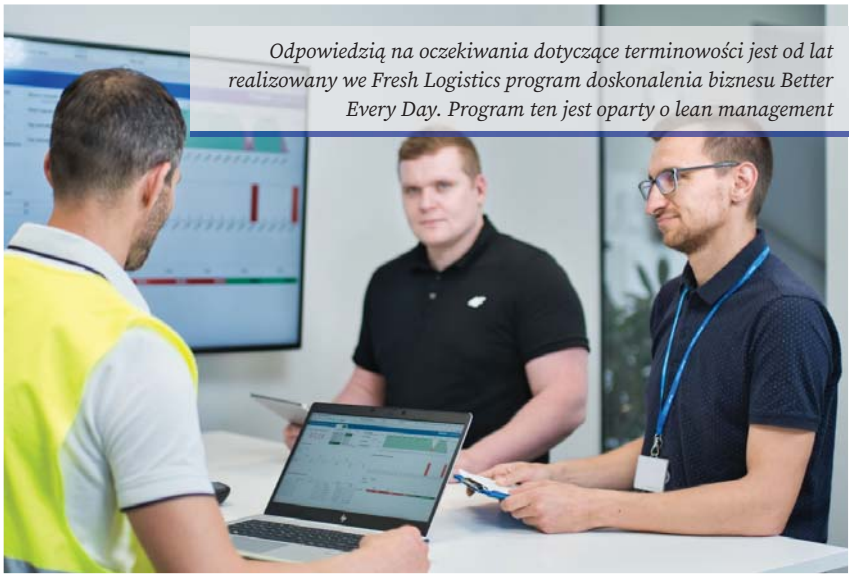
> Dostawca usług logistycznych, im większą ma skalę operacji, im bardziej są one zdywersyfikowane, im bardziej innowacyjnie podchodzi do świadczonych usług i im bardziej ma zmotywowanych pracowników, tym bardziej prawdopodobne, że z sukcesem stawi czoła wyzwaniom.

Drugim istotnym elementem cyfrowej transformacji jest coraz bardziej powszechne zastosowanie w naszych procesach RPA czyli robotów software'owych wspomagających lub zastępujących pracę użytkowników w poszczególnych aplikacjach, np. WMS, TMS lub na styku pomiędzy systemami IT. Roboty, które funkcjonują w naszej firmie edytują przesyłki i uzupełniają w nich różnorodne statusy, przyjmują zlecenia z zewnętrznych platform i zakładają dla nich zlecenia w naszych systemach. Sprawdzają poprawność danych między systemami. Czas zyskany poprzez automatyzację procesów powtarzalnych stwarza możliwość pracy nad zadaniami koncepcyjnymi, charakteryzującymi się dużą złożonością i wyższą wartością dodaną dla klienta.

Czas na współpracę

Biorąc pod uwagę powyższe, nasuwa się pytanie: czy procesy optymalizacyjne, najnowsze technologie oraz intensywne starania działów HR są wystarczające, aby zapewnić efektywne i terminowe dostawy?

Żaden system, żadna technologia i żaden projekt optymalizacyjny nie przyniesie efektów jeżeli poszczególne ogniwa łańcucha dostaw, tj. producenci, operatorzy logistyczni oraz odbiorcy, nie będą ze sobą współpracować i holistycznie patrzeć na drogę produktu z fabryki do finalnego konsumenta. Każde ogniwo jest indywidualną jednostką, która ma swoje własne uwarunkowania, ograniczenia i styl pracy. Natomiast w tym indywidualizmie musi być miejsce na wzajemną współpracę, wsparcie i przede wszystkim zaufanie, bez którego efektywna optymalizacja nie miałaby szans bytu. I



Odpowiedzią na oczekiwania dotyczące terminowości jest od lat realizowany we Fresh Logistics program doskonalenia biznesu Better Every Day. Program ten jest oparty o lean management



Kurierzy rowerowi działają w obrębie blisko stu DPD Pickup Oddziałów Miejskich – ważnego rozwiązania ostatniej mili w miastach, które usprawnia nadania, odbiory i zwroty

DPD PROMUJE NOWY MODEL LOGISTYCZNY

DPD Polska od ponad 2 lat wciela w życie kolejne rozwiązania w ramach nowego modelu logistycznego i decentralizacji procesów operacyjnych. Wyrazem tych działań jest intensywny rozwój usług out-of-home (OOH), przede wszystkim sieci DPD Pickup liczącej już ponad 11 tys. placówek uwzględniających punkty w sieciach handlowych, agencyjne, automaty i oddziały miejskie.

Rozwój usług OOH to ukłon w stronę współczesnego klienta i jego potrzeb, gdyż dziś to konsument decyduje o tym, gdzie, kiedy i w jaki sposób odbierze lub nada przesyłkę, a rolą firmy kurierskiej jest sprostanie tym potrzebom. Rosnące zainteresowanie samodzielnym odbiorem przesyłek przy okazji codziennych aktywności to jasny sygnał dla branży o słuszności rozwoju tego typu usług kurierskich.

Rośnie liczba zeroemisyjnych busów

Gęsta sieć DPD Pickup stanowi część zielonego zobowiązania DPD. Punkty odbiorów ulokowane w sąsiedztwie znacząco ograniczają ruch aut kurierskich w miastach i przejmują sporą część wolumenu, którego doręczenie jeszcze kilka lat temu wymagałoby większego udziału floty kurierskiej. Sprzyja to znacznemu przyspieszeniu całego procesu logistycznego.

W odpowiedzi na rosnącą liczbę zamkniętych stref w centrach miast DPD Polska rozwija flotę nisko- i zeroemisyjnych busów kurierskich i rowerową, co pozwala na systematyczne powiększanie rejonów obsługiwanych przez pojazdy, których eksploatacja jest neutralna dla środowiska. W barwach DPD od półtora roku po ulicach polskich miast jeździ ponad 230 elektrycznych busów kurierskich, które obsługują miesięcznie ponad 450 tys. paczek. Mimo ograniczonej dostępności pojazdów elektrycznych na rynku motoryzacyjnym, DPD Polska w tym roku zamierza zwiększyć liczebność floty do 300 tych pojazdów.

W odpowiedzi na rosnącą liczbę zamkniętych stref w centrach miast DPD Polska rozwija flotę nisko- i zeroemisyjnych busów kurierskich i rowerową, co pozwala na powiększanie rejonów obsługiwanych przez pojazdy, których eksploatacja jest neutralna dla środowiska.

Rowery na ostatniej mili

Część konceptu przyjaznej logistyki miejskiej stanowi także flota rowerowa rozwijana w DPD od 2020 r. Kurierzy rowerowi działają w obrębie blisko stu DPD Pickup Oddziałów Miejskich – ważnego rozwiązania ostatniej mili w miastach, które usprawnia nadania, odbiory i zwroty m.in. przez skrócenie dystansu do odbiorców paczek. Aktualnie doręczenia rowerowe realizowane są 35 pojazdami w Warszawie, Krakowie, Wrocławiu, Łodzi, Poznaniu, Gdańsku, Szczecinie, Gdyni, Częstochowie, Toruniu, Olsztynie, Kaliszu i Sopocie. Do końca roku dołączą do nich jeszcze cztery kolejne miasta, a flota rowerów cargo powinna przekroczyć 50 z planami na dalszy rozwój.

Spółka coraz bardziej zielona

DPD Polska należy do międzynarodowej spółki DPDgroup. Świadoma wpływu swojej działalności na mieszkańców miast i środowisko naturalne grupa realizuje ambitne cele zrównoważonego rozwoju i dąży do maksymalnego ograniczenia jej skutków. DPDgroup zobowiązała się do zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych (GHG) o 43% do 2030 r. i 90% do 2040 r. w odniesieniu do poziomu bazowego z roku 2020. Zobowiązanie to zostało przedłożone do akceptu inicjatywie Science Based Target (SBTi) umożliwiającej firmom wyznaczanie celów redukcji emisji CO_2 zgodnie z najnowszymi badaniami naukowymi o zmianach klimatycznych.



Wjazdy do zajezdni zostały wyposażone w szybkobieżne bramy harmonijkowe EFA-SFT®. Mimo gigantycznych rozmiarów harmonijnie wkomponowują się w fasadę futurystycznie wyglądającego budynku i w ciągu kilku sekund udostępniają całą wysokość wjazdu

OLBRZYMIE BRAMY DO FUTURYSTYCZNEJ ZAJEZDNI

FIRMA EFAFLEX DOSTARCZYŁA 22 BRAMY SZYBKOBIEŻNE DO NAJNOWOCZEŚNIEJSZEJ ZAJEZDNI W GENEWIE

Planowanie i realizacja nowego projektu budowlanego „En Chardon" trwała siedem lat. Pół roku temu rozpoczęły się prace w nowej zajezdni tramwajowej i autobusowej Przedsiębiorstwa Komunikacji Miejskiej w Genewie (TPG). Do realizacji projektu o wartości 310 milionów franków szwajcarskich zamówiono 22 ponadgabarytowe bramy szybkobieżne firmy EFAFLEX.

Zajezdnia tramwajowa i autobusowa ze zintegrowanym warsztatem napraw i konserwacji mieści 70 tramwajów i 130 autobusów. Zakład konserwacji i naprawy jest najważniejszym z trzech lokalizacji związku transportu miasta Genewy. Ma wspierać przyszłą rozbudowę sieci TPG na poziomie kantonalnym. Na powierzchni 33 tys. m² będą wykonywane konserwacje i naprawy mniej więcej połowy miejskich tramwajów i autobusów. W tej lokalizacji o pojazdy będzie dbać 600 pracowników. Aby pomieścić tramwaje w zajezdni, potrzebne były szyny o łącznej długości 10 700 metrów z 44 zwrotnicami i 8 rozjazdami.

– *Firma EFAFLEX otrzymała zamówienie na bramy ze względu na swoją bogatą ofertę ponadgabarytowych bram szybkobieżnych. Spółka ta od lat utrzymuje kontakty handlowe z przedsiębiorstwami komunikacji miejskiej Genewy. Wysoka jakość, różne warianty zastosowania i wytrzymałość bram, nawet przy bardzo wielu cyklach otwierania i zamykania, przeważyły szalę, także w przypadku tego projektu* – wyjaśnia rzecznik firmy EFAFLEX Swiss GmbH.

EFA-SFT® natychmiastowe zwiększenie przepustowości

Wjazdy do zajezdni zostały wyposażone w szybkobieżne bramy harmonijkowe EFA-SFT®. Mimo gigantycznych rozmiarów harmonijnie wkomponowują się w fasadę futurystycznie wyglądającego budynku i w ciągu kilku sekund udostępniają całą wysokość wjazdu. W ten sposób minimalizuje się straty ciepła w budynku. Wycięcia na przewody jezdne umożliwiają doprowadzenie zasilania z zewnątrz do wewnątrz.

Bramy serii F otwierają się z dużą prędkością i są wyjątkowo wytrzymałe. Chronią przed hałasem i przeciągami, oszczędzają energię i gwarantują dobre właściwości termoizolacyjne i dźwiękochłonne.

Opatentowana konstrukcja modułowa sprawia, że są łatwe w naprawie i konserwacji. Szczególnie duże bramy wyposażone są w specjalne ograniczniki podłogowe, które dodatkowo stabilizują część środkową zamkniętych skrzydeł.

Szybkobieżne bramy harmonijkowe firmy EFAFLEX, stosowane głównie jako elementy fasad budynków, są częścią składową nowoczesnej architektury przemysłowej. Dzięki niezwykłej różnorodności indywidualnego wzornictwa można je dopasować do każdej elewacji. Nachylenie skrzydeł, układ szprosów i wypełnienie są zmienne. Powierzchnia płaszcza bramy może być anodowana w kolorach z tabeli anodowania lub malowana proszkowo we wszystkich kolorach palety RAL – zgodnie z życzeniem klienta.

Dwie obietnice: funkcjonalność i punktualność

Pętle indukcyjne i detektory radarowe automatycznie kontrolują bramy jedenastu punktów dojazdu. Różnorodność wagonów tramwajowych i autobusów wymaga precyzyjnie skoordynowanego z obsługą przełączania impulsów otwierania i zamykania. Przepływ ruchu w zajezdni jest kontrolowany i sterowany przez nadrzędne centrum sterowania.

– *Firma EFAFLEX spełniła wysokie wymagania w zakresie funkcjonalności, jakości i elastycznej gotowości serwisowej* – mówi rzecznik prasowy EFAFLEX Swiss GmbH. Awaria jednej z bram nieuchronnie prowadziłaby do opóźnień w rozkładzie jazdy, a tym samym stawiałaby pod znakiem zapytania niezawodność i punktualność, a te zasady genewscy przewoźnicy stanowczo chcą stosować. |

Bramy serii F otwierają się z dużą prędkością i są wyjątkowo wytrzymałe. Chronią przed hałasem i przeciągami, oszczędzają energię i gwarantują dobre właściwości termoizolacyjne i dźwiękochłonne.



Rozwiązania prezentowane podczas Dni Otwartych doskonale odzwierciedlały trendy rynkowe i oczekiwania branży

NOWA MOC INTRALOGISTYKI

Po dwóch latach przerwy Dni Otwarte Jungheinrich wróciły do magazynu firmy w Bielanach Wrocławskich. 5 oraz 6 października br. odbyła się kolejna edycja eventu, tym razem pod hasłem „Nowa moc intralogistyki". Było elektrycznie, efektywnie, ekologicznie i ergonomicznie, czyli zgodnie z trendami rynkowymi.

Magazyn Jungheinrich w Bielanach Wrocławskich odwiedziła rekordowa liczba ponad 500 gości. Dyskutowano o nowoczesnych technologiach, rozwiązaniach przyjaznych dla klimatu, potencjale cyfryzacji oraz automatyzacji procesów magazynowych. Uczestnicy mogli posłuchać prezentacji ekspertów, zobaczyć nowe i używane wózki widłowe, system zarządzania flotą, a także dowiedzieć się więcej o usługach serwisowych firmy oraz platformie do zakupów online PROFISHOP.

Nie zabrakło premier

Firma Jungheinrich zaprezentowała najnowszy wózek automatyczny EKS 215a. Po raz pierwszy w Polsce można go było zobaczyć na żywo. Na spragnionych wrażeń uczestników czekał symulator jazdy wózkiem czołowym EFG. Rozwiązania Jungheinrich dopełniała oferta partnerów biznesowych.

Nie bez przyczyny hasła tegorocznych Dni Otwartych nawiązywały do branży motoryzacyjnej. W intralogistyce, podobnie jak w motoryzacji, z roku na rok wzrasta wykorzystanie technologii li-ion. Dla Jungheinrich nie ma ona tajemnic. Firma zadbała o to, aby nie miała także dla uczestników Dni Otwartych. Dosłownie. Podczas wydarzenia Artur Kowalski, kierownik produktu i ekspert ds. energii w Jungheinrich Polska, rozłożył akumulator li-ion na części, dokładnie prezentując zasady jego działania. Dyskutowano o przewagach zasilania li-ion nad tradycyjnymi akumulatorami kwasowo-ołowiowymi, a także o coraz większym znaczeniu systemów magazynowania energii.

> Uczestnicy Dni Otwartych mogli posłuchać prezentacji ekspertów, zobaczyć nowe i używane wózki widłowe, system zarządzania flotą, a także dowiedzieć się więcej o usługach serwisowych firmy oraz platformie do zakupów online PROFISHOP.

Technologia litowo-jonowa

Towarzyszyła uczestnikom wydarzenia już od samego wejścia do hali – poza nowoczesnym samochodem serwisowym do akumulatorów li-ion, goście mogli poznać także serię wózków POWERLiNE. To urządzenia z wbudowanym akumulatorem litowo-jonowym. Nowe podejście konstruowania maszyn wokół baterii daje ogromne możliwości inżynierom Jungheinrich. Wyjątkowa ergonomia, komfort i duża ilość przestrzeni dla operatora pozwalają na wydajną i efektywną pracę bez zmęczenia. O zaletach tych wózków widłowych podczas Dni Otwartych opowiadał Robert Skałba, kierownik produktu w Jungheinrich Polska.

Przedsiębiorcy coraz częściej dostrzegają potencjał technologii li-ion, korzystając także z używanych wózków. Dlatego na Dniach Otwartych nie zabrakło nowoczesnych wózków JUNGSTARS z akumulatorami li-ion. Dzięki fabrycznej

regeneracji w Centrum Regeneracji Wózków Używanych w Dreźnie pojazdy są jak nowe. Cały proces remanufacturingu przeprowadzany jest zgodnie z 5-gwiazdkowym standardem jakości, który oznacza, że każdy wózek przywracany jest do idealnego stanu pod względem technicznym i wizualnym. Dla wszystkich tych, którzy posiadają sprawne wózki widłowe z akumulatorami kwasowo-ołowiowymi a chcieliby przejść na zasilanie li-ion, firma oferuje *retrofit*, czyli kompleksowe przystosowanie wózka widłowego do pracy w technologii litowo-jonowej.

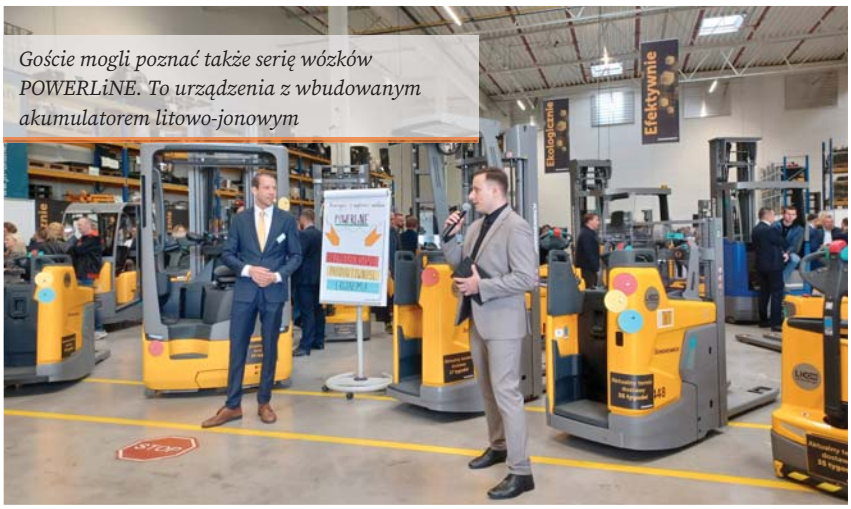
Uwagę gości Dni Otwartych zwróciły także używane wózki systemowe. To bardzo zaawansowane technologicznie maszyny, dotychczas dostępne głównie jako nowe urządzenia.



Magazyn Jungheinrich w Bielanach Wrocławskich odwiedziła rekordowa liczba ponad 500 gości

Rozwiązania automatyzujące pracę w magazynie

Podczas Dni Otwartych nie zabrakło też rozwiązań automatyzujących pracę w magazynie. Prezentowany w Bielanach Wrocławskich AGV EKS 215a to wózek, który został zaprojektowany z myślą o pracy w trybie automatycznym. Urządzenie może pracować wśród innych wózków widłowych kierowanych przez operatorów oraz wśród pieszych. Pojazd samodzielnie składuje ładunki na wysokości do sześciu metrów. AGV jest wyposażony w technologię 24 V (zamiast 48 V). Pozwala to zaoszczędzić do 30% kosztów energii. Jak podkreślał Artur Thomas, menedżer projektów systemowych w Jungheinrich Polska, który prezentował AGV podczas Dni Otwartych, realny zwrot z inwestycji wynosi od 24 do 36 miesięcy, a czas wdrożenia to około 9-12 miesięcy.



Goście mogli poznać także serię wózków POWERLiNE. To urządzenia z wbudowanym akumulatorem litowo-jonowym

Pozostając przy automatyzacji, warto wspomnieć także o pokazywanym na wydarzeniu systemie głębokiego składowania UPC. System do obsługi wymaga zastosowania standardowego wózka widłowego, ale transporter umieszczony pod paletami porusza się w kanale niezależnie od wózka, samodzielnie przesuwając ładunki. Ten rodzaj obsługi regałów pozwala na zmniejszenie liczby korytarzy roboczych oraz gęstsze składowanie. Polscy klienci mogli teraz po raz pierwszy na żywo zobaczyć pracujący system.

Cyfryzacja wspomagająca zarządzanie

Kolejny ważny trend rynkowy to cyfryzacja. Nie zabrakło więc dyskusji i o tym temacie podczas Dni Otwartych. Krzysztof Majewski, kierownik produktu, odpowiedzialny w Jungheinrich Polska za cyfrowe rozwiązania, doradzał klientom jak sprawnie optymalizować procesy intralogistyczne z wykorzystaniem systemu zarządzania flotą FMS. Coraz ważniejsze dla inwestorów staje się sprawne zarządzanie wózkami widłowymi oraz zwiększenie poziomu bezpieczeństwa. Realizację tych celów zdecydowanie ułatwią możliwości systemu, takie jak autoryzacja operatora, analiza uderzeń oraz produktywności urządzeń, prognoza wykorzystania wózków i analiza kosztów urządzeń.



Nie zabrakło rozwiązań automatyzujących pracę w magazynie. Prezentowany w Bielanach Wrocławskich AGV EKS 215a to wózek, który został zaprojektowany z myślą o pracy w trybie automatycznym

Rozwiązania prezentowane podczas Dni Otwartych doskonale odzwierciedlały trendy rynkowe i oczekiwania branży. I

Opracowanie: Jungheinrich



Fot. Grupa Craemer

Skrzyniopalety CB marki Craemer: (od lewej) modele CB3 i CB1 to idealne rozwiązania do higienicznego transportu i magazynowania większych kawałków mięsa

HIGIENICZNE, DOPUSZCZONE DO KONTAKTU Z ŻYWNOŚCIĄ, WYTRZYMAŁE

PALETY I SKRZYNIOPALETY CRAEMER Z TWORZYWA SZTUCZNEGO UŻYWANE W LOGISTYCE ARTYKUŁÓW SPOŻYWCZYCH

Procesy logistyczne, w tym wewnątrzzakładowe, w branży spożywczej wymagają przestrzegania najwyższych standardów higieny. W procesach tych istotną rolę odgrywają oferowane przez Grupę Craemer nośniki ładunków wykonane z tworzywa sztucznego dopuszczonego do kontaktu z żywnością. Są łatwe w czyszczeniu, niezwykle solidne i wytrzymałe. W strefie higienicznej sprawdzają się zwłaszcza palety Euro H1, L i TC oraz skrzyniopalety CB1 i CB3.

Firma Craemer należy do pionierów przetwarzania tworzyw sztucznych i ma duże doświadczenie we wspieraniu logistycznych aspektów działalności branży spożywczej. Z myślą o tych aspektach udostępnia palety i skrzyniopalety z wysokiej jakości polietylenu (PE), który jest dopuszczony do kontaktu z żywnością. Oferowane nośniki ładunków wyróżniają się wysoką funkcjonalnością, nośnością, niezawodnością procesową, opłacalnością i trwałością. To rozwiązania nadające się do wynajmu, które mogą być stosowane w całym łańcuchu logistycznym: w systemach zautomatyzowanych, w transporcie przy użyciu wózków widłowych lub paletowych oraz w regałach wysokiego składowania.

Palety Euro H1, L1 i L3

Paleta **Euro H1** firmy Craemer jest standardem w branży spożywczej od 1993 r. i należy do niezwykle popularnych rozwiązań w przemyśle mięsnym. To higieniczna paleta wyposażona na środku w klocki zabezpieczające i kompatybilna z pojemnikami E1, E2 i E3. Dortmundzki Instytut Fraunhofera potwierdza, że charakteryzuje się ona bardzo dużą odpornością i żywotnością sięgającą ponad dwunastu lat.

Euro L1 to paleta, której wymiary zewnętrzne (1200 mm dług., 800 mm szer., 150 mm wys.) dokładnie odpowiadają drewnianej europalecie. W przeciwieństwie do drewnianego pierwowzoru jest formowana jako jednolity odlew i cechuje się niezwykłą wytrzymałością – nie pozostają na niej ślady zużycia czy odpryski. Pięć stalowych profili usztywniających zwiększa jej nośność do 7500 kg w warunkach statycznych oraz do 1250 kg w ruchu i w regale wysokiego składowania.

Równie wytrzymała jest paleta **L3**, będąca udoskonaleniem palety CR3-5 – idealna i uniwersalna dla branży spożywczej. Wśród zalet należy wymienić dużą nośność (7500 kg w warunkach statycznych, 2000 kg w warunkach dynamicznych i maks. 2000 kg w regale wysokiego składowania) oraz to, że podobnie jak paleta L1 ma powierzchnię odkładczą z antypoślizgowymi pasami Palgrip®. To rozwiązanie w formacie przemysłowym (1200 × 1000 × 160 mm) jest wyposażone w trzy zamknięte płozy z antypoślizgową powłoką Palgrip, 5-milimetrowe krawędzie zewnętrzne i 5 zabezpieczonych przed korozją profili usztywniających.

Seria TC i skrzyniopalety CB

Całkowicie zamknięte higieniczne palety **TC** marki Craemer z powlekaną górną częścią powierzchni odkładczej i gładką częścią spodnią są niezwykle łatwe w czyszczeniu. Konstrukcja pozbawiona pustych przestrzeni i ożebrowania chroni przed wnikaniem zanieczyszczeń i wody. Nośność palety w regale można zwiększyć do 2000 kg, a sfazowane krawędzie po obu stronach otwartych płóz optymalizują jej transportowanie przy użyciu wózków widłowych. Opcjonalnie dostępna jest paleta TC z powierzchnią odkładczą pokrytą w całości antypoślizgową powłoką Palgrip, która sprawia, że produkty nie przesuwają się nawet na wilgotnym materiale. Paleta TC o wysokości 160 mm ma w formacie Euro (1200 × 800 mm) trzy płozy (TC1), natomiast w formacie przemysłowym (1200 × 1000 mm) jest dostępna z trzema (TC3) lub pięcioma (TC3-5) płozami.



Fot. Grupa Craemer

Higieniczne palety firmy Craemer: (od lewej) palety Euro H1, TC1 Palgrip i Euro L1 sprawdzają się w branży spożywczej i mięsnej

Łatwe w czyszczeniu i utrzymaniu sterylności dzięki gładkim ściankom wewnętrznym są również skrzyniopalety Craemer **CB** dostępne w wymiarach Euro (CB1) i formacie przemysłowym (CB3). Rozwiązania te umożliwiają higieniczne magazynowanie i transport przede wszystkim delikatnych produktów (obciążenie do 700 kg).

O GRUPIE CRAEMER

- Założone w 1912 r. przedsiębiorstwo rodzinne ma siedzibę w Niemczech i od ponad 60 lat zajmuje się przetwarzaniem tworzyw sztucznych.
- Specjalizuje się także w formowaniu metali i wytwarzaniu narzędzi.
- Prowadzi w Europie cztery zakłady.
- W 2021 r. zatrudniało około 1000 pracowników i wygenerowało przychody na poziomie 300 mln EUR.

ZAUTOMATYZOWANE SYSTEMY OPAKOWANIOWE DO E-HANDLU



Zwiększenie wydajności, kontrola kosztów i zmniejszenie wpływu sprzedaży internetowej na środowisko. Ten potrójny cel realizują zautomatyzowane i zoptymalizowane objętościowo opakowania Sealed Air.

Polska jest dwudziestym największym rynkiem handlu internetowego, który w roku 2021 osiągnął przychód równy 15,2 mld USD. Przy przewidywanej rocznej stopie wzrostu na poziomie 7% w latach 2021–2025 kraj ten powinien w niedługim czasie przekroczyć średnią światową 6% (ecommerceDB). Skala e-handlu ciągle rośnie, a to stawia przed branżą wiele poważnych wyzwań.

Pierwszym z nich, dobrze znanym również firmie Sealed Air, jest dotrzymywanie deklarowanych terminów wysyłki do klienta, zarówno biznesowego, jak i prywatnego. Osiągnięcie tego celu wymaga optymalizacji wszystkich operacji związanych z przygotowaniem zamówień. Tu pojawia się drugie wyzwanie, stojące przed sprzedawcami online: utrzymywanie wymaganego tempa wysyłek. Z tym wiąże się konieczność zatrudnienia większej liczby operatorów, którzy będą odpowiedzialni za pakowanie zamówień, ale rekrutacja jest coraz trudniejsza. A to nie jedyny problem, ponieważ funkjonowanie świata e-handlu jest determinowane przez sezonowość. O ile w okresach szczytów niezbędne jest zapewnienie odpowiedniej siły roboczej, o tyle w okresach niskiego zapotrzebowania trudno jest zatrzymać najlepszych pracowników, gdyż w handlu elektronicznym marże są często niskie, a kontrola kosztów jest sprawą pierwszoplanową. Korzystanie z pracowników sezonowych nie zawsze jest optymalnym rozwiązaniem z uwagi na konieczność odpowiedniego ich przeszkolenia i przygotowania, tak aby zapewnić odpowiednią jakość przygotowywanych przesyłek. Staje się to wyjątkowo trudne, kosztowne i czasochłonne, gdy firma pakuje produkty wymagające specjalnej ochrony w transporcie.

Automatyzacja procesu pakowania to logiczny wybór

Branża e-handlu, stojąc przed podobnymi wyzwaniami, chętnie sięga po automatyzację procesów pakowania. Firma Sealed Air opracowała metodę zautomatyzowanego pakowania właśnie po to, aby wspierać graczy e-handlu w ich wyzwaniach.

Wykorzystując sieć swoich firm współpracujących, Sealed Air oferuje różne rozwiązania. I-Pack, e-Cube, Ultipack – wszystkie one spełniają te same wymagania dotyczące optymalizacji czasu potrzebnego do pakowania produktów i kontrolowania kosztów. Obsługiwane branże to: materiały biurowe, narzędzia i przyrządy, artykuły kosmetyczne i farmaceutyczne. Firma stale wzbogaca swoją ofertę i dostosowuje ją do zmieniających się warunków rynkowych.

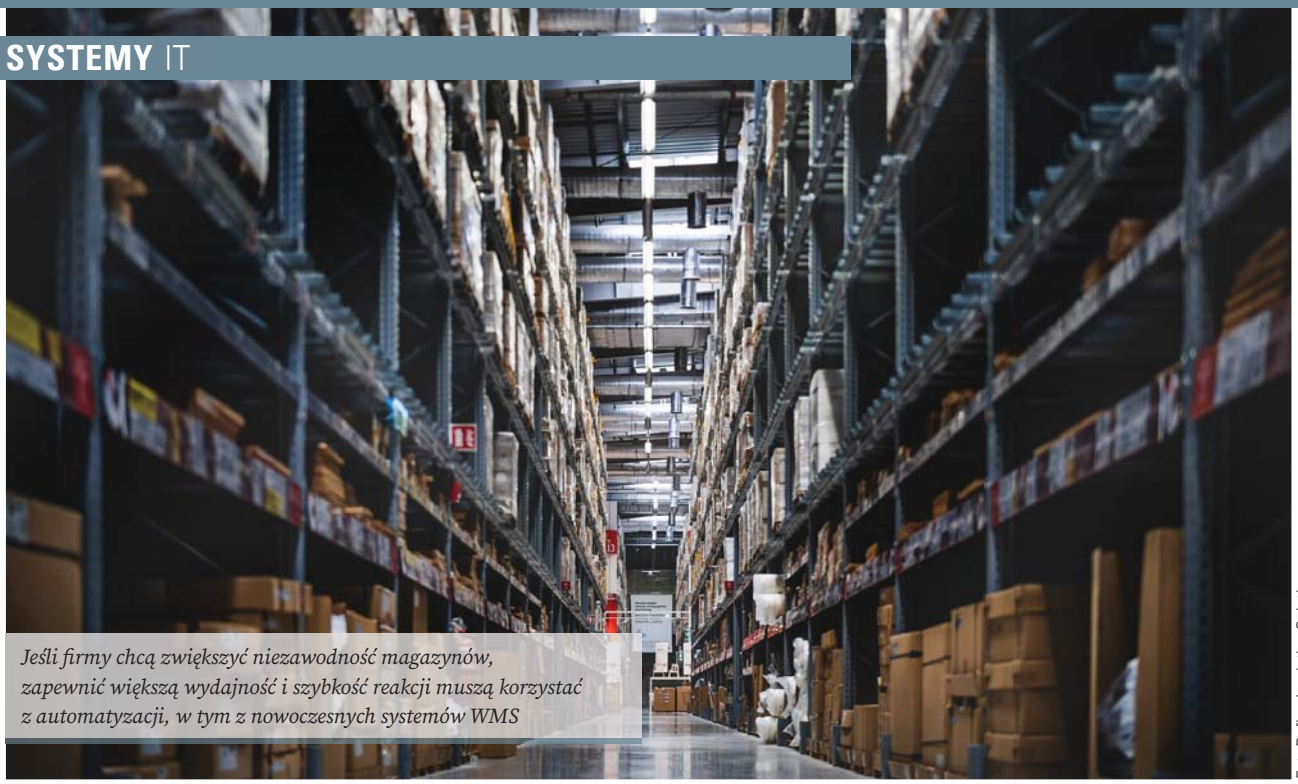
Zadowolenie konsumentów i zmniejszenie wpływu e-handlu na środowisko

Oprócz kwestii finansowych i kadrowych za automatyzacją pakowania przemawia również inny argument. Mechanizacja w połączeniu z zastosowaniem rozwiązań amortyzujących i ochronnych oferowanych przez Sealed Air umożliwia dostosowanie wagi, rozmiaru i rodzaju opakowania do danego zamówienia. Skuteczna ochrona zapakowanego towaru i zmniejszenie stosunku wagi i objętości każdego opakowania do wysyłanego towaru dają oszczędność kosztów oraz zadowolenie konsumenta. Przyczyniają się również do zmniejszenia wpływu e-handlu na środowisko. A kwestie ekologiczne są coraz ważniejsze, zarówno dla finalnych konsumentów, jak i dla klientów biznesowych.





→ **sealedair.com/uk**



Jeśli firmy chcą zwiększyć niezawodność magazynów, zapewnić większą wydajność i szybkość reakcji muszą korzystać z automatyzacji, w tym z nowoczesnych systemów WMS

Fot. Reflex Logistics Solutions

AUTOMATYZACJA W E-COMMERCE STAŁA SIĘ NIEZBĘDNA

PWC prognozuje, że do 2027 r. polski rynek e-commerce ma osiągnąć wartość 187 mld złotych[1]. Handel elektroniczny dynamiczne tempo rozwoju utrzymuje od czasu pandemii i to pomimo, że część klientów powróciła do tradycyjnego sposobu robienia zakupów. Sytuacja na rynku sprawia, że zapotrzebowanie na niezawodne, wydajne i dynamiczne systemy logistyczne ciągle rośnie.

Aby sprostać bardzo specyficznym potrzebom logistycznym e-handlu, magazyny obsługujące e-commerce już teraz muszą radzić sobie z wieloma wyzwaniami, jak konkurencja w sektorze, zatory w łańcuchach dostaw i duży wolumen pojedynczych zamówień. A wraz z zawirowaniami rynkowymi wpływającymi na łańcuchy dostaw oraz ciągłym rozwojem e-commerce, optymalizacja systemów logistycznych stała się kluczowa dla sprawnego funkcjonowania wszystkich operacji. Jeśli więc firmy chcą zwiększyć niezawodność magazynów, zapewnić większą wydajność i szybkość reakcji muszą korzystać z automatyzacji, w tym z nowoczesnych systemów WMS, do których należy Reflex Logistics Solutions.

– *Obecne realia pracy magazynów dla e-commerce to przetwarzanie dużego wolumenu pojedynczych zamówień, które muszą być dostarczone błyskawicznie i w ramach skomplikowanego harmonogramu. Łańcuchy dostaw polegają na codziennych operacjach magazynowych i wydajności procesów. Wraz z rosnącymi rozmiarami magazynów i coraz większą presją jak najszybszej realizacji zamówień, firmy zaczęły zdawać sobie sprawę, że do zarządzania wszystkimi procesami w środowisku o tak dużej kompleksowości przepływów potrzeba nowocześniejszych narzędzi. Automatyzacja i sprawne procesy logistyczne to przyszłość efektywnego zarządzania łańcuchem dostaw. A narzędzia przyszłości są już dostępne – nowe systemy WMS już teraz zmieniają kierunek ewolucji technologii magazynowych* – mówi Jarosław Dąbrowski, dyrektor sprzedaży Reflex w Hardis Group Polska.

To co ma kluczowe znaczenie

W związku z tym, że 89% organizacji planuje powiększyć rozmiary swoich magazynów do 2024 r.[2], zapotrzebowanie na pracowników dramatycznie wzrośnie. Jednak już teraz firmy borykają się z wieloma wyzwaniami, takimi jak niedobory pracowników czy zarzą-

> Wdrożenie systemu WMS, który łączy widoczność w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem danych kontekstowych i inteligentnych czujników, może pomóc w optymalizacji stanu magazynowego poprzez automatyczne alerty i dynamiczne alokowanie zasobów.

[1] https://www.pwc.pl/pl/media/2022/2022-07-11-do-2027-wartosc-rynku-e-commerce-w-polsce-wzrosnie-o-ponad-94-mld-zl-do-187-mld-zl.html
[2] https://www.zebra.com/content/dam/zebra_new_ia/en-us/solutions-verticals/vertical-solutions/warehouse-management/vision-study/2024/warehouse-vision-study-en-us.pdf

dzanie wydajnością pracy. Skuteczne kierowanie zasobami ludzkimi i lepsza komunikacja pomiędzy pracownikami są kluczowe, aby szybko reagować na zamówienia. Wdrożenie systemu WMS, który łączy widoczność w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem danych kontekstowych i inteligentnych czujników, może pomóc w optymalizacji stanu magazynowego poprzez automatyczne alerty i dynamiczne alokowanie zasobów. Technologia ubieralna, system kompletacji sterowany głosem lub wdrożenie robotów mogą nie tylko pomóc w mechanizacji transportu opakowań jednostkowych, palet i paczek, ale także zapewnić większą wydajność przy złożonych harmonogramach dostaw. Zapewniając widoczność w czasie rzeczywistym, automatyzację i analizę prognostyczną, systemy te są jednocześnie bardzo intuicyjne, dzięki czemu użytkownicy szybko uczą się ich obsługi, co pozwala zwiększyć wydajność i z łatwością poradzić sobie w okresach większego obciążenia.

Zgrany zespół technologii i ludzi

Wraz z rozwojem e-commerce powiększają się także rozmiary magazynów, co wiąże się z koniecznością zarządzania znacznie większą liczbą pracowników jednocześnie. Automatyzacja pewnych zadań, w których roboty mogą z powodzeniem zastąpić ludzi, oznacza zwiększenie zasobów, a tym samym – poprawę wydajności. Wdrożenie nowego systemu WMS pozwala na skalowanie operacji w celu zwiększenia przepustowości, co może wpłynąć na konkurencyjność magazynów. Możliwość skalowania nie jest jednak jedynym aspektem, w którym automatyzacja może przynieść korzyść. Powiązanie wszystkich elementów: pracowników, sprzętu, procesów zmechanizowanych i zrobotyzowanych w czasie rzeczywistym skutkuje płynniejszym i bardziej wydajnym działaniem magazynu. Wówczas nawet przy gwałtownych wzrostach zamówień systemy są w stanie utrzymać stabilną wydajność.



Powiązanie wszystkich elementów: pracowników, sprzętu, procesów zmechanizowanych i zrobotyzowanych w czasie rzeczywistym skutkuje płynniejszym i bardziej wydajnym działaniem magazynu

Fot. Pixabay

REFLEX LOGISTICS SOLUTIONS (HARDIS GROUP)

- Producent oprogramowania i dostawca usług, oferuje rozwiązania do synchronizacji, optymalizacji i kontroli łańcucha dostaw oraz przepływów logistycznych w magazynach (WMS), zakładach produkcyjnych i sklepach.
- Inwestuje w innowacje opracowywane we współpracy z ponad 320 klientami, aby projektować rozwiązania otwarte, z możliwością dostosowania do indywidualnych potrzeb.
- Jest częścią Hardis Group, która w 2020 r. wypracowała obrót w wysokości 119,4 mln euro.
- Grupa ma siedzibę we Francji, oddziały w Hiszpanii, Holandii i Polsce. Opiera się na sieci integratorów oprogramowania.
- Biuro analityczne Gartner zaliczyło Hardis Group do grona największych dostawców systemów zarządzania magazynem WMS w Europie.

WIĘCEJ: **www.reflex-logistics.com**, **www.hardis-group.com**.

Szybka reakcja

Klienci coraz częściej korzystają z tak wygodnych opcji, jak składanie zamówień online i odbieranie zakupionego towaru w swoim ulubionym sklepie.

> Wyposażony w sztuczną inteligencję system WMS z możliwością przewidywania gwałtownych wzrostów zamówień, może pomóc w zrównoważeniu ich przepływu.

Chęć wyjścia naprzeciw ich oczekiwaniom wymusiła na branży szereg zmian, w tym wprowadzenie usprawnień w systemie operacyjnym sklepów. Dzięki autonomicznym urządzeniom połączonym w ramach sprawnie działającego systemu, możliwe jest nie tylko optymalizowanie odbiorów, ale także obsługa coraz powszechniejszych zwrotów. Wyposażony w sztuczną inteligencję system WMS z możliwością przewidywania gwałtownych wzrostów zamówień może pomóc w zrównoważeniu ich przepływu.

– *Jak pokazały ostatnie miesiące, szybkie reagowanie na zmiany jest kluczowe dla utrzymania działalności biznesowej. Pilne zamówienia stały się nową rzeczywistością logistyki. Firmy nie mogą ryzykować zakłócenia istniejących cykli realizacji zamówień, dlatego muszą wdrożyć funkcje, które pozwolą zrównoważyć obciążenie i jak najefektywniej poradzić sobie z napływem niespodziewanych zamówień. Nowe systemy WMS, takie jak Reflex firmy Hardis Group, oznaczają wiele korzyści dla firm, umożliwiając szybsze reagowanie na trendy, a jednocześnie zwiększając ich konkurencyjność pod względem czasu dostawy i jakości usług* – podsumowuje Jarosław Dąbrowski.



Wartość handlowa roweru elektrycznego o wadze 17 kg wynosi 2,5 tys. euro. W przypadku szkody całkowitej, odszkodowanie, liczone w oparciu o wagę roweru, wynosi 170 euro. Różnica w stosunku do realnej jego wartości to 2 483 euro za sztukę

UBEZPIECZENIE CMR ZA POŚREDNICTWEM FIRMY LUTZ ASSEKURANZ – DLACZEGO WARTO?

Jeżeli jesteś przewoźnikiem posiadającym własną flotę lub pośrednikiem frachtowym, to poniższy artykuł dedykowany jest właśnie Tobie.

Ubezpieczenie CMR jest przez wielu przewoźników postrzegane jako zło konieczne, a przecież jest rodzajem zabezpieczenia ich egzystencji i muszą znać podstawowe warunki własnego ubezpieczenia. Zwłaszcza, że na polskim rynku istnieją pewne luki w ochronie ubezpieczeniowej proponowanej przez lokalnych oferentów oraz istotne różnice w porównaniu z ofertą firmy LUTZ ASSEKURANZ.

Rażące niedbalstwo / zły zamiar (art. 29 CMR)

W rozmowach z klientami stale słyszymy, że nie transportują elektroniki ani towarów o wysokiej wartości, a czasem nawet nie znają zawartości ładunku, jednak zakładają, że nie ma tam nic cennego. Firma Lutz Assekuranz zwraca im wtedy uwagę, że drogą elektronikę można dziś znaleźć wszędzie, gdyż większość handlowców i lokalnych dostawców posiada w swoim asortymencie urządzenia elektroniczne. Dyskonty spożywcze sprzedają laptopy, drukarki i telefony komórkowe, w drogeriach można znaleźć maszynki do golenia, producenci materiałów opatrunkowych oferują elektroniczne masażery, ciśnieniomierze itp., sprzedawcy zegarków sprzedają smartwatche, sprzedawcy sprzętu sportowego dystrybuują bieżnie, monitory tętna i rowery zasilane bateriami, a księgarze oferują czytniki e-booków.

Co łączy te urządzenia? Są dostarczane przez przewoźników i mają małą wagę, ale dużą wartość. Rozbieżność pomiędzy odszkodowaniem opartym na stawce 8,33 SDR zgodnie z art. 23 ust. 3 CMR (ok. 10 euro/kg wagi brutto) a rzeczywistą wartością towaru jest tu ogromna i może zagrozić egzystencji przewoźników w razie powstania szkody całkowitej.

Weźmy na przykład rower elektryczny o wadze 17 kg, którego wartość handlowa wynosi 2,5 tys. euro. W przypadku szkody całkowitej (pożar, kradzież, poważny wypadek itp.) odszkodowanie, liczone w oparciu o wagę roweru, wynosi 170 euro (ok. 10 euro/kg). Różnica w stosunku do realnej jego wartości to 2 483 euro za sztukę! W przypadku 30 rowerów jest to 69,9 tys. euro. Jeżeli zwiększysz liczbę sztuk lub weźmiesz droższy sprzęt (laptopy, smartwatche) wynik będzie jeszcze mniej korzystny.

Wielu wie już, że limit kilogramów, o którym mowa w art. 23 ust. 3 CMR, jest zawieszany z mocy prawa, jeżeli przewoźnik działał w złym zamiarze lub niedbale, co równoznaczne jest ze złym zamiarem i w większości przypadków oznacza „rażące niedbalstwo" (art. 29 CMR). W takich przypadkach (pijany kierowca, nieprzestrzeganie instrukcji zleceniodawcy, przekraczanie prędkości, niezamknięcie pojazdu podczas przejazdu przez niebezpieczne rejony) przewoźnik odpowiada za rzeczywistą wartość towaru. Każdy, kto w takim wypadku nie posiada polisy CMR, która pokrywa roszczenia zgodnie z art. 29 CMR, całą różnicę do wartości towaru (a w przypadku polis śmieciowych jest to pełna wartość towaru, bo ochrona obejmująca art. 23 ust. 3 jest wtedy nieważna) musi pokryć sam! Czy stać Cię na to?

Jak widać na powyższym przykładzie, potrzebna jest szczególnie wysoka suma ubezpieczenia, zwłaszcza w przypadku art. 29 CMR! Wciąż obserwujemy, jak konkurenci próbują zwabić zainteresowanych osobnym ubezpieczeniem art. 29 CMR, ale w zapisie drobnym drukiem zagwarantowana jest tylko suma ubezpieczenia w wysokości kilku tysięcy euro (np. 50 tys. euro lub mniej), co – jak widać – jest zdecydowanie za małą kwotą!

O tego rodzaju wątpliwych praktykach, w wyniku których klienci są oszukiwani, firma Lutz Assekuranz ma bardzo niskie mniemanie, a klientom Lutz Assekuranz oferuje solidną ochronę ubezpieczeniową. Zwykła ochrona ubezpieczeniowa, oferowana przez firmę Lutz Assekuranz, obejmuje z jednej strony roszczenia oparte na art. 29 CMR (rażące niedbalstwo/działanie umyślne pracowników), a z drugiej strony nie przewiduje w polisie sublimitu kwotowego, tj. dla roszczeń tego typu zapewniona jest pełna standardowa suma ubezpieczenia (z reguły ponad 1 mln euro).

> Zwykła ochrona ubezpieczeniowa, oferowana przez firmę Lutz Assekuranz, obejmuje z jednej strony roszczenia oparte na art. 29 CMR (rażące niedbalstwo/działanie umyślne pracowników), a z drugiej strony nie przewiduje w polisie sublimitu kwotowego.

Element ochrony prawnej

Co najmniej równie ważna, jak zaspokojenie uzasadnionych roszczeń odszkodowawczych, jest obrona przed

nieuzasadnionymi roszczeniami odszkodowawczymi, kierowanymi wobec ubezpieczającego lub ubezpieczonego (przewoźnika).

W codziennej praktyce wciąż obserwujemy, jak bardzo wielu ubezpieczycieli jest w tej kwestii nieporadnych. Niektórzy z nich nie wypłacają nic – nawet kosztów obrony, to tak jakby ubezpieczenie OC było ubezpieczeniem szkód rzeczowych – gdy przewoźnik nie ponosi odpowiedzialności, ale jest pociągany do niej na drodze sądowej. To najgorszy przypadek.

Inni ustalili w swoich warunkach śmieszne sublimity (np. 2,5 tys. euro za każde zdarzenie), które nie pokrywają nawet pełnych kosztów adwokackich i sądowych w pierwszej instancji w przypadku postępowania sądowego przeciwko zleceniodawcy – w efekcie przewoźnik musi sam ponosić dalsze koszty. Szczególnie w przypadku postępowań, które trafiają do drugiej lub trzeciej instancji, generalnie w przypadku długo trwających postępowań (we Włoszech) lub w krajach, w których usługi prawników są bardzo drogie (Niemcy, Wielka Brytania), łatwo może dojść do powstania kosztów adwokackich i sądowych w przedziale pięciocyfrowym w euro, nie wspominając już o tym, że w przypadku przegranej strona przegrywająca często musi pokryć koszty reprezentacji prawnej strony wygrywającej. Jeżeli więc ochrona ubezpieczeniowa jest kiepska, koszty reprezentacji przed sądem mogą przewoźnika doprowadzić do bankructwa.

Ochrona ubezpieczeniowa oferowana przez firmę Lutz Assekuranz pokrywa koszty obrony bez sublimitu. Jej klienci mają do dyspozycji doświadczonych i najlepszych prawników specjalizujących się w dziedzinie prawa transportowego. Jeżeli konieczne jest podjęcie działań przed sądem, każdy krok jest szczegółowo omawiany i koordynowany. Dzięki temu ponad 90% spraw kierowanych na drogę sądową, może zakończyć się wygraną przewoźnika.

Własny dział likwidacji szkód

Kolejną ważną kwestią jest proces likwidacji szkody. W Polsce wiele firm transportowych jest przeciążonych likwidowaniem szkód i pozostawianych „na lodzie" przez pośrednika ubezpieczeniowego lub ubezpieczyciela, gdyż przerzucają wiele czynności związanych z wyszukiwaniem informacji i sporządzeniem dokumentacji oraz odpowiedzialność na ubezpieczonego (przewoźnika). Błędne decyzje mogą kosztować dużo pieniędzy, nie każdy bowiem zna się na skomplikowanej materii prawa transportowego.

Firma Lutz Assekuranz proaktywnie zajmuje się obsługą wszelkich szkód objętych Twoją polisą „od A do Z", czyli od złożenia dokumentów do ostatecznej wypłaty świadczenia ubezpieczeniowego. Jest to znacząca różnica w stosunku do zwykłych maklerów, nieposiadających specjalizacji w dziedzinie transportu.

Obiecujemy, że

- Skontaktujemy się z zainteresowanymi stronami – osobami zgłaszającymi roszczenia, właścicielami towarów, rzeczoznawcami, świadkami, urzędami, ubezpieczycielami itp., a także zadbamy o szybkie pozyskiwanie wszelkich dokumentów/oświadczeń, mających istotny wpływ na podejmowane decyzje.
- Jeżeli będziemy potrzebować od Ciebie dokumentów, a nie dotrą one do nas na czas, to przypomnimy Ci o tym.
- Będziemy informować na bieżąco o aktualnym stanie spraw i koordynować z Tobą istotne kroki.
- Większość naszych pracowników zajmujących się likwidacją szkód ma doświadczenie zawodowe w zakresie spedycji i prawa, dzięki czemu są przygotowani do szybkiej i prawidłowej oceny skomplikowanych przypadków.
- Klienci firmy Lutz Assekuranz zaoszczędzą na kosztach pracowniczych, ponieważ nie będą musieli zatrudniać dodatkowych pracowników do obsługi szkód.
- Nie będzie Ci potrzebne własne know-how w zakresie szkód podlegających Konwencji CMR – wiedzę dotyczącą CMR będziesz pozyskiwał automatycznie w ramach prowadzonych spraw, jeżeli zechcesz uczestniczyć w korespondencji z zainteresowanymi stronami.

Fot. Pixabay



Firma Lutz Assekuranz proaktywnie zajmuje się obsługą wszelkich szkód objętych polisą – od złożenia dokumentów do ostatecznej wypłaty świadczenia ubezpieczeniowego

Firma Lutz Assekuranz to Twój zewnętrzny dział likwidacji szkód! Gwarantujemy Ci, że odciążymy Cię w tym zakresie i będziemy wspierać, abyś miał znów wolne ręce i mógł zająć się swoją podstawową działalnością.

Oprócz naszego rozwiązania w zakresie ubezpieczeń CMR oferujemy również ubezpieczenie AC środków transportu, ubezpieczenie towaru na czas transportu oraz różne produkty pomocnicze, dzięki czemu nasi klienci otrzymują kompletny pakiet ubezpieczeń.

Skontaktuj się z nami i przekonaj się o kompleksowym wsparciu z naszej strony i oferowanym przez nas, unikalnym zakresie ubezpieczenia.

→ **www.lutz-assekuranz.eu**





Rok 2022 stanowi początek nowych realiów dla przedsiębiorców realizujących międzynarodowe przewozy drogowe busami

Fot. Ford

NOWA RZECZYWISTOŚĆ DLA FIRM BUSIARSKICH

Minęło już sześć miesięcy od wejścia w życie przepisów obligujących firmy wykonujące międzynarodowe przewozy drogowe rzeczy pojazdami o dopuszczalnej masie całkowitej nieprzekraczającej 3,5 tony do posiadania licencji. Niejeden przedsiębiorca przeżył w związku z tym horror związany z wielotygodniowym paraliżem firmy.

Niekończąca się kolejka oczekujących i coraz dłuższy okres rozpatrywania wniosków, które w wielu przypadkach trafiały z powrotem na koniec kolejki ze względu na błędy, braki formalne lub użycie niewłaściwego druku nie były odosobnionymi przypadkami. Dla szczęśliwców, którzy w tamtym okresie pośpieszyli się i uzyskali licencję na czas, rynek przygotował „bonus" w postaci stawek za fracht, które w niejednym przypadku stanowiły wartość wyższą od stosowanej w transporcie ciężkim. Było to oczywiście podyktowane przepaścią pomiędzy podażą a popytem i skończyło się z chwilą uzyskania licencji przez podmioty, które zostały „uziemione". Warto zastanowić się jednak nad tym, czy dotychczasowe problemy to już koniec wyzwań jakim muszą sprostać międzynarodowi przewoźnicy tzw. transportu lekkiego. Na co powinni zwrócić szczególną uwagę i jakich zmian dokonać, aby po wejściu w życie całości przepisów Pakietu Mobilności zachować zarówno bezpieczeństwo jak i konkurencyjność?

Jeśli dopuszczalna masa całkowita została przekroczona

Zacznijmy od kwestii objęcia przepisami ustawy z dnia 6 września 2001 r. o transporcie drogowym (dalej UTD) przewozów wykonywanych pojazdami o DMC powyżej 2,5 tony w międzynarodowym transporcie rzeczy. Poza obowiązkiem posiadania licencji, wniosło to szereg zmian w zakresie odpowiedzialności za realizację przewozów drogowych. Nie mówię tutaj o zabezpieczeniu finansowym. To już powinien mieć za sobą każdy przedsiębiorca, który wykonuje transport opisany w pierwszym zdaniu tego akapitu. Mówię o możliwości stosowania kar określonych m.in. w załączniku nr 1 (taryfikator kar dla kierowcy) i załączniku nr 3 (taryfikator kar dla przedsiębiorcy) do UTD. Chociaż bardzo duża część wspomnianych taryfikatorów przewiduje kary za nieprzestrzeganie przepisów rozporządzenia (WE) 561/2006, pod które do 2026 r. kierowcy busów wykonujący transport rzeczy nie podlegają, to jednak warto zwrócić uwagę na kilka pozycji. Dla osób, które lubią czytać ustawy, z całą pewnością w oczy rzuciła się nowa pozycja w taryfikatorze dla przedsiębiorcy. W pkt. 10.5 możemy znaleźć karę za „dopuszczenie do wykonywania międzynarodowego przewozu drogowego pojazdem lub zespołem pojazdów o dopuszczalnej masie całkowitej powyżej 2,5 t do 3,5 t, których dopuszczalna masa całkowita została przekroczona". Wysokość „bonusu" zależy od procentu przekroczenia DMC i wynosi od 500 zł, a w przypadku przekroczenia powyżej 20%, nie mniej niż 2 000 zł.

Pkt	Naruszenie	Kara finansowa
9.1	Wykonywanie przewozu drogowego pojazdem nieposiadającym aktualnego okresowego badania technicznego potwierdzającego jego zdatność do ruchu drogowego – za każdy pojazd	2 000,00 zł
9.2	Wykonywanie przewozu drogowego pojazdem posiadającym usterkę lub usterki układu hamulcowego, połączeń układu kierowniczego, kół, opon, zawieszenia, podwozia lub innego wyposażenia, zakwalifikowane jako niebezpieczne – za każdy pojazd	2 000,00 zł

Dlaczego warto zwrócić uwagę na te kary? Odpowiedź może być dla niejednego zaskakująca, ponieważ nie chodzi o samą wysokość kary finansowej. Dopuszczenie się któregoś z powyższych naruszeń jest jedną z głównych przyczyn wszczynania postępowania administracyjnego w celu ustalenia czy przedsiębiorca spełnia wymóg dobrej reputacji. Oznacza to, że w takim przypadku istnieje realne ryzyko utraty licencji, a co się z tym wiąże, możliwości wykonywania przewozów drogowych w zakresie podlegającym pod UTD. Piszę o tym nie tylko w celu uświadomienia ryzyka prowadzenia działalności polegającej na wykonywaniu międzynarodowych przewozów drogowych pojazdem o DMC powyżej 2,5 tony. Być może świadomość konsekwencji wpłynie na poprawę stanu technicznego wielu pojazdów na naszych polskich drogach.

Stan techniczny a możliwość utraty licencji

Nie będę się wielce rozwodził nad tematem wykonywania przedmiotowych przewozów bez posiadania licencji, za co przewidziana jest kara w wysokości 12 000 zł, ponieważ lawina wniosków o jej wydanie, która skutkowała chwilowym paraliżem, o którym pisałem, świadczy o wysokiej świadomości przedsiębiorców w tym zakresie. Chciałbym jednak położyć duży nacisk na naruszenia przepisów, o których mowa jest w załączniku nr 3 do UTD, pkt 9:

Nieprzestrzeganie czasu pracy kierowców

Kolejną kwestią, którą omówimy w tym artykule jest obowiązek przestrzegania przepisów, o których świadczy ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o czasie pracy kierowców (dalej UCPK). Dlaczego? Powodów jest kilka. Po pierwsze, w dalszym ciągu istnieje przekonanie, że kierowców busów nie obowiązują żadne normy i mogą jeździć niemalże „na okrągło". Oczywiście nie jest to prawdą, ponieważ w UCPK, art. 13 mowa jest o tym, że każdy kierowca obowiązany jest do odebrania przerwy najpóźniej po 6 godzinach pracy (na podstawie art. 26c ust. 4 przepis art. 13 dotyczy również kierowców niebędących w stosunku pracy).

Temat jest na tyle zawiły, że można spotkać się nawet ze stanowiskiem osób reprezentujących organ kontrolujący, które stanowi o niepodleganiu pod niniejszy przepis kierowców wykonujących przewozy drogowe pojazdem o DMC poniżej 3,5 tony. Nie jest to jednak prawdą. Wyłączenie spod tego przepisu określa art. 22 UCPK, który odnosi się do kierowców prowadzących pojazdy wymienione w art. 29 UCPK (art. 29 odnosi się do rozporządzenia (WE) 561/2006, art. 13), w art. 3 rozporządzenia (WE) 561/2006 oraz art. 2, ust. 2 umowy AETR. Żadne z tych przepisów nie wymieniają przewozów drogowych wykonywanych pojazdami o DMC poniżej 3,5 tony, z wyjątkiem prowadzenia niezarobkowej działalności.



W UCPK, art. 13 mowa jest o tym, że każdy kierowca obowiązany jest do odebrania przerwy najpóźniej po 6 godzinach pracy

Fot. Opel

Normy czasu pracy dotyczące wszystkich kierowców

Art. 3 rozp. (WE) 561/2006 mówi o wyłączeniu „przewozów drogowych wykonywanych pojazdami o dopuszczalnej masie całkowitej (wraz z przyczepą lub naczepą) przekraczającej 2,5 tony, ale nieprzekraczającej 3,5 tony, wykorzystywanymi do przewozu rzeczy, w przypadku, gdy przewóz nie ma charakteru zarobkowego i jest wykonywany na potrzeby własne przedsiębiorstwa lub kierowcy, a prowadzenie pojazdu nie stanowi głównego zajęcia osoby prowadzącej pojazd."

W zakresie norm czasu pracy dotyczących wszystkich kierowców można też zwrócić uwagę na UCPK art. 12, ust. 2 i art. 26c, ust. 1: „Tygodniowy czas pracy (…) może być przedłużony do 60 godz., jeżeli średni tygodniowy czas pracy nie przekroczy 48 godz. w przyjętym okresie rozliczeniowym nieprzekraczającym 4 miesięcy." Aby lepiej to zobrazować, w pięciodniowym tygodniu pracy maksymalna dopuszczalna dzienna średnia godzin pracy kierowcy wynosi 9 godzin i 36 minut (48 godzin/5 dni). W stosunku pracy przedsiębiorca musi zapewnić kierowcy również możliwość odebrania każdego dnia odpoczynku dziennego trwającego nie mniej niż 11 godz. i w każdym tygodniu odpoczynku tygodniowego trwającego nie mniej niż 35 godzin (UCPK art. 14).

Konieczność sporządzania rzetelnej ewidencji

Ostatnią rzeczą, którą omówimy w tym artykule jest konieczność sporządzania rzetelnej ewidencji z uwzględnieniem pracy na obszarze krajów, w których kierowca podlega przepisom dotyczącym płac minimalnych lub sektorowych (dyrektywa (UE) 2020/1057) i co się z tym wiąże, możliwość stosowania przepisów art. 21b (ulgi podatkowo-składkowe), po nowelizacji przepisów UoCPK po 2.02.2022 r. Na temat rozliczania czasu pracy kierowców można by napisać niejedną książkę – zwłaszcza kierowców wykonujących międzynarodowe przewozy. Choć nie jest to artykuł sponsorowany, pozwolę sobie stwierdzić, że bez posiadania wiedzy w tym zakresie i odpowiednich narzędzi, prawidłowe rozliczenie kierowcy jest tak samo prawdopodobne jak dowiezienie towaru w odpowiednie miejsce bez posiadania jakichkolwiek danych odbiorcy.

Podsumowując niniejszy artykuł, rok 2022 to początek nowych realiów dla przedsiębiorców realizujących międzynarodowe przewozy drogowe busami. Jak głosi jedna z maksym marketingowych, „jedyna rzecz jaka jest stała, to zmiany", więc chcąc utrzymać mocną pozycję w branży, należy jak najszybciej dostosować się do nowej rzeczywistości. No cóż, obostrzenia dotykają wszystkich, lecz destrukcyjne okazują się wyłącznie dla tych, którzy nie potrafią się dostosować. |



Konrad Urban

Dopuszczenie się któregoś z naruszeń zamieszczonych w tabeli jest jedną z głównych przyczyn wszczynania postępowania administracyjnego w celu ustalenia, czy przedsiębiorca spełnia wymóg dobrej reputacji.

Konrad Urban,
prezes zarządu
Kancelarii
Transportowej
TRANSCARE
www.kancelariatranscare.pl



Polska to europejski lider we wdrażaniu elektrycznych autobusów w transporcie publicznym. Atrakcyjna pozycja inwestycyjna kraju skłania firmy do ulokowania tu swojej produkcji

Fot. Scania

E-MOBILITY
TECHNOLOGIĄ PRZYSZŁOŚCI

Rozwój sektora elektromobilności stanowi priorytet w obliczu obecnej sytuacji gospodarczej. Wynika to w znacznej mierze z rosnącej świadomości ekologicznej konsumentów, uwarunkowań środowiskowych i klimatycznych oraz postępu technologicznego.

Zmiany na rynku automotive stwarzają zarówno szanse dla firm, jak i szereg wyzwań, którym muszą stawić czoła.

Zacznijmy od statystyk

Jak podaje ACEA (https://www.acea.auto/fuel-pc/fuel-types-of-new-cars-battery-electric-9-9-hybrid-22-6-and-petrol-38-5-market-share-in-q2-2022/), w krajach Unii Europejskiej, w drugim kwartale br. zanotowano wzrost sprzedaży akumulatorowych pojazdów elektrycznych, która stanowiła 9,9% wszystkich rejestracji samochodów osobowych. Samochody hybrydowe plug-in zdobyły 8,7% udziału w rynku, w porównaniu z 8,4% w drugim kwartale 2021 r., pomimo spadku liczby sprzedanych egzemplarzy. Samochody napędzane benzyną i olejem napędowym odnotowały znaczne spadki w tym okresie, co doprowadziło do kurczenia się ich udziału w rynku (55,8% dla oleju napędowego i benzyny łącznie).

W tym samym okresie rejestracje pojazdów elektrycznych na baterie (BEV) w UE wzrosły o 11,1%. Hiszpania i Francja osiągnęła dwucyfrowe zyski w sektorze pojazdów typu BEV – odpowiednio +22,0% i +18,6%. Z kolei Włochy i Niemcy zanotowały stratę –19,6% i –0,5%.

Natomiast hybrydowe pojazdy elektryczne typu plug-in (PHEV) zwiększyły swój udział w rynku, pomimo dwucyfrowego spadku liczby sprzedanych egzemplarzy o –12,5%. Wyjątek stanowi Hiszpania (+11,3%).

Sprzedaż hybrydowych pojazdów elektrycznych (HEV) w Unii Europejskiej spadła o 2,2% w drugim kwartale roku. Jednak ze względu na znaczny spadek sprzedaży samochodów z napędem konwencjonalnym, pojazdy HEV zwiększyły swój ogólny udział w rynku (22,6%).

> Według Licznika Elektromobilności, na koniec lipca 2022 ponad 52 tys. elektryków jeździło po polskich drogach, o 44% więcej w porównaniu do analogicznego okresu w 2021 r.

Cztery główne rynki w regionie odnotowały mieszane wyniki. Trend wzrostowy zarejestrowano we Francji i Hiszpanii (odpowiednio +7,2% i +2,7%), natomiast we Włoszech i Niemczech zaobserwowano tendencję spadkową (–9,3% i –6,5%).

Polska na tle Europy

W Polsce również z roku na rok zwiększa się liczba firm inwestujących w zeroemisyjny transport. Liczba pojazdów elektrycznych rośnie wolniej niż w innych europejskich państwach. Niemniej jednak, według Licznika Elektromobilności, na koniec lipca 2022 ponad 52 tys. elektryków jeździło po polskich drogach, o 44% więcej w porównaniu do analogicznego okresu w 2021 r.

Największa w Europie fabryka baterii do samochodów znajduje się pod Wrocławiem, a 30% powstających baterii do pojazdów produkowana jest właśnie w Polsce. W 2021 r. sprzedaż e-pojazdów wzrosła o 120%. Oprócz tego Polska to europejski lider we wdrażaniu elektrycznych autobusów w transporcie publicznym. Atrakcyjna pozycja inwestycyjna kraju skłania firmy do ulokowania tu swojej produkcji.

Elektromobilność to jedno z narzędzi w dążeniu do neutralności klimatycznej w 2050 r. Jednak sektor ten nie ogranicza się wyłącznie do produkcji pojazdów elektrycznych. To również seria wyzwań stojących przed przedsiębiorstwami.

Aby sektor dalej się rozwijał, Polska musi się zmierzyć z rozbudową sieci publicznej infrastruktury ładowania samochodów osobowych, dostawczych i ciężarowych. Mówiąc o elektromobilności, należy także wziąć pod uwagę elektryfikację flot firmowych, rozbudowę prywatnych oraz półprywatnych stacji ładowania na osiedlach mieszkaniowych, czy cyfryzację sektora transportowego.

Wyzwań ciąg dalszy

Drogi, po których mogą się poruszać pojazdy z napędem elektrycznym, wodorowym, czy gazowym powinny być wydzielone i aby poprawić jakość powietrza powinno się utworzyć tzw. Strefę Czystego Transportu. Jednak szereg regulacji prawnych domaga się dopracowania w tej kwestii. Samochody ciężarowe przewożą praktycznie wszystkie niezbędne do życia towary, a zapotrzebowanie na ich usługi stale rośnie. Firmy flotowe, producenci ciężarówek i dostawcy energii coraz bardziej skupiają się na dekarbonizacji sektora transportu drogowego. Niestety, zmniejszenie emisji CO_2 to szczególnie trudne zadanie.

Do rozwoju elektromobilności niezbędna jest również popularyzacja technologii wodorowych ognisk paliwowych w transporcie oraz wzmocnienie i rozwój kompetencji pracowników w tej branży. Należy również wspomnieć o wdrażaniu rozwiązań roamingowych w sektorze publicznej infrastruktury ładowania.



Aby sektor samochodów elektrycznych dalej się rozwijał, Polska musi się zmierzyć z rozbudową sieci publicznej infrastruktury ładowania samochodów osobowych, dostawczych i ciężarowych

Fot. AsstrA

Firmy logistycznie, mimo znaczącej roli we współczesnej gospodarce, przyczyniają się do globalnej zmiany klimatu. Przyłączenie się do walki o ochronę środowiska pomoże ograniczyć ślady węglowe. W AsstrA do 2030 r. określono listę zadań, które pomogą w osiągnięciu postawionych celów.

Do rozwoju elektromobilności niezbędna jest popularyzacja technologii wodorowych ognisk paliwowych w transporcie oraz wzmocnienie i rozwój kompetencji pracowników w tej branży. Warto też wdrożyć rozwiązania roamingowe w sektorze publicznej infrastruktury ładowania.



Firmy flotowe, producenci ciężarówek i dostawcy energii coraz bardziej skupiają się na dekarbonizacji sektora transportu drogowego

Fot. Volvo

– Branża transportowa ma znaczący wpływ na środowisko. Biorąc pod uwagę potrzeby klientów i cele zrównoważonego rozwoju określone przez ONZ, dążymy do zmniejszenia emisji CO_2 o 50% do 2030 roku dzięki przyjętej strategii – mówi Dmitri Krolov, Sustainable Development Manager w AsstrA. *– Cel ten będziemy realizować w połączeniu z ekonomicznymi i społecznymi aspektami firmy, które obejmują m.in.*

- *modal shift,*
- *korzystanie z transportu o najwyższej klasie środowiskowej,*
- *transport drogowy napędzany paliwami alternatywnymi,*
- *rozwiązania technologiczne i informatyczne redukujące emisję CO_2,*
- *szkolenia kadr pozwalające osiągać najlepsze wyniki w zakresie ochrony środowiska.*



Obywatele Ukrainy mogą podjąć pracę bez żadnych wstępnych formalności, jeżeli wjechali legalnie do naszego kraju z terytorium Ukrainy po 23 lutego 2022

Fot. Freepik

JAK ZATRUDNIĆ KIEROWCĘ SPOZA UNII EUROPEJSKIEJ?

Szacuje się, że w całej Europie brakuje obecnie około 400 tys. zawodowych kierowców. Problem ten jest szczególnie palący w Polsce. Rodzime firmy coraz częściej szukają więc kierowców za granicą, głównie na wschodzie. Jest to opłacalne, ale wiąże się z koniecznością spełnienia szeregu formalności związanych z ich zatrudnieniem.

Zezwolenie na pobyt czasowy i pracę

Jeżeli osoba z innego kraju chce znaleźć legalne zatrudnienie w Polsce, musi wystąpić o zezwolenie na pobyt czasowy i pracę. Oba dokumenty można uzyskać w ramach jednej procedury. Wniosek w takim przypadku składa się osobiście do urzędu wojewódzkiego właściwego ze względu na miejsce pobytu. Do wniosku należy dołączyć ważny dokument podróży, aktualne zdjęcia oraz wykazać, że ma się zapewnione miejsce zamieszkania w Polsce, a także dokumenty poświadczające posiadanie ubezpieczenia zdrowotnego i źródła dochodu wraz z umową o pracę lub cywilnoprawną.

Pracodawca osoby starającej się o jednolite zezwolenie musi posiadać m.in. informację starosty o braku możliwości zaspokojenia swoich potrzeb kadrowych na lokalnym rynku pracy. Zezwolenie na pobyt czasowy wydawane jest na okres nie krótszy niż 3 miesiące i nie dłuższy niż 3 lata.

Jak zauważa Paweł Łazarewicz, prawnik z TC Kancelaria Prawna, sytuację pracowników z Ukrainy, którzy poszukują zatrudnienia poza krajem, zmienił konflikt zbrojny w ich kraju. – *Obywatele Ukrainy mogą podjąć pracę bez żadnych wstępnych formalności, jeżeli wjechali legalnie do naszego kraju z terytorium Ukrainy po 23 lutego 2022, a więc w domyśle w związku z wybuchem wojny i deklarują zamiar pozostania w Polsce. Pracodawca, który zatrudnia osobę z tego kraju powinien wysłać powiadomienie o powierzeniu wykonywania pracy do powiatowego urzędu pracy. Uprawnienie to obowiązuje w okresie 18 miesięcy od 24 lutego 2022, niezależnie od daty przekroczenia granicy RP.*

Oświadczenie o powierzeniu wykonywania pracy cudzoziemcowi

Obywatele takich krajów jak Armenia, Białoruś, Gruzja, Mołdawia czy Ukraina mogą skorzystać z Rozporządzenia Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 8 grudnia 2017 r., które zezwala na zatrudnienie w Polsce takich osób na podstawie oświadczenia o powierzeniu wykonywania pracy cudzoziemcowi. Na podstawie tego dokumentu mogą podjąć zatrudnienie na okres 6 miesięcy w ciągu kolejnych 12 miesięcy.

Oświadczenie o powierzeniu wykonywania pracy cudzoziemcowi wystawia pracodawca i musi ono zawierać takie informacje jak nazwa zawodu, miejsce wykonywania pracy, data rozpoczęcia oraz zakończenia pracy, formę zatrudnienia i wysokość wynagrodzenia brutto.

Dokument należy zarejestrować w Urzędzie Pracy właściwym dla miejsca zamieszkania zatrudnionej osoby oraz zgłosić pracownika w ZUS-ie.

Karta kwalifikacji kierowcy

W kwietniu tego roku zmieniły się zasady wydawania zawodowych praw jazdy zarówno dla obywateli Polski, jak i innych krajów. Według nowych przepisów, zawodowy kierowca musi posiadać prawo jazdy z wpisanym kodem 95. Obywatele państw niebędących członkami Unii Europejskiej, jeśli nie posiadają polskiego prawa jazdy z kodem 95, muszą uzyskać kartę kwalifikacji kierowcy.

– *Dokument ten potwierdza uprawnienia do wykonywania przewozu drogowego kierowcom w zakresie kat. C,CE,D i DE zarówno w innych państwach członkowskich Unii Europejskiej, jak i w tzw. państwach trzecich. Kartę kwalifikacji kierowcy należy mieć zawsze przy sobie i okazywać na każde żądanie uprawnionego organu. Wydaje ją starosta właściwy dla miejsca zamieszkania* – mówi Paweł Łazarewicz.

Do wniosku o kartę należy dołączyć kopię świadectwa kwalifikacji zawodowej wydanego w Polsce oraz kopię orzeczenia lekarskiego i psychologicznego o braku przeciwwskazań do pracy na stanowisku kierowcy, kopię posiadanego prawa jazdy, dowód uiszczenia opłaty za wydanie karty kwalifikacji kierowcy i opłaty ewidencyjnej oraz dowód osobi-

tc kancelariaprawna

TC Kancelaria Prawna jest jedną ze spółek należących do grupy Trans.eu, właściciela jednej z największych giełd ładunków w Europie. Specjalizuje się w prawie transportowym, dlatego większość klientów spółki to firmy z branży TSL. Głównym profilem działalności kancelarii są usługi doradcze i reprezentacja w sprawach spornych. Swoimi działaniami wspiera również inne podmioty współpracujące z wymienioną branżą, m.in. koncerny paliwowe, firmy leasingowe. Specjalizuje się też w zakresie dochodzenia wierzytelności w Polsce i za granicą.

sty lub inny dokument ze zdjęciem potwierdzający tożsamość.

Świadectwo kierowcy

Pozostaje ono bez zmian, ale jego główną rolą w tej sytuacji jest potwierdzenie legalności zatrudnienia kierowców z państw trzecich. Wydaje je główny inspektor transportu drogowego na wniosek przedsiębiorcy, który chce zatrudnić cudzoziemca jako kierowcę w swojej firmie transportowej do wykonywania przewozów międzynarodowych towarów.

Do wniosku SK1 muszą być dołączone przede wszystkim: kopia licencji wspólnotowej, zaświadczenie o zatrudnieniu kierowcy oraz spełnieniu przez niego wymagań (ZZ), kserokopia dokumentu tożsamości/kopia paszportu, kserokopia prawa jazdy, kserokopia dokumentu potwierdzającego ubezpieczenie społeczne kierowcy.

Świadectwo kierowcy wydawane jest przewoźnikowi wraz z wypisem, który powinien być przechowywany w jego siedzibie. Oryginał powinien mieć przy sobie kierowca wykonujący przewozy międzynarodowe, aby w razie konieczności okazać je uprawnionym służbom. Za jego brak grozi przedsiębiorcy kara w wysokości 5000 zł. Kierowca wykonujący przewozy międzynarodowe nie może posługiwać się świadectwem wystawionym na innego przewoźnika.

Świadectwa kierowcy nie należy mylić ze świadectwem kwalifikacji zawodowych.

Profil Kierowcy Zawodowego

Nowością wprowadzoną w kwietniu 2022 r. jest Profil Kierowcy Zawodowego. Jest to system informatyczny, w którym każdy kierowca zawodowy otrzymuje swój indywidualny numer. Profil jest na bieżąco aktualizowany i ma zawierać wszystkie informacje dotyczące posiadanych kwalifikacji zawodowych, przebytych szkoleń czy wyników badań lekarskich. Bez tego kierowca nie będzie mógł rozpocząć szkoleń w ramach kwalifikacji wstępnej, wstępnej przyspieszonej, wstępnej uzupełniającej, uzupełniającej przyspieszonej, szkolenia okresowego czy przystąpić do egzaminu.

Jeżeli osoba z innego kraju chce znaleźć legalne zatrudnienie w Polsce, musi wystąpić o zezwolenie na pobyt czasowy i pracę. Oba dokumenty można uzyskać w ramach jednej procedury.

Wniosek o założenie profilu należy złożyć osobiście w wydziale komunikacji właściwym dla miejsca zamieszkania. Należy do niego dołączyć m.in. aktualne zdjęcie, kserokopię prawo jazdy, kserokopię paszportu, orzeczenie potwierdzające brak przeciwwskazań zdrowotnych do wykonywania pracy na stanowisku kierowcy wraz z kopią, orzeczenie o braku przeciwwskazań psychologicznych do wykonywania pracy na stanowisku kierowcy wraz z kopią, oświadczenie o wykonywaniu przewozu na rzecz firmy z siedzibą na terenie Polski (do szkolenia okresowego) lub zamiaru wykonywania przewozu (do uzyskania odpowiedniej kwalifikacji).

Po złożeniu wniosku wraz z wymaganymi dokumentami, zostaje wygenerowany indywidualny numer PKZ. Numer ten zostanie udostępniony właściwemu ośrodkowi szkolenia, który prowadzi kursy kwalifikacyjne lub szkolenie okresowe, aby uzupełnił dane dotyczące przeprowadzonego kursu i szkolenia dla danej osoby. W przypadku kierowcy, który uczestniczył w kursie kwalifikacyjnym, profil zostaje udostępniony wojewódzkiemu ośrodkowi ruchu drogowego. Po przeprowadzeniu testu kwalifikacyjnego, profil jest aktualizowany o jego wynik. Uzupełniony Profil Kierowcy Zawodowego wraz z zawartymi w nim danymi zostanie wykorzystany do wydania odpowiedniego dokumentu z kodem 95.



Pracodawca osoby starającej się o jednolite zezwolenie musi posiadać informację od starosty o braku możliwości zaspokojenia swoich potrzeb kadrowych na lokalnym rynku pracy

Fot. Pixabay



Zawodowy kierowca musi posiadać prawo jazdy z wpisanym kodem 95. Obywatele państw niebędących członkami Unii Europejskiej, jeśli nie posiadają polskiego prawa jazdy z kodem 95, muszą uzyskać kartę kwalifikacji kierowcy

Fot. Volvo

Kierowcy ze wschodu ratunkiem dla branży?

Braki kierowców w branży transportowej mają wiele złożonych przyczyn, od ekonomicznych po zdrowotne i społeczne, związane z uciążliwym trybem życia „w trasie". W sektorze brakuje przede wszystkim „świeżej krwi" – według danych CEPiK aż 1,5 miliona kierowców zawodowych ma więcej niż 65 lat. A według Międzynarodowej Organizacji ds. Transportu średnia ich wieku plasuje się w okolicach 50 lat.

– Zatrudnianie kierowców z innych krajów, w szczególności zza wschodniej granicy, może pomóc w tym względzie, lecz nie rozwiąże problemu. Jego zaletą jest z pewnością możliwość pozyskania nowych, często tańszych pracowników. Wady to skomplikowany i wieloetapowy proces potwierdzenia kompetencji zawodowych i wysokie koszty uzyskania obowiązkowych zaświadczeń pozwalających na prowadzenie samochodów ciężarowych – zauważa Paweł Łazarewicz.

TC Kancelaria Prawna



Armatorzy dla optymalizacji działań operacyjnych oraz finansowych zawierają tzw. alliance

Fot. Port Hamburg

ROLA SPEDYTORÓW VS ARMATORÓW W CZASACH NIEPEWNOŚCI GOSPODARCZEJ

JAKIE CZYNNIKI BRAĆ POD UWAGĘ WYBIERAJĄC KONTRAHENTA?

Walka o transport trwa, armatorzy zmieniają swoje sposoby działania, nawiązując bezpośrednie relacje z importerami i eksporterami, oferując na swoich wewnętrznych platformach booking dla kontenerów. O tym, kto zwycięży zadecydują klienci. Na co powinny zwracać uwagę firmy decydując się w czasach kryzysu na wybór partnera? Ciężaru tej decyzji dodają stosowane przez armatorów praktyki oligopolistyczne. Brak rynkowych regulacji może sprawić, że wkrótce klienci będą pozbawieni możliwości wyboru – tak wynika z najnowszego raportu Polskiego Instytutu Transportu Drogowego.

Tradycyjny układ sił na morzu w obszarze transportu przez lata był jasno określony. Spedytorzy zajmowali się organizacją całości transportu od odebrania ładunku, przez dostarczenie go do portu i koordynację wszelkich kwestii związanych ze współpracą z armatorem. Ten ostatni odpowiadał tylko za dostarczenie ładunku we właściwe miejsce, a spedytorzy działali jako łącznik między nim a klientem, biorąc na siebie wszelkie działania związane ze sprawną obsługą. Był to układ, z którego obie strony, zarówno spedytorzy, jak i armatorzy, czerpały korzyści. – *Sytuacja już tak nie wygląda. Ostatnie lata to czas znaczącego przewrotu w działalności armatorów, którzy dzięki digitalizacji oraz automatyzacji procesów, udostępniają swoje zasoby dla szerokiego grona klientów, i tym samym wykluczają spedytorów z łańcucha transportu. Dzieje się tak nie tylko na morzu, z którego armatorzy kontenerowi czerpią rekordowe zyski – w 2021 roku to ponad 190 mld dolarów – ale również na lądzie, gdzie przejmują kolejne firmy logistyczne. Chęć zdominowania transportu sięgnęła również nieba, armatorzy umożliwiają przesyłanie towarów własną flotą samolotową* – mówi Bartosz Wilga.

> Przejęcie całego transportu morskiego przez kilka gigantycznych firm oznacza mniejszą konkurencję, mniejszy wybór, a w rezultacie – drastycznie mniej korzystne warunki dla kupujących usługi transportowe.

W sumie 10 największych armatorów ma ponad 20 milionów TEU. Mogłoby się wydawać, że ta sytuacja powinna martwić tylko firmy logistyczne, które tracą klientów oraz rynek. Jest to jednak również zła informacja dla klientów. Przejęcie całego transportu przez dosłownie kilka gigantycznych firm oznacza mniejszą konkurencję, mniejszy wybór, a w rezultacie – drastycznie mniej korzystne warunki dla kupujących usługi transportowe.

Armatorzy w ramach swojej działalności, dla optymalizacji działań operacyjnych oraz finansowych zawierają tzw. alliance. Alliance to nic innego, jak formalne sojusze strategiczne, które mają na celu zarówno optymalizację kosztów prowadzonej działalności żeglugowej, jak i optymalizację utylizacji miejsca na statkach, które *de facto* obsługują w ramach działalności te same porty – jednym tonażem, czy statkiem. Aktualnie na rynku funkcjonują trzy alliance: 2M, The Alliance, Ocean Alliance.

Bezpośrednio czyli taniej?

Pierwszym zwiastunem nadchodzącej rewolucji na rynku transportu były plat-

formy zakupowe typu SPOT, na których użytkownik może sprawdzić stawkę frachtową oraz zarezerwować kontener lub kontenery w określonej relacji. W ten sposób klient może samodzielnie zorganizować transport swojego towaru pomijając zupełnie spedytora. – *Istnieją czynniki, które skłaniają przedsiębiorców do skorzystania z oferty armatora bez angażowania doświadczonego organizatora transportu, który w sprawny sposób mógłby poprowadzić ten proces. Te czynniki, to przede wszystkim różnica w stawce frachtowej, jaka oferowana jest klientom bezpośrednim – na poziomach stawkowych dostępnych dla firm spedycyjnych. W zależności od różnych grup klientów, jak wynika z raportu „Monthly Container Shipping Barometer, March 2021", może ona wynosić nawet od 2 300 USD do ok. 8 500 USD* – mówi Bartosz Wilga.

Tak więc wybór między bezpośrednim kontaktem z armatorem a obsługą przesyłki przy wsparciu spedytora – wydaje się jasny: bezpośrednio, bo się bardziej opłaca. Czy jednak na pewno? – *Mając możliwości uzyskania realnej różnicy w stawkach frachtowych, można postawić tezę, w której transport należy organizować we własnym zakresie, dla osiągnięcia efektywności ekonomicznej procesu. Trudno się z tym nie zgodzić, i wszystko wydaje się być logiczne i możliwe do wykonania. Czy decydenci, którzy niejednokrotnie inwestują setki tysięcy dolarów w towar, powinni podejmować ryzyko wykonania transportu w koncepcji „Do it Yourself!"? Wydaje się to bardzo ryzykowne. Jednak, dopóki będą otrzymywać tylko jednowymiarowe informacje odnośnie łatwości zaaranżowania procesu transportu, bez wiedzy o możliwych komplikacjach, regułach, zasadach, procedurach, czy przepisach i potencjalnych kosztach, jakie mogą powstać w przypadku braku dostatecznej informacji, nie będą w stanie podjąć decyzji rozważając wszystkie czynniki* – zaznacza Wilga.

TRZY ALLIANCE: 2M, THE ALLIANCE, OCEAN ALLIANCE



O jak ogarnięcie organizacji

Spedytor, oprócz działania jako łącznik między klientem a przewoźnikiem, w każdej transakcji zajmuje się szeregiem działań: od samego zaplanowania transportu, kosztorysowania, przez proces realizacji, przygotowanie koniecznej dokumentacji transportowej oraz celnej, a kończąc na pomocy klientowi przy rozwiązywaniu niespodziewanych problemów czy sytuacji niestandardowych. To spedytor komunikuje się i negocjuje w imieniu swojego klienta z armatorem, ustalając warunki frachtowe, czy inne specyficzne szczegóły dotyczące samej realizacji transportu. Do jego zadań należy zadbanie o terminowość, ciągłość procesu, komunikację i bezpieczeństwo każdej ze stron. W przypadku, gdy klient zawiera kontrakt bezpośredni, np. przez platformę typu SPOT, musi pamiętać o tym, że odpowiedzialność za dopilnowanie powyższych aspektów spoczywa wyłącznie na nim.

Wiedza warta miliony

Eksporterzy oraz importerzy, czyli grupy, które najczęściej korzystają z transportu morskiego, mimo znajomości swojej branży czy biznesu nie mają i nie muszą mieć wiedzy np. na temat przepisów rynkowych czy regulacji, niezbędnej

Ostatnie lata to czas znaczącego przewrotu w działalności armatorów, którzy dzięki digitalizacji oraz automatyzacji procesów, udostępniają swoje zasoby szerokiemu gronu klientów, i tym samym wykluczają spedytorów z łańcucha transportu.



W przypadku, gdy klient zawiera kontrakt bezpośredni, np. przez platformę typu SPOT, musi pamiętać o tym, że odpowiedzialność za dopilnowanie powyższych aspektów spoczywa wyłącznie na nim

Fot. Port Hamburg

POLSKI INSTYTUT TRANSPORTU DROGOWEGO

- Jego misją jest wspieranie polskiej branży transportu drogowego w rozwoju, w cyfrowej transformacji i budowaniu trwałej przewagi konkurencyjnej w Europie.
- Prowadzi działalność popularyzatorską zagadnień związanych z branżą transportową, poprzez badania i analizy, wydawanie rekomendacji, doradztwo oraz wydawanie publikacji.
- Współpracuje z uznanymi w branży ekspertami. Promuje przedsiębiorczość i rozwój gospodarczy.
- Działa na rzecz podnoszenia świadomości społeczeństwa na temat branży transportowej i jej znaczenia dla gospodarki.
- Organizuje konferencje oraz debaty z uczestnictwem ekspertów i praktyków cenionych w branży TSL.

Strona PITD: https://pitd.org.pl/

do właściwego zadbania o organizację całego procesu transportu. – *Platformy oferowane przez armatorów traktują importerów/eksporterów na równi ze spedytorami. Klienci „spotowi" nie mają wyjścia – aby w pełni bezpiecznie skorzystać z drogi morskiej, powinni zdobyć choćby cząstkową znajomość rynku, jaką dysponują spedytorzy. Transport morski charakteryzuje się dużą różnorodnością sytuacji, które komplikują cały proces, jak i stosunkowo dużą zmiennością przepisów prawa. W przypadku wystąpienia jakichkolwiek komplikacji, wiedza i doświadczenie mogą okazać się niezbędne dla uniknięcia dodatkowych kosztów czy problemów* – tłumaczy Bartosz Wilga.

Kryzys?

Jeśli w czasie transportu wydarzy się niespodziewana sytuacja, kontakt z osobami odpowiedzialnymi za organizację i koordynację transportu w firmach spedycyjnych jest bardzo prosty. Większość z nich dedykuje konkretne osoby do obsługi danego procesu lub poszczególnych etapów i są one z klientem w stałym, bezpośrednim kontakcie. W obsłudze armatorskiej wygląda to inaczej, gdyż poszczególni armatorzy różnie organizują działy obsługi klienta. Armatorzy z najbardziej kompleksową ofertą dla klientów bezpośrednich, dysponują całymi centrami obsługującymi dane etapy transportu. Jednak szybki kontakt z osobą odpowiedzialną za nasz ładunek może być utrudniony, z uwagi na mnogość klientów obsługiwanych przez danego operatora lub ulokowanie danego działu *customer service* w innym kraju.

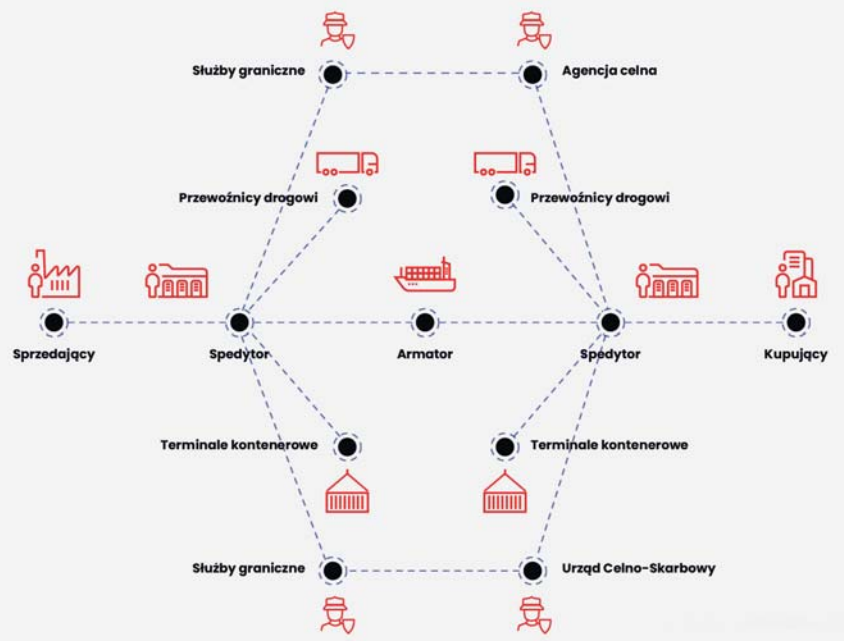
Armatorzy z kompleksową ofertą dla klientów bezpośrednich dysponują centrami obsługującymi etapy transportu. Jednak szybki kontakt z osobą odpowiedzialną za ładunek może być utrudniony, z uwagi na wielu klientów lub ulokowanie działu customer service w innym kraju



Fot. Port Hamburg

Czynnikiem, który skłania przedsiębiorców, do skorzystania z oferty armatora bez angażowania doświadczonego organizatora transportu, jest przede wszystkim różnica w stawce frachtowej, jaka oferowana jest klientom bezpośrednim.

RELACJE SPEDYTOR, PODMIOTY KOOPERUJĄCE
(klient, armator, przewoźnik, agencje, administracja)



Dodatkowy wabik – nieczysta gra

Często armator na czas trwania frachtu morskiego oddaje w użytkowanie załadowcy kontener, którego cena najmu jest wliczona we fracht morski. Po zakończeniu transportu morskiego, odbiorca ma określony czas, w którym może kontener bezkosztowo przetrzymać w porcie lub poza nim. Finalnie, oferty, które armatorzy przedstawiają klientom bezpośrednim, znacząco odbiegają (z korzyścią dla klientów) od ofert, które są przedstawiane firmom spedycyjnym. – *Zmiana klienta docelowego na klienta tożsamego z klientem dla przedsiębiorstw spedycyjnych oznacza nierówną konkurencję pomiędzy podmiotami, które dotychczas świadczyły usługi komplementarne* – komentuje Bartosz Wilga.

Bez kontroli, bez regulacji

Mimo dowodów na nieuczciwe praktyki rynkowe oraz wielu skarg na działalność armatorów, chociażby w Stanach Zjednoczonych, działalność właścicieli statków nie została określona jako niekonkurencyjna. Co więcej, w Europie nie ma kto o tym decydować z uwagi na wyłączenie działalności armatorów spod regulatorów rynku aż do 2024 roku. Optymistycznie można oczekiwać, iż w pewnym punkcie znajdziemy stabilizację i niszę rynkową dla każdej ze stron. Wtedy zarówno firmy logistyczne, jak i armatorzy powrócą do stanu koegzystencji symbiotycznej. Jeśli się jednak tak nie stanie, to działania na tak szeroką skalę, stosowane bez zachowania jakiejkolwiek zasady równości i konkurencyjności, powinny być kontrolowane przez organy regulujące rynek. I

PITD

BEZPŁATNA e-PRENUMERATA DLA TWOJEJ FIRMY

TSL biznes
MIESIĘCZNIK PROFESJONALISTÓW BRANŻY TRANSPORT-SPEDYCJA-LOGISTYKA
Truck&Van
www.truck-van.pl

Czytaj branżowe miesięczniki oraz portale TSL Biznes i Truck & Van – całkowicie BEZPŁATNIE

Dołącz do grona BEZPŁATNYCH prenumeratorów. Jak? To łatwe.

Po prostu wyślij swój e-mail na adres **prenumerata@kmg-media.pl** a od tej pory będziesz otrzymywał od nas comiesięczny newsletter z linkiem do pobrania najnowszej, pełnej wersji naszych miesięczników w wygodnym formacie PDF.

Odczytasz go na komputerze, tablecie czy smartfonie.



Żadnych ukrytych kosztów, gwiazdek i haczyków:
e-prenumerata jest i będzie w pełni bezpłatna.
W dowolnym momencie można się do niej dopisać lub z niej zrezygnować.

Wolisz tradycyjne wydanie papierowe?
Zamów prenumeratę z 50% rabatem na www.tsl-biznes.pl/prenumerata
(w polu UWAGI wpisz hasło: RabatTSL)

TERAZ JESZCZE WIĘCEJ MOŻLIWOŚCI

Promocyjna prenumerata obu tytułów 129 zł



Prenumerata roczna tylko 49 zł
Truck&Van
Co miesiąc
dla wszystkich profesjonalistów branży TSL



Prenumerata roczna tylko 99 zł
TSL biznes
Warto wiedzieć więcej

www.TSL-biznes.pl/prenumerata

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

- www.TSL-biznes.pl/prenumerata
- e-mail: prenumerata@tsl-biznes.pl
  prenumerata@truck-van.pl
- pocztą:

Redakcja TSL Biznes i Truck & Van
ul. J. Malczewskiego 17a, 05-820 Piastów

- telefon: 515 750 900

Roczna prenumerata (11 wydań):

TSL Biznes.....w cenie	99 zł z VAT
Truck & Van.....w cenie	49 zł z VAT
oba tytuły .....w cenie	129 zł z VAT

FORMULARZ PRENUMERATY

Dane do wysyłki

Imię
Nazwisko
Nazwa firmy
Adres
Kod Poczta
Telefon
e-mail

☐ Coroczne, automatyczne przedłużanie prenumeraty

Dane do faktury

Nazwa firmy
NIP
Adres (jeśli inny niż do wysyłki)
Kod Poczta

Zamawiam roczną prenumeratę (11 wydań)

TSL Biznes od numeru ☐ /2023
Truck&Van od numeru ☐ /2023
oba tytuły od numeru ☐ /2023

Data i podpis

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


small things
big difference
You may not notice some of our earthwise solutions at first glance, but we plan the smallest details to make the biggest impact.
Like the recycled wind power rotor blades that we used to design outdoor furniture.
PANATTONI
www.panattonieurope.com