GRUDZIEŃ – 12/2012 (31)

TSL biznes

MIESIĘCZNIK PROFESJONALISTÓW BRANŻY TRANSPORT-SPEDYCJA-LOGISTYKA

Cena 9,90 zł
(5% VAT)

ISSN 2081–5255

Wesołych Świąt oraz Pomyślnego 2013 roku

Temat numeru:

Logistyka sieci handlowych

Więcej płatnych dróg



Mam polisę, ale czy mam ubezpieczenie?

Nakład: 11 000 egzemplarzy



Wystawcom i Partnerom targów TRAKO
życzymy spokojnych i radosnych
Świąt Bożego Narodzenia
oraz wielu sukcesów w życiu
zawodowym i prywatnym.

Dziękujemy za zaufanie i współpracę.

10. Międzynarodowe Targi Kolejowe

TRAKO

Gdańsk, 24-27 września 2013

www.trakotargi.pl

MTG Międzynarodowe Targi Gdańskie SA

PKP GRUPA PKP

amberexpo

współorganizacja

BOMBARDIER

SIEMENS

MEDCOM

DUPONT The miracles of science

pesa Bydgoszcz SA

tines

współpraca

unife

SITK

SEP

IGTE

rbf

SIRTS

patronat medialny

RK

KURIER

KOW

Eurail press

Gazeta Transportowa

Baltic Transport

Railvolution

TSL Business

Railway Gazette

EURAIL mag

transportu

Nowy Przemysł

infotransport.pl

Świat kolei

wp drogi



Napędzaj swój zysk, pozwalając nam płacić Twój podatek VAT.

W ten sposób możesz inwestować więcej pieniędzy w swoją firmę.

Odzyskiwanie podatku VAT naliczonego w różnych krajach Unii Europejskiej jest skomplikowane i czasochłonne. Razem z naszym oddanym partnerem, firmą wiodącą w branży, opracowaliśmy system, który bardzo upraszcza ten proces. Po prostu, my płacimy podatek VAT za paliwo zakupione od IDS, a następnie odzyskujemy go w Twoim imieniu od odpowiednich organów podatkowych, oszczędzając tym samym Twój czas i poprawiając Twoją płynność finansową.

W IDS jesteśmy świadomi tego, że nie ma dwóch firm, które miałyby takie same potrzeby. Dlatego też dajemy Ci większą kontrolę nad konsumpcją paliw poprzez elastyczne opcje płatności, indywidualne ustawienia zabezpieczeń i dostępne całodobowo usługi dostosowane do Twoich wyjątkowych wymagań. Udostępniamy także rozbudowaną sieć stacji paliw umiejscowionych strategicznie na terenie całej Europy. Ponieważ wierzymy, że możemy napędzić Twój zysk, oferując Ci system spersonalizowanego zarządzania paliwem.

Więcej informacji można uzyskać na stronie **www.fuellingyourprofits.com**
lub pod numerem 0048 (0) 22 621 89 83

IDS. A division of Kuwait Petroleum Group

IDS. The fastest route to smart fuelling.

W numerze

> Wydarzenia

Transport, Spedycja i Logistyka wiosną w Expo Silesia 6

> Logistyka

Sieciowy początek nowego? Logistyka sieci handlowych 8
Planowanie logistyki dla sieci handlowych 12
Wzajemne zrozumienie przyniesie korzyści 14
Najważniejsze – zapewnić ciągły przepływ towaru 18
Przyszłość jest we współpracy..... 20
Skuteczne dotarcie do 18 tys. marketów 22
Operator spoiwem łączącym producenta i sieć handlową 23
Wymagania duże, a obsłużyć trzeba 24
Wykorzystując doświadczenie operatora logistycznego..... 26
Operator zadba o logistykę..... 28
Nadążać za rozwojem technologicznym..... 29
System GS1 – globalny język biznesu 30

> Logistyka – technologia

Inka, paleta eksportowa – formaty CP3 i CP5..... 32

> Powierzchnie magazynowe

Ciągła adaptacja 34

> Finansowanie

ABC leasingu 36
Firmy stawiają na wynajem flot 38
Leasing na najlepszych warunkach 40
Spowolnienie na rynku leasingu 42

> Transport drogowy

Rynek południowy – opłacalne ryzyko? 44
Więcej płatnych dróg..... 46
Asfalt – towar niebezpieczny..... 48

> Systemy IT

WMS ma zwiększać wydajność, a nie tylko być..... 50
Dla ładunków paletowych..... 53
Optymalizacja procesów biznesowych w logistyce 54

TEMAT NUMERU

Sieciowa logistyka

W powszechnej opinii współpraca logistyczna dostawców z sieciami handlowymi nie należy do najłatwiejszych. Jednak, na przekór krążącym opiniom, warto zastanowić się nad tezą, że we współpracy takiej istnieje ogromny potencjał obniżenia kosztów poprzez wspólne działania optymalizacyjne. Ale jak tego dokonać?

> Transport kolejowy

Restrukturyzacja się opłaca 56
Przede wszystkim infrastruktura..... 58

> Prawo

Rok niepewności 60
Prawda i mity na temat listu przewozowego 62
Mam polisę, ale czy mam ubezpieczenie?..... 64
Za co odpowiada przewoźnik na gruncie Konwencji CMR?..... 68

> Auto w firmie

Cel obliczony na sukces..... 72

Prenumerata – strona 74

Czytaj również:



www.truck-van.pl

Miesięcznik TSL Biznes
ul. Skrzetuskiego 16 B
02-726 Warszawa
tel. 22 213 88 28
fax 22 205 07 57
redakcja@tsl-biznes.pl
www.tsl-biznes.pl
ISSN: 2081-5255

UWAGA !!! Nowy adres redakcji

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

Redakcja
Elżbieta Haber
tel. 501 36 77 56
e.haber@ tsl-biznes.pl

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

Dział reklamy i marketingu
reklama@tsl-biznes.pl
Krystyna Koch – tel. 515 444 589
k.koch@tsl-biznes.pl
Jarosław Dynek – tel. 694 725 118
j.dynek@tsl-biznes.pl
Marcin Marczuk – tel. 513 432 305
m.marczuk@tsl-biznes.pl

Współpraca
Tomasz Dobczyński, Aleksander Domaradzki, Dariusz Drabek, Marcin Jurczak, Arkadiusz Kawa, Michał Kij, Franciszek Nietz, Dorota Raben, Remigiusz Romaniuk, Marek Różycki, Jerzy Różyk, Radosław Sitek, Beata Trochymiak, Karol Wójtowicz, Damian Żabicki.

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

Nakład: 11 000 egzemplarzy
Druk: Drukarnia Edit, tel. 22 872 95 08

Wydawca
KMG Media Sp. z o.o., ul. Skrzetuskiego 16 B, 02-726 Warszawa
NIP: 522 294 09 47, REGON: 142231181, KRS: 0000348328
Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy KRS



Kompleksowy katalog firm branży transportowej i logistycznej

Katalogis.net

Scalamy świat logistyki i transportu

- Poszukujesz firm transportowych lub logistycznych?
- Poszukujesz produktów, usług i rozwiązań dla transportu i logistyki?

Skorzystaj z Katalogis.net - bezpłatnie, wygodnie i łatwo.

- Prowadzisz firmę transportową, oferujesz usługi logistyczne lub transportowe?
- Dostarczasz rozwiązania i usługi, z których korzysta branża transportowa lub logistyczna?

Zamieść BEZPŁATNY wpis podstawowy o swojej firmie w Katalogis.net

Możesz też skorzystać z wpisów rozszerzonych, w których dokładniej przedstawisz swoją działalność całej branży TSL. Katalogis.net to kompleksowy i rzetelny katalog branży transportowej, logistycznej i spedycyjnej.



Skorzystaj już dziś:

www.katalogis.net

Transport, Spedycja i Logistyka wiosną w Expo Silesia

Targi Transportu Spedycji i Logistyki SilesiaTSL EXPO po raz kolejny odbędą się w Expo Silesia wiosną przyszłego roku, w dniach 16-17 kwietnia. To jedyne wydarzenie w Polsce integrujące branże transportu szynowego, drogowego oraz logistyki i magazynowania.

SilesiaTSL EXPO

SilesiaTSL EXPO corocznie skupia wiodących przedstawicieli branży transportu szynowego i drogowego oraz logistyki i magazynowania. Ważnym elementem targów jest szeroki wachlarz imprez towarzyszących, takich jak specjalistyczne konferencje i seminaria, pokazy oraz warsztaty i konkursy. W tym roku, w trakcie tych spotkań, gros czasu poświęcone będzie przede wszystkim infrastrukturze kolejowej oraz logistyce, magazynowaniu i transportowi – branżom, które zajmą dwa oddzielne salony.



Zakres tematyczny SilesiaTSL EXPO jest bardzo szeroki, a do ważniejszych zagadnień należą: pasażerskie i towarowe kolejowe systemy transportowe, przewoźnicy kolejowi, logistyka i spedycja, tabor kolejowy – produkcja, eksploatacja, remonty. Prezentować będą się także firmy, których działalność związana jest z infrastrukturą kolejową, automatyką i urządzeniami sterowania ruchem, terminalami przeładunkowymi, bocznicami przemysłowymi. Czas zostanie również poświęcony telekomunikacji i informatyce w branży kolejowej oraz systemom informacji pasażerskiej.

Organizatorzy do udziału w targach zapraszają firmy związane z logistyką – obsługujące transport wewnątrzzakładowy, obieg towaru, firmy informatyczne, zajmujące się telematyką oraz producentów i dystrybutorów sprzętu i usług – zarówno związanych z transportem towarów i osób, jak i poświęconych gospodarce magazynowej. Jest też miejsce dla przedsiębiorstw oferujących usługi transportowe, magazynowe i spedycyjne.

Równolegle z Silesia TSL EXPO ponownie odbędą się Targi Branży Pocztowej i Kurierskiej SILPOSTEX. W ich ramach prezentowane będą oferty i osiągnięcia firm działających na polskim rynku, związanych z przemysłem pocztowym i kurierskim, co służyć będzie promocji branży i popularyzacji wiedzy i technologii z sektorów związanych z przesyłaniem towarów i informacji. Organizatorzy mają nadzieję, że SILPOSTEX stanie się stałym miejscem spotkań branży, służącym integracji środowisk z nią związanych.

Firmy zainteresowane udziałem targach proszone są do zapoznania się ofertą i zgłaszania swojego udziału. Wcześniejsze zgłoszenie daje możliwość skorzystania z promocji wystawienniczych i gwarantuje dobre miejsce ekspozycyjne. Szczegóły na stronach targów: www.tslexpo.pl oraz www.silpostex.pl.

SPOTKANIA TRANSPORTOWE

Jednym z wydarzeń podczas SilesiaTSL EXPO będą SPOTKANIA TRANSPORTOWE. W trakcie targów odbędzie się jedna z cyklicznie organizowanych przez redakcje TSL Biznes i Truck & Van konferencji dla przewoźników i menedżerów transportu drogowego.
Udział w spotkaniu jest bezpłatny – już dziś zapraszamy do wstępnej rejestracji na **www.tsl-biznes.pl/spotkania**.

Rada Niezależnych Ekspertów Transportu **TRANSORA**

Rada Niezależnych Ekspertów Transportu TRANSORA

Głównym zadaniem Rady Niezależnych Ekspertów Transportu TRANSORA jest przekazywanie przewoźnikom pełnej i kompleksowej wiedzy eksperckiej z zakresu specjalności poszczególnych jej członków. Eksperci Rady w ramach prowadzonych przez siebie działalności podejmują w imieniu przewoźników stosowne działania w kierunku ochrony ich interesów.

Rada skupia doświadczonych prawników i diagnostów ryzyka specjalizujących się w prawie transportowym, administracyjnym i cywilnym, w obsłudze roszczeń, szkód oraz ubezpieczeń transportowych, jak również w ocenie ryzyka transportowego.

Więcej informacji na stronie: **www.transora.pl**

Miasta inwestują w inteligentny transport

W Polsce trudno znaleźć miasto, które nie chciałoby usprawnić ruchu miejskiego i poprawić jakości komunikacji publicznej. Ten cel z powodzeniem jest realizowany dzięki tworzeniu zintegrowanych systemów transportu oraz nowoczesnych systemów sterowania ruchem. Polskie miasta stawiają na zrównoważony rozwój transportu i w swoich działaniach chętnie korzystają z pomocy Unii Europejskiej.



Na wrocławskie torowiska wyjechało 39 nowych tramwajów

Lepsza jakość komunikacji tramwajowej

W tym roku we Wrocławiu zakończono ostatnie prace modernizacyjne związane z realizowanym od 2008 roku projektem obejmującym stworzenie zintegrowanego systemu transportu szynowego. Już w 2013 roku, w ramach tego projektu, zostanie wdrożony system sterowania ruchem zapewniający uprzywilejowanie tramwajów na 5 liniach oraz system dynamicznej informacji przystankowej. Na inwestycję wartą ponad 752 mln zł miasto otrzymało 362 mln zł z Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko. Projekt zakładał m.in. budowę nowych odcinków oraz modernizację istniejących tras tramwajowych (w sumie aż 43 km!), zakup nowego taboru oraz budowę zintegrowanych węzłów przesiadkowych.

Działania te pozwoliły na uruchomienie dwóch tras linii Tramwaj Plus oraz nowej Trasy Średnicowej. Ponadto na miejskie torowiska wyjechało 39 nowych tramwajów. – Po liczbie sprzedanych biletów widzimy, że linie Tramwaj Plus w ciągu kilku miesięcy stały się jednymi z najbardziej popularnych. Gdyby nie środki unijne, to taki projekt, mimo oczywistej potrzeby, na pewno nie zostałby zrealizowany – uważa Patryk Wild, członek zarządu i dyrektor ds. inwestycji i rozwoju Miejskiego Przedsiębiorstwa Komunikacji we Wrocławiu.

Komfort i bezpieczeństwo na pierwszym miejscu

Również w Krakowie prowadzone są intensywne działania mające na celu rozwój systemu transportu publicznego funkcjonującego w mieście. W wyniku realizacji projektu „Zintegrowany transport publiczny w aglomeracji krakowskiej - etap II" powstał kolejny odcinek linii Krakowskiego Szybkiego Tramwaju. Przebudowana została ul. Długa wraz z torowiskiem oraz torowisko w części al. Słowackiego. Ponadto miasto kupiło 24 nowe tramwaje niskopodłogowe, których dostawa ma się zakończyć w pierwszej połowie 2013 roku. Koszt rozpoczętego w 2010 roku projektu wynosi ponad 429 mln zł, z czego ponad 217 mln zł to pieniądze z UE.

– Każda z tych inwestycji ma ogromne znaczenie dla miasta. Dzięki nowej linii tramwajowej zdecydowanie poprawił się dojazd z Płaszowa do centrum Krakowa. Po przebudowie ul. Długa stała się bardziej przyjazna i bezpieczna dla pieszych i pasażerów komunikacji miejskiej. Z kolei nowe wagony tramwajowe zapewniają bezpieczną i komfortową podróż – mówi Julian Pilszczek, prezes Miejskiego Przedsiębiorstwa Komunikacyjnego w Krakowie. Pliszczek dodaje, że MPK doskonale wykorzystuje unijne środki. - Wybudowaliśmy nową linię tramwajową, zmodernizowaliśmy torowiska, kupiliśmy prawie 50 nowoczesnych wagonów tramwajowych - mówi.

Dobry system informacji to podstawa

Poza zintegrowanym systemem transportu, Kraków realizuje projekt obejmujący rozwój systemu zarządzania transportem publicznym. Miasto otrzymało z Unii Europejskiej ponad 32,6 mln zł na inwestycję, która w sumie będzie kosztować około 47 mln zł. W mieście pojawiły się tablice z informacjami o sieci komunikacyjnej Krakowa, działa monitoring bus-pasów oraz zintegrowany system informacji dla kierowców. Środki przeznaczone na projekt pozwoliły również na rozszerzenie Systemu Obszarowego Sterowania Ruchem oraz Systemu Nadzoru Ruchu Tramwajowego.

– Rozbudowa systemu informacji pasażerskiej da podróżującym większą dostępność do najświeższych informacji komunikacyjnych. Co więcej, dzięki inteligentnym systemom transportowym możliwe będzie znaczne ograniczenie ruchu samochodowego w centrum Krakowa, a także uruchomienie priorytetu dla tramwajów na dwóch bardzo ważnych trasach tramwajowych. Sądzimy, że gdy projekt zostanie w pełni wdrożony, więcej krakowian przesiądzie się z samochodu do komunikacji miejskiej – tłumaczy Piotr Hamarnik, inspektor ds. Public Relations Zarządu Infrastruktury Komunalnej i Transportu w Krakowie.

Nowoczesny transport to większy komfort życia

Od lipca 2011 roku w Gliwicach trwają prace nad wprowadzeniem inteligentnego systemu zarządzania ruchem, który ma na celu poprawę płynności ruchu oraz rozładowanie korków. Aby zrealizować ten cel, potrzeba było nieco ponad 29 mln zł. – Pieniądze na 85 procent kosztów realizacji projektu pochodzą z kasy unijnej. Tego typu przedsięwzięcia zdecydowanie podnoszą jakość życia w mieście, w znacznym stopniu usprawniają jego funkcjonowanie – uważa Zygmunt Frankiewicz, prezydent Gliwic.

Gliwicka inwestycja, która ma zakończyć się w połowie 2013 roku składa się z wielu elementów. Jednym z nich jest wdrożenie systemu automatycznego zbierania danych o ruchu z punktów pomiarowych zainstalowanych na skrzyżowaniach. Ponadto uruchomione zostanie inteligentne i adaptacyjne sterowanie światłami, działa już internetowa aplikacja pokazująca dane o ruchu pojazdów. – System automatycznie będzie przystosowywał się do zmieniających się warunków na ulicach miasta. To poprawi bezpieczeństwo ruchu, skróci czas przejazdu i zmniejszy koszty funkcjonowania transportu samochodowego – przyznaje Zygmunt Frankiewicz.

ITS prawidłowym kierunkiem rozwoju

Z pomocą pieniędzy z UE inteligentne systemy transportu powstają w wielu miastach. W ciągu 2 lat Wrocław chce przygotować i wdrożyć koncepcję ITS, która usprawni komunikację w mieście. Aby poprawić jakość infrastruktury drogowej w Kaliszu, budowany jest zintegrowany system zarządzania ruchem. Za ponad 22 mln zł miasto montuje specjalne urządzenia zbierające informacje o ruchu, które wykorzysta do jego upłynnienia. Na Górnym Śląsku wdrażany jest system dynamicznej informacji pasażerskiej, dzięki któremu KZK GOP (Komunikacyjny Związek Komunalny Górnośląskiego Okręgu Przemysłowego) chce poprawić atrakcyjność transportu zbiorowego na obszarze swojej działalności. Trójmiasto wdraża system Tristar warty ponad 184 mln zł. Projekt polega na zbudowaniu systemu zarządzania i sterowania ruchem oraz uruchomieniu dwóch Centrów Zarządzania oraz Sterowania Ruchem.



Nowoczesne tablice informacyjne w Krakowie



Jarosław Pasek, dyrektor Departamentu Funduszy UE w Ministerstwie Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej

Inwestycje w nowoczesny transport publiczny są jednymi z najważniejszych zadań realizowanych na terenie polskich aglomeracji. Transport miejski to nie tylko nowy tabor tramwajowy czy kolejowy, ale również systemy, które umożliwiają jego efektywne wykorzystanie. Dzięki środkom unijnym możliwe są inwestycje w inteligentne systemy transportowe, które pozwalają ograniczać korki w mieście i skrócić czas codziennych przejazdów.



Nowe tramwaje i przebudowane torowisko ul. Długiej w Krakowie

INFRASTRUKTURA I ŚRODOWISKO
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

MINISTERSTWO TRANSPORTU, BUDOWNICTWA I GOSPODARKI MORSKIEJ

UNIA EUROPEJSKA
FUNDUSZ SPÓJNOŚCI
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Publikacja finansowana przez Unię Europejską ze środków Funduszu Spójności oraz przez budżet państwa w ramach pomocy technicznej Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko

Sieciowy początek nowego?
Logistyka sieci handlowych

Sieci handlowe stoją dziś u progu rewolucji. Gwałtowny rozwój oferty handlowej na rynku e-commerce w połączeniu z coraz wyższą świadomością konsumentów i zainteresowaniem zakupami online, sprawiają że w internecie można dziś kupić nawet artykuły spożywcze. Sieci handlowe zmuszone są nadążać za tymi zmianami, dopasowując do nowych zwyczajów konsumentów także swoje zaplecze logistyczne.

Rośnie liczba sieci handlowych, które proponują zakupy przez internet. Dotyczy to nie tylko multimediów czy sprzętu elektronicznego, ale coraz częściej także artykułów codziennego użytku. Wirtualne zakupy zrobić można dziś m.in. w sieciach Tesco, Alma czy Piotr i Paweł. To wszystko sprawia, że coraz częściej logistykę obsługi sieci handlowych rozpatrywać należy w kontekście zaopatrywania nie tylko placówek handlowych, ale i bezpośrednio konkretnych klientów. To ciekawa walka – nowego rynku e-commerce ze skutecznymi od dziesięcioleci modelami biznesowymi, w oparciu o które sieci handlowe rozwinęły się i funkcjonują.

W ostatnich latach na polskim rynku pojawiły się m.in. sieci sklepów typu convenience – niedużych placówek handlowych, zwykle o wystandaryzowanym w ramach sieci asortymencie, mających być miejscami zakupów artykułów pierwszej potrzeby.

W ostatnich latach na polskim rynku wiele się zmieniło. Pojawiły się m.in. sieci sklepów typu convenience – niedużych placówek handlowych, zwykle o wystandaryzowanym w ramach sieci asortymencie, gdzie można kupić artykuły pierwszej potrzeby. Takie sklepy z założenia dysponują niedużą powierzchnią sprzedaży i nie posiadają prawie żadnego zaplecza magazynowego. Produkty (zwykle w formie palet mix) dostarczane są tu w oparciu o zamówienia składane przez prowadzącego sklep. Wśród placówek handlowych typu convenience, silną pozycję wypracowała sobie sieć Żabka, mająca ok. 2,5 tysiąca sklepów. O ciągłym rozwoju sieci (obok Żabek są to także nieco większe sklepy pod nazwą Freshmarket) świadczyć mogą nowe obiekty logistyczne – w ostatnich miesiącach firma zdecydowała się na wynajęcie magazynów w Panattoni Park Wrocław II (2,1 tys. m²) oraz Panattoni Park Łódź East (2,5 tys. m²).

Konkurencja na rynku sieciowych sklepów z artykułami pierwszej potrzeby zaostrza się. W 2012 r. na mapie sklepów tego typu pojawiła się nowa marka – w kolejnych polskich miastach otwierane są placówki handlowe pod nazwą Małpka Express.

Sprawne centrum to podstawa

Zasada działania sieci handlowej zwykle jest podobna, a najważniejsze na logistycznej mapie są centra dystrybucyjne, pełniące z jednej strony funkcję magazynu i bufora pozwalającego reagować na zwiększony popyt, z drugiej – obszaru kompletacji zamówień konkretnych placówek handlowych. Czym różnią się sposoby organizacji poszczególnych sieci handlowych? W zależności od poziomu rozbudowania sieci sprzedaży – wielkością regionów, obsługiwanym wolumenem, wielkością dostępnego taboru. Informacje od punktów w sieci zbierane są zwykle drogą elektroniczną, różne są jednak modele ich przetwarzania – zamówienia mogą być zbierane przez regionalne centrum dystrybucji lub w sposób bardziej scentralizowany.

Podział magazynów na strefy wynika przede wszystkim z zastosowanego modelu zaopatrzenia. Są sieci, które na poziomie centrów dystrybucji ograniczają się do produktów o dłuższej przydatności, a owoce czy warzywa dostarczają z ich pominięciem. Wyzwaniem jest obsługa ładunków o najkrótszym terminie przydatności – pieczywa czy prasy. Przydatna bywa tu sieć kolportażu czy sieć dostaw zbudowana bezpośrednio przez piekarnię. Osobnym problemem są dostawy tych towarów, które wymagają szczególnych warunków przechowywania – temperatur kontrolowanych: zarówno minimalnie dodatnich jak i ujemnych. Zadania logistyczne komplikują się wraz ze wzrostem ilości asortymentów lub dostawców. Tak jest chociażby w przypadku marketów dysponujących szerszą liczbą produktów importowanych z różnych stron świata – serów, przetworów, przypraw czy napojów. Na handlowej mapie Polski znaleźć można sporo placówek, w których funkcje magazynu i hali sprzedaży wzajemnie się przenikają. Tak jest chociażby z sklepach typu cash&carry (np. Makro Cash&Carry) czy w marketach budowlanych, w których handel odbywa się „na poziomie"



najniższego poziomu regałów, a na kolejnych poziomach gromadzony jest zapas „magazynowy". Wśród sieci handlowych znaleźć można specyficzne modele biznesowe, wymagające nieco innego podejścia do logistyki i choćby z tego względu ciekawe.

Sieci handlowe coraz częściej poszukują oszczędności na wszystkich tych etapach logistyki, które nie generują wartości dodanej. Dotyczy to chociażby opakowań zwrotnych. W wypadku tradycyjnych, szarych kartonów istniała konieczność ich rozpakowania. Standardem są dziś opakowania typu POS, które jako materiał reklamowy wspierają sprzedaż produktu. Tego typu opakowanie to zwykle karton, ale z naniesionymi nadrukami: hasłami reklamowymi czy kolorową grafiką i perforacją, pozwalającą na szybkie „otwarcie" i umieszczenie całego opakowania zbiorczego na półce czy regale. To znacznie przyspiesza czas jaki upływa od wyjęcia towaru z magazynu do udostępnienia klientowi na półce.

Sieci handlowe sięgają po rozwiązania niestandardowe, wprowadzając na przykład charakterystyczne tylko dla jednej sieci handlowej, inne od reszty opakowania jednostkowe (przykładem może być tu puszka piwa 0,568 l zamiast tradycyjnej 0,5 l).

IKEA – na płasko

Chcąc trafiać do świadomości klientów, sieci decydują się na takie działania, które pozwolą im nie tylko pozyskać klienta, ale go utrzymać. Nietypowy model biznesowy może stać się źródłem przewagi konkurencyjnej. Warto tu wspomnieć chociażby przykład sieci IKEA, której produkty (zwłaszcza meble) sprzedawane są w zestawach do samodzielnego montażu. To zupełnie zmienia sposób podejścia do dystrybucji – sklep sieci składa się z części „wystawowej", na której klient może obejrzeć meble w wersji gotowej w zaaranżowanych wnętrzach oraz części „magazynowej" – gdzie, w oparciu o wcześniej pozyskaną informację na temat lokalizacji konkretnego asortymentu, klient samodzielnie odszukuje interesujący go produkt. Wybrane asortymenty (np. meble kuchenne, systemy regałowe) cechuje modułowość – w magazynie osobnymi asortymentami są poszczególne modele szafek kuchennych, fronty do szafek, blaty czy uchwyty, dzięki czemu możliwe jest niemal dowolne zestawianie rodzajów szafek z wersjami kolorystycznymi i dodatkami. To zwiększa liczbę asortymentów w magazynie, powoduje jednak, że możliwość komponowania elementów w zestawy kuchenne jest niemal nieograniczona.

Co stało się źródłem sukcesu sieci IKEA? Przede wszystkim proste założenia biznesowe – ma być funkcjonalnie i w niskiej cenie, by na produkty sprzedawane w sklepach mogła pozwolić sobie większa grupa klientów. Aby jednak zaproponować klientowi atrakcyjną cenę końcowego wyrobu, konieczne jest poszukiwanie oszczędności na wszystkich etapach powstawania tego produktu. „Cięcie kosztów"



Umiejętne planowanie

Grzegorz Pytko, dyrektor łańcucha dostaw i rozwoju centrów dystrybucyjnych, Jeronimo Martins Polska S.A.

Jednym z największych wyzwań związanych z obsługą logistyczną dynamicznie rozwijającej się sieci handlowej Biedronka jest umiejętność działania z wyprzedzeniem i planowania na przyszłość. Ogólny plan dystrybucji towarów powstaje każdego miesiąca, plany szczegółowe – każdego tygodnia. Proces ten jest związany ze zwiększającą się liczbą obsługiwanych punktów handlowych. Plan dystrybucji towarów musi uwzględniać indywidualne zapotrzebowanie każdego sklepu.

Wielkim wyzwaniem jest samo ustanowienie podziału regionalnego i logistycznego. Powinien on brać pod uwagę odległości placówek od centrum dystrybucyjnego, czyli optymalizować transport dostaw, a także możliwości operacyjne każdego z centrów dystrybucyjnych oraz specyfikę sprzedażową danego obszaru. Podział regionalny i logistyczny jest tworzony za każdym razem od nowa w momencie powstania nowego centrum dystrybucyjnego sieci. Biorąc pod uwagę ogromną skalę naszej działalności w Polsce, kluczowe staje się także zagadnienie komunikacji oraz bliskiej kooperacji z dostawcami. Dobra współpraca zapewnia wysoką jakość produktów, terminowość i kompletność dostaw, co przekłada się na dostępność atrakcyjnego towaru na półkach sklepowych dla naszych klientów.



oznacza m.in. przerzucenie części zadań zarezerwowanych dotychczas dla producenta czy sklepu bezpośrednio na klientów. Jak to działa? To sam klient lokalizuje konkretny asortyment w magazynie i pobiera go bezpośrednio z regału. To klient pakuje do samochodu zakupione meble, a później montuje je bezpośrednio u siebie w domu. Oczywiście sieć handlowa nie pozostawia bez pomocy wszystkich tych, którzy chcieliby skorzystać z pomocy w zakresie montażu – mogą to zrobić za dodatkową opłatą. Ciekawostka polega na tym, że większość mebli przeznaczona jest do samodzielnego montażu – są to stoły, krzesła czy sofy. Poszczególne elementy tych zestawów umieszczane są w kartonach. Aby zminimalizować koszty dostaw i jednocześnie umożliwić odbiór klientom ze sklepu własnym transportem, zwykle są to płaskie paczki, które pozwalają na zapakowanie mebli do samochodu. Oczywiście, są tu wyjątki wynikające ze specyfiki produktów (np. elementy regałów sprawiają że paczka ma ok. 2 m długości). Dzięki temu, że paczki mają regularny kształt i zwykle są płaskie, znacznie ułatwione jest ich transportowanie i przechowywanie – co pozwala na optymalizację logistyki w ramach całej sieci handlowej. Tak zapakowane towary można bez problemów składować piętrowo, co przekłada się na maksymalne wykorzystanie przestrzeni dostępnej w środkach transportu czy magazynie.



Centrum w Sieradzu ma obsługiwać 170 sklepów Biedronka, w średniej odległości 90 km. Do realizacji dostaw w tym regionie przeznaczono kilkadziesiąt samochodów ciężarowych.

Za obsługę logistyczną sieci odpowiada IKEA Distribution Services S.A. Spółka odpowiedzialna jest za zarządzanie magazynem i logistyką, organizowanie sieci transportowej ale także za kontrolę jakości czy administrację celną. W obsłudze logistycznej kluczową rolę odgrywa Regionalne Centrum Dystrybucji w Jarostach (okolice Piotrkowa Trybunalskiego) o całkowitej powierzchni 145 tys. m² (rzeczywista pojemność składowania to 260 tys. m³, z czego 90 tys. m³ to w pełni zautomatyzowany magazyn SILO). Centrum odpowiada za dostawy do łącznie 17 sklepów sieci IKEA w regionie Europy Środkowej i Wschodniej. Wśród zadań obsługiwanych przez IKEA Distribution Services są zarówno transporty przechodzące przez centrum dystrybucji, jak i z jego pominięciem, dostarczane bezpośrednio od producenta do sklepu.

Biedronka w magazynie

Handlową (i logistyczną) ekspansję prowadzi m.in. Biedronka. W październiku tego roku otwarto dwutysięczny sklep sieci, a placówki z charakterystycznym logo obecne są dziś w ponad 800 lokalizacjach. Szybki wzrost liczby placówek wymusił rozwój infrastruktury logistycznej. W efekcie powstają kolejne obiekty o charakterze centrów dystrybucyjnych, realizujące dostawy do sklepów w wybranych regionach. Wśród ostatnich takich inwestycji jest centrum dystrybucyjne w Sieradzu, uroczyście otwarte 8 października 2012 r. To już jedenasty obiekt dystrybucyjny realizujący zadania logistyczne na potrzeby sieci handlowej. Nowe centrum dystrybucyjne zajmuje powierzchnię 14,5 ha. Na jego terenie zlokalizowano halę magazynu o powierzchni 30 tys. m², mieszczącą łącznie 12 tys. palet. Takie regionalne centra dystrybucji stają się nie tylko kluczowym obiektem w realizacji dostaw, ale i ważnym pracodawcą – sieradzkie centrum dało pracę 320 osobom. Centrum w Sieradzu ma obsługiwać 170 sklepów, w średniej odległości 90 km. Do realizacji dostaw w tym regionie przeznaczono kilkadziesiąt samochodów ciężarowych. Rozwój sieci handlowej wymusza ciągłe inwestycje w logistykę – zaledwie kilka miesięcy wcześniej (w lipcu 2012 r.) do użytku oddano dziesiąte centrum dystrybucyjne, w Rudzie Śląskiej. Obsługuje ono 200 sklepów regionie.

– *Wysokiej jakości produkty wymagają perfekcyjnie zorganizowanej dystrybucji i transportu. Dbając o satysfakcję naszych klientów z komfortowych zakupów, rozwijamy naszą infrastrukturę. Dynamiczny wzrost naszej sieci – w 2015 roku w Polsce ma funkcjonować 3000 sklepów Biedronka – stawia przed nami duże wyzwania logistyczne. Nowe centrum dystrybucyjne w Rudzie Śląskiej to kolejna inwestycja podnosząca jakość Biedronki* – mówił podczas otwarcia centrum Eduardo Brito, dyrektor operacyjny Jeronimo Martins Polska. Centrum w Rudzie Śląskiej ma powierzchnię 27 tys. m², zatrudnia 250 pracowników i obsługuje sklepy rozlokowane w promieniu 80 km. To już drugi obiekt w tej miejscowości – od 1997 r. działa tu centrum obsługujące ok. 180 sklepów z sąsiednich regionów. Po otwarciu nowego, oba obiekty funkcjonują równolegle.

Przykład sklepów Biedronka pokazuje, że same centra dystrybucyjne to nie wszystko. Przy bazie ponad 500 dostawców ważne jest odpowiednie zarządzanie informacjami. Sieć jedenastu centrów dystrybucji obejmuje wszystkie regiony kraju. Kierownicy sklepów składają zamówienia na wybrane produkty drogą elektroniczną. Informacje te zbiera Centrum Przetwarzania Danych w Kostrzynie, które przekazuje je następnie do poszczególnych centrów dystrybucji. Zastosowanie takiego sposobu przesyłania informacji pozwala skrócić czas, jaki upływa od momentu zgłoszenia zapotrzebowania przez sklep do chwili, w której towar dostępny jest dla klienta na sklepowej półce. Jedenaście centrów to nie koniec logistycznych inwestycji firmy. Jeronimo Martins Dystrybucja S.A. z siedzibą w Kostrzynie wygrało przetarg na zakup działki o powierzchni 86,9 tys. m², zlokalizowanej na terenie gdańskiego Parku Przemysłowo-Technologicznego „Maszynowa". W październiku 2012 r. Budimex S.A. poinformował o podpisaniu umowy z Jeronimo Martins Polska S.A. (od czerwca 2012 r. spółka ma taką właśnie nazwę) na budowę Centrum Dystrybucyjnego w Gdańsku. Projekt o wartości prawie 60 mln zł netto ma zostać zakończony w lipcu 2013 r.

Potencjał outsourcingu

Obsługa sieci handlowych to ciekawe zadanie także dla operatorów logistycznych. Co może zaproponować operator logistyczny sieci handlowej? Przede wszystkim zasoby w postaci środków transportu, powierzchni magazynowej i zasoby ludzkie – czyli główne elementy niezbędne do realizacji magazynowania czy dystrybucji. Sieci handlowe mają swoje wymagania, chociażby w zakresie okien dostaw czy sposobów realizacji zadań z zakresu kompletacji. Wśród operatorów realizujących obsługę logistyczną sieci handlowych jest m.in. grupa Fiege – świadcząca w wielu krajach Europy usługi na rzecz sieci marketów z elektroniką Media Markt.

Media Markt to marka należąca do grupy METRO (podobnie jak Makro Cash&Carry, Saturn). W 15 krajach sieć ma

ok. 670 sklepów i łącznie ok. 100 tys. różnych asortymentów w ofercie. Placówki sieci lokalizowane są w miastach, ale nie bezpośrednio w ścisłym centrum – dzięki czemu klienci mają uniknąć np. problemów z parkowaniem. Z założenia sieć ma oferować markowe produkty w atrakcyjnych dla klienta cenach, także poprzez krótkoterminowe oferty specjalne. W efekcie prowadzi to do oferowania szerokiej liczby produktów, co sprawia iż tego typu klient staje się wymagającym odbiorcą usług logistycznych. Z drugiej strony należy pamiętać o specyfice tej branży – produkty starzeją się relatywnie szybko, niewskazane jest zatem utrzymywanie wysokich stanów magazynowych.

Markety ze sprzętem elektronicznym to dziś nie tylko telewizory i sprzęt grający. W placówkach tego typu sieci handlowych znaleźć można coraz więcej grup towarów – elektronikę, produkty i usługi telekomunikacyjne, sprzęt komputerowy i oprogramowanie, sprzęt gospodarstwa domowego czy sprzęt fotograficzny. Sieci handlowe (tak jest np. właśnie w Media Markt) dają także możliwość „testowania" produktów – konkretne grupy asortymentów (np. telefony komórkowe czy odtwarzacze MP3) są w tym celu wyeksponowane na półkach, by każdy chętny mógł przed zakupem dokładnie im się przyjrzeć.

W styczniu 2012 r. uroczyście otwarto nowy niemiecki e-sklep, pod szyldem Media Markt. Wraz z nim rozszerzono współpracę sieci z operatorem logistycznym Fiege. To właśnie operator przejął szerokie spektrum zadań logistycznych związanych z nową płaszczyzną handlową sieci. Współpraca z siecią realizowana była już wcześniej, w zakresie aktywności internetowej dotyczyła m.in. Holandii i Austrii (od 2010 r., a dla marki Saturn od października 2011 r.). Sukces współpracy w zakresie e-commerce pozwolił na rozszerzenie jej zasięgu o ważny dla Media Markt rynek niemiecki. Za jakie zadania w takim e-łańcuchu odpowiada operator logistyczny? Na przykładzie działań dla Media Markt w Holandii i Austrii można powiedzieć, że obejmuje całościowe zarządzanie usługami w ramach łańcucha dostaw: od przyjmowania i składowania towarów, przez przygotowywanie wysyłek i kompletację produktów, aż po realizację wysyłek czy dodatkowe usługi (dla ok. 16 tys. artykułów). Wśród dodatkowych usług znaleźć się mogą dedykowane opakowania, śledzenie numerów seryjnych czy ozdobne pakowanie towarów dla konkretnych klientów na ich żądanie. Na potrzeby usług dostarczanych na rynek niemiecki pracuje m.in. centrum logistyczne Fiege w Erfurcie – docelowo ma ono łączyć wszelkie usługi logistyczne (od dostaw, przez składowanie, po wysyłki do odbiorców) realizowane dla Media Markt w ramach aktywności e-commerce. Dotyczy to także logistyki zwrotów, usług typu value-added (np. tworzenie zestawów promocyjnych), czy obsługę reklamacji. Za wyborem Erfurtu przemawia korzystna lokalizacja, pozwalająca zapewnić atrakcyjne czasy dostaw na terenie całych Niemiec. Każdy produkt zamówiony do godz. 18.00 opuszcza magazyn jeszcze tego samego dnia, by trafić bezpośrednio do klienta lub wybranej placówki sieci Media Markt.

Dowiozą i ustawią na półce

Operatorzy logistyczni zachęcają sieci handlowe do korzystania ze swoich usług także poprzez rozszerzanie oferty. Jako przykład posłużyć mogą usługi DIY (do it yourself) oferowane przez firmę Dachser. To ciekawe rozwiązanie, zakładające że zadaniem operatora jest nie tylko dowiezienie towaru do magazynu sklepu, ale i wystawienie go bezpośrednio na półce. Operator bierze na siebie zadania dodatkowe – układanie towaru, kontrolę jakości, etykietowanie i nawet organizację promocji. Pozwala to przyspieszyć operacje wewnątrz sieci



Co może zaproponować operator logistyczny sieci handlowej? Przede wszystkim zasoby w postaci środków transportu, powierzchni magazynowej i zasoby ludzkie – czyli główne elementy niezbędne do realizacji magazynowania czy dystrybucji.

(pomiędzy magazynem a półką). Dachser obsługuje w ten sposób 18 tys. marketów (usługa kierowana jest do marketów typu „do it yourself" – czyli budowlanych lub „dom i ogród" – w kilkunastu krajach Europy.

Marcin Jurczak

COLIAN Logistic

Partnerstwo i Zaufanie

Kompleksowe rozwiązania w zakresie logistyki, transportu, spedycji drogowej, magazynowania, konfekcjonowania



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

Tel. + 48 (61) 646 00 91
Fax. + 48 (61) 622 92 47

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

Planowanie logistyki dla sieci handlowych

Procesy logistyczne dla sieci handlowych nieustannie ewoluują w kierunku pełnego dopasowania do rytmu sprzedażowego. Do niedawna klient indywidualny udawał się do sklepu w celu dokonania zakupu, dziś to sklep może dostarczyć do domu lub firmy często mocno rozdrobnione, wyspecjalizowane zamówienie.

Poza odbiorem towaru od producenta, przepakowaniem (operacje cross-dockingowe) i zatowarowaniem sklepu, trzeba go jeszcze dostarczyć do klienta indywidualnego, głównie w określonym oknie czasowym, po uprzedniej awizacji. Czynników, które należy wziąć pod uwagę przy planowaniu logistyki dla tego obszaru jest dużo więcej.



Praktycy logistyki twierdzą, że jeśli dostawcy usług logistycznych uda się przez dłuższy czas współpracować na dobrym poziomie z siecią handlową, to taka firma powinna sobie poradzić w każdym innym sektorze

Odpowiednie zarządzanie zasobami

Istotne jest odpowiednie planowanie zasobów w magazynach, terminalach oraz przy realizacji dostaw. Sieci handlowe, w zależności od poziomu sprzedaży, wyróżniają sezon niski i wysoki. Obecnie w okresie przedświątecznym mamy do czynienia raczej z sezonem wysokim, co skutkuje koniecznością delegowania dodatkowych rąk do pracy w magazynach, terminalach cross-dockingowych oraz większej liczby samochodów i kierowców. Przychodzi jednak sezon niski, gdy do realizacji zadań wykorzystać można zaledwie połowę dostępnych zasobów. Właściwe zarządzanie zasobami w tym wypadku jest kluczowe w kontekście utrzymania biznesu przez cały rok kalendarzowy.

Specyfika omawianego segmentu wymaga od dostawcy pełnej elastyczności pracy w warunkach niepewnej i często zmieniającej się informacji. Duży wpływ na taką sytuację ma silna pozycja sieci handlowych i prężnie działające działy marketingu, które szybko reagują na zmiany i poczynania konkurentów. Powstaje „efekt domina", w efekcie czego usługodawca logistyczny szybko musi dostosować się do nowej sytuacji. Tylko w taki sposób może świadczyć usługi na oczekiwanym poziomie. A ten mierzony jest zwykle na podstawie określonych wskaźników pomiaru prawidłowości przebiegu procesu. Ocenia się przede wszystkim zgodność z zamówieniem, jakość, punktualność dostawy (wymagane są dostawy w ściśle określonych oknach czasowych, także w nocy). Wskaźniki są mierzone na bieżąco, aktualizowane w jednostajnych odstępach czasowych (tydzień, miesiąc, kwartał) i analizowane. Uzgodnione wskaźniki powinny mieć odzwierciedlenie w systemach informatycznych zarówno dostawcy, jak i sieci handlowej. Systemy często są połączone interfejsem do wymiany danych.

Dopasowanie do reguł

Duże sieci handlowe starają się obecnie wejść również w obszar małych, lokalnych sklepów. Obiekty te zwykle nie posiadają dużych parkingów, placów manewrowych oraz rozbudowanej infrastruktury do załadunków i rozładunków. A zamiast ciągnika siodłowego z naczepą do przewiezienia towaru wybiera się samochody dostawcze. Dodatkowo, mniejszy sklep to mniejsze, częstsze i rozdrobnione dostawy, co znacznie skraca cykl uzupełnienia zapasu. Właściwie ustalony cykl może redukować dla wybranych grup asortymentowych konieczność dostaw produktów do sklepu jak najwcześniej rano lub w nocy. Regularność jest tutaj kluczem do sukcesu. Dotyczy to zarówno sklepów małych, jak i wielkopowierzchniowych.

Należy wspomnieć, iż omawiane usługi nie ograniczają się do dostaw towarów sprzedawanych klientom. Może to być również: wyposażenie sklepu, materiały wspomagające sprzedaż (w tym wysyłka zestawów promocyjnych do potencjalnych klientów, gazety reklamowe, billboardy wyklejane na rzecz sieci handlowych przez firmy zewnętrzne), środki czystości i wiele innych elementów. Obsługa każdego z wymienionych asortymentów to osobny proces. Każdy z nich musi charakteryzować się ścisłym dopasowaniem do reguł obowiązujących w sieci handlowej. Jeśli na przykład: paczka z bonami towarowymi, które będą używane w celach marketingowo-sprzedażowych w sklepie, adresowana jest do jego dyrektora i doręczana przez wyspecjalizowaną firmę, to kierowca, czy też kurier musi wiedzieć, że nie powinien czekać w kolejce przy rampie rozładunkowej wraz z dużymi dostawcami, tylko powinien zgłosić się na recepcję pracowniczą lub do sekretariatu. Na liście przewozowym musi podpisać się dyrektor sklepu, więc dostawa musi być zrealizowana w godzinach pracy biura, choć sam sklep może pracować do późnych godzin nocnych. Zwłoka w postaci opóźnienia dostawy przykładowych bonów może opóźnić akcję marketingową w sklepie i narazić klienta na stratę korzyści, które mógłby uzyskać, gdyby rozpoczęła się ona zgodnie z harmonogramem. Z pewnością kary umowne za opóźnienie dostawy są wpisane do umowy.

Usługi dodatkowe

Na początku wspomniano o dedykowanych dostawach do klientów, którzy wybrali formę dostawy do domu lub biura. Przy realizacji tego typu usługi należy przewidzieć również możliwość zwrotu towaru przez klienta z różnych przyczyn, np. niezgodności dostawy ze złożonym zamówieniem lub dlatego, że dopuszcza to regulamin sklepu.

Przewidywana możliwość zwrotu towaru wiąże się z usługą dodatkową operatora logistycznego, która polega na identyfikacji, segregacji oraz rejestracji parametrów zwróconego produktu, w tym daty przydatności do spożycia, jeśli taka obowiązuje. Istotne są również transfery pomiędzy sklepami w jednej sieci, jeśli w jednym z punktów zabrakło towaru. Logistyka w takiej sytuacji stoi na straży utrzymywania klientów w sieci handlowej.

Istnieje na rynku wiele innych usług dodatkowych wzbogacających ofertę dostawców logistyki do sieci handlowych. Poza wspomnianą obsługą zwrotów są to m.in. usługi copackigu zestawów promocyjnych do realizacji akcji marketingowych, pomoc kierowcy przy rozładunku towaru, obsługa kart gwarancyjnych, zarządzanie opakowaniami zwrotnymi, prasowanie i etykietowanie, gdy przedmiotem obsługi jest odzież. Mogą to być również usługi merchandisingowe, gdy dostawa do sklepu nie kończy się wraz z rozładunkiem towaru i recepcją w dziale przyjęć, ale na półce sklepowej, na którą produkt zanosi wyspecjalizowany merchandiser i układa zgodnie z określonymi wytycznymi. Taka osoba może badać również zużycie danego produktu, a wyniki analiz przedstawiać w formie raportu. Gama usług dodatkowych jest naprawdę szeroka.

Duże sieci handlowe starają się wejść również w obszar małych, lokalnych sklepów. Obiekty te zwykle nie posiadają dużych parkingów, placów manewrowych oraz rozbudowanej infrastruktury do załadunków i rozładunków.

Logistyka w obszarze sieci handlowych stanowi obecnie bardzo ambitne wyzwanie dla dostawców. Dodatkowo ciągle ewoluuje. Praktycy logistyki twierdzą, że jeśli dostawcy usług logistycznych uda się przez dłuższy czas współpracować na dobrym poziomie z siecią handlową, to taka firma powinna sobie poradzić w każdym innym sektorze. To pokazuje jak trudna jest obsługa sieci handlowych, jak sprawnie należy zarządzać zmianą i niwelować braki lub niedokładności w przepływie informacji, żeby finalny klient mógł na półce czy wieszaku odnaleźć wybrany produkt. Zakupiony towar ewentualnie może być dostarczony do domu, a być może nawet bezpośrednio do szafy, lodówki czy piwnicy, jeśli będzie takie życzenie i określone wytyczne do jego realizacji. Tak więc logistyka wnika coraz głębiej w procesy sprzedażowe. W pewnym sensie staje się również gwarancją ich sukcesu.

Tomasz Dobczyński, Audytel SA

Rozwiń swoją firmę w sieci Pall-Ex Polska

PALLEX POLSKA

Pall-Ex Polska to partner międzynarodowej grupy Pall-Ex świadczącej usługi ekspresowej dystrybucji ładunków paletowych. Obecnie budujemy sieć w Polsce w oparciu o współpracę z niezależnymi firmami transportowymi.



Korzyści z uczestnictwa w sieci Pall-Ex Polska

- Nowi klienci, nowe zlecenia
- Niższe koszty operacyjne
- Redukcja pustych przebiegów
- Rozszerzenie działalności na rynek ogólnopolski i europejski
- System zarządzania flotą

Jesteś przewoźnikiem? Dołącz do nas!

www.pallex.pl

Pall-Ex Polska » ul. Balicka 56 » 30-149 Kraków
E-mail: info@pallex.pl » tel: +48 (12) 357 78 45

Wzajemne zrozumienie przyniesie korzyści

W powszechnej opinii współpraca logistyczna dostawców z sieciami handlowymi nie należy do najłatwiejszych. Duże sieci postrzegane są jako partnerzy z bardzo specyficznymi wymaganiami, które generują problemy i koszty po stronie dostawców. Jednak, na przekór krążącym opiniom, warto zastanowić się nad tezą, że we współpracy logistycznej dostawcy z siecią handlową istnieje ogromny potencjał obniżenia kosztów poprzez wspólne działania optymalizacyjne. Ale jak tego dokonać?

Po latach, kiedy jak grzyby po deszczu powstawały sklepy wielopowierzchniowe, otwieranych ich jest proporcjonalnie znacznie mniej niż supermarketów i małych sklepów. Za tym trendem przemawia efekt ekonomiczny oraz uświadomienie sobie przez społeczeństwo faktu, że strategia cenowa sieci handlowych jest bardzo podobna w wypadku hipermarketów i małych sklepów.

ne małe sklepy, oferujące ceny na poziomie tych znanych z hipermarketów, stały się atrakcyjnym miejscem na codzienne zakupy. Trend świadczący o odchodzeniu od formatu hipermarketowego i skupianiu się na sklepach o mniejszej powierzchni jest zatem silnie zauważalny. Ta ewolucja w nowoczesnym handlu znacząco wpływa również na łańcuchy dostaw.

Silnie zauważalny jest trend świadczący o odchodzeniu od formatu hipermarketowego i skupianiu się na sklepach o mniejszej powierzchni.



Tomasz Sączek
Graphene Partners

Centralizacja zakupów w wieloformatowych sieciach handlowych umożliwia stosowanie tej samej polityki cenowej zarówno w dużych, jak i małych sklepach sieciowych. Ponadto polscy konsumenci zaczynają doceniać oszczędność czasu oraz wygodę. Dobrze zlokalizowa-

Dodatkowo należy zwrócić uwagę na rozwój franszyzy w ramach nowoczesnych sieci handlowych. Jest to na tyle wygodne i ciekawe rozwiązanie, że wiele sieci już je wprowadziło lub rozważa jego wprowadzenie. Oczywiście, należałoby zastanowić się nad wadami i zaletami koncepcji franczyzy, ale jedno jest pewne – sieci handlowe będą go rozwijały, co niewątpliwie wpłynie na procesy logistyczne po stronie dostawców. To dlatego, że sytuacja rynkowa zmusza sieci do dywersyfikacji swojej działalności poprzez wchodzenie w nowe formaty sklepów.

Rys 1. Najnowsze trendy w strategii wielkich sieci w Polsce - wpływ na łańcuch dostaw



STORE

- Mniejszy nacisk na supermarkety
- Rozwój konceptów franczyzowych
- Strategia wieloformatowa (hipermarkety + supermarkety + convenience) coraz popularniejsza

- Większa komplikacja systemu po stronie sieci ma wpływ na rozwiązania po stronie dostawców, np. wyodrębnienie zamówień per format, zwiększenie częstotliwości



STOCK

- Unikanie zapasów w magazynach sklepowych
- Dostawy na półkę
- Zapas bezpieczeństwa na regale ponad półkami

- Jeszcze bardziej rozdrobnione zamówienia
- Przerzucanie kosztu utrzymania zapasów na dostawcę (np. centra konsolidacyjne)

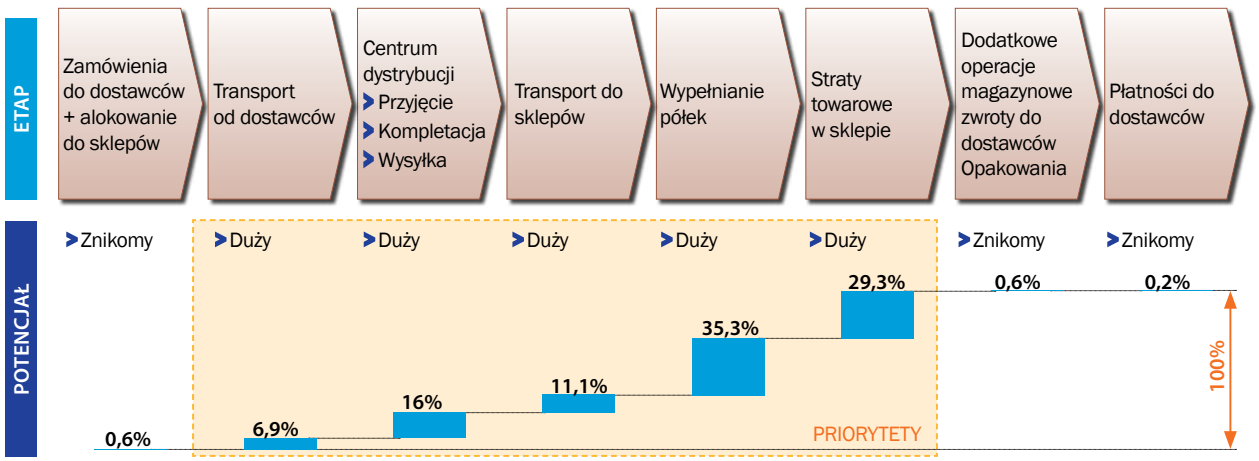


SHELF

- Koncentracja na wysokim koszcie uzupełniania półek
- Coraz więcej standów „ready to sell”
- Outsourcing uzupełniania półek

- Presja na przerzucanie kosztów uzupełniania półek na dostawców
- Przygotowanie dostaw na mniejszych nośnikach, np. półpaletach

Rys 2. Proces logistyczny i ustalanie priorytetów



Udział w koszcie łańcucha dostaw typowej sieci wielkopowierzchniowej

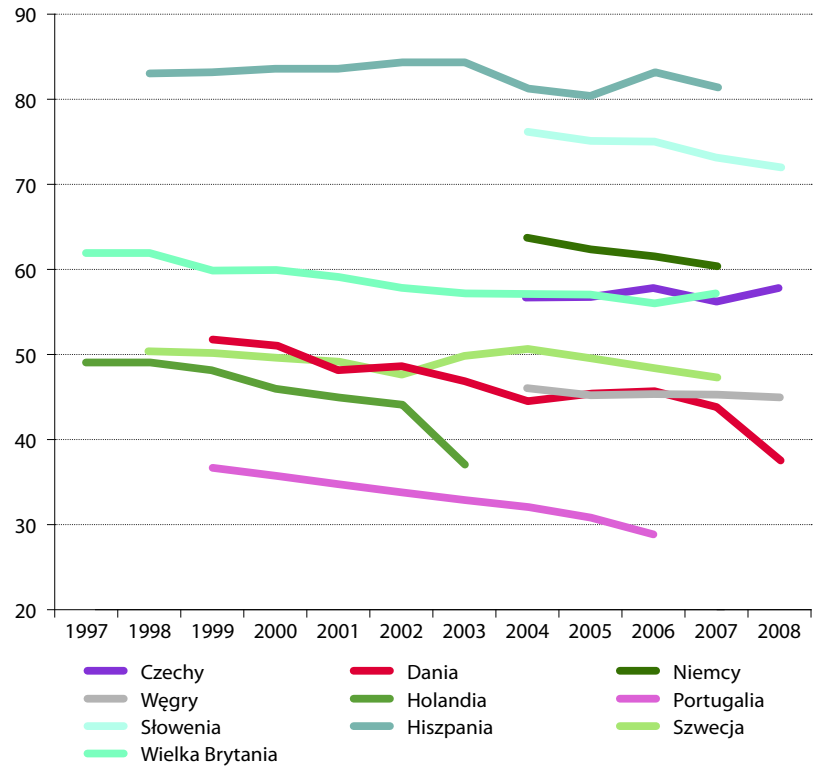
Nowe strategie, nowe rozwiązania

Biorąc pod uwagę obecne trendy w strategii wielkich sieci handlowych, chciałbym przedstawić autorską teorię 3S (Store, Stock, Shelf – rysunek 1). Teoria ta wynika z dążenia sieci do wieloformatowości, unikania zapasów w sklepach, przerzucania kosztu uzupełniania półek sklepowych na dostawców oraz coraz szerszego wykorzystywania rozwiązań typu „ready to sell". Zmiany w strategiach będą miały wpływ na zmiany w procesach logistycznych sieci handlowych, jak i ich dostawców. Przede wszystkim należy spodziewać się rozdrobnienia zamówień i zmian w częstotliwości dostaw. Związane jest to z małymi formatami sklepów oraz systemem dostaw „bezpośrednio na półkę sklepową".

Rozwój małych formatów zapewne wymusi na dostawcach zmiany w ich procesach magazynowych. Część zamówień wymagała będzie preparacji sztukowej, co w wielu przypadkach stanowić będzie wyzwanie w procesach magazynowych nastawionych na przygotowanie kartonów, ewentualnie paczek. Jedną z konsekwencji rozdrobnienia zamówień oraz zmian w częstotliwości dostaw będzie pojawienie się w procesie logistycznym większej liczby mniejszych nośników typu półpaleta, ćwierćpaleta lub rollkontener. »»»



Rys 3. Wykorzystanie dostępnej ładowności (%)



Zrozumieć drugą stronę

Wszystkie trendy związane z teorią 3S mogą wskazywać na wzrost kosztów logistycznych po stronie dostawców. Jednak nie zawsze ten czarny scenariusz musi się sprawdzić. Kluczem do sukcesu jest właściwe zrozumienie procesów logistycznych po stronie sieci handlowej oraz zrozumienie jej logistycznych wymagań. Dostawca, który zrozumie procesy logistyczne sieci handlowej, będzie w stanie zaproponować rozwiązania optymalizacyjne, korzystne dla obu stron. Jestem daleki od stwierdzenia, że dostawca jest na straconej pozycji – jak często się sądzi. Propozycje wspólnej optymalizacji procesów logistycznych, pod warunkiem, że są odpowiednio uargumentowane, leżą bowiem w interesie obu stron. Sieć handlowa, wbrew krążącym opiniom, nie jest organizacją nastawioną tylko i wyłącznie na wykorzystywanie dostawców. Sieć handlowa optymalizuje swoje procesy logistyczne, gdyż chce zaoferować finalnemu klientowi dobrej jakości produkt w atrakcyjnej cenie. Sieć handlowa dba przy tym o dostępność wszystkich produktów na półce sklepowej, by żaden z dostawców nie poniósł straty z tytułu tzw. „niezrealizowanej sprzedaży". Dostawca też dba o dostępność produktów na półce sklepowej – z tą różnicą, że dbałość ta dotyczy tylko i wyłącznie jego produktów.

Jednym z nowatorskich rozwiązań jest budowa klastra transportowego, czyli grupy nadawców, dysponujących odpowiednio dużymi wolumenami, którzy zdecydowali się wspólnie optymalizować koszty.

Wniosek z tego jest jeden: obie strony mają ten sam cel, jednak jego zakres może się różnić. Wspólne rozwiązania optymalizacyjne powinny więc dążyć do realizacji tego celu, gdyż jego niezrealizowanie generuje wymierne straty po obu stronach, a dodatkowo istnieje ryzyko utraty klienta. Efektywna współpraca logistyczna pomiędzy siecią handlową a dostawcą leży w interesie obu stron. Wspólne operacyjne spotkania pomagają we wzajemnym zrozumieniu potrzeb. Istotne jest uświadomienie sobie bardzo istotnego faktu: poprzez sprawną logistykę wspólnie dążymy do usatysfakcjonowania naszych klientów, bo w przeciwnym razie ich stracimy i skorzysta na tym konkurencja.

Droga do obniżania kosztów

Warto przy tej okazji poddać głębszej analizie koszty poszczególnych ogniw w łańcuchu dostaw typowej sieci wielkoformatowej. Zauważyć można wiele obszarów podlegających wspólnej, wraz z dostawcami, optymalizacji kosztów logistycznych (patrz rysunek 2). Jak łatwo zauważyć, ogromny potencjał tkwi między innymi we wspólnej optymalizacji procesów transportowych. Istnieje wiele możliwości obniżania kosztów transportowych dzięki partnerskiej współpracy. Rozwiązania typu back-hauling i front-hauling są powszechnie znane, nie wspominając o różnych rozwiązaniach IT usprawniających organizację transportu. Pojawiły się również inne, bardziej nowatorskie rozwiązania, które warto wziąć pod uwagę. Jednym z nich jest budowa klastra transportowego, czyli grupy nadawców, dysponujących odpowiednio dużymi wolumenami, którzy zdecydowali się wspólnie optymalizować koszty. Pierwsze klastry transportowe już powstają, np. projekt T-Scale koordynowany m.in. przez Instytut Logistyki i Magazynowania. Spodziewać się można rozwoju koncepcji klastrowych w transporcie, gdyż ta forma współpracy wpływa na zwiększenie wykorzystania powierzchni załadunkowej pojazdów. Według europejskich statystyki wykorzystanie powierzchni załadunkowej pojazdów jest bardzo dalekie od efektywności (patrz rysunek nr 3). Zachęcam zatem do brania pod uwagę także niestandardowych rozwiązań optymalizacyjnych jako źródła logistycznej przewagi konkurencyjnej.

Dwie strony, jeden cel

Reasumując – to, czy współpraca logistyczna będzie odbywała się na zasadach partnerskich, w dużej mierze zależy od podejścia sieci handlowej, ale również i podejścia dostawców. Niewątpliwie istnieje ogromny potencjał takiej współpracy, której wynikiem jest realna szansa na wspólną, efektywną optymalizację procesów logistycznych. Podstawą jednak jest wzajemne zrozumienie logistycznych potrzeb oraz logistycznych możliwości. Nie jest tajemnicą fakt bardzo długiej listy uwag dostawców względem sieci handlowych i odwrotnie. Niestety, bez przeanalizowania tych uwag trudno jest mówić o efektywnej logistycznej współpracy. To jednak temat na odrębny artykuł.

Tomasz Sączek
Graphene Partners
www.graphenepartners.com

DB SCHENKER

Delivering solutions.



Poznaj drużynę, która gra **na Twój sukces**

e home

e e-ZWROTKA

e e-FAKTURA

e e-REKLAMACJA

Wprowadzaj innowacje!
Rozwiązania, które sprzyjają obniżaniu kosztów administracyjnych, upraszczają i przyśpieszają procesy oraz chronią środowisko.
Więcej na: **www.logistics.dbschenker.pl**

DB Eco Program
www.dbecoprogram.com

Najważniejsze – zapewnić ciągły przepływ towaru

W czasach SPHW i Społem, cała obsługa logistyczna – jeżeli o takiej można mówić – była realizowana w ramach zasobów własnych. Obecnie sieci handlowe korzystają z outsourcingu, przynajmniej w zakresie transportu. Co sprawiło, ze tak diametralnie zmieniło się podejście do logistyki? Jakie z tego płyną korzyści? Jaką rolę pełni tutaj operator logistyczny? Na te i inne pytania redakcji odpowiada Jerzy Markow, dyrektor Krajowego Biznesu Lądowego Schenker Sp. z o.o.

Jakie główne korzyści odniesie producent czy dystrybutor, zlecając obsługę logistyczną dostaw do sieci handlowych operatorowi logistycznemu, zamiast robić to samodzielnie?

Zaletą wynikającą z outsourcowania usług logistycznych jest przede wszystkim skracanie procesów i uwalnianie zasobów. Mówiąc konkretnie, to operator logistyczny może przejąć odpowiedzialność za dostępność towarów na półkach sklepowych, a także surowców lub półproduktów na taśmach produkcyjnych i montażowych. Jednocześnie sieci handlowe mogą mieć pełną kontrolę jakościowo-kosztową. DB Schenker Logistics posiada technologie i rozwiązania informatyczne oraz know-how oparte na doświadczeniach projektów „szytych na miarę" dla klientów z różnych branż na całym świecie. Stale inwestujemy w doskonalenie procesów, które pozwalają minimalizować zapasy i jednocześnie redukować koszty w całym łańcuchu logistycznym.

Jakie usługi dodatkowe i specjalne świadczy Wasza firma dla klientów dostarczających towar do sieci handlowych?

DB Schenker Logistics, współpracując z sieciami handlowymi, przede wszystkim w kompleksowy sposób planuje łańcuch dostaw oraz sposób jego optymalizacji. Transport od różnych dostawców musi być skonsolidowany na minimalnej liczbie środków transportowych i zrealizowany w wyznaczonym dniu, o określonej godzinie, w ustalonym wcześniej oknie rozładunkowym. Dodatkowo duża różnorodność asortymentów, różne sposoby pakowania i warunki przewozu towarów wymagają szeregu indywidualnych rozwiązań. Do tego dostęp do informacji na temat aktualnego statusu realizacji zamówienia chce mieć zarówno odbiorca, jak i dostawca. Nie ma tutaj znaczenia, czy dostawa jest realizowana przez oddział firmy na terenie Polski, czy z innego kraju, drogą lądową, morską, lotniczą lub kolejową.

Sieci handlowe oczekują partnerów, którzy są w stanie zapewnić niezawodne dostawy oraz nieograniczony dostęp do informacji w czasie rzeczywistym. Bez względu na to, w jaki sposób sieci handlowe rozwiązują kwestię dostawy towarów, kluczowe jest zapewnienie ciągłego ich przepływu.

Jakie są główne wyzwania dotyczące współpracy operatorów logistycznych oraz ich klientów z sieciami handlowymi. Gdzie pojawiają się elementy krytyczne i jak im zapobiegać?

Sieci handlowe oczekują partnerów, którzy są w stanie zapewnić niezawodne dostawy oraz nieograniczony dostęp do informacji w czasie rzeczywistym. Bez względu na to, w jaki sposób sieci handlowe rozwiązują kwestię dostawy towarów – czy za pośrednictwem centralnych magazynów logistycznych, czy też odbiór towarów powierzają operatorowi logistycznemu bezpośrednio z magazynów swoich dostawców – kluczowe jest zapewnienie ciągłego ich przepływu. W innym wypadku każdy „pusty regał" skutkuje utratą klientów i spadkiem sprzedaży. Ma to ogromne znaczenie zwłaszcza w okresach przedświątecznych, kiedy sieci handlowe notują szczyt sprzedaży. Okres przedświąteczny, czyli praktycznie od połowy października, to czas kiedy operator logistyczny musi przygotować się na obsługę nawet o 30% większej liczby przesyłek niż w innych miesiącach.

Istotnym wyzwaniem jest także obsługa sieci handlowych dla branży FMCG, ponieważ podlega ona dużym wahaniom sezonowym. Wzrost zapotrzebowania na transport takich produktów podzielić można na przewidywalny i mniej przewidywalny, uzależniony od wysokich temperatur. Wzrost przewidywalny, nie zmieniający się w zasadzie od lat, występuje przed Wielkanocą, długim weekendem majowym, w czasie miesięcy wakacyjnych i przed Bożym Narodzeniem. Wzrost mniej przewidywalny uzależniony jest od temperatury powietrza w sezonie letnim. Dla lepszego zobrazowania tej dynamiki przytoczyć można dane podawane przez ekspertów piwnych, według których wzrost lub spadek średniej temperatury miesięcznej o 1° C oznacza ok. 4 mln l – więcej lub mniej – piwa sprzedanego na polskim rynku. Według innych opinii, wraz ze wzrostem temperatury powietrza

DB Schenker Logistics, współpracując z sieciami handlowymi, przede wszystkim w kompleksowy sposób planuje łańcuch dostaw oraz sposób jego optymalizacji.



na zewnątrz o 5° C, spożycie mrożonej herbaty wzrasta w polskich gospodarstwach domowych o 10 szklanek.

Renomowany operator wie jak przygotować się do szczytu przewozowego, tak aby jego klienci nie odczuli braku samochodów lub pogorszenia terminowości dostaw. DB Schenker Logistics tworzy specjalny kalendarz szczytowy identyfikujący dni, podczas których musimy się przygotować na obsługę znacznie większej masy towarowej. Mobilizujemy wszystkie siły zarówno własne, jak i naszych poddostawców, kontraktujemy dodatkowe samochody i zatrudniamy pracowników tymczasowych, aby sprostać temu wyzwaniu.

Czy operatorzy logistyczni dostrzegają potencjał średnich sieci handlowych i czy budują ofertę dla takich klientów?

Średniej wielkości sieci handlowe stały się w ostatnich latach ważnymi partnerami biznesowymi dla DB Schenker Logistics. Tym bardziej, że część dużych sieci handlowych ogranicza inwestycje w hipermarkety na rzecz mniejszych sklepów franczyzowych. Z punktu widzenia operatora logistycznego, procesy obsługi dużych i średnich sieci handlowych, są na tyle do siebie zbliżone, że można mówić wręcz o efekcie synergii w obsłudze logistycznej tych podmiotów.

Efekty ekonomiczne w wypadku zlecenia obsługi logistycznej na zewnątrz nie zależą tylko od wielkości przedsiębiorstwa, liczby sklepów, obrotów czy wolumenu przepływu towarów. Zależą one także od skłonności właścicieli i osób zarządzających do zmniejszania aktywów trwałych, zmniejszania zapotrzebowania na kapitał obrotowy czy chęci zamiany kosztów stałych na zmienne. Efekty ekonomiczne outsourcingu logistyki to najczęściej wzrost wskaźnika ROA (return on assets – wskaźnik rentowności aktywów), który poprawia się na skutek spadku aktywów trwałych (np. sprzedaż własnych magazynów lub samochodów) i spadku zapasów (np. realizowane przez operatora logistycznego częstsze dostawy w mniejszych partiach towarów). Do kolejnych pozytywnych efektów zaliczyć można większą rotację majątku spowodowaną mniejszą liczbą aktywów trwałych, spadek kosztów stałych i poprawę płynności finansowej. To także spadek kosztów administracyjnych, zmniejszone zapotrzebowanie na kapitał obrotowy oraz uwolnienie środków finansowych na inwestycje.

Czy na przestrzeni ostatnich lat systemy dostaw do sieci handlowych uległy zauważalnym zmianom? Jak wygląda Polska na tle krajów Unii Europejskiej?

Największe sieci handlowe w Polsce mają swoje korzenie poza granicami kraju, skąd często kopiowane są określone rozwiązania i modele logistyczne. Część z nich sama zarządza centralnymi magazynami cross-dockingowymi i korzysta z outsourcingu tylko w zakresie usług transportowych. Reszta natomiast zleca całą obsługę logistyczną specjalistycznym firmom. Patrząc na polski rynek, podobnie jak w innych krajach Unii Europejskiej, przeważa na nim model opierający się o centra dystrybucyjne.

Dziękujemy za rozmowę.

Przyszłość jest we współpracy

Jak, wykorzystując doświadczenie operatora logistycznego, współpracować z sieciami handlowymi? Co powinno zmienić się w podejściu klientów dostarczających do sieci swoje towary? Jak wystrzec się błędów i nieporozumień? Na te pytania odpowiada Aleksander Zacirka, dyrektor operacyjny transportu i logistyki przemysłowej w GEFCO Polska.

Jakie główne korzyści odniesie producent lub dystrybutor zlecając obsługę dostaw do sieci handlowych operatorowi logistycznemu, zamiast robić to samodzielnie?

Przede wszystkim może skorzystać z efektu skali operatora logistycznego i wykorzystania szerszych możliwości operacyjnych w zakresie logistyki oraz transportu. Ostatecznie przekłada się to na lepszą jakość dostaw i niższy koszt jednostkowy. Pozwala to na przekazanie procesu towarzyszącego operatorowi, umożliwiając tym samym koncentrację nad samym sednem biznesu, czyli obsługą klientów indywidualnych.

Jak producent i dystrybutor może zapewnić sobie efektywną i wydajną współpracę z sieciami handlowymi wykorzystując doświadczenie operatora logistycznego?

Ważna jest zmiana strategii współpracy na linii producent – operator logistyczny. Mam na myśli przejście z typowo transakcyjnego podejścia polegającego jedynie na wzajemnej współpracy typu kontrakt i jego respektowanie na podstawie KPI jakościowych i operacyjnych, do podejścia bardziej partnerskiego, opierającego się na rozwiązywaniu wspólnych problemów i wyzwań. Są to przede wszystkich wahania wolumenów, np. w przygotowaniu do świątecznego „picku" albo zmniejszenia zapasów w łańcuchu dostaw. Może się to czasem wiązać z zatrudnieniem w krótkim czasie kilkudziesięciu dodatkowych pracowników magazynowych na około 1 miesiąc – aby przygotować się właśnie na taką świąteczną akcję – lub ze zdecydowaniem się na zmiany w procedurach pracy magazynów, aby zapewnić przygotowanie bardziej ustrukturyzowanego pickingu.

Przejście z zarządzania logistyką do wspólnego zarządzania łańcuchem dostaw, zarówno na poziomie strategicznym jak i operacyjnym, to spore wyzwanie mentalne, i dla operatorów, i dla producentów.



Aleksander Zacirka, dyrektor operacyjny transportu i logistyki przemysłowej w GEFCO Polska

Ta zmiana podejścia to wspólne planowanie operacyjne, zapewnienie komunikacji w wypadku ewentualnych zmian w tym planowaniu, przygotowywanie planu B na wypadek, gdy rzeczywistość rozminie się z wspólnymi przewidywaniami, czy też partnerskie podejście do podziału kosztów. Uważam, że przejście z zarządzania logistyką do wspólnego zarządzania łańcuchem dostaw, zarówno na poziomie strategicznym, jak i operacyjnym, to spore wyzwanie mentalne i dla operatorów, i dla producentów.

Współpraca z sieciami handlowymi to coraz częściej coś więcej, niż tylko dostawa towaru klienta do rampy supermarketu. Jakie usługi dodatkowe i specjalne świadczy Wasza firma dla klientów dostarczających do sieci handlowych?

Naszą przewagą jest możliwość dopasowania usług do oczekiwań klientów, czyli dostosowanie procesów do wymagań. Dodatkowo staramy się czerpać pełnymi garściami z najlepszych praktyk z branży automotive,



Staramy się czerpać pełnymi garściami z najlepszych praktyk z branży automotive, w której się specjalizujemy. Praktyki Lean Management przenosimy do codziennego zarządzania operacjami.

w której się specjalizujemy. Praktyki Lean Management przenosimy do codziennego zarządzania operacjami. W tym miejscu prowadzimy zarówno procesy copackingu, operacji magazynowych, rozładowywania kontenerów, zarządzania wahadłem transportowym. Jesteśmy również na etapie końcowym wdrożenia nowoczesnego systemu WMS, który poprawi produktywność, usprawni i uelastyczni procesy, a co najważniejsze pozwoli na jeszcze większą „kastomizację" usług.

Współpraca z sieciami często kojarzy się z wieloma wyzwaniami logistycznymi. Gdzie pojawiają się elementy krytyczne i jak im zapobiegać?

Jest ich oczywiście bardzo wiele. Głównym wyzwaniem jest planowanie popytu, i co się z tym wiąże, wzajemna współpraca na tym polu. Przy tak dużej masie wolumenowej, kilkunastoprocentowa pomyłka może się wiązać z niepokryciem kosztów operacyjnych w wypadku, gdy wolumen jest mniejszy niż ten, do którego przygotował się operator. Może także wiązać się z niedotrzymaniem KPI jakościowych, jeśli wolumeny są znacznie większe. Zapobieganie temu, to współpraca zarówno podczas samego procesu planowania, ale i także podczas egzekucji planów. Taką właśnie efektywną współpracą można nadrobić wiele niedoskonałości procesu planowania, chociażby poprzez zmianę godzin awizacji czy wydłużenie procesu zatowarowania w czasie. Nie jest to jednak proste.

Wyzwaniem jest planowanie popytu, i co się z tym wiąże, wzajemna współpraca na tym polu. Przy tak dużej masie wolumenowej, kilkunastoprocentowa pomyłka może się wiązać z niepokryciem kosztów operacyjnych w wypadku, gdy wolumen jest mniejszy niż ten, do którego przygotował się operator.

Jakich zmian w tym sektorze rynku oraz idących za tym zmian w obsłudze logistycznej, można się spodziewać w najbliższej przyszłości?

Tak jak mówiłem wcześniej – zmianie powinna ulec forma współpracy transakcyjno-roszczeniowej. Ten okres powoli dobiega końca. Wydaje mi się, że wzajemne relacje wkrótce muszą wejść w ramy, jeśli nie strategicznego aliansu, to na pewno ścisłej współpracy operacyjnej. Dotyczyć to powinno nie tylko rozwiązywania problemów operacyjnych, ale w dużej mierze jakościowych, wspomagania akcji marketingowych i promocyjnych, czy nawet wymiany doświadczeń w zarządzaniu. Poza tendencjami w nastawieniu do zarządzania możemy ciągle spodziewać się dalszego rozwoju nowych technologii, które tak bardzo wspierały nas w ostatnich latach.

Dziękujemy za rozmowę



Skuteczne dotarcie do 18 tys. marketów

Dostawcy do marketów typu dom i ogród mogą skorzystać z usługi Do It Yourself Logistics, oferowanej przez firmę Dachser. Polega ona na dostarczeniu przesyłek do sieci marketów budowlanych oraz usługach dodatkowych, w tym merchandisingu. Towar trafia bezpośrednio na półkę, a nie na rampę sklepu.

Ciągle rosnąca, zwłaszcza w naszej części Europy, branża DIY, to sklepy typu dom i ogród, budowlane oraz dla majsterkowiczów. W ramach usługi DIY Logistics Dachser codziennie dostarcza do 18 tys. marketów w całej Europie ponad 2 mln przesyłek rocznie. Oferuje unikalną, dostosowaną do potrzeb dostawców sieci DIY usługę, opartą na dużej liczbie własnych oddziałów oraz globalnej sieci dostaw w Europie. Jest to odpowiedź na tendencje rynkowe – klienci oczekują coraz szerszej i bardziej kompleksowej obsługi. Operator umożliwia dostawcom dotarcie do sieci sklepów w wielu krajach, co jest bardzo trudne i kosztowne do samodzielnego osiągnięcia dla nich samych.



Dzięki usługom dodatkowym, świadczonym przez operatora, dostawcy nie muszą się martwić o to, co dzieje się z ich produktami na terenie sklepu

Warunki niemożliwe do spełnienia

– *Sieci handlowe często stawiają dostawcom bardzo trudne do spełnienia warunki, jak np. wysoka terminowość dostaw, kary za opóźnienia, bardzo krótki czas rozładunku oraz brak opcji skorzystania z tzw. okien czasowych. Dla indywidualnego dostawcy bywają one niemożliwe do spełnienia* – mówi Grzegorz Lichocik, prezes Dachser w Polsce. – *Współpraca z operatorem logistycznym może rozwiązać ten problem* – dodaje. Operatorzy logistyczni, od lat współpracujący z sieciami marketów, są przez nie traktowani na innych warunkach. Współpraca z takim operatorem daje możliwość dokładnego zaplanowania terminów dostaw, obniżenia kosztów logistycznych oraz skrócenia czasu dostawy. Przesyłki mogą być konsolidowane, co sprzyja obniżeniu kosztów. Dodatkowo przyjęcia towaru są lepiej koordynowane i mogą przebiegać bez szczegółowej kontroli zawartości przesyłek.



Kompleksowa usługa

Juliusz Pakuński,
DIY Project manager w Dachser Sp. z o.o.

Kompletną usługę DIY Logistics na rynkach europejskich oferujemy od kilkunastu lat. W tym roku na rynku polskim wprowadziliśmy dodatkowe usługi dla branży DIY, m.in. merchandising w sieciach handlowych. Widzimy spore zainteresowanie naszymi połączonymi usługami w zakresie logistyki oraz merchandisingu. Dostarczamy przesyłki oraz świadczymy usługi dodatkowe, w tym merchandising, we wszystkich sieciach DIY w Polsce.

Rynek DIY w Polsce jest on w fazie stabilizacji, po okresie dynamicznego rozwoju. Coraz więcej naszych producentów sprzedaje swoje produkty w sieciach w Europie. W związku z minimalizowaniem zapasów w marketach, sklepy zamawiają towary częściej, ale w mniejszych ilościach. Produkty w ciągu kilku dni muszą znaleźć się na półkach sklepowych. Dla takich firm Dachser jest odpowiednim partnerem logistycznym. Dzięki globalnej sieci zapewniamy szybką dostawę do sklepów, a następnie, z wykorzystaniem firmy merchandisingowej, wykładamy towar na półki sklepowe i zajmujemy się jego odpowiednią ekspozycją.

Prosto na półkę

Dzięki usługom dodatkowym, świadczonym przez operatora, dostawcy nie muszą się martwić o to, co dzieje się z ich produktami na terenie sklepu. Merchandising obejmuje: wykładanie towaru na półki sklepowe, serwis regałów, obsługę dyspozycji oraz zamówień, organizację promocji w sieciach sprzedaży, kontrolę jakości i ilości towaru, etykietowanie, przepakowywanie oraz przygotowywanie zwrotów. Daje to wiele korzyści: skrócenie czasu między dostawą a wyłożeniem towaru na półki z 4,5 do 1 dnia. Pracownicy operatora stale monitorując wygląd półek dbają o właściwą ekspozycję produktów.

Pomoc w zbudowaniu marki

Przeciętny producent lub dystrybutor produktów, które mogłyby być sprzedawane w marketach typu dom i ogród, najczęściej nie ma do nich dojścia. Wsparcie oferuje Dachser, także w działaniach marketingowo-handlowych związanych z wprowadzeniem nowych marek na rynek.

W tej chwili firma świadczy pełny serwis logistyki DIY (transport do marketów w ramach sieci Dachser oraz merchandising) w następujących krajach: Polska, Czechy, Słowacja, Niemcy, Francja, Włochy, Szwajcaria, Szwecja, Belgia, Holandia, Węgry, Austria, Bułgaria, Rumunia, Serbia, Chorwacja, Słowenia, Bośnia i Hercegowina.

KK

Operator spoiwem łączącym producenta i sieć handlową

W realiach wolnego rynku, współpraca producentów i sieci handlowych stanowi istotny aspekt działalności biznesowej obu stron. Trzecim ważnym ogniwem tej relacji jest operator, który spaja obu partnerów w dobrze funkcjonujący organizm oraz wpływa na skuteczność i jakość ich współpracy. Jaką zatem dokładnie rolę odgrywa firma logistyczna?

Sieci handlowe, by zoptymalizować procesy pod względem kosztów i czasu, wytyczają dosyć sztywne zasady współpracy, np. wyznaczając okna czasowe dostaw. Pozorne komplikacje w rzeczywistości inicjują nowoczesne rozwiązania logistyczne i otwierają szerokie pole dla działalności operatorów. Doświadczona firma logistyczna jest bowiem w stanie, bez większych problemów, usystematyzować i uporządkować najbardziej skomplikowane procesy. Mając wyłączność w obsłudze danego producenta lub dystrybutora oferującego towar konkretnym sieciom, zapewnia przewidywalny i ustalony z góry harmonogram dostaw. Z punktu widzenia klienta jest to szczególnie istotne w tzw. sezonowych pikach sprzedażowych (np. święta), kiedy masa transportowanego towaru znacząco wzrasta. Gdyby firma samodzielnie odpowiadała za swoją logistykę, musiałaby przez cały rok w równym stopniu inwestować w specjalistyczny dział (pracowników, magazyny czy sprzęt). Decydując się na outsourcing usług logistycznych znacznie obniża koszty, gdyż płaci za faktycznie wykonaną pracę. Co więcej, jest pewna jej jakości. Operator z kolei, z uwagi na to, że obsługuje klientów z różnych branż, ma możliwość spłaszczyć sezonowość i elastycznie dysponować swoimi zasobami, kierując je tam, gdzie są obecnie potrzebne.

Doświadczona firma logistyczna jest w stanie usystematyzować i uporządkować najbardziej skomplikowane procesy. Decydując się na outsourcing usług logistycznych producent znacznie obniża koszty, gdyż płaci za faktycznie wykonaną pracę. Co więcej, jest pewny jej jakości.

Umowa z operatorem najczęściej wiąże się więc z efektywniejszą i wydajniejszą współpracą z sieciami handlowymi. Poza likwidacją wspomnianego wyżej problemu sezonowych pików sprzedażowych, doświadczony operator zapewnia producentom m.in. przemyślane i dedykowane zasady transmisji danych dotyczących zamówień, informację zwrotną o czasie dostawy, a nawet niejednokrotnie ustala z sieciami handlowymi okna czasowe dostaw.

Usługi dodatkowe dostępne „od ręki”

Zaletą współpracy z operatorem jest także szeroki wachlarz usług dodatkowych, do których klient ma bezpośredni dostęp. Największą popularnością cieszą się oczywiście zwroty potwierdzonych dokumentów – zarówno w formie papierowej, jak i elektronicznej oraz dostawy towaru na wskazaną godzinę. Jednak klienci często zainteresowani są także innymi, bardziej zaawansowanymi usługami, jak np. konsolidowanie, copacking, oznaczanie przesyłek i produktów, realizowanie odbiorów i zwrotów popromocyjnych, obsługa reklamacji czy pakowanie. Wiele z usług dodatkowych jest dedykowanych dla konkretnego klienta i wychodzi naprzeciw jego specyficznym oczekiwaniom.

Czy przyszłość przyniesie zmianę?

W najbliższym czasie przewiduję kontynuację wyznaczonych w ostatnich latach trendów, z dużym naciskiem na elektroniczną wymianę danych, która z czasem powinna stać się standardem i sukcesywnie zastąpić



Artur Zbroja, dyrektor ds. dystrybucji krajowej, dyrektor Oddziału ROHLIG SUUS Logistics w Krakowie

dokumenty papierowe oraz lepszą komunikację informatyczną. Sieci handlowe, ze względu na oszczędności, nadal do minimum będą się starały ograniczać stoki magazynowe, co znajdzie bezpośrednie przełożenie w mniejszej ilości towaru transportowanego w pojedynczej przesyłce. Wielkości przesyłek będą więc malały, jednocześnie wzrośnie ich rotacja i częstotliwość dostaw.

Interesującą tendencją, która idzie w duchu ograniczania stoków magazynowych, jest również coraz większe zaangażowanie sieci handlowych w działalność e-commerce. W ramach zakupów przez Internet sieci oferują klientom dostawę, wniesienie towaru, a nawet jego montaż. Otwiera to przed operatorami dodatkową formę współpracy. ROHLIG SUUS Logistics posiada obecnie kilku klientów, dla których wykonuje tego typu niestandardową obsługę. U jednego z nich – lidera w produkcji sprzętu gospodarstwa domowego – poza planowaniem oraz kompleksową obsługą towarów (terminowy transport, zwroty, wymiany gwarancyjne, regularne raportowanie, dostęp do informacji 24 h/dobę, itp.), odpowiadamy też za budowanie dobrej relacji z klientami finalnymi np. poprzez przydzielenie do projektu stałego, specjalnie przeszkolonego i dedykowanego personelu, który np. gwarantuje wniesienie towaru do domu klienta. Tego typu obsługę operatorzy zaczynają coraz częściej świadczyć sieciom handlowym.

Artur Zbroja, dyrektor ds. dystrybucji krajowej, dyrektor Oddziału ROHLIG SUUS Logistics w Krakowie

Wymagania duże, a obsłużyć trzeba

Współpraca z klientami, którzy dostarczają towar do sieci handlowych, to wyzwanie dla każdego operatora. Dziś praktycznie nie da się tego uniknąć przy realizacji zleceń dla dużych producentów czy importerów, gdyż sieci handlowe są dla nich najważniejszym kanałem dystrybucji. Dlatego też operatorzy, którzy chcą współpracować z „największymi", wprowadzają do swoich ofert i operacji rozwiązania spełniające oczekiwania takich klientów.

W obszarze obsługi magazynowej największym wyzwaniem jest prawidłowe zarządzanie kompletacją towaru na paletach niejednorodnych (mix), bo choć wymagania dotyczące kompletacji z reguły mają ułatwić odbiorcy przeliczenia i sprawdzenia przyjmowanego towaru, to w zależności od sieci, mogą się od siebie znacząco różnić. A lista ich jest długa: każdy SKU na osobnej palecie; możliwość stosowania przekładek w konkretnych przypadkach; tworzenie tzw. „słupków" czyli układanie jednorodnych indeksów zawsze w jednym „słupku" na palecie mix; jeden asortyment może zostać ułożony tylko na jednej z kilku przygotowywanych palet mix; jeśli kompletujemy mniej niż jedną warstwę danego indeksu, wówczas można umieścić kilka takich indeksów na jednej palecie mix, w przeciwnym razie każdy asortyment musi znajdować się na osobnej palecie; itp.

Ewentualna utrata sprzedaży i „problemy" z daną siecią, a często nawet z konkretną halą, mogą być kluczowe z punktu widzenia klienta i wpływać na ocenę pracy operatora.



Wyzwaniem we współpracy z sieciami jest koordynacja transportu. Operatorzy albo mają własne okna czasowe dostawy i dostarczają w ich ramach do danej hali (lub magazynu centralnego) towary różnych klientów, albo korzystają z okien czasowych swoich klientów. Okna te są bardzo restrykcyjnie przestrzegane, a spóźnienia nie są prawie wcale tolerowane.



Agnieszka Jóźwiak, dyrektor sprzedaży ds. logistyki kontraktowej Hellmann Worldwide Logistics Polska

Oznaczyć na kilka sposobów

Oprócz specjalnych sposobów kompletowania palety pojawiają się jeszcze wymagania dotyczące jej oznakowania. Poza standardowymi etykietami (lub czasem wymaganymi przez sieci etykietami GS1) i dokumentami transportowymi dołączanymi do przesyłki (w postaci listu przewozowego i każdorazowo dokumentu WZ), do palet doklejane są dodatkowo dokumenty określające precyzyjnie jaki jest to asortyment i w jakiej ilości znajduje się na konkretnej palecie.

W wypadku dużej operacji, obsługiwanej przez kilkadziesiąt osób, należy wspomagać taki proces poprzez właściwe „zaprogramowanie" systemów WMS i rozwiązań mobilnych, np. podczas kompletacji konkretnego zlecenia pojawiają dodatkowe opisy na skanerach, czyli wymagania kompletacji dostaw uzgodnione dla danej sieci, bądź też automatycznie drukowane są właściwe, indywidualne oznaczenia palet. Ułatwieniem jest to, że wymagania te są najczęściej identyczne w ramach jednej sieci dla każdego dostawcy.

Trafić w okno czasowe

Wyzwaniem oczywiście zawsze jest transport. Operatorzy albo mają własne okna

czasowe dostawy i dostarczają w ich ramach do danej hali (lub magazynu centralnego) towary różnych klientów, albo korzystają z okien czasowych swoich klientów. Okna te są bardzo restrykcyjnie przestrzegane, a spóźnienia nie są prawie wcale tolerowane. Terminowa realizacja takich dostaw jest więc kluczowa z punktu widzenia klienta (spóźnienie oznaczać może nieprzyjęcie dostawy, a tym samym jej utratę), nawet jeśli dane spóźnienie nie wpływa znacząco na obniżenie ogólnego wskaźnika terminowości wszystkich dostaw, którego poziom pozostaje satysfakcjonujący i zgodny z umową z klientem. To właśnie ewentualna utrata sprzedaży i „problemy" z daną siecią, a często nawet z konkretną halą, mogą być kluczowe z punktu widzenia klienta i wpływać na ocenę pracy operatora.

Z kolei dla operatora, który nie ma własnych okien czasowych, a jednocześnie dostarcza do sieci towar kilku klientów, wyzwaniem jest właściwe planowanie zagospodarowania środków transportu oraz ich liczby, gdyż w tym samym dniu może mieć dwie dostawy drobnicowe w to samo miejsce, jednak każda może być zaplanowana na inne okno czasowe. Różnice mogą być kilkugodzinne. Również nieuzasadnione przestoje podczas rozładunków w sieciach mogą skutkować opóźnieniem do kolejnego punktu dostawy.

Inne szczególne wymagania w transporcie to chociażby konieczność rozładunku towaru przez kierowcę w miejscu dostawy.

Umowę podpisuje klient, odpowiada operator

Wyzwaniem we współpracy z klientem i sieciami są również palety i rozliczanie sald paletowych. Umowę z siecią w tym zakresie podpisuje klient, ale to operator i jego kierowcy odpowiadają bezpośrednio za odbiór palet z sieci oraz za ich jakość. Często palety nie są zwracane przy dostawie i dług sieci rośnie, co przy dużych zamówieniach jakie realizują sieci, powoduje konieczność „zasilania" operacji magazynowej lub produkcji klienta zakupionymi, dodatkowymi paletami.

Umowę z siecią dotyczącą wymiany palet podpisuje klient, ale to operator i jego kierowcy odpowiadają bezpośrednio za odbiór palet z sieci oraz za ich jakość.

Operator pilnuje również limitu sald palet u odbiorców i musi reagować elastycznie na konieczność odbioru większej ich liczby. W tym zakresie ścisła współpraca pomiędzy operatorem i klientem jest niezbędna, jeśli zarządzanie i egzekwowanie zwrotem palet z sieci ma być efektywne. Operator musi również dbać o regularne szkolenia kierowców w zakresie znajomości wymagań dotyczących nośników, czyli umiejętności określania i akceptowania przy odbiorze tylko tych prawidłowych – każdy błąd w tym zakresie jest realną i wymierną stratą dla operatora. Podobne szkolenia przechodzą regularnie pracownicy magazynu. Nie jest również tajemnicą, że często kierowca zmuszany jest do „wyboru" i załadunku określonej liczby nośników (do odbioru których jest upoważniony) z ogromnej ilości palet przechowywanych przez sieć. Można sobie wyobrazić ile czasu i wysiłku kosztuje go „wybranie" dopuszczalnych jakościowo 400 sztuk palet i ich załadunek na samochód.

Agnieszka Jóźwiak,
dyrektor sprzedaży ds. logistyki kontraktowej
Hellmann Worldwide Logistics Polska

Trimble
Transport & Logistics
formerly Punch Telematix

CarCube
Transport może być opłacalny



Komputer pokładowy CarCube to efektywne narzędzie pozwalające zwiększyć efektywność i zredukować koszty działalności transportowej

- Kompleksowe zarządzanie zleceniami transportowymi
- Efektywna komunikacja pomiędzy planistami a kierowcami
- Asystent stylu jazdy redukujący koszty zużycia paliwa
- Zdalne sczytywanie danych z tachografu cyfrowego
- Prowadzenie elektronicznej karty kierowcy
- Raporty eksploatacyjne pojazdów
- Kontrola czasu pracy kierowcy
- Nawigacja ciężarowa uwzględniająca parametry pojazdu
- Możliwość skanowania i przesyłania dokumentów
- Systemy kamer zwiększających bezpieczeństwo

Więcej informacji na: www.trimbletl.com

Wykorzystując doświadczenie operatora logistycznego

Dystrybucją wyrobów grupy Colian, zarówno kanałami tradycyjnymi, jak i nowoczesnymi, zajmuje się spółka Colian Logistic. A specyfika wymagań klientów w obu tych kanałach jest całkowicie inna.

Hurtownik to klient, który zamawia wyroby rzadziej, z reguły w jednorodnych dostawach wielopaletowych. Struktura dostawy w znacznej mierze zależy od specyfiki sprzedawanych indeksów. Jeżeli są wśród nich takie, które rotują szybko i są ważnymi „brandami", wówczas przeważają palety jednorodne. Jeżeli sprzedawane są produkty o mniejszej rotacji, wówczas dominują palety miksowane.

Inaczej kształtuje się współpraca w przypadku sieci handlowych. Tacy klienci odmiennie postrzegają rynek, działają w oparciu o wzorce sprawdzone na wielu rynkach zagranicznych, mający wieloletnie doświadczenie w obsłudze konsumentów i współpracy z dostawcami. Bardzo łatwo i szybko potrafią adaptować nowe rozwiązania i techniki sprzedaży, wpływając na logistykę i cały łańcuch dostaw związany z zapewnieniem dostępności produktów do sprzedaży.



Sieci handlowe to klienci, którzy działają w oparciu o wzorce sprawdzone na wielu rynkach zagranicznych, mający wieloletnie doświadczenie w obsłudze konsumentów i współpracy z dostawcami. Bardzo łatwo i szybko potrafią adaptować nowe rozwiązania i techniki sprzedaży, wpływając na logistykę i cały łańcuch dostaw związany z zapewnieniem dostępności produktów do sprzedaży.

Przemyślana polityka

Sieci handlowe prowadzą starannie wyznaczoną i przemyślaną politykę, zarówno w odniesieniu do kwestii zaopatrzenia towarowego, jak i przepływu informacji, spraw finansowych, rentowności, przepływu gotówki itd. Takie wskaźniki sprawności zaopatrzeniowej jak dostępność produktów do sprzedaży czy terminowość dostaw są kluczowymi parametrami oceny dostawcy. Nieefektywność w tym wypadku sporo kosztuje, gdyż sieci handlowe są bardzo wymagającym klientem.

Charakterystyczna dla sieci handlowych jest standaryzacja procesów logistycznych. Jednak występuje tu szereg różnic w obsłudze klientów sieciowych, jak:

- sposób pakowania – palety jednorodnych produktów, pakowanie wyrobów na palecie w postaci miksów produktów, w tym odmiana miksu produktów ustawionych w słupki, „kanapki" produktów oznaczające ułożenie w stos kilku palet produktów jedna na drugiej,
- stosowanie palet drewnianych – palety EURO, CHEP, przemysłowych, jednorazowych,
- dostawy organizowane są przez dostawcę, w którego gestii pozostaje wybór operatora logistycznego, albo realizowane są poprzez odbiór własny – wybór operatora logistycznego należy wtedy do sieci handlowej,
- dostawy trafiają do magazynów centralnych sieci handlowych lub bezpośrednio do hal sprzedaży,
- częstotliwość dostaw – raz w tygodniu lub częściej,
- okna czasowe dostaw i ich rozpiętość,
- system dostaw – w tranzycie i na stock,
- wymagania dotyczące ułożenia palet na naczepie i numerowania palet zgodnie ze specyfikacją,
- etykiety logistyczne – jeśli dostawca nie wprowadził standardowych etykiet logistycznych, którymi oklejane są ofoliowane palety wyrobów zgodnie z wymogami GS1, to zawartość etykiety w różnych sieciach może być odmienna,
- rozładunek samochodów jest w gestii dostawcy (może być płatny) lub odbiorcy,
- elektroniczny system wymiany informacji EDI obejmujący procesy dystrybucji od zamówienia do faktury czy korekty. Wyjątkami są sieci nie stosujące tych rozwiązań albo sieci dopiero wprowadzające system EDI do swojej praktyki.

Wiedza i doświadczenie

W latach 90. nastąpiło szybkie upowszechnienie wykorzystywania kodów kreskowych ean oraz skanerów czytających te kody, połączonych z oprogramowaniem komputerów oraz kas fiskalnych. Nowym rozwiązaniem, nad którym obecnie pracują niektóre duże sieci handlowe jest katalog karty produktów SA2, promowany przez organizację GS1 oraz ECR. To przyszłość w relacjach dostawców i sieci handlowych w Polsce, która przyniesie nowe możliwości optymalizacji łańcucha dostaw, zapewni oszczędność czasu i pieniędzy dla obu stron. W grupie Colian prace w tym zakresie są na ukończeniu.

W przypadku tej grupy na operatora logistycznego wyznaczono spółkę Colian Logistic. Jej zadaniem jest obsługa klientów i dystrybucja wyrobów, obejmująca pełny cykl działań: przejęcie zamówienia, przygotowanie towaru do wysyłki w zarządzanych przez spółkę magazynach, organizacja transportu z zakładów do magazynu centralnego i dalej do klientów, fakturowanie dostaw, zarządzanie opakowaniami zwrotnymi oraz zwrotami produktów.

Wiedza i doświadczenie w tym zakresie są nieocenione. Pozwalają na profesjonalną realizację usług logistycznych i optymalizację ich procesów składowych, w tym: konsolidowanie dostaw dla różnych klientów na „jednej naczepie", organizację i prowadzenie zróżnicowanej dystrybucji w zależności od specyficznych wymagań klientów czy rodzaju towaru (słodycze, napoje, kulinaria), wykorzystywanie w przewozach drobnicowych przewoźników prywatnych dla przewozów całopojazdowych oraz dużych operatorów

posiadających bazy terminali przeładunkowych na terenie całego kraju. Jako doświadczony operator logistyczny Colian Logistic potrafi ustalić priorytety realizacji zamówień biorąc pod uwagę ich wielkość, rodzaj zamawianego produktu, sposób przygotowania wysyłki, rodzaj i wymagania klienta, możliwości przewoźnika (towar na dalsze kierunki przygotowywany wcześniej) itp. Dzięki temu optymalizuje proces w oparciu o posiadane zasoby i informacje, zapewniając jak najlepszą realizację wskaźników KPI monitorowanych przez spółkę oraz przez klientów.

Optymalizując koszty logistyki Colian Logistic poszedł o krok do przodu dzięki zastosowanej strategii „integracji w przód". A mianowicie jako dedykowana spółka logistyczna ma możliwość obsługiwania klientów zewnętrznych spoza grupy Colian. Dotyczy to zarówno obsługi magazynowej, jak i spedycji. Tym samym, wysyłając auta do klientów z Grześkami, Jeżykami, Waflami Familijnymi, napojami Hellena i innymi, stara się pozyskiwać ładunek powrotny i uzyskiwać dla spółki dodatkowe przychody, obniżając obciążenia, które w innej sytuacji musiałaby ponosić nasza grupa przemysłowa.

Dla producenta korzyścią ze współpracy z operatorem logistycznym jest uzyskanie wysokiego standardu obsługi wyrażanego czasem, jakością i zoptymalizowanym kosztem. Dla klienta – zapewnienie ciągłości dostaw zaopatrzeniowych.

Korzyść dla dostawcy i odbiorcy

Z obsługi klientów przez dedykowanego operatora logistycznego wynikają korzyści zarówno po stronie producenta – dostawcy, jak i odbiorcy – klienta sieciowego czy dystrybutora. Producent, realizując dostawy do sieci, w tym również własnym taborem, jest często skazany na niepowodzenie. Wymagania stawiane przez klientów w kwestii dostaw do sieci oraz procedury wewnętrzne magazynów centralnych sieci są bardzo restrykcyjne. Doświadczony operator logistyczny, znający specyfikę obsługi wymagających klientów, jest przegotowany na każde wyzwanie, ma większe pole manewru w optymalizacji procesów, a tym samym monitorowania i redukcji kosztów.

Dla producenta korzyścią ze współpracy z operatorem logistycznym jest uzyskanie wysokiego standardu obsługi, wyrażanego czasem, jakością i zoptymalizowanym kosztem. Dla klienta natomiast korzyścią jest zapewnienie ciągłości dostaw zaopatrzeniowych, a więc takich atrybutów jak dostępność produktu do sprzedaży, jakość dostaw, przychód.

Współpraca producentów i operatorów logistycznych opierająca się na „partnerstwie i zaufaniu" – będącą dewizą pracy Colian Logistic – może przynieść zysk i zadowolenie dla producenta, operatora logistycznego i w rezultacie klienta docelowego jakim jest sieć handlowa.

Każde racjonalne życzenie sieci handlowej jest do wykonania. Dotyczy to charakterystycznego dla danej sieci sposobu kompletacji zlecenia, „kanapkowania", znakowania nalepkami logistycznymi specyficznymi dla niej, gospodarki paletami i opakowaniami zwrotnymi, przygotowania standów okolicznościowych, stoisk dystrybucyjnych, sposobów komisjonowania, dostaw na paletach dużych, ćwierćpaletkach i bez palety „matki", dostaw w temperaturze kontrolowanej, specjalnego sposobu pakowania palet (kominy asortymentowe), wyrobów i inne. Praktycznie każda forma zaproponowana przez sieć może być przygotowana i dostarczana przez operatora logistycznego. Kwestią uzgodnień w tym wypadku jest wymagany standard, ilość, czas czy koszt – po stronie operatora taka praca musi zapewniać rentowność.

Rozpatrując możliwości zlecenia obsługi logistycznej dedykowanej firmie, z pewnością należy rozważyć i brać pod uwagę kary umowne, które sieci mogą nałożyć w wyniku niesprostania realizacji zlecenia zgodnie z uzgodnieniami. Producenci nie zawsze mają możliwość realizacji tych życzeń i tu widzimy szanse dla dystrybutora i operatora logistycznego.

Wyzwania, jakie niesie współpraca z sieciami handlowymi

We współpracy operatorów logistycznych oraz ich klientów z sieciami handlowymi, elementami krytycznymi są dostępność wyrobu do sprzedaży – za ten element odpowiada generalnie producent – oraz terminowość dostaw – tu zasadniczo odpowiada operator logistyczny. Oczywiście są wyjątki od tej reguły. W naszym wypadku realizując obsługę klienta, już w momencie przyjmowania zamówień musimy dysponować wiedzą o poziomie zapasu i o bieżących potrzebach klientów. Tym samym współodpowiedzialność za zapewnienie dostępności może być przerzucona częściowo również na operatora logistycznego, a wynikać z tego mogą dodatkowe wymagania. Jest to z pewnością specyfika pracy logistycznej spółki Colian Logistic na rzecz grupy przemysłowej.

Osoby zaangażowane w pracę na rzecz operatora logistycznego, na pojawiające się wyzwania muszą reagować natychmiast. Kongestia w magazynie czy transporcie, opóźnienie rozładunku w jednym miejscu skutkujące spadkiem terminowości w drugim, są tego przykładami. Powoduje to konieczność angażowania się spedytorów w przeawizowanie dostawy, gdyż czasami wystarczą dobre chęci i dodatkowa godzina czasu, żeby towar został rozładowany w magazynie odbiorcy. W takim wypadku liczą się chęci po obu stronach (u operatora logistycznego i odbiorcy), szczególnie są tu promowane dobre relacje z logistykami klientów i wysoka kultura zachowania przedstawicieli operatora.

Mamy świadomość, że najdrobniejsze uchybienie po stronie operatora może skończyć się karą finansową dla dostawcy, stąd dyscyplina pracy, spotkania i rozmowy uświadamiające oraz analiza wskaźników i efektów pracy są stałą koniecznością.

A obecną specyfiką rynku jest przejście od rynku producenta do rynku sprzedawcy. Dzisiaj trendy nadaje handel. Często pomysły idą w kierunku bardzo wysokich rygorystycznych wymagań dystrybucyjno-logistycznych, zmian dotyczących formy dostaw, zwiększenia częstotliwości dostaw, wydłużania terminów przydatności wyrobów do spożycia, dostaw w ciągu 24 godzin od zamówienia, zaostrzenia reguł gospodarki opakowaniami zwrotnymi itp.

Operator logistyczny kierując się rachunkiem ekonomicznym, podobnie jak i dostawca, starać się będzie sprostać rosnącym wymaganiom.

Przyszłość to wysyłki drobnicowe, dostępność wyrobów na poziomie minimum 98%, krótsze terminy dostaw, wykorzystanie EDI przez wszystkie sieci i większych dystrybutorów w kanale tradycyjnym, czy wreszcie katalog produktów SA2.

Przyszłość to również lepsza jakość, większa dostępność i mniejsze koszty w przypadku korzystania z usług operatorów logistycznych.

Jarosław Taberski,
prezes zarządu
Colian Logistic sp. z o.o.
Jarosław Zieliński
kierownik Centrum Logistycznego
w Kostrzynie
Colian Logistic sp. z o.o.

Operator zadba o logistykę

W ciągu ostatnich 15 lat w Polsce nastąpił bardzo dynamiczny rozwój sieci handlowych. Obecnie dominują trzy podstawowe formy handlu detalicznego: hipermarkety, supermarkety i dyskonty. Ich funkcjonowanie wpływa na wiele aspektów życia gospodarczego, w tym na logistykę.

Do pozytywnych zmian należy zaliczyć napływ zagranicznego kapitału, transfer know-how i technologii, a także coraz szybciej postępującą koncentrację i konsolidację rynku. Mówiąc o rozwoju sieci handlowych nie można pominąć szeregu działań logistycznych, w tym realizacji dostaw od producentów do sieci. Jeszcze kilkanaście lat temu znaczna część dystrybutorów sama dostarczała tam swoje produkty. Dziś na porządku dziennym jest *outsourcowanie* tej usługi na operatorów logistycznych.

Samemu, czy w outsourcingu?

Co sprawia, że producenci zlecają obsługę logistyczną operatorom? Na pierwszy plan wysuwa się redukcja kosztów, a przez to możliwość skupienia się na własnym biznesie i na dalszym jego rozwoju. Utrzymywanie floty samochodów i zatrudnianie kierowców to dla producenta niepotrzebny koszt. Parafrazując: to co carskie oddajmy cesarzowi, a wszystko co logistyczne – operatorowi logistycznemu.

Trudno wymiernie wycenić miękkie aspekty, jak wieloletnie doświadczenie, kompetencje czy relacje, które zapewniają firmy logistyczne i ich pracownicy. Dużo łatwiej mówić o policzalnych korzyściach. Zaletą operatorów logistycznych jest np. możliwość konsolidacji na jednym aucie dostaw od kilku producentów dla jednego odbiorcy (np. marketu). Obniża to całościowe koszty logistyki, ponoszone przez dostawców. Operator może także obniżać koszty dzięki realizacji ładunków powrotnych. Producentowi taką optymalizację osiągnąć dużo trudniej.

Szereg korzyści

Oszczędność czasu i płynące z tego korzyści to kolejny argument przemawiający za outsourcingiem. Istotną rolę odgrywa czas, jaki pochłania zarządzanie flotą i kierowcami, a także cała sfera zadań organizacyjnych i formalno-prawnych, choćby związanych ze szkoleniem kierowców i procedurami BHP. Równie czasochłonnym zajęciem jest przygotowanie taboru i dokumentacji przewozu żywności lub ładunków ADR. Nierzadko tabor wymaga dodatkowego wyposażenia, bez którego przewóz ładunków o podwyższonym ryzyku, jak np. alkohol, jest niemożliwy. Każdy duży gracz na rynku logistycznym, pracując dla klientów z różnych segmentów, najczęściej dysponuje taborem umożliwiającym przewóz każdego rodzaju towarów.

Podejmując współpracę z operatorem logistycznym producenci oczekują gwarancji jakości. To operatorzy biorą na siebie całą odpowiedzialność, nie tylko za sprawność i terminowość dostaw, ale także za realizację ich w pełnej zgodzie z przepisami. Logistycy, korzystając z dużych flot, realizują dostawy każdego dnia, a tym samym mają możliwość dotrzymania godzin awizacji lub wykorzystania awizacji własnych.

Podejmując współpracę z operatorem logistycznym producenci oczekują gwarancji jakości. To operatorzy biorą na siebie całą odpowiedzialność, nie tylko za sprawność i terminowość dostaw, ale także za realizację ich w pełnej zgodzie z przepisami.

Nie tylko dostawy

Poza korzyściami wynikającymi z realizacji usługi podstawowej, tj. przewozu, producenci mogą mieć profity, jeśli skorzystają z usług dodatkowych. Do najważniejszych należą: pobranie i zwrot gotówki za towar, zwrot potwierdzonych dokumentów, a także zarządzanie gospodarką paletową. W sytuacji, kiedy dla producenta istotną rolę odgrywa możliwie szybkie otrzymanie dokumentów potwierdzających realizację dostawy, na podstawie których wystawia on fakturę, kluczowe może okazać się np. udostępnienie skanów dokumentów na stronie www lub wysłanie ich mailem. W Pekaes taka procedura zajmuje zazwyczaj do 4 dni od dnia dostarczenia przesyłki. Co istotne, niektóre sieci nie potwierdzają dokumentów od razu przy dostawie. W takim wypadku producenci chcąc przyspieszyć proces fakturowania na własną rękę powinni organizować kolejny, dedykowany transport, który odbierze dokumenty. To dodatkowe koszty i dodatkowy czas. Operatorzy logistyczni realizując dostawy do sieci każdego dnia i dla różnych klientów, mogą „przy okazji" odebrać dokumenty z poprzednich dostaw.



Ewa Konopińska, dyrektor sieci drobnicowej Pekaes SA

Ten sam schemat działania operatorzy wykorzystują realizując zwroty z sieci. Samo zarządzanie zwrotami śmiało można nazwać kolejną, dodatkową usługą logistyczną, zaadresowaną do producentów i dystrybutorów. Podobnie jest z gospodarką paletową. W interesie producentów jest, żeby ich puste palety wracały do nich w jak najkrótszym czasie. W przeciwnym razie, chcąc utrzymać regularność dostaw, byliby zmuszeni do zakupu większej liczby palet, mogących obsłużyć kilkudniowy cykl produkcji i dostaw. A to oznacza dodatkowe koszty.

Ewa Konopińska, dyrektor sieci drobnicowej Pekaes SA

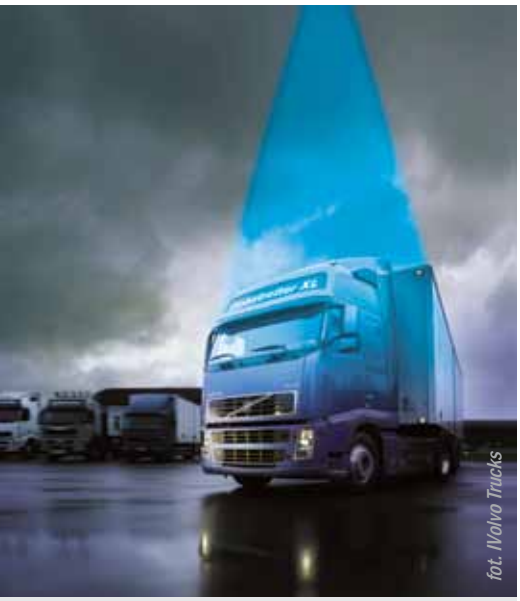
Nadążać za rozwojem technologicznym

Koniec roku usprawiedliwia rozważania o przyszłości. Jakim wyzwaniom przyjdzie podołać branży logistycznej jutro? Jak zmieni się obsługa logistyczna sieci handlowych?

Wszystko będzie zależeć od zmian w funkcjonowaniu samego handlu, które trudno jeszcze dzisiaj przewidzieć. Czy wielkie, ogólnoświatowe sieci handlowe przetrwają konkurencję sklepów internetowych? I czy rzeczywiście jest to konkurencja, czy tylko synergiczny układ?

Jedno jest pewne

Kultura masowa i nabierająca coraz większego rozpędu globalizacja, przyczyniają się do ujednolicania i upraszczania obrotu towarowego, zwiększania dostępności usług i poprawy standardów obsługi dla klientów z różnych zakątków świata. Towarzysząca temu, postępująca, ogólnoświatowa integracja obyczajów, norm i systemów nie omija branży logistycznej, która coraz częściej zaczyna być partnerem przedsięwzięć o charakterze biznesowym, w szczególności w sektorze B2B, a nie wyłącznie wykonawcą fizycznego przemieszczenia towarów i usług.



Pełny monitoring ładunków, środków transportu i pracowników jest obecnie wyłącznie kwestią nakładów finansowych, a z biegiem lat stanie się absolutną normą dostępną w pakiecie usług. Zastąpi to papierowe wersje dokumentów transportowych i ułatwi proces wyceny usługi i jej fakturowania

Konsolidacja branży logistycznej i jej rosnąca kapitałochłonność stały się faktem. We wszystkich gałęziach transportu coraz częściej dominuje integrator łańcucha dostaw lub operator logistyczny zdolny do realizacji każdego rodzaju transportu – posiadający w swoim portfelu operacyjnym szereg partnerów fizycznie realizujących przesunięcia towarowe albo zdolny do samodzielnego działania w każdej gałęzi transportu.

Co przyniesie przyszłość?

Przyszłość logistyki to głównie rozwój sieci i systemów informatycznych, umożliwiających swobodny przepływ danych dotyczących towarów i użytych środków transportu, pozwalających na łatwą identyfikację na każdym etapie przemieszczania towaru lub operacji na towarze. Bezpieczeństwo tych usług w głównej mierze wiążę się również z systemami, a także z przejrzystością procesów oraz niezbędnym zabezpieczeniem finansowym na pokrycie ewentualnych szkód.

Standaryzacja opakowań i rozwijająca się konteneryzacja ładunków pozwala płynnie zarządzać dostępnymi mocami przeładunkowo-transportowymi i właściwie prognozować popyt i podaż na usługi transportowe. Ma to pewien wpływ na widoczny od wielu lat nieustanny rozwój giełd towarowo-transportowych w Polsce i Europie. Ogólnoświatowy handel kontraktami, połączonymi z ich realizacją w określonych wycinkach, będzie tylko kwestią czasu. Mniejsze firmy transportowo-logistyczne staną się w pełni zależne od operatorów i integratorów logistycznych, którzy będą zdolni do budowy ogólnoświatowych łańcuchów dostaw.

Duża kapitałochłonność pozwoli uczestniczyć w największych przedsięwzięciach wyłącznie firmom, które będą nadążały za rozwojem technologicznym i które będzie stać na zakup najnowszych środków transportu. Wyścig technologiczny na płaszczyznach ekologii, optymalizacji i elektroniki zmienił już kabinę ciągnika w nowoczesny pokład sterowniczy, który wraz z rozwojem dróg pozwoli być może przekształcić tira w uniwersalny środek transportu, zdolny od samodzielnego poruszania się również po infrastrukturze torowej.



Adam Jędryczek, zastępca dyrektora ds. logistyki JAS-FBG S.A.

Pełny monitoring

Także pełny monitoring ładunków, środków transportu i pracowników jest obecnie wyłącznie kwestią nakładów finansowych, a z biegiem lat stanie się absolutną normą dostępną w pakiecie usług. Zastąpi to papierowe wersje dokumentów transportowych i ułatwi proces wyceny usługi i jej fakturowania.

Warto zwrócić uwagę na kwestie personalne w branży logistycznej. Przy obecnych wzrostach kosztów pracy, może już za kilka lat, stałe miejsca pracy w siedzibie firmy będą tylko wspomnieniem, a logistycy i spedytorzy zaczną pracować w chmurze obliczeniowej (cloud) na rzecz wielu zleceniodawców – zza biurka, we własnym domu – jako specjaliści do wynajęcia na godziny, dni lub do realizacji określonych kontraktów. Językami powszechnie używanymi staną się chiński, hindi oraz szczątkowo angielski, a fizyczna realizacja kontraktów stanie się tylko najmniejszym elementem całego schematu organizacyjnego obrotu towarowego.

Adam Jędryczek, zastępca dyrektora ds. logistyki JAS-FBG S.A.

System GS1 – globalny język biznesu

Kod kreskowy, który umieszczany jest na opakowaniach detalicznych, to symbol współczesnego, uniwersalnego języka biznesu, obejmującego jednolite opisy i zasady kodowania, reguły interpretacyjne, sprzętowe, itp. Kody te, które są elementem i podstawą systemu GS1, a przy tym najczęściej stosowanymi kodami na całym świecie, w najdobitniejszy sposób pokazały jaką wartość daje standaryzacja.

Sukces kodów kreskowych zadecydował o potrzebie uzgodnienia jednolitych reguł identyfikacyjnych i komunikacyjnych dla biznesu, funkcjonujących w różnych technologiach. I to właśnie obejmuje System GS1, który jest zbiorem standardów identyfikacyjnych i komunikacyjnych, przeznaczonych dla procesów logistycznych, realizowanych w ramach łańcucha dostaw i obsługi administracyjnej. System GS1 powstał pierwotnie między innymi jako otwarty system znakowania produktów detalicznych kodami kreskowymi, dla usprawnienia przeprowadzania transakcji handlowych i rejestrowania sprzedaży w supermarketach. Obecne swoim zasięgiem obejmuje cały łańcuch dostaw i wszystkie branże.

System GS1 rozwijany i wdrażany jest na świecie w oparciu o sieć krajowych organizacji GS1. Instytut Logistyki i Magazynowania – GS1 Polska, od ponad 21 lat pełni rolę takiej organizacji. Jest jedyną instytucją upoważnioną do przyjmowania firm i instytucji z Polski do systemu GS1 oraz do nadawania im uprawnień do stosowania kodów kreskowych GS1. Podobnie jak ponad 110 innych organizacji krajowych, GS1 Polska czynnie wspiera rozwój globalnych standardów opracowuje rozwiązania krajowe oraz bierze aktywny udział w rozwijaniu nowych zastosowań. Realizuje prace badawczo-rozwojowe i usługi doradcze, podnoszące efektywność funkcjonowania przedsiębiorstw i całych łańcuchów dostaw. W Polsce największą popularnością cieszą się zdecydowanie standardy automatycznej identyfikacji oparte o kody kreskowe w symbolikach EAN 13/8. Ponad 20 tys. firm znakuje obecnie swoje produkty: jednostkowe, zbiorcze oraz logistyczne w oparciu o nadawane przez GS1 Polska unikatowe identyfikatory.

System GS1 powstał pierwotnie, m.in. jako otwarty system znakowania produktów detalicznych kodami kreskowymi, dla usprawnienia przeprowadzania transakcji handlowych i rejestrowania sprzedaży w supermarketach. Obecne swoim zasięgiem obejmuje cały łańcuch dostaw i wszystkie branże.



Dr inż. Elżbieta Hałas
Instytut Logistyki i Magazynowania – GS1 Polska



Handel czerpie największe korzyści

Handel detaliczny i hurtowy, związany w największym stopniu z branżą towarów konsumenckich, jest obecnie branżą najszerzej wdrażającą i wykorzystującą standardy GS1, jak również czerpiącą największe korzyści ze standaryzacji. Najnowsze badania opublikowane przez IBM Global Business Services, na podstawie szczegółowych badań przeprowadzonych wśród 8700[1] firm, wykazało że inwestycje we wdrożenie standardów przyniosły m.in. następujące korzyści:

- o 42% niższe koszty dystrybucji,
- o 3,5% wyższa dokładność fakturowania,

1 *Make your supply chain more efficient by using GS1 global standards*, IBM Global Service, New York 2012.

- skrócenie czasu realizacji zamówienia o 61 godzin,
- o 32% zmniejszenie braków zapasów.

Analiza listy top sieci handlowych w Polsce pokazuje, iż zdecydowana większość sieci stosuje w praktyce standardy GS1 a ponad połowa z nich jest czynnymi uczestnikami Systemu GS1. Część z nich ma również wpływ na kształt działań podejmowanych przez naszą organizację zasiadając w Polskiej Radzie Systemu GS1, czyli organie doradczym i opiniującym, reprezentującym interesy wszystkich uczestników systemu GS1.

Umieszczane na paletach etykiety logistyczne GS1 dostarczają pełnej informacji o towarach na nich transportowanych. Obecnie w największej skali tego typu rozwiązanie stosują sieci JMP oraz NETTO.

Etykieta logistyczna

Sieci detaliczne w Polsce podejmują coraz częściej działania zmierzające do usprawniania przepływu towarów z wykorzystaniem etykiety logistycznej GS1. Umieszczane na paletach etykiety dostarczają pełnej informacji o transportowanych na nich towarach. Obecnie w największej skali tego typu rozwiązanie stosują sieci JMP (Jeronimo Martins Polska) oraz NETTO, a wiele innych przyjęło wytyczne GS1 jako podstawę do wprowadzenia dedykowanych rozwiązań dla etykietowania palet. Szacuje się że w Polce już prawie 1000 firm produkcyjnych stosuje standardowe etykiety logistyczne GS1.

Od ponad 10 lat polski handel detaliczny w praktyce stosuje elektroniczną wymianę dokumentów handlowych, takich jak zamówienie czy faktura zgodnie ze standardami GS1 .Dostawcy, z których wielu dostarcza do kilku sieci, wykorzystują jednakowy format dokumentów dla wszystkich transakcji, bez względu na odbiorcę swoich towarów. Z punktu widzenia sieci handlowych, standaryzacja komunikatów znacząco ograniczyła prawdopodobieństwo błędów w komunikatach, co byłoby nie do uniknięcia w przypadku różnorodności stosowanych wzorów dokumentów elektronicznych. Brak błędów to możliwość pełnej automatyzacji przetwarzania dokumentów i ogromne oszczędności, które za tym idą. Ponadto, w przypadku wielu formatów komunikatów, sieciom trudno byłoby namówić większą liczbę dostawców do włączenia się w projekty elektronicznej wymiany dokumentów, a EDI przynosi ogromne korzyści i oszczędności dopiero wtedy, gdy większość dostawców pracuje w tym systemie. W Polsce to właśnie w branży handlu detalicznego najwięcej firm korzysta już z elektronicznych dokumentów.

W kodzie kreskowym GS1 DataBar, oprócz identyfikatora zakodowane są następujące informacje: data ważności, masa netto i oznaczenie partii produkcyjnej. Kod ten jest odczytywany przy kasie.

GS1DataBar

Projektem, o którym w ostatnim roku sporo mówiło się w mediach, było największe w skali Europy wdrożenie nowej symboliki kodów GS1 DataBar. Wdrożony przez sieć JMP projekt obejmuje swoim zasięgiem produkty najbardziej znanych marek, takich jak MORLINY, Sokołów, Indykpol, Green Factory i inne. Biedronka wprowadza kody GS1 DataBar na świeże produkty o stałej i zmiennej masie. Znakowane są: mięso, drób, świeże sałatki, chleb, wyroby mleczarskie i ryby. W kodzie kreskowym GS1 DataBar, oprócz identyfikatora zakodowane są następujące informacje: data ważności, masa netto i oznaczenie partii produkcyjnej. Kod ten jest odczytywany przy kasie. Głównym celem projektu jest zagwarantowanie, że produkt przeterminowany nie zostanie sprzedany klientowi.

Nowym kanałem sprzedaży i dotarcia do klientów z różnymi formami promocji, jest MOBILEcommerce. Obecnie zakupy przez Internet to nie tylko otwierane przez sieci typy AUCHAN , ALMA czy TESCO sklepy on-line, ale również wejście w kanał sprzedaży przez urządzenia mobilne. Jeden z projektów badawczych prowadzonych w ILIM GS1 Polska mKonsument, dostarcza, dzięki współpracy z partnerami projektu (m.in. z siecią Piotr i Paweł), pełne doświadczenie zakupowe wraz z modułem płatności i to wszystko na smartphonie. Przygotowana przez GS1 Polka aplikacji MOBIT GS1, oprócz informacji o skanowanych przez użytkownika produktach, dostarcza również dedykowaną bazę ofert promocyjnych („gazetkowych") z kilkunastu sieci.

Dr inż. Elżbieta Hałas
Instytut Logistyki i Magazynowania – GS1 Polska

Kompleksowy katalog firm branży transportowej i logistycznej
Katalogis.net
Scalamy świat logistyki i transportu

Inka, paleta eksportowa – formaty CP3 i CP5

Optymalne wykorzystanie powierzchni załadunkowej w kontenerze oceanicznym.

Nasze palety kontenerowe - idealnie dopasowane i oszczędzające miejsce.

Firma Inka oferuje do transportu oceanicznego dwa rodzaje palet kontenerowych w formacie CP3 i CP5.

Pierwsza z nich została wyprodukowana w 2003 roku, a jej produkcja dostosowana jest do ciągle wzrastającego zapotrzebowania i płynnych terminów dostaw.

Nowa paleta CP3 odznacza się stabilną powierzchnią załadunkową. Kwadratowy format 1140x1140 jest doskonale dopasowany do morskich standardów załadunkowych. Do jednego kontenera ISO o wewnętrznych wymiarach 12 069 mm długości i 2 372 mm szerokości pasuje dokładnie 20 palet ułożonych w dwóch rzędach.

Mniejsza paleta kontenerowa CP5 w formacie 760x1140, którą w przybliżeniu można porównać z formatem Euro 800x1200, nadaje się znakomicie do załadunków kontenerowych. Maksymalna wytrzymałość dynamiczna palety jest taka sama w obu rozmiarach i wynosi w wersji standardowej 900 kg, a w wersji wzmocnionej 1250 kg.

Paleta formatu Euro, często też nazywana paletą Epal, jest najczęściej stosowaną na europejskim rynku palet. Przy jej rozmiarach 800x1200 pasuje znakomicie do europejskich ciężarówek. Aby ułatwić załadunek statków kontenerowych, wszystkie kontenery ISO mają znormalizowaną zewnętrzną szerokość odpowiadającą 20-tu i 40-tu calom.

W zależności od wewnętrznej budowy ściany (jej grubości) pozostaje 2,30-2,36 m wewnętrznej szerokości jako powierzchni załadunkowej. Tak więc stosując palety formatu euro nie jest mozliwe optymalne załadowanie kontenera.Przy zastosowaniu palet Inka formatu CP5 możliwe jest załadowanie do 31 palet do 40-sto calowego kontenera.

Taka oszczędność miejsca i równocześnie kosztów jest bardzo ceniona przez naszych klientów.

Palety kontenerowe z drewna prasowanego nie muszą być poddawane żadnym dodatkowym procesom, np. suszeniu Drewno przetworzone „processed wood" spełnia wymogi norm ISPM15/ NIMF15 w obrocie międzynarodowym, dlatego palety Inka stanowią pierwszorzędne rozwiązanie dla wszelkich problemów związanych z eksportem do dowolnych krajów na świecie.

RC

Inka Paletten GmbH (Niemcy)

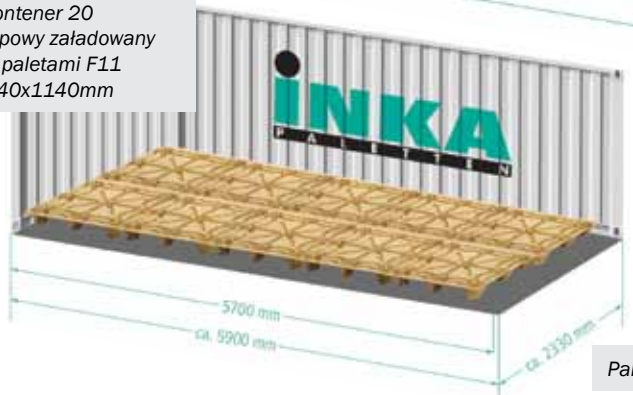
Jest największym europejskim producentem palet jednorazowego użytku z siedzibą w Siegertsbrunn koło Monachium.
Palety produkowane są w Berlinie, w Ermelo w Holandii oraz w USA.
Firma posiada rozbudowaną międzynarodową sieć dostawców, co umożliwia bezproblemową dystrybucję na całym świecie.

Chcesz poznać rozwiązania INKA Paletten?
Zapraszamy do odwiedzenia strony:
www.inka-paletten.com/pl

plan załadunku - kontener 40 stopowy załadowany 31 paletami F76 760x1140mm



plan załadunku - kontener 20 stopowy załadowany 10 paletami F11 1140x1140mm



Paleta F76 – 760x1140mm





Paleta F11 – 1140x1140mm

TimoCom Transport z przyszłością!

Wesołych Świąt!



**Święta Bożego Narodzenia to cudowny czas
niekończącej się radości i refleksji nad minionymi miesiącami.
W tych wyjątkowych dniach pragniemy życzyć wszystkim osobom związanym z branżą TSL
powodzenia w realizowaniu założonych celów
oraz nowych, fascynujących wyzwań w nadchodzącym 2013 roku!**

www.timocom.pl

Ciągła adaptacja

Duża konkurencja, szeroki asortyment produktów i coraz większe oczekiwania klientów, to charakterystyczne cechy rynku logistycznego zajmującego się obsługą sieci handlowych w Polsce. Specyfika branży, w tym spożywczej, często wymaga szczególnych rozwiązań i ciągłych adaptacji w zakresie magazynowania i dystrybucji towarów.

Jest to jedna z najbardziej konkurencyjnych branż. Obecnie marże w sektorze są bardzo niskie i kluczem do sukcesu jest efektywność procesów, w tym efektywna logistyka. Obserwujemy silną ekspansję dyskontów, które zwiększają presję na pozostałe sieci handlowe. Główni gracze rynkowi to duże sieci detaliczne, takie jak: Tesco, Auchan czy Biedronka oraz dystrybutorzy spożywczy np. Eurocach czy Specjał. Rynek w ostatnich latach jest w fazie dynamicznych zmian. Obserwujemy stopniową konsolidację w sektorze, zwłaszcza wśród dystrybutorów spożywczych, czego potwierdzeniem jest zakup sieci Tradis przez Eurocach i przejęcie sieci sprzedaży operatora spożywczego Rabat Service przez Specjał i Bać-Pol. Każda wolna luka rynkowa jest zaraz zagospodarowana przez konkurencję.

Organizacja dystrybucji

Na poziomie właścicielskim widzimy konsolidację podmiotów, natomiast na poziomie organizacyjnym zaczyna zwyciężać trend decentralizacji. Powoli najwięksi, doświadczeni operatorzy spożywczy odchodzą od jednego centralnego centrum dystrybucyjnego na rzecz regionalnych parków dystrybucyjnych w kluczowych regionach kraju, jak Poznań, Śląsk czy Trójmiasto. Zadaniem regionalnych centrów jest obsługa rynku lokalnego wraz z przyległą strefą podmiejską. Liczba regionalnych centrów zależna jest od liczby hurtowni i sieci sprzedaży detalicznej. Cel jest jeden – zapewnienie całościowego pokrycia sprzedaży, która w ostatecznym rozrachunku jest zależna od wielkości popytu konsumpcyjnego.

W wypadku sieci handlowych, strategia firmy, w tym zarządzenie łańcuchem dostaw, jest czynnikiem kluczowym, który decyduje o wyborze podmiotu odpowiedzialnego za dystrybucję.



Renata Osiecka, partner zarządzająca AXI IMMO

W wypadku sieci handlowych, strategia firmy, w tym zarządzenie łańcuchem dostaw, jest czynnikiem kluczowym, który decyduje o wyborze podmiotu odpowiedzialnego za dystrybucję. Firmy albo powierzają obsługę zewnętrznym operatorom, albo bez względu na ofertę rynkową, decydują się na organizację własnej sieci. Możemy zauważyć, że sieci spożywcze, jak np. Tesco, Kaufland, Jeronimo Martins czy Eurocach wybierają model własnej obsługi logistycznej. Natomiast w wypadku sieci, których asortyment jest bardziej zróżnicowany i obejmuje m.in. elektronikę, tekstylia, czy produkty przemysłowe dla sieci DIY, firmy decydują się na usługi operatora logistycznego, np. Leroy Merlin, Empik, Inditex.

Magazyn – ale jaki?

Obiekty magazynowe dedykowane sieciom handlowym, to często realizacje typu BTS lub parki uniwersalne z funkcjonalnymi rozwiązaniami i potrzebną do realizacji specyficznych zadań infrastrukturą. Cechy charakterystyczne magazynów dla



Czego wymaga klient, a czego sieć handlowa?

Marc Le Bozec, dyrektor generalny ID Logistics Poland,prowadzącej operacje logistyczne m.in. dla sieci Carrefour i Metro Group.

Ogromna konkurencja wśród sieci handlowych i ich nowe strategie sprzedaży, powodują zmiany na poziomie dystrybucji. Obsługa logistyczna takich podmiotów również ewaluuje. Stawia się przed nami coraz wyższe wymagania w zakresie elastyczności organizacji dostaw.
Strategia rozwoju sieci, która zakłada większą liczbę mniejszych sklepów, wymaga częstszych i mniejszych wolumenowo wysyłek. Konsekwencją tego jest zwiększona liczba czynności manipulacyjnych w magazynach. Ponadto, szeroki asortyment towarów to wymóg większej liczby operacji komisjonowania, mniejszy zapas na SKU i szybsza rotacja towaru w magazynie. Dodatkowo należy uwzględnić dostawy nocne, częste promocje nakładające na operatora wymóg maksymalizacji operacji logistycznych. Taki model organizacji wymaga optymalizacji w zakresie magazynowania, dystrybucji, transportu, kontrolingu w łańcuchu dostaw i pełnego zintegrowania wszystkich tych procesów.

sieci handlowych to min. dobra lokalizacja względem głównych układów komunikacyjnych, podwyższony wskaźnik utwardzonych terenów zewnętrznych – placów manewrowych, parkingów dla samochodów osobowych i dostawczych; wydzielone strefy ruchu pieszego; wydzielone miejsca składowania opakowań. Magazyny sieci handlowych z reguły zlokalizowane są przy głównych szlakach komunikacyjnych - autostradach, trasach wylotowych, w pobliżu największych aglomeracji. Dogodna lokalizacja centrum dystrybucyjnego wpływa na efektywności sieci dystrybucji; skraca czas dostaw i ogranicza ich koszty.

Nie mniej ważna jest infrastruktura wokół parku magazynowego. Rozbudowana flota transportowa przy obsłudze sieci wymaga zwiększonej liczby miejsc parkingowych dla tirów (średnio powyżej 30) oraz dużego, wydzielonego parkingu dla samochodów osobowych ze względu na 24-godzinny tryb pracy magazynu i liczną kadrę operacyjną zajmującą się załadunkiem i dystrybucją. Infrastruktura towarzysząca to też plac manewrowy odpowiedniej wielkości i szerokości. Ponadto, częstym wymaganiem klienta względem dewelopera, jest zapewnienie dodatkowej, zadaszonej i wygrodzonej powierzchni na zewnętrz obiektu, na puste palety i skrzynie. Te kryteria bardzo często decydują o budowie dedykowanych obiektów, gdyż gotowe projekty dostępne na rynku rzadko dysponują taka infrastruktura.

Wewnętrzna organizacja magazynu sieci spożywczych wymaga podziału powierzchni na odpowiednie strefy, które odpowiadają wymaganiom produktów przechowywanych w różnych zakresach temperatur.

Wewnętrzna organizacja magazynu sieci spożywczych wymaga podziału powierzchni na odpowiednie strefy, które odpowiadają wymaganiom produktów przechowywanych w różnych zakresach temperatur. Możemy wyróżnić strefę suchą, gdzie składowane są produkty nie wymagające reżimu temperaturowego; chłodnie, gdzie przechowywane są produkty świeże – owoce, warzywa, nabiał itp., gdzie reżim temperaturowy jest zazwyczaj w zakresie 0-8°C. Wielkość powierzchni chłodniczej w centrach regionalnych zajmuje zwykle ok. 8-10% powierzchni magazynowej; strefy mroźni z reżimem -18 do -20°C są zazwyczaj mniejsze. Ponadto, klienci często wymagają wydzielenia stref dla towarów jednostkowo drogich, jak wyroby tytoniowe lub alkohol. Kolejnym zapotrzebowaniem sieci spożywczej lub operatora sieci co do powierzchni magazynowej jest zwiększona liczba doków. Duża rotacja produktów w magazynie i wymagania względem organizacji operacji dostaw sprawiają, że magazyn powinien posiadać wskaźnik jeden dok na ok. 600 m^2, najlepiej w układzie crossdokowym.

Ostatnim, ale bardzo ważnym elementem w wypadku powierzchni magazynowej dla opisywanej branży jest możliwość rozbudowy w wypadku ekspansji. Mimo nieco słabszych wskaźników konsumpcji, szczególnie sieci spożywcze jak Biedronka czy Tesco, zapowiadają dalszy rozwój, tym samym będą chciały zwiększać wolumen powierzchni magazynowej, często w zakresie tych samych parków logistycznych.

Renata Osiecka,
partner zarządzająca AXI IMMO



Trudniej niż w poprzednich latach

Wojciech Waryś, Associate Partner Dział Powierzchni Magazynowych AXI IMMO

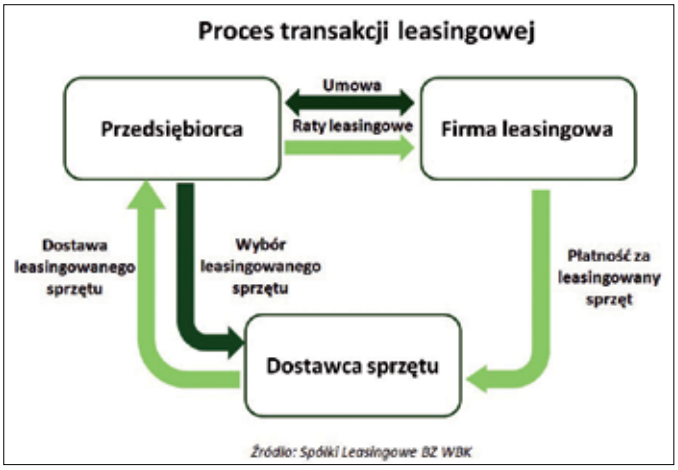
Z punktu widzenia najemcy, m.in. operatora logistycznego, sytuacja na rynku powierzchni magazynowych będzie trudniejsza niż w latach poprzednich. Najemca przyzwyczajony do dostępności szerokiej oferty, elastycznego podejścia do jego potrzeb i możliwości najmu krótkoterminowego będzie musiał zweryfikować swoje plany. Warunki zaczną dyktować deweloperzy. W wielu lokalizacjach, zwłaszcza w Poznaniu czy na Górnym Śląsku, stawki czynszów z 2012 r. w przyszły roku będę już nieaktualne, a dostępność dużych powierzchni powyżej 10 tys. m^2 w krótkim terminie – niemożliwa. Obserwujemy dużą dynamikę rynku w lokalizacjach o niskim wskaźniku pustostanów. Klienci powinni rozpocząć poszukiwania powierzchni magazynowej wiele miesięcy wcześniej, gdyż ilość powierzchni dostępnej od zaraz będzie ograniczona



ABC leasingu

Wiele firm potrzebuje nowych inwestycji, żeby nabrać wiatru w żagle. Samochód, ciągnik rolniczy, sprzęt medyczny, dźwig – takich rzeczy najczęściej nie można kupić za gotówkę, a biorąc pod uwagę zaostrzone polityki kredytowe, również uzyskanie kredytu bankowego nie należy do najłatwiejszych zadań. Z pomocą przychodzi leasing. Minimum formalności potrzebnych do podpisania umowy oraz korzyści podatkowe to tylko niektóre z zalet tej formy finansowania.

Leasing w teorii to uniwersalna forma finansowania inwestycji, polegająca na uzyskaniu potrzebnego środka trwałego bez konieczności jego zakupu na własność. Czynsze leasingowe, które leasingobiorca płaci firmie leasingowej, mogą pochodzić w takim przypadku z przychodów, które korzystający uzyskuje dzięki wykorzystaniu danego środka trwałego. Sprzęt zarabia więc sam na siebie. – *W praktyce oznacza to, że na podstawie umowy leasingowej klient dysponuje powierzonym mu przedmiotem, nie jest natomiast jego właścicielem* – wyjaśnia Daniel Mrozek, odpowiedzialny w Spółkach Leasingowych BZ WBK za rozwój oferty produktowej. Warto wiedzieć, że przedsiębiorcy mogą wyleasingować nie tylko samochody osobowe czy ciężarowe, ale właściwie cały sprzęt i aparaturę potrzebną do prowadzenia swojego biznesu, w tym maszyny i urządzenia, komputery, a nawet nieruchomości.



Dylemat: operacyjny czy finansowy?

Przedsiębiorca zainteresowany leasingiem ma do wyboru jego dwa podstawowe rodzaje. Każdy z nich ma inne zalety w zależności od specyfiki prowadzonej działalności i przedmiotu, który chcemy sfinansować. Warto zatem wiedzieć, który będzie najbardziej odpowiedni.

Pierwszy to leasing finansowy, w przypadku którego korzystający uwzględnia leasingowany przedmiot w swoich aktywach i dokonuje odpisów amortyzacyjnych. Kosztem uzyskania przychodu, który zmniejszy podstawę opodatkowania będą, poza odpisami amortyzacyjnymi, także części odsetkowe rat leasingowych oraz codzienne koszty użytkowania. Zaletą tego rodzaju finansowania jest brak ograniczeń dotyczących minimalnej wartości końcowej oraz minimalnego okresu trwania umowy.

Dla większości firm, pod względem podatkowym, korzystniejszy od leasingu finansowego jest leasing operacyjny. W jego przypadku odpisów amortyzacyjnych dokonuje firma leasingowa, a opłata wstępna, raty leasingowe (część kapitałowa i odsetkowa), a także opłaty związane z eksploatacją stanowią koszt uzyskania przychodu leasingobiorcy i tym samym zmniejszają kwotę opodatkowania. Ponadto, w przypadku leasingu operacyjnego, podatek VAT jest naliczany do każdej raty leasingowej, co powoduje że zapłata VAT-u jest także rozłożona w czasie.

Łatwiejszy do uzyskania

W związku z tym, że środek trwały przez cały czas trwania umowy pozostaje własnością firmy leasingowej, nie ma konieczności stosowania klauzul przewłaszczenia bądź wprowadzania zastawu. – *To sprawia, że zwykle łatwiej jest uzyskać leasing niż inne instrumenty finansowania: leasingodawcy mają wobec klientów mniej wymogów jeśli chodzi o ilość i szczegółowość potrzebnych dokumentów oraz szybsze procedury uzyskania finansowania, wynikające także z bezpośredniej współpracy z dostawcami środków trwałych* – podkreśla Daniel Mrozek.

Mniejszy podatek

Leasing jest korzystny ze względów podatkowych. W przypadku leasingu finansowego kosztem uzyskania przychodu jest amortyzacja oraz część odsetkowa raty. Jeśli zdecydujemy się na leasing operacyjny to kwotę podatku obniża całość płaconej raty oraz cała opłata wstępna.

Indywidualne warunki umowy

Każdorazowo, niezależnie czy leasingobiorcą jest jednostka publiczna czy przedsiębiorstwo prywatne, oferta leasingu jest konstruowana indywidualnie, zarówno jeśli chodzi o długość czasu, na jaki zostaje podpisana, rodzaj leasingu, jak i wysokość rat leasingowych.

Atrakcyjne usługi dodatkowe

Leasingodawcy, współpracując z dostawcami sprzętu, mogą wynegocjować u nich atrakcyjne, często indywidualnie niedostępne rabaty. Oferują także całą gamę usług dodatkowych, takich jak ubezpieczenia OC i AC, Assistance, polisy majątkowe czy karty paliwowe.

Decydując się na finansowanie inwestycji przy pomocy leasingu powinniśmy kierować się zasadą „cena to nie wszystko", dużo ważniejsza jest relacja cena/zakres oferty. – *Aby ostateczna decyzja okazała się słuszna, wybór powinien zostać poprzedzony analizą ofert przynajmniej dwóch-trzech firm finansujących oraz zwróceniem uwagi na opłaty dodatkowe, wynikające z wydarzeń, które mogą wystąpić w trakcie trwania umowy leasingu* – dodaje Daniel Mrozek.

KK

LEASING MONITOR

Proponujemy Państwu skorzystanie z innowacyjnej usługi finansowej mającej na celu redukcję kosztów obsługi umów leasingu, ograniczenie ich ryzyka i odciążenie służb finansowo-księgowych w prowadzeniu negocjacji dotyczących warunków realizowanych i pozyskiwanych umów.

Mówią o nas: „Usługa Leasing Monitor to naprawdę udany produkt jakiego brakowało na rynku. W okresie 5 miesięcy współpracy spełnił w 100% nasze oczekiwania, a ku naszemu zaskoczeniu znacznie obniżył koszty finansowania"

Główna Księgowa jednej z dużych firm transportowych



Naszą siłą jest wieloletnie doświadczenie w relacjach z firmami leasingowymi, profesjonalizm, niezależność i skuteczność działania.

Jako jedyni na rynku oferujemy usługi z zakresu zarządzania zawartymi umowami leasingu wraz z autorską aplikacją on-line.

Administrujemy pakietem kilku tysięcy umów leasingowych, uzyskując dla naszych klientów znaczne korzyści finansowe.

SERWIS Leasing Monitor jako produkt i autorskie narzędzie finansowe powstał na bazie wieloletnich doświadczeń i wnikliwej obserwacji rynku finansowego oraz potrzeb przedsiębiorców posiadających większe floty pojazdów, głównie z branży transportowej, dla których leasing stanowi zazwyczaj podstawowe źródło finansowania.

PAKIET Leasing Monitor

to 3 elementy w 1 serwisie:

- monitorowanie prawidłowości naliczania opłat przez firmy leasingowe oraz ich negocjacje i reklamacje, a także outsourcing związanych z tym czynności księgowych;
- pozyskiwanie najkorzystniejszych na rynku ofert leasingu i/lub kredytu i factoringu oraz negocjowanie szczegółowych warunków umów;
- wsparcie klientów w restrukturyzacji zobowiązań finansowych oraz planowanie strategiczne i pozyskiwanie inwestorów.

Obniżamy koszty leasingu!





APLIKACJA Leasing Monitor on-line:

- personalizowany opiekun i komunikator internetowy z wyszukiwarką;
- aktualna lista zarządzanych umów leasingu, 4 typy raportów szczegółowych i analiz, skany umów leasingu i faktur wraz z ich opisami;
- dostęp i możliwość eksportu danych wg wyboru (rozkład bilansowy rat leasingu, MPK, konta księgowe przypisane do poszczególnych umów itp.).

CONSULTING FINANCE OUTSOURCING
MGW
MŁODKOWSKI GRAJDA WIŚNIEWSKI

www.mgwccg.pl | tel. 22 292 81 11
e-mail: biuro@mgwccg.pl

Firmy stawiają na wynajem flot

Członkowie Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów utrzymują stabilne tempo wzrostu. Po trzech kwartałach 2012 r. we flotach PZWLP są ponad 102 tysiące samochodów, a wzrost wynosi prawie 13% r/r.

Po dziewięciu miesiącach 2012 roku, zrzeszone w PZWLP spółki łącznie finansowały i zarządzały 102 082 pojazdami. W ciągu roku Związek zyskał więc 11 664 samochody, czyli 12,9%. W trzech kategoriach tworzących wynajem długoterminowy było łącznie:

- w full service leasingu (FSL) – 82 979 aut,
- w leasingu z serwisem (LS) – 10 186,
- w wyłącznym zarządzaniu – 8 917 pojazdów.

PZWLP rośnie w siłę

– Ostatnie półrocze 2012 r. zdecydowanie możemy uznać za udane dla firm członkowskich PZWLP. Wśród 15 raportujących firm, 11 zanotowało wzrosty, dwie utrzymały stan posiadania, a średni kwartalny wzrost liczebności naszych flot w ostatnim roku wyniósł 12,4% r/r. Oznacza to, że PZWLP obejmuje obecnie prawie 75% wszystkich samochodów w full service leasingu, a razem z niezrzeszonym Masterlease – niemal 87%. Dane, które publikujemy co kwartał, możemy więc traktować jako mocną podstawę do analiz dla całego rynku – mówi Leszek Pomorski, prezes Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów.



Po trzecim kwartale 2012 r. do pierwszej piątki firm członkowskich PZWLP niezmiennie należały: LeasePlan Fleet Management, Arval Service Lease, Alphabet Polska Fleet Management, Carefleet oraz BRE Leasing. Wśród trzech głównych produktów wynajmu największą flotą w full service leasingu dysponował Arval (15 651 samochodów), w leasingu z serwisem – PKO Leasing (3 977), a w wyłącznym zarządzaniu – LeasePlan (3 392).

Stabilny rozwój

Zdaniem Leszka Pomorskiego wyniki po trzech kwartałach 2012 r. i 13-procentowy wzrost r/r na koniec września potwierdziły stabilność rozwoju rynku flotowego i jego tendencję wzrostową, której utrzymania możemy się spodziewać również w nadchodzących miesiącach. Wyniki te dają też dość precyzyjny obraz sytuacji na polskim rynku outsourcingu samochodów firmowych.

Usługi pozafinansowe w wynajmie długoterminowym

Większość klientów firm oferujących usługi flotowe, użytkując pojazdy, korzysta z kompleksowego pakietu usług. Obejmuje on, obok finansowania, serwisowanie oraz zarządzanie flotą w każdym zakresie – operacyjnym, administracyjnym, prawnym i technicznym. Do głównych usług pozafinansowych należą:

- ubezpieczenie,
- likwidacja szkód,
- serwisowanie,
- wymiana i serwis opon,
- assistance, i samochody zastępcze,
- obsługa kart paliwowych,
- door-to-door,
- raportowanie.

Statystyki firm członkowskich PZWLP po III kwartale 2012 r.

Firma	Pełny wynajem długoterminowy - FSL	Leasing z serwisem - LS	Wyłączne zarządzanie flotą - FM	Razem
ALD Automotive	6741	0	202	6943
Alphabet Polska	10451	469	95	11015
Arval Service Lease	15651	87	313	16051
Athlon Car Lease	2597	1877	0	4474
BRE Leasing	5783	463	1746	7992
Business Lease	5348	0	192	5540
Carefleet S.A.	7 911	0	584	8495
Corpo Flota	2479	0	1124	3603
Express S.A.	1710	0	284	1994
Fraikin*	1371	0	580	1951
LeasePlan FM	15606	30	3392	19028
Nivette FM	2555	45	4	2604
PKO Leasing	1568	3977	0	5545
Raiffeisen -Leasing	1337	2093	248	3678
Volkswagen FM	1871	1145	153	3169
Razem PZWLP	82979	10186	8917	102082
Masterlease	13430	6291	329	20050
PZWLP i Masterlease	96409	16477	9246	122132

– Słabnąca sprzedaż nowych pojazdów, mimo że daje się ona odczuć w branży wynajmu długoterminowego, paradoksalnie przyczynia się do wzrostu zainteresowania usługami leasingu i full service leasingu. Zgodnie z danymi Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego, opublikowanymi w Raporcie 2012, zakupy aut dla firm stanowiły w minionym roku przeszło połowę wszystkich zakupów nowych samochodów. W liczbach bezwzględnych spadek zainteresowania nowymi pojazdami dla firm



wyniósł niecałe 5%, jednak w tym samym czasie wśród klientów indywidualnych plasował się on na poziomie blisko 19%. Tak duża różnica doskonale obrazuje wzrost znaczenia zakupów firmowych, mimo generalnego trendu spadkowego – twierdzi prezes PZWLP.

Firmy z branży leasingowej i zarządzania flotami kupiły dwie trzecie aut nabytych przez firmy w 2011 r., przy czym liczba pojazdów obsługiwanych w full service leasingu wzrosła aż o 9% (dane Instytutu Keralla Research). Świadczy to o coraz większej roli jaką zyskuje pozabilansowa formuła finansowania. Nie bez znaczenia jest także coraz trudniejszy dostęp do kredytowania. W obecnej sytuacji rynkowej wzrost znaczenia usług leasingu i wynajmu długoterminowego jest naturalną konsekwencją poszukiwania przez firmy optymalizacji kosztów flot przy jednoczesnej minimalizacji ryzyka finansowego.

Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP)

To organizacja skupiająca 16 firm, specjalizujących się w wynajmie i leasingu aut na polskim rynku fleet management. Członkowie PZWLP tworzą czołówkę głównych graczy w branży – przypada na nie 75% rynku pojazdów obsługiwanych w ramach full service leasingu. Do PZWLP należą: ALD Automotive Polska Sp. z o.o., Alphabet Polska Fleet Management Sp. z o.o., Arval Service Lease Polska Sp. z o.o., Athlon Car Lease Polska Sp. z o.o., Bankowy Fundusz Leasingowy SA, BRE Leasing Sp. z o.o., Business Lease Poland Sp. z o.o., Carefleet S.A., Corpo Flota Sp. z o.o., Express S.A., Fraikin Polska Sp. z o.o., LeasePlan Fleet Management Polska Sp. z o.o., Nivette Fleet Management Sp. z o.o., Raiffeisen-Leasing Polska S.A., VB Leasing Polska SA, Volkswagen Leasing Polska Sp. z o.o.
PZWLP jest członkiem Związku Polskiego Leasingu.
Więcej informacji o PZWLP oraz jego członkach na stronie: www.pzwlp.pl.

Rodzaje wynajmu długoterminowego

Pełny wynajem długoterminowy – FSL (Full Service Leasing):

- finansowanie floty klienta poprzez umowę leasingu operacyjnego, najmu, dzierżawy;
- ryzyko wartości rezydualnej pozostaje po stronie finansującego;
- czas trwania umowy wynosi minimum 24 miesiące;
- musi obejmować przynajmniej 3 usługi pozafinansowe (w tym zawsze serwis mechaniczny).

Leasing z serwisem – LS (Leasing & Service):

- finansowanie floty klienta poprzez umowę leasingu operacyjnego, najmu, dzierżawy lub leasingu finansowego;
- ryzyko RV pozostaje po stronie korzystającego lub finansującego;
- czas trwania umowy wynosi minimum 24 miesiące;
- musi obejmować przynajmniej 2 usługi, bez wymogu serwisu mechanicznego.

Wyłączne zarządzanie flotą – FM (Fleet Management):

- firma zarządzającą flotą klienta nie jest podmiotem ją finansującym;
- umowa na zarządzanie zawierana jest na minimum 6 miesięcy;
- obejmuje dowolną liczbę usług z listy usług pozafinansowych.



Leasing na najlepszych warunkach

Dla wielu firm transportowych podstawową formą finansowania jest leasing. Czy jednak umowy zawierane z firmami leasingowymi są korzystne dla leasingobiorców? Jak często ukryte są w nich dodatkowe koszty? Jak negocjować odpowiednie zapisy w umowach? Co można zrobić, aby obniżyć koszty związane z transakcją? Wskazówek na ten temat, podczas rozmowy z redakcją „TSL Biznes", udziela Mariusz Grajda, wiceprezes firmy doradczej MGW Corporate Consulting Group.

Jak Pan ocenia obecny rynek usług leasingowych?

Dosyć dobrze. To już dojrzała forma finansowania stosowana coraz powszechniej przez znaczną część firm. Po kryzysie z lat 2008-2010 obserwujemy wzrost wartości środków trwałych finansowanych za pośrednictwem leasingu. Nie oznacza to jednak, że w zbliżającym się roku ta sytuacja się utrzyma. Sądzę, że czeka nas ponownie spadek wartości leasingowanych pojazdów.

Branża transportowa często korzysta z leasingu jako formy finansowania. Jakie wskazówki mógłby Pan przekazać firmom ubiegającym się o zawarcie umowy leasingu, aby była dobrze wynegocjowana?

To szerokie zagadnienie. Podstawową kwestią jest przeanalizowanie optymalnej wysokości opłaty wstępnej, wartości wykupu oraz długości trwania umowy leasingu, jak też waluty, w której chcemy regulować raty leasingowe. Prawidłowo dobrane parametry transakcji mogą spowodować uzyskanie szeregu dodatkowych korzyści wynikających z tej formy finansowania. Istotnym jest również dokładne przejrzenie ofert firm leasingowych, tak aby uchwycić rzeczywiste koszty takiej transakcji. Oferty te niestety nie są zbyt czytelne i nie prezentują wszystkich kosztów związanych z taką transakcją. Szeroki przegląd ofert dostępnych na rynku wraz z ich uszczegółowieniem, w praktyce pozwala znacznie obniżyć koszty związane z transakcją.

Ważne jest również, aby w prowadzonych z firmami leasingowymi negocjacjach rozpocząć je z odpowiednim wyprzedzeniem, dając sobie czas na spokojne uzgodnienie satysfakcjonujących warunków. Krótki czas na porozumienie z finansującymi nie wpływa bowiem korzystnie na udane i skuteczne negocjacje. W takich sytuacjach doradzamy klientom ubieganie się o ustalenie limitów zadłużenia, zwanych limitami leasingowymi. Ustalenie wartości przedmiotów jakie może sfinansować finansujący w danym okresie (np. półroczu lub roku kalendarzowym) oraz warunków na jakich te transakcje mogą być zawarte, umożliwia w późniejszym okresie znaczne skrócenie procedury zawierania nowych umów leasingu.

Nie należy również zapominać o konieczności wynegocjowania odpowiednich zapisów umów a w szczególności „Ogólnych warunków umów leasingu" (OWUL), bowiem zapisy, jakie stosują standardowo firmy leasingowe, bywają często niekorzystne dla leasingobiorców.

Czy istnieje w ogóle możliwość zmiany tych warunków?

Tak. Ustalenie z finansującym treści OWUL to zupełnie oczywista kwestia. Zdarza się wprawdzie, że rozmawiając z firmą leasingową słyszymy, iż treści umów nie można negocjować i jest ona standardowa. To jednak nieprawda. Wszystkie firmy leasingowe dopuszczają możliwość zmian w treści umów. Pamiętać jednak należy, że nie każda propozycja zmian zgłoszona



Mariusz Grajda
Partner, wiceprezes firmy doradczej MGW Corporate Consulting Group zajmującej się monitorowaniem rynku leasingowego w Polsce oraz świadczeniem usług doradczych w zakresie realizacji i obsługi umów leasingowych. Z rynkiem usług leasingowych związany od ponad 20 lat. Były członek zarządu jednej z większych firm leasingowych. Ekspert w zakresie wiedzy twardej dotyczącej tej formy finansowania. Autor wielu opracowań i artykułów na temat leasingu.

Trzeba kontrolować, czy wszystkie opłaty, jakimi obciąża nas firma leasingowa, są zgodne z zapisami zawartych przez nas umów. Z tym w praktyce bywa nie najlepiej.

przez leasingobiorcę uzyska akceptację firmy leasingowej. W sprawie tej trzeba zatem mieć trochę doświadczenia, tak aby zakresem swoich oczekiwań nie zniechęcić finansującego do podjęcia negocjacji dotyczących zmian zapisów umowy.

To wszystko, o czym Pan wspomniał, wymaga dużych nakładów pracy oraz sporej wiedzy. Często przedsiębiorcy nie dysponują specjalistami mogącymi poprowadzić takie negocjacje.

To prawda. Jednakże w odpowiedni sposób planując proces pozyskiwania finansowania, choćby korzystając z propozycji ustalania limitów leasingowych, możemy taką procedurę przeprowadzać raz bądź dwa razy w roku. Warto wtedy poświęcić trochę czasu, aby warunki na jakich będziemy w kolejnych miesiącach zawierać umowy leasingu, dawały nam gwarancję większego bezpieczeństwa oraz niskich kosztów. Przecież dla wielu firm transportowych leasing to podstawowa metoda finansowania. Wartość aktywnych umów leasingu w takich przedsiębiorstwach bywa bardzo znacząca. Niebagatelne jest zatem sprawdzenie czy ryzyko z tym związane jest niskie czy też wysokie, jak również czy koszty finansowe są odpowiednio zminimalizowane. Warto się też w takich sytuacjach zastanowić nad zleceniem tego procesu wyspecjalizowanym firmom doradczym. Korzyści z tego tytułu są dużo wyższe niż ich wynagrodzenie.

Na jakie jeszcze inne aspekty winni zwrócić uwagę leasingobiorcy w trakcie trwania umów leasingu?

Po zawarciu umowy leasingu bardzo istotne jest ustalenie w firmie osoby odpowiedzialnej za administrowanie takimi umowami. Często leasingobiorcy nie zdają sobie sprawy z tego, że właściwe administrowanie umowami może w znaczny sposób ograniczyć koszty ich obsługi. Trzeba bowiem kontrolować czy wszystkie opłaty, jakimi obciąża nas firma leasingowa, są zgodne z zapisami zawartych przez nas umów. Z tym w praktyce bywa nie najlepiej. Zdarzają się bowiem przypadki, gdy nasze opłaty leasingowe nie są w odpowiedni sposób obliczone. Na przykład nie są właściwie zindeksowane w związku ze zmianą stóp procentowych. W takim wypadku należy niezwłocznie złożyć reklamację do firmy leasingowej. Obszarów, jakie trzeba monitorować w związku z aktywnymi umowami leasingu, jest znacznie więcej. Można tu wspomnieć o wysokości podatku od środków transportu, opłatach za ubezpieczenie lub dodatkowych opłatach jakimi obciąża nas finansujący na podstawie „Tabeli opłat i prowizji". Ponieważ te sprawy również są czasochłonne i niekiedy skomplikowane, zachęcam zawsze klientów do skorzystania ze wsparcia specjalistów np. poprzez przekazanie im umów leasingu do administrowania.

Dziękujemy za rozmowę

Ustalenie wartości przedmiotów jakie może sfinansować finansujący w danym okresie (np. półroczu lub roku kalendarzowym) oraz warunków na jakich te transakcje mogą być zawarte, umożliwia w późniejszym okresie znaczne skrócenie procedury zawierania nowych umów leasingu.



Nowy dyrektor generalny Volvo Truck Center Polska

Z początkiem listopada Małgorzata Kulis objęła stanowisko dyrektora generalnego w Volvo Truck Center Polska. Powołanie dyrektora generalnego na rynek polski jest wynikiem intensywnego rozwoju własnej, w pełni zarządzanej przez Volvo sieci dealersko-serwisowej Volvo Truck Center w Polsce, dążenia do utrzymania jak największej sprawności operacyjnej oraz skutecznego osiągania celów biznesowych.



Małgorzata Kulis z marką Volvo związana jest od prawie 15 lat. Bogate doświadczenie na różnych stanowiskach kierowniczych zdobywała w siostrzanej firmie Volvo Financial Services. Przed objęciem nowego stanowiska była dyrektorem handlowym i członkiem zarządu VFS Centrum Serwisowe Regionu Europy Centralno-Wschodniej, odpowiedzialnym za wsparcie finansowe produktów Grupy Volvo, sprzedawanych przez Volvo Trucks, Volvo Construction Equipment i Volvo Buses. Jeszcze wcześniej pełniła funkcję dyrektora zarządzającego VFS Usługi Finansowe Polska. Pod jej kierownictwem VFS Polska odnotowała bardzo dobre wyniki sprzedaży we współpracy z lokalnymi organizacjami Volvo Trucks, Renault Trucks i Volvo Maszyny Budowlane.

Małgorzata Kulis, jako dyrektor generalny Volvo Truck Center Polska została członkiem zarządu Regionu Europy Centralno-Wschodniej Volvo Trucks, którego dyrektorem zarządzającym pozostaje Tom Jörning.



Spowolnienie na rynku leasingu

Wyniki rynku leasingu coraz wyraźniej wskazują na postępujące spowolnienie obrotów. Ożywienie, z którym mieliśmy do czynienia począwszy od marca 2010 r., definitywnie zaczęło słabnąć w pierwszych miesiącach bieżącego roku.



Po 14,9-procentowym wzroście sfinansowanych aktywów ruchomych w 2011 r., rynek leasingu ruchomości w I kwartale wzrósł o 11,3%, a po I półroczu już tylko o 5,8%. Począwszy od kwietnia mamy do czynienia z ujemną dynamiką rynku w ujęciu r/r. W ciągu trzech kwartałów 2012 r. firmy leasingowe sfinansowały transakcje na rynku ruchomości o wartości 21,7 mld zł., tj. o 2% więcej niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Ten dodatni wynik zawdzięczamy rynkowi pojazdów oraz maszyn i urządzeń.

Liderem samochody osobowe

W rynku leasingu pojazdów swoją pozycję lidera umacniają samochody osobowe (44% udziału). Od stycznia do września 2012 r. oddano do użytkowania blisko 60 tys. samochodów osobowych o wartości 5,4 mld zł., co oznacza wzrost rynku o 5%. W tym samym okresie, w grupie ciężkich środków transportu drogowego oddano do użytkowania 9,9 tys. ciągników siodłowych oraz 9,6 tys. naczep i przyczep o łącznej wartości 3,8 mld zł., czyli także o 5% więcej niż w trzech kwartałach roku poprzedniego. Dodatnie wyniki w rynku pojazdów odnotowano również w leasingu autobusów, których od początku roku oddano do użytkowania 627 sztuk o wartości 452 mln zł – o 37% więcej niż w analogicznym okresie 2011 r.

Dalszemu pogorszeniu ulega natomiast sytuacja w rynku samochodów ciężarowych, szczególnie o ładowności do 3,5 t. O ile jeszcze w I kwartale br. mieliśmy tutaj do czynienia z 2-procentowym wzrostem wartości rynku, o tyle już w kolejnych miesiącach rynek ten odnotował ujemną dynamikę, kurcząc się po sześciu miesiącach o 7,8%, a obecnie – osiągając poziom 1,5 mld zł – odnotował spadek wartości o 14%. Spadek ten to pochodna stopniowego wygaszania popytu krajowego, szczególnie konsumpcji indywidualnej.



Fot. New Holland

Stabilizatorem rynku leasingowego są w tym roku maszyny i urządzenia, co ma związek z wysokim wykorzystaniem zdolności produkcyjnych w przedsiębiorstwach. Już po I kwartale maszyny rolnicze zdetronizowały dotychczasowego, długoletniego lidera, czyli sprzęt budowlany i drogowy, który swój sukces na rynku leasingu w ostatnich latach zawdzięczał przede wszystkim przygotowaniom do Euro 2012.

Analizując udział pierwszej dziesiątki firm w poszczególnych segmentach rynku leasingu pojazdów także widać pewne zmiany w koncentracji rynku. Biorąc pod uwagę dane sumaryczne, zarówno z ostatniego roku dobrej koniunktury, jak i obecne, to 70% rynku należy do pierwszej dziesiątki. Podobnie stabilna sytuacja co w całym rynku, występuje w leasingu samochodów osobowych (83%). Całkiem inaczej wygląda jednak w tym zakresie rynek specjalistycznych środków transportu. Udział pierwszej dziesiątki firm w tym segmencie rynku zmniejszył się z 83 do 72% w roku bieżącym. Dane te pokazują, że o ile w segmencie samochodów osobowych mamy od lat do czynienia z ustabilizowanym rynkiem dostawców usług, o tyle w segmencie specjalistycznych środków transportu kryzys stał się szansą dla mniejszych firm do mocniejszego wejścia rynek.

Sprzęt rolniczy zdetronizował budowlany

Drugim stabilizatorem rozwoju rynku są w tym roku maszyny i urządzenia, co ma związek z wysokim wykorzystaniem zdolności produkcyjnych w przedsiębiorstwach. W okresie I-III kwartał 2012 r. sfinansowano w tej części rynku transakcje o wartości 8,1, mld zł., co oznacza 4-procentowy wzrost rynku. Swój tegoroczny dobry wynik segment ten zawdzięcza głównie rolnikom, którzy korzystając z funduszy unijnych modernizują gospodarstwa rolne. Już po I kwartale maszyny rolnicze zdetronizowały dotychczasowego, długoletniego lidera, czyli sprzęt



Od stycznia do września 2012 r. wyleasingowano 9,9 tysiąca ciągników siodłowych oraz 9,6 tys. naczep i przyczep o łącznej wartości 3,8 mld zł., co oznacza 5% wzrost wobec porównywalnego okresu z roku poprzedniego.

budowlany i drogowy, który swój sukces na rynku leasingu w ostatnich latach zawdzięczał przede wszystkim przygotowaniom do Euro 2012.

Po III kwartałach 2012 r. obroty sprzętem rolniczym są już ponad dwukrotnie wyższe niż w segmencie tzw. żółtego sprzętu. Wartość sfinansowanych transakcji wyniosła tutaj 2,4 mld zł., zapewniając wzrost tej części rynku o 58%. Bardzo dobre wyniki firmy leasingowe odnotowały w transakcjach, których przedmiotem były maszyny do produkcji tworzyw sztucznych i obróbki metalu (wzrost o 20%), maszyny dla przemysłu spożywczego (wzrost o 68%), sprzęt gastronomiczny (wzrost o 80%), a także wózki widłowe wykorzystywane m.in. w gospodarce magazynowej (wzrost o 30%).

Na rynku nieruchomości nadal spadek

Rok 2012 nie przyniósł na razie poprawy w sektorze leasingu nieruchomości. W okresie I-III kwartał, w tej części rynku, sfinansowano transakcje o wartości 750 mln zł. Jest to 19% mniej niż rok wcześniej. Ta część rynku jest specyficzna z uwagi na jednostkowo wysokie wartościowo pojedyncze transakcje, jak i znacznie dłuższy czas przygotowania transakcji w porównaniu z rynkiem ruchomości. Od lat średnia wartość transakcji na tym rynku sukcesywnie spada. Jeszcze kilka lat temu średnia wartość transakcji wynosiła kilkanaście milionów złotych, dziś – 3,8 mln zł. Nadal jednak, dla tych, którzy chcą skorzystać z dobrodziejstw podatkowych i zawrzeć umowę leasingu operacyjnego, problemem nie do przejścia może być uzyskanie pozytywnej oceny zdolności kredytowej, jak również znalezienie na rynku 10-letniego finansowania, bo taki jest minimalny okres dla tego typu umowy leasingu.

Związek Polskiego Leasingu szacuje, iż rynek leasingu ruchomości powinien utrzymać w 2012 r. dodatnią dynamikę rozwoju. Głównymi motorami wzrostu pozostaną pojazdy oraz maszyny. Nie oczekujemy natomiast poprawy w sektorze nieruchomości.



Od lat średnia wartość transakcji, sektorze leasingu nieruchomości spada. Dla tych, którzy chcą skorzystać z dobrodziejstw podatkowych i zawrzeć umowę leasingu operacyjnego, problemem nie do przejścia może być uzyskanie pozytywnej oceny zdolności kredytowej, jak również znalezienie na rynku 10-letniego finansowania, bo taki jest minimalny okres dla tego typu umowy leasingu.

ZPL wystąpił do ministra gospodarki oraz ministra finansów z postulatem skrócenia minimalnego okresu umowy z 10 do 5 lat, co powinno zwiększyć dostęp przedsiębiorstw do tego typu produktu. Odpowiednie zmiany prawne w tej kwestii powinny niebawem zostać skierowane do prac parlamentarnych.

Związek szacuje, iż rynek leasingu ruchomości powinien utrzymać w 2012 r. dodatnią dynamikę rozwoju. Głównymi motorami wzrostu pozostaną pojazdy oraz maszyny. Nie oczekujemy natomiast poprawy w sektorze nieruchomości. Niewątpliwie, na tegoroczne wyniki rynku leasingu będą miały wpływ pogarszająca się kondycja mikro i małych firm oraz negatywne informacje o kryzysie w strefie euro.

Andrzej Sugajski,
dyrektor generalny Związku Polskiego Leasingu

Rynek południowy – opłacalne ryzyko?

W związku z kryzysem państw z Europy Południowej, przewoźnicy z Niemiec czy Francji, z powodu ryzyka niewypłacalności partnerów, wycofują się na rynki wewnętrzne. Na ile jest to szansa dla naszych przewoźników? Czy warto podjąć takie ryzyko? Czy jest to tylko jedno z wielu rozwiązań, które warto brać pod uwagę, aby utrzymać dotychczasowy poziom zamówień? Na te i inne pytania redakcji odpowiada Michał Bałakier, prezes DKV Euro Service Polska.

Jak prognoza dotycząca dalszego spowolnienia gospodarczego odbija się na branży transportowej?

Choć może się to wydać dziwne, polskie firmy transportowe mogą wiele zyskać na kryzysie w Europie, a szczególnie w państwach południowych, jak Hiszpania, Włochy czy Grecja. Problemy gospodarcze, jakich te kraje doświadczają, przekładają się na spadek wymiany handlowej z resztą Europy. W ślad za tym zdekomponował się rynek przewozów kabotażowych – przewoźnicy coraz rzadziej chcą jeździć na zlecenia firm hiszpańskich z powodu ryzyka niewypłacalności partnerów. Do niedawna trasy te były obsługiwane również przez Niemców i Francuzów. Teraz, wobec podwyższonego ryzyka finansowego, przewoźnicy ci wolą obsługiwać własne rynki wewnętrzne. I tu tworzy się miejsce do zagospodarowania dla firm polskich.

Wobec podwyższonego ryzyka finansowego w krajach z południa Europy, przewoźnicy zachodni wolą obsługiwać własne rynki wewnętrzne. I tu tworzy się miejsce do zagospodarowania dla firm polskich.

Czemu Niemcy i Francuzi tak łatwo rezygnują z kabotażu?

Proszę zauważyć, że Francja i Niemcy to rynki w dużej mierze autonomiczne.



70-80% przewoźników porusza się tam lokalnie po terenie kraju. Pozostałe 20-30%, które do tej pory obsługiwało trasy międzynarodowe, obawia się ryzyka swojego biznesu w relacjach z Hiszpanią czy Włochami i woli przekierować usługi do wewnątrz kraju. Zwalniają więc dużą część zleceń, które przez kogoś muszą być zrealizowane, bo nie wyobrażamy sobie przecież zaprzestania z dnia na dzień importu owoców z południa.



Czyli polskie firmy zyskają?

Tak, ale silna pozycja naszych przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym to przecież nie nowość. Jak podają ostatnie dane Eurostatu, jesteśmy największym przewoźnikiem transeuropejskim, z wynikiem blisko 3800 mln tonokilometrów w 2011 r. Polska jest najpewniejszym graczem w długich kabotażach, a szczególnie na trasach północ-południe.

W związku z tym polskie firmy obsługujące trasy międzynarodowe nie odnotowują spadków, bo zagospodarowują zwolniony potencjał. Narażają się jednak na duże ryzyko związane z niestabilnością partnerów. Polscy przewoźnicy powinni teraz bardziej niż kiedykolwiek uważać na bezpieczeństwo swoich kontaktów handlowych – wszystkimi możliwymi metodami sprawdzać wiarygodność finansową i wypłacalność swoich kontrahentów.

Czy możemy liczyć na to, że szerokie możliwości w Europie przełożą się także na rynek przewozów lokalnych?

Takich prognoz niestety brak. Lokalni przewoźnicy podobnie reagują na spowolnienie jak reszta polskiej gospodarki. Przy spadku produkcji przemysłowej, na przykład mebli, trudno oczekiwać, że popyt na usługi transportowe utrzyma się na niezmiennym poziomie. Pamiętajmy jednak, że firmy, które działają dziś na rynku, wyszły obronną ręką z kryzysu ostatnich dwóch lat. Są to więc przedsiębiorstwa dobrze zarządzane i o wiele lepiej przygotowane na perturbacje rynkowe.

Podobna konkluzja dotyczy tych przewoźników międzynarodowych, którzy nie zmienią swojej struktury usług. Na profity mogą liczyć tylko firmy wykazujące dużą inicjatywę w obszarze poszukiwania nisz rynkowych i nowych zleceń. Ci podążający wyłącznie utartymi ścieżkami, mogą spodziewać się stopniowego spadku zamówień.

Jak przekładają się na rodzimych przewoźników zmienne ceny paliw?

W ciągu ostatnich dwóch lat firmy zaczęły odpowiedzialnie pochodzić do polityki tankowania, planując zakupy analizują różnice w cenach paliwa na różnych stacjach. Obserwujemy to po zwiększonym popycie na karty paliwowe DKV, a także wielkiej popularności tanich stacji DKV Bottom Up (wybrane stacje prywatne i Lotos).

Duże problemy czekają natomiast firmy korzystające z własnych stacji paliw. Unia Europejska od 2013 r. wprowadza restrykcyjne wymogi techniczne, które będą musiały spełnić wszystkie stacje paliw w Polsce. Wdrożenie zmian będzie bardzo kosztowne, a więc możemy założyć, że decydują się na to tylko stacje markowe i największe sieci stacji prywatnych. Przewidujemy, że kontrole rozpoczną się od nowego roku, a ich konsekwencją mogą być zarówno kary finansowe, jak i polecenie natychmiastowego zamknięcia placówki.

Jak podają dane Eurostatu, jesteśmy największym przewoźnikiem transeuropejskim, z wynikiem blisko 3800 mln tonokilometrów w 2011 r. Polska jest najpewniejszym graczem w długich kabotażach, a szczególnie na trasach północ-południe.

Dziękujemy za rozmowę.





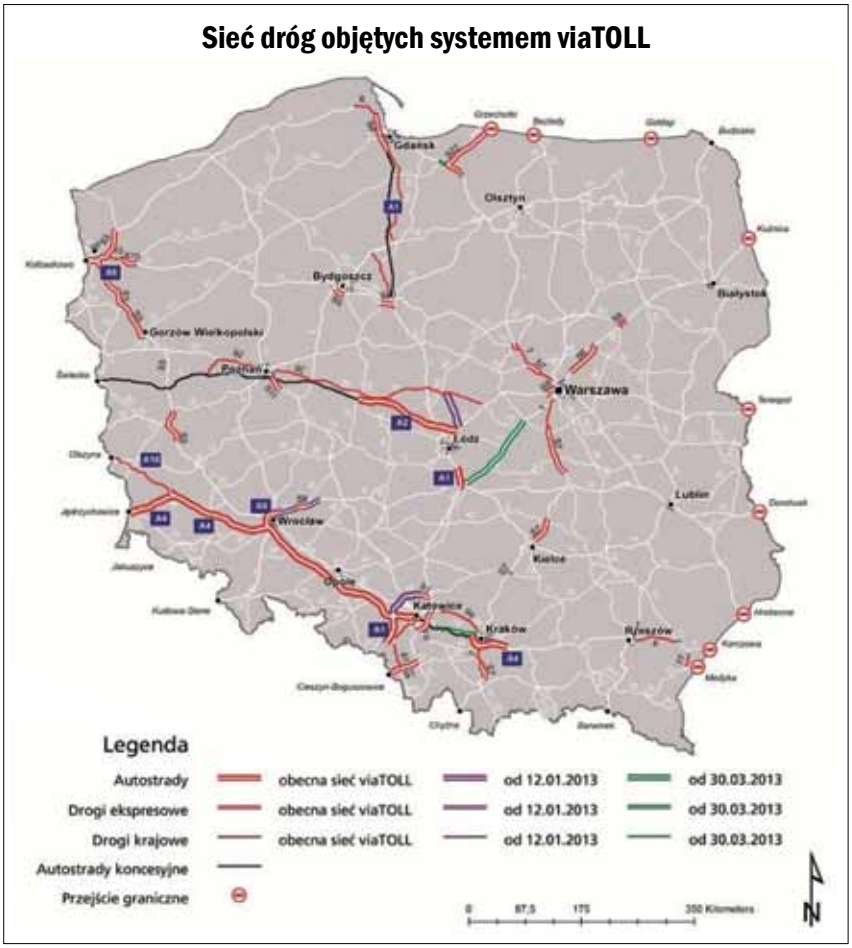
Więcej płatnych dróg

W pierwszym kwartale 2013 r. roku, zgodnie z Rozporządzeniem Rady Ministrów, sieć dróg płatnych powiększy się o kolejne 300 km. Pierwszy etap rozszerzenia o 139 km dróg planowany jest na 12 stycznia. Następny ma nastąpić 30 marca i obejmie 160 km. Do 2018 r. aż 7 tysięcy dróg ma być objętych tym systemem.

Przypomnijmy, że system viaTOLL, który działa od 3 lipca 2011 r., pozwala użytkownikom dróg elektronicznie wnosić opłaty za korzystanie z sieci dróg płatnych. Jest obowiązkowy dla pojazdów samochodowych oraz zespołów pojazdów o dopuszczalnej masie całkowitej powyżej 3,5 tony oraz autokarów i autobusów przewożących powyżej 9 osób, niezależnie od ich dopuszczalnej masy całkowitej. Stawki opłat, zależne są od klasy pojazdów Euro i klasy dróg. W początkowej fazie obejmował ok. 1565 km dróg krajowych, ekspresowych i autostrad zarządzanych przez GDDKiA. 1 lipca 2012 rozszerzono go o kolejnych 325 km dróg. Łącznie z wymienionymi wyżej odcinkami do końca 2013 r. system będzie obejmował ok. 2190 km dróg.

Przychody za korzystanie z dróg płatnych, jakie zaksięgowano na koncie KFD do 27 listopada 2012 r., wyniosły 1 mld 222 ml zł. Jest to o 122 ml więcej niż kwota jaką z tytułu kontraktu (na budowę i obsługę) zapłacono operatorowi elektronicznego systemu poboru opłat viaTOLL, firmie Kapsch Telematic Services sp. z o.o.

Sieć dróg objętych systemem viaTOLL



W dwóch etapach

Jak wyżej wspomniano, pierwszy etap rozszerzenia sieci dróg płatnych nastąpi 12 stycznia i obejmie 139,12 km dróg.

Na Autostradzie A1 będą to:

- odcinek węzeł Pyrzowice - węzeł Sośnica (43,7 km),
- odcinek węzeł Kotliska – węzeł Stryków I (39,29 km).

Na drodze ekspresowej S1:

- odcinek węzeł Pyrzowice- węzeł Lotnisko (1,9 km).

Na drodze ekspresowej S8:
- odcinek węzeł Pawłowice – węzeł Dąbrowa (22,1 km),
- odcinek węzeł Cieśle – węzeł Syców Wschód (25,1 km),
- odcinek węzeł Modlińska – węzeł Piłsudskiego (7,1 km).

Drugi etap rozszerzenia systemu planowany jest na 30 marca obejmie około 160 km dróg.
Na drodze ekspresowej S7 i drodze krajowej nr 7 obejmie on:
- obwodnicę Elbląga, odcinek skrzyżowanie z drogą powiatową nr 1104N – węzeł Raczki (ok. 3,7 km),
- odcinek węzeł Modlniczka – węzeł Balice I (ok. 3,5 km),
- odcinek węzeł Raczki – węzeł Elbląg-Wschód (ok. 3,8 km).

Na drodze ekspresowej S8:
- odcinek węzeł Piotrków – węzeł Radziejowice (ok. 93,6 km).

Na drodze ekspresowej S19:
- odcinek Stobierna – węzeł Rzeszów-Wschód (ok. 6,9 km).

Na drodze krajowej nr 4:
- obwodnicę Jarosławia, odcinek Tywonia – Tuczempy (koniec obwodnicy Jarosławia) (ok. 11,3 km).

Na drodze krajowej nr 79:
- odcinek Jaworzno (granica miasta) – węzeł Modlniczka (ok. 37,8 km).

Wraz z rozszerzeniem sieci dróg płatnych pojawi się 8 nowych punktów dystrybucji i 2 obsługi klienta – na A8 i w Lublinie.

Podobnie jak przed rokiem

Systemem viaTOLL objęte są 653 tys. pojazdów, a zarejestrowanych jest 315 tys. użytkowników. Każdego miesiąca realizowane są 74 mln transakcji, a każdego dnia wpływy z systemu wynoszą około 3 mln zł. Nadal, podobnie jak przed rokiem, 67% stanowią użytkownicy krajowi. Wśród zagranicznych przewoźników najwięcej jest Niemców (36 355), Litwinów (24 895), Czechów (21 196) i Rosjan (20 289). Jednak największe wpływy pochodzą od przewoźników zza wschodniej granicy Polski. Nadal większość kierowców, bo aż 77,5% korzysta z systemu pre-pay, są to przede wszystkim ci, którzy zajmują się przewozami krajowymi. Dzieje się tak dlatego, że nadal małe firmy, ze względu na niemożność uzyskania gwarancji, nie mają szans na podpisywanie umów w systemie post-pay. Istnieje szansa, że w przyszłym roku ulegnie to zmianie – po pierwsze, jeden z ubezpieczycieli wprowadza usługę gwarancji ubezpieczeniowej, a po drugie, za kilka tygodni ma powstać projekt zmian legislacyjnych.

Przychody za korzystanie z dróg płatnych, jakie zaksięgowano na koncie KFD, do 27 listopada 2012 r. wyniosły 1 mld 222 ml zł.

Z dokładnym wykazem i mapą sieci dróg płatnych można zapoznać się na stronie internetowej www.viatoll.pl oraz w każdym Punkcie Dystrybucji i Punkcie Obsługi Klienta. Dokładna lokalizacja Punktów Dystrybucji i Punktów Obsługi Klienta jest dostępna na stronie www.viatoll.pl.

Od 2012 roku z systemu mogą dobrowolnie korzystać kierowcy pozostałych pojazdów. Dla nich viaTOLL jest alternatywą dla manualnego sposobu płacenia za korzystanie z wybranych odcinków autostrad płatnych zarządzanych przez Generalną Dyrekcję Dróg Krajowych i Autostrad (GDDKiA).

Aktualna lista wszystkich odcinków dróg płatnych znajduje się pod linkiem:
http://www.viatoll.pl/pl/pojazdy-ciezkie/lista-odcinkow-platnych

Elżbieta Haber





Asfalt – towar niebezpieczny

„Bitumiczna" logistyka jest trudnym i wymagającym zadaniem dla przewoźnika. Zbyt długi czas przewozu czy nieodpowiednia temperatura mogą być przyczyną obniżenia jakości mas bitumicznych. Warunkiem koniecznym w takich przewozach jest nie tylko terminowość, ale też odpowiednio krótki czas tranzytu. Bardzo ważne jest przestrzeganie kolejności załadunków.

Masa bitumiczna (asfalt) jest produktem przerobu specjalnych gatunków ropy naftowej w rafineriach i powinna być transportowana w temperaturze 160-180 °C. Czas przewozu uzależniony jest od rodzaju asfaltu. W przypadku asfaltów drogowych maksymalny czas od załadunku do rozładunku wynosi 48 godzin. Asfalty modyfikowane muszą być dostarczane w przeciągu doby.

Usługi przewozu mas bitumicznych, do których zalicza się asfalty drogowe klasyczne, asfalty modyfikowane oraz asfalty przemysłowe, świadczy Trans Polonia S.A. Dysponuje ona nowoczesnymi zestawami cysternowymi przeznaczonymi do przewozu mas bitumicznych. Są one regularnie serwisowane, posiadają specjalne izolacje, pozbawione są też wszelkich wad, które mogłyby wpłynąć na bezpieczeństwo przewozu, załadunku czy rozładunku. A jest to jeden z ważniejszych i niezbędnych elementów do przewozu bitumów.



Adriana Bosiacka, dyrektor spedycji/członek zarządu Trans Polonia S.A.



Nowoczesna flota, którą dysponuje Trans Polonia S.A., składa się z jednokomorowych cystern o pojemności od 30 tys. do 32 tys. litrów. Posiadają one specjalne zewnętrzne termometry pozwalające na kontrolę temperatury produktu wewnątrz cysterny.

Jakość w rękach załogi

Gwarantem najwyższego poziomu usług jest doświadczona i wykwalifikowana w zakresie kompleksowej obsługi logistycznej kadra. Bardzo ważna jest tu odpowiednia opieka i kompetencje zarówno spedytorów, jak i kierowców, którzy będą w stanie szybko i elastycznie reagować w każdej, niedającej się przewidzieć sytuacji.

Ścisła kontrola jest niezbędna na każdym etapie procesu logistycznego. Specjalny system satelitarny umożliwia stały nadzór nad rozmieszczeniem naszych jednostek transportowych, a informacje gromadzone są w bazie danych dzięki zaawansowanemu systemowi logistycznemu. Bardzo ważne jest również optymalne planowanie tras minimalizujące puste kilometry.

Sprawny przewóz materiałów niebezpiecznych wymaga szczególnej wiedzy i doświadczenia firm transportowych, podlegających coraz bardziej zaostrzonym regulacjom prawno-formalnym. Większość z tych obwarowań wynika z przyjętych procedur państwowych i międzynarodowych, w tym m.in. konwencji dotyczącej drogowego przewozu towarów i ładunków niebezpiecznych ADR. Wspomniany dokument określa przede wszystkim: warunki przewozu, załadunku i rozładunku towarów niebezpiecznych, techniczne wymagania pojazdów oraz wymogi dotyczące przeszkolenia członków załogi jednostki transportowej. Od 2003 r., na jego mocy, każda firma zajmująca się przewozem towarów niebezpiecznych jest zobowiązana zatrudnić DGSA, czyli doradcę w zakresie ADR. Konwencja, obowiązująca w 46 krajach i nowelizowana co dwa lata, ujednolica procedury wyznaczając standardy dla firm transportowych uczestniczących w łańcuchu logistycznym dla przemysłu materiałów niebezpiecznych.

Gwarantem jakości usług jest m.in. wdrożenie przez spółkę SQAS, czyli systemu oceny zarządzania jakością i bezpieczeństwem, którego funkcjonowanie jest weryfikowane przez niezależnych biegłych, a wyniki uznawane przez międzynarodowy przemysł chemiczny, a procedury wdrożone w ramach ISO 9001:2008.

Trans Polonia S.A.

Działa w obszarze transportu i logistyki płynnych surowców chemicznych. W zakresie świadczonych usług współpracuje z czołowymi krajowymi i międzynarodowymi producentami chemikaliów oraz mniejszymi zakładami przerabiającymi produkty, które przewozi spółka, jak również z firmami transportowymi na zasadzie aranżowania i nadzoru nad realizacją zleceń transportowych. Obecnie Trans Polonia kooperuje z ponad 100 podmiotami z całej Europy. Spółka dystrybuuje swoje usługi za pośrednictwem rozbudowanej siatki kontaktów handlowych, z uwzględnieniem swoich zagranicznych biur.

W 2012 roku Tran Polonia S.A. została nominowana do Złotej Statuetki „Lidera Polskiego Biznesu 2011". Od listopada 2010 r. akcje spółki notowane są na rynku głównym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.

Więcej informacji: www.transpolonia.pl

Przede wszystkim bezpieczeństwo

Przy tym rodzaju przewozów należy bezwzględnie przestrzegać procedur i wymogów stosowania się do instrukcji wydanej przez załadowcę podczas załadunku i rozładunku. Zagrożenia mogą pojawić się na każdym etapie transportu. W trakcie załadunku lub rozładunku może nastąpić wyciek produktu z instalacji czy też niedrożność instalacji, co może prowadzić do wycieku produktu. Jest to szczególnie niebezpieczne zwłaszcza w przypadku substancji o wysokiej temperaturze. Nie stosowanie się do zasad bezpieczeństwa grozi poważnymi poparzeniami.

Przy tym rodzaju przewozów należy bezwzględnie przestrzegać procedur i wymogów stosowania się do instrukcji wydanej przez załadowcę podczas załadunku i rozładunku. Zagrożenia mogą pojawić się na każdym etapie transportu.

Aby uniknąć problemów, należy pamiętać, że najważniejsze jest bezpieczeństwo. Przy przewozach tak wymagających jak przewozy asfaltów, należy skupić się na kilku aspektach. Przede wszystkim przestrzegać wymogów wynikających z konwencji ADR oraz procedur ISO i SQAS. Niezwykle istotne jest również ciągłe podnoszenie kwalifikacji kadry oraz kierowców. Niezbędny jest restrykcyjny nadzór na każdym etapie procesu logistycznego oraz pełna kontrola jakości, zarówno operacji logistycznych, jak i jednostek transportowych czy sprzętu roboczego, kwalifikowanego do tego typu transportu.

Adriana Bosiacka,
dyrektor spedycji/członek zarządu
Trans Polonia S.A.



Nowoczesna flota, którą dysponuje Trans Polonia S.A., składa się z jednokomorowych cystern o pojemności od 30 tys. do 32 tys. litrów. Posiadają one specjalne zewnętrzne termometry pozwalające na kontrolę temperatury produktu wewnątrz cysterny.

WMS ma zwiększać wydajność, a nie tylko być

Jakie rozwiązania ułatwiające zarządzanie magazynem mogą zaproponować dostawcy systemów informatycznych? Jak przygotować się do wyboru oraz wdrożenia systemu WMS? Jakich korzyści i w jakim czasie można się spodziewać? Rozmawiamy z Marcinem Bondarą, prezesem zarządu Consafe Logistics Polska.

Jak Państwa firma reaguje na skutki gospodarczego spowolnienia? Czy zmianie uległa np. Państwa oferta i w jakim zakresie? Czy w najbliższym czasie wprowadzicie do swojej oferty nowe rozwiązania, czy też może poszerzycie portfolio o nowe sektory gospodarcze?

Patrząc z obecnej perspektywy, w IV kwartale 2012 r. oraz w pierwszej połowie 2013 r. należy oczekiwać spowolnienia tempa wzrostu gospodarczego w Polsce. Będzie ono prawdopodobnie głębsze niż przewidywały to założenia makroekonomiczne opracowane przez rząd na początku 2012 r. Słabe dane o sprzedaży detalicznej, podobnie jak spadek produkcji przemysłowej, stagnacja w zatrudnieniu, nie napawają optymizmem i świadczą o tym, że gospodarka mocno zwalnia.

Consafe Logistics dostrzega zmiany w otoczeniu gospodarczym i receptę na trudny okres upatruje przede wszystkim w dywersyfikacji oferty na inne grupy klientów. Dla przykładu, pakiet tradycyjnych produktów dla logistyki i magazynów został uzupełniony o rozwiązania mobilne oraz rozwiązania dla produkcji i wytwórców przemysłowych. Ponadto, wprowadziliśmy prekonfigurowane rozwiązania, które pozwalają na szybką implementację przy jednoczesnym obniżeniu kosztów projektu i zagwarantowaniu klientowi szybkich efektów biznesowych płynących z nowego rozwiązania, przy minimum ryzyka.

Co dla osób zarządzających magazynem stanowi na tyle duży problem, że stało się bodźcem do do podjęcia rozmów z Wami o wdrożeniu systemu informatycznego?

Przede wszystkim należy zauważyć, że dziś nie buduje się nowoczesnego magazynu pozbawionego systemów IT, w szczególności rozwiązań klasy WMS. Jest to inwestycja absolutnie konieczna, która optymalizuje koszty i znacznie upraszcza zadania pracowników magazynu. W wypadku spółek, których magazyny nie były do tej pory wyposażone w nowoczesne technologie, firma decyduje się na taką inwestycję często w momencie, gdy produkcja, sprzedaż, a co za tym idzie i ruch w magazynie, zwiększa swoją skalę. Wówczas następuje pilna potrzeba szczegółowego i bezbłędnego identyfikowania procesów zachodzących w obszarze produkcyjno-magazynowym firmy oraz uzyskanie możliwości rejestracji i śledzenia towarów/produkcji.



Marcin Bondara, prezes zarządu Consafe Logistics Polska



fot. Shutterstock

Celem wdrożenia systemu WMS nie powinno być jedynie... wdrożenie systemu WMS. Osoby odpowiedzialne za projekt po stronie klienta powinny pomyśleć o biznesowych celach wdrożenia jeszcze przed rozpoczęciem rozmów z dostawcami rozwiązań WMS. Bez konkretnych celów, mierzalnych KPI, nie jest możliwe oszacowanie, czy wdrożenie systemu WMS zakończyło się sukcesem czy też nie.

Główne problemy, które dotykają firmy przed wdrożeniem WMS to przede wszystkim duża liczba ludzkich błędów i zbyt długi czas wykonywania poszczególnych procesów, w konsekwencji wysokie koszty operacyjne firmy. Bolączką w procesie zarządzania magazynami jest brak aktualnej informacji o miejscu składowania konkretnych, identyfikowalnych pod kątem np. partii czy konkretnego numeru seryjnego produktów. Innym, tak samo ważnym argumentem w podjęciu decyzji o wdrożeniu systemu informatycznego, jest możliwość świadomego i bieżącego zarządzania ruchem towarowym w magazynach oraz optymalizacją powierzchni składowania.

Na jakie etapy można podzielić działania podjmowane w ramach inwestycji w rozwiązanie typu WMS? Z jakimi problemami borykają się menedżerowie w tym kontekście?

Powyższe zagadnienie możemy rozpatrywać w kilku aspektach. Menedżerowie logistyki mają niełatwe zadanie do wykonania, którego finałem będzie decyzja, a następnie wdrożenie WMS-a w przedsiębiorstwie.

Pierwszym etapem jest przekonanie zarządu do podjęcia tej inwestycji. Osoby odpowiedzialne za logistykę często borykają się z doborem odpowiedniej argumentacji, która ma przekonać zarząd spółki do wdrożenia systemu WMS. Dotyczy to szczególnie firm, które nie mają wiedzy i doświadczenia przy tego rodzaju projektach. Ciężko jest im zebrać informacje dotyczące konkretnych argumentów, wyliczeń i analiz, które mogłyby być przedstawione zarządowi w celu uzyskania budżetu na taki projekt. W efekcie często kończy się to brakiem zgody lub przedłużaniem decyzji o wdrożeniu systemu WMS, bądź też środki przyznane na ten cel są dużo mniejsze od oczekiwanych. Firma Consafe Logistics bierze to pod uwagę i dlatego często wykonuje wspólnie z klientem zaawansowane analizy ROI, dzięki którym możliwe jest zidentyfikowanie obszarów powstawania strat oraz obliczenie czasu, po którym nastąpi zwrot kosztów z inwestycji. Wyniki takiej analizy mogą pomóc w rozmowach z zarządem firmy.

Etap drugi, to wybór optymalnego rozwiązania. Mniejsze środki na projekt to konieczność wyboru taniego systemu WMS, który może przynieść więcej szkód niż korzyści. Tanie WMS-y tak naprawdę nie są systemami, które w pełni zarządzają magazynem. Pozwalają jedynie na zastosowanie elektronicznego obiegu dokumentów, ale nie automatyzują podejmowania decyzji i nie optymalizują pracy w magazynie. Może się okazać, że po wdrożeniu takiego rozwiązania liczba błędów zmniejszyła się dzięki eliminacji dokumentów papierowych, ale wydajność magazynu spada. Rozwiązania Consafe Logistics są nastawione przede wszystkim na wzrost wydajności, co jest bardzo istotne zwłaszcza w czasach kryzysu ekonomicznego.

Celem wdrożenia systemu WMS nie powinno być jedynie... wdrożenie systemu WMS. Osoby odpowiedzialne za projekt po stronie klienta powinny pomyśleć o biznesowych celach wdrożenia jeszcze przed rozpoczęciem rozmów z dostawcami rozwiązań WMS. Przykładowymi, głównymi celami mogą być: konieczność zmniejszenia liczby błędów do wymaganego poziomu, zwiększenie wydajności przy niezmiennej liczbie pracowników o x procent, zmniejszenie kosztów pracy ludzkiej i urządzeń o x złotych przy zachowaniu tej samej wydajności, automatyzacja procesów magazynowych itp. Celami cząstkowymi mogą być: utworzenie systemu motywacyjnego dla pracowników, możliwość przeprowadzania inwentaryzacji bez zatrzymywania pracy magazynu itp. Bez konkretnych celów, mierzalnych KPI, nie jest możliwe oszacowanie, czy wdrożenie systemu WMS zakończyło się sukcesem, czy też nie.

Etap trzeci to porównywanie ofert. Każdy dostawca rozwiązań WMS próbuje się wyróżniać. Różne są nie tylko funkcjonalności samego oprogramowania, ale również model sprzedaży. Okazuje się, że porównanie ofert systemów WMS jest bardzo trudne, gdyż dostawcy różnie wyceniają koszty wdrożenia w poszczególnych etapach i mają różne systemy licencjonowania. Dlatego też dobrze jest przygotować sobie tabelę z podstawowymi punktami wspólnymi dla wszystkich ofert i przepytywać dostawcę, wychwytując przy tym istotne różnice pomiędzy potencjalnymi partnerami.

Etap czwarty to rozmowa ze wszystkimi o wszystkim. Rozmowy z dostawcami systemów WMS są zazwyczaj bardzo czasochłonne. Na rynku polskim mamy do czynienia z dużą liczbą zarówno krajowych, jak i większych, zagranicznych dostawców WMS.

Topevent w sercu Europy

LogiMAT 2013

11. Międzynarodowe Targi **dystrybucji, transportu materiałów** i **przepływu Informacji**

19-21 lutego 2013
Neue Messe Stuttgart, Niemcy

Skoncentrowani na intralogistyce

Tu prezentujemy Innowacje



Zamów informacje dla wystawców!

Tel.: +49 (0)89 32391-253 • www.logimat-messe.de

Przeprowadzanie spotkań ze wszystkimi mija się z celem, gdyż i tak okaże się, że tylko garstka z nich w znaczącej mierze spełnia wymagania klienta. Dobrym pomysłem jest wysyłanie do wielu dostawców zapytania ofertowego (tzw. RFQ). Pozwala to na dokonanie wstępnej selekcji kandydatów. Następnie należy przeprowadzić wstępne rozmowy, podczas których warto wysłuchać jak firmy radzą sobie z konkretnymi problemami w magazynie i jaki jest zakres cenowy ich produktów. To powinno pozwolić na wyłowienie 2-3 dostawców, z którymi można rozpocząć bardziej zaawansowane rozmowy, włącznie z wizytami w magazynie oraz wizytami referencyjnymi.



fot. Intermec

Osoby odpowiedzialne za logistykę często borykają się z dobraniem odpowiedniej argumentacji, która ma przekonać zarząd spółki do wdrożenia systemu WMS. Consafe Logistics bierze to pod uwagę i dlatego często wykonuje wspólnie z klientem zaawansowane analizy ROI, dzięki którym możliwe jest zidentyfikowanie obszarów powstawania strat oraz obliczenie czasu, po którym nastąpi zwrot kosztów z inwestycji. Wyniki takiej analizy mogą pomóc w rozmowach z zarządem firmy.

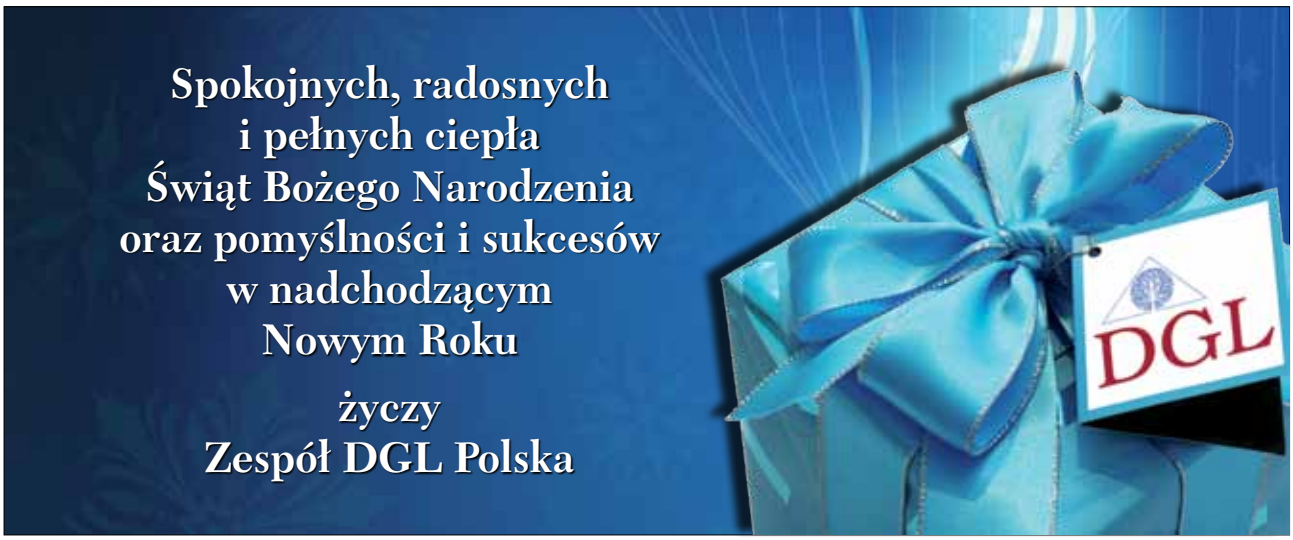
Tanie WMS-y tak naprawdę nie są systemami, które w pełni zarządzają magazynem. Pozwalają jedynie na zastosowanie elektronicznego obiegu dokumentów, ale nie automatyzują podejmowania decyzji i nie optymalizują pracy w magazynie. Rozwiązania Consafe Logistics są nastawione przede wszystkim na wzrost wydajności, co jest bardzo istotne, zwłaszcza w czasach kryzysu ekonomicznego.

Jaka jest średnia długość okresu „zwrotu z inwestycji", którą trzeba było podjąć w związku z wdrożeniem WMS? I na ile jest prawdopodobne określenie jej przed wdrożeniem?

Odpowiednio skonfigurowany i wdrożony system WMS powinien zwrócić się w przeciągu 12-24 miesięcy. Możliwe jest oszacowanie tego terminu, ale klient musi dysponować dokładnymi danymi o kosztach obecnej logistyki w magazynie. Chodzi nie tylko o koszty zasobów ludzkich, ale również o koszty transportu wewnętrznego, jak również o koszty błędnych wydań. Konsultanci Consafe Logistics, dzięki specjalnie opracowanemu narzędziu do obliczania czasu zwrotu z inwestycji, są w stanie przedstawić wyniki w trzech scenariuszach: optymistycznym, realistycznym oraz pesymistycznym. Niezbędna jest oczywiście wizyta tych konsultantów w magazynie, aby zidentyfikować istotne obszary generujące straty.

Zdarza się jednak, że klienci widzą we wdrożeniu systemu WMS inne korzyści, wpływające na zmniejszenie czasu zwrotu z inwestycji. Chodzi tutaj np. o możliwość wprowadzenia sprawiedliwego systemu motywacyjnego. Niezależne badania mówią o tym, że dzięki temu można uzyskać wzrost wydajności rzędu 25%. Co więcej, dzięki systemowi WMS można łatwiej zidentyfikować i zarejestrować wszelkie nieudokumentowane przez dostawcę nadwyżki towarów, które w normalnych warunkach mogłyby być zniwelowane przez pracowników magazynowych.

Dziękujemy za rozmowę.
Rozmawiał Mirosław Ganiec



Dla ładunków paletowych

Dobry serwis, niskie ceny i dostęp do rozwiązań umożliwiających np. śledzenie przesyłek w czasie rzeczywistym – dziś tego oczekują klienci od firm transportowych. Z drugiej strony rosnące koszty paliwa, zatory płatnicze i mordercza konkurencja na rynku wymuszają na przewoźnikach poszukiwanie oszczędności. Jak pogodzić te sprzeczne oczekiwania?

Wspólnym problemem wielu małych (i nie tylko małych) przewoźników jest brak dokładnej kontroli kosztów. Analizując opłacalność przewozów i kalkulując ich ceny, firmy transportowe w dużej mierze polegają na własnej intuicji i doświadczeniu. Nie monitorują one na bieżąco ani rentowności, ani stopnia wypełnienia pojazdów, ani terminu dostawy samych przesyłek. Sytuacja staje się jeszcze bardziej skomplikowana, gdy przewoźnicy korzystają z usług podwykonawców. Z tego powodu coraz trudniej jest im konkurować z dużymi graczami, którzy dysponują zaawansowanymi, zintegrowanymi systemami do zarządzania firmą i flotą. Pozwalają one optymalizować wielkość przewozów, planować najlepszą trasę przesyłek i sprawnie zarządzać zarówno pojazdami, jak i kierowcami. W rezultacie umożliwiają cięcie wszelkich kosztów tam, gdzie nie wpływają one na jakość usług.



Przewoźnicy pełni obaw

Wielu przewoźników, zwłaszcza tych mniejszych, nie wdraża systemów informatycznych, obawiając się, że ich obsługa jest trudna i czasochłonna, a do tego wymaga zatrudnienia dodatkowych osób. Część firm transportowych podchodzi też z dystansem do zakupu nowych rozwiązań obawiając się o koszty. Sęk w tym, że funkcjonowanie na rynku transportowym bez narzędzi informatycznych jest coraz trudniejsze. Brak wydatków na IT z pewnością w dłuższej perspektywie czasowej przełoży się na spadek przychodów. W zasadzie nie chodzi już o to czy wdrożyć system informatyczny do zarządzania flotą i przesyłkami, ale o to jaki system zakupić, jakie funkcje powinien on posiadać i w jaki sposób wejść w jego posiadanie najtańszym kosztem.

Track&Trace dla operatora i klienta

Jednym z rozwiązań może być dołączenie do sieci zrzeszającej przewoźników, która gwarantuje dostęp jej członkom do specjalistycznego systemu IT. W lipcu br. działalność w Polsce rozpoczął Pall-Ex, sieć dystrybucji ładunków paletowych zrzeszająca niezależne firmy transportowe. Jej partnerzy otrzymują do dyspozycji prosty w obsłudze system o nazwie TWINE (Transport and Warehouse Information Network Environment, co można przetłumaczyć jako środowisko do zarządzania transportem i magazynem).

TWINE to pierwszy działający w czasie rzeczywistym system IT dla sektora dystrybucji ładunków paletowych. Powstał w oparciu o 15-letnie doświadczenia operacyjne i finansowe europejskich przewoźników. Umożliwia on tworzenie zleceń, zarządzenie flotą i przesyłkami. Ważnym elementem jest również moduł www Solitaire, za pomocą którego klienci sieci Pall-Ex mogą składać zamówienia odbioru lub dostawy ładunków. Jego częścią jest funkcja „Track&Trace", dzięki której operator może nadzorować pracowników odpowiedzialnych za dostarczenie ładunku, a klient w każdym momencie wie, gdzie znajduje się jego przesyłka. Klienci korporacyjni, wymagający większej integracji ze swoim systemem, mogą skorzystać z systemu Solitaire Enterprise. Umożliwia on m.in. wysyłanie informacji o śledzonej przesyłce oraz potwierdzenie dostawy, co znacznie ułatwia przepływ informacji w dużych organizacjach.

Ciekawostką jest fakt, że TWINE można wykorzystać nie tylko do monitorowania opłacalności przewozów w ramach sieci. Pozwala on także na oszacowanie kosztów przewozów realizowanych poza siecią, a w praktyce na pełne zarządzanie transportem – począwszy od zlecenia przesyłki, poprzez jej śledzenie i dostawę, aż po rozliczenia i raporty.

Kontrola podwykonawców

Przewoźnicy mogą także korzystać z funkcji potwierdzenia dostawy (POD) dostępnej z poziomu telefonu komórkowego (potwierdzenie wysyłane jest w czasie rzeczywistym w formacie sms), bądź palmtopa. Takie rozwiązanie jest szczególnie istotne przy współpracy z podwykonawcami, ponieważ umożliwia kontrolowanie ich pracy. Partnerzy mogą także korzystać z palmtopów, które umożliwiają wykonywanie zdjęć dokumentujących uszkodzenia ładunków, a także mogą pełnić funkcję telefonu komórkowego.

TWINE ułatwia też proces generowania faktur oraz pozwala na komunikację pomiędzy firmami zrzeszonymi w sieci. System wyposażony jest również w moduł przygotowywania raportów operacyjnych i finansowych, co pozwala na bieżąco analizować i monitorować opłacalność przewozów.

W chmurze

System TWINE działa w tzw. chmurze obliczeniowej, co w praktyce oznacza, że dostęp do niego można uzyskać z każdego miejsca, w którym jest dostęp do Internetu. Rozwiązanie to gwarantuje również wysoki poziom bezpieczeństwa gromadzonych danych. Z powodzeniem można też z niego korzystać na starszym sprzęcie komputerowym.

System na razie jest dostępny dla przewoźników w angielskiej wersji językowej. Planowana jest jednak polska wersja TWINE.

KK

Optymalizacja procesów biznesowych w logistyce

W dobie światowego kryzysu niezbędną cechą przedsiębiorstwa, które chce przetrwać jest umiejętność dostosowywania się do nowych realiów – stałe obniżanie kosztów i podnoszenie konkurencyjności. Jedną z możliwości doprowadzenia do tego jest optymalizacja procesów biznesowych.

Działalność każdej firmy opiera się na przepływie czynników takich jak: informacja, kapitał, ludzie i materiały. Takie przepływy podlegają usystematyzowanym procesom. Zmieniające się środowisko zewnętrzne, w tym: stały rozwój techniczny, powstawanie nowych firm konkurencyjnych, dostawców i zdobywanie nowych klientów, wymaga ciągłego monitorowania procesów zachodzących w firmach i dostosowywania ich do nowych realiów. Efektywne zmiany procesów wymagają wiedzy eksperckiej. Takiego know-how często brakuje przedsiębiorcom z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, zaś usługi konsultingowe w tym zakresie często bywają zbyt drogie, dlatego też, do tej pory, były dostępne jedynie dla dużych rynkowych graczy. Sytuacja się zmieniła dzięki możliwości uzyskania stuprocentowego dofinansowania z Unii Europejskiej

Nie wszystkie firmy potrzebują systemu ERP, natomiast każda powinna się nad tym zastanowić i przeanalizować czy ma takie potrzeby. Pierwszym krokiem może być realizacja projektu Sekwencji „Analiza, mapowanie i modelowanie procesów gospodarczych".

Taka odpowiedzią na potrzeby skorzystania z usług konsultingowych polskich firm jest projekt dofinansowany z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (POIG) 5.2 ERP. Realizowany jest on na terenie całej Polski przez firmę Sekwencja Sp. z o.o. Usługa świadczona przez ekspertów polega na nieodpłatnej analizie procesów biznesowych przebiegających w przedsiębiorstwie i wskazaniu sposobów ich usprawnienia.



Korzyści z odpowiednio wdrożonego systemu ERP to: zwiększenie sprzedaży, uporządkowanie procesów w przedsiębiorstwie, integracja funkcji działów, podniesienie efektywności pracy, lepsza obsługa klientów oraz szybsza reakcja na ich potrzeby, raportowanie odpowiednie dla każdego szczebla kierownictwa, pełne wykorzystanie mocy produkcyjnej oraz wyższa konkurencyjność działania.

Największym atutem elastyczność

Firma Sekwencja działa na rynku od 2004 roku. Zajmuje się odpowiedzialnym doradztwem dla firm z sektora MŚP. Dla swoich klientów pozyskała środki unijne liczone w setkach milinów złotych. Dzięki nim wspiera ich w decyzjach inwestycyjnych, zakupowych i rozwojowych.

Oferowana usługa optymalizacji procesów biznesowych jest całkowicie bezpłatna dla firm z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Co najważniejsze, skorzystanie z tej usługi przez przedsiębiorców nie wiążę się z tak bardzo rozbudowaną biurokracją jak ma to miejsce w wypadku korzystania z większości projektów dofinansowanych przez Unię Europejską. Nie trzeba pisać wniosku, ani rozliczać realizacji projektu. Firma musi jedynie zgłosić swój udział w projekcie i podpisać umowę z firmą Sekwencja.

W projekcie optymalizacja procesów biznesowych opiera się na systemach ERP – Enterprise Resource Planning, czyli na planowaniu zasobów przedsiębiorstwa. Taki system informatyczny zbudowany jest modułowo i jest w stanie zintegrować procesy przedsiębiorstwa na wszystkich jego szczeblach. Obejmuje on obszary od obsługi działu handlowego, przez dział księgowy i finansowy, aż do produkcji i sterowania zaopatrzeniem magazynowym. Największym atutem takich systemów jest ich elastyczność, czyli możliwość dopasowania do specyfiki przedsiębiorstwa. Odpowiednie dopasowanie systemu ERP pozwala na szybszą wymianę informacji, a co za tym idzie na oszczędność czasu i obniżenie kosztów.

– To nie jest tak, że wszystkie firmy potrzebują systemu ERP. Natomiast każda z nich powinna się nad tym zastanowić i przeanalizować czy ma takie potrzeby.

Pierwszym krokiem może być realizacja naszego projektu „Analiza, mapowanie i modelowanie procesów gospodarczych – twierdzi ekspert technologiczny firmy Sekwencja Bogusław Weryński. – *Realizacja tego projektu to możliwość bezpłatnej analizy, na którą firmy z sektora MSP zazwyczaj nie stać. Większość z nich najpierw wybiera rozwiązanie oraz firmę wdrażającą, która dopiero wykonuje analizę procesów gospodarczych pod kontem wybranego rozwiązania. Działanie takie nie jest do końca optymalne, ponieważ procesy od razu są dostosowywane do sposobu ich realizacji w wybranym systemie, co zamazuje rzeczywisty przebieg procesów w organizacji. Nasz projekt umożliwia analizę rzeczywistych procesów w przedsiębiorstwie i dopiero na tej podstawie zastanawiamy się czy w ogóle, a jeżeli tak to jakie procesy oraz w jakim stopniu powinny być wspierane przez system informatyczny. Dopiero po takiej analizie może być wybrany system ERP.*



Odpowiednie dopasowanie systemu ERP pozwala na szybszą wymianę informacji, a co za tym idzie na oszczędność czasu i obniżenie kosztów

Najpierw analiza, potem wybór systemu

Maksymalizacja korzyści możliwa jest przez trafne dobranie systemu i jego modułów. Najpierw jednak musi być dokonana analiza firmy – identyfikacja procesów jakie w niej zachodzą i ich modelowanie. Analiza strategii firmy i hierarchia celów biznesowych przedsiębiorstwa pozwala na wybór najbardziej optymalnego i uzasadnionego biznesowo rozwiązania.

Do korzyści jakie uzyskuje przedsiębiorstwo przez odpowiednie wdrożenie systemu ERP należą: zwiększenie sprzedaży, uporządkowanie procesów w przedsiębiorstwie, integracja funkcji działów, podniesienie efektywności pracy, lepsza obsługa klientów oraz szybsza reakcja na ich potrzeby, raportowanie odpowiednie dla każdego szczebla kierownictwa, pełne wykorzystanie mocy produkcyjnej oraz wyższa konkurencyjność działania.

Usługa optymalizacji procesów biznesowych realizowana jest z wykorzystaniem notacji BPMN. Jest to nowoczesny, uniwersalny język graficzny stosowany w świecie biznesu. Pozwala w przejrzysty i łatwy sposób przedstawić krok po kroku procesy zachodzące w każdym przedsiębiorstwie. Dzięki zastosowaniu takiego zapisu konsultanci mogą zbadać wybrane procesy, które zachodzą w poszczególnych jego obszarach. Na początku wyodrębniony jest tzw. proces główny – proces najważniejszy w danej firmie (np. produkcja, sprzedaż). Wyodrębnia się również procesy pomocnicze i zarządcze. Jest to etap mapowania procesów biznesowych. Opierając się o tą wiedzę, konsultanci są w stanie przedstawić kadrze zarządzającej jak w rzeczywistości wyglądają dane procesy. Przedstawienie czytelnego ich zapisu, pozwala na zidentyfikowanie miejsca, w których dany proces się komplikuje lub przebiega mało skutecznie. Po zidentyfikowaniu miejsc problemowych konsultanci modelują procesy – przedstawiając je w sposób optymalny dla działalności firmy.

Ze względu na pełne dofinansowanie projektu, liczba miejsc dostępnych dla przedsiębiorstw jest ograniczona. Chęć wzięcia udziału w projekcie można zgłaszać poprzez stronę www.erp.sekwencja.org lub bezpośrednio przez kontakt z biurami firmy.

KK

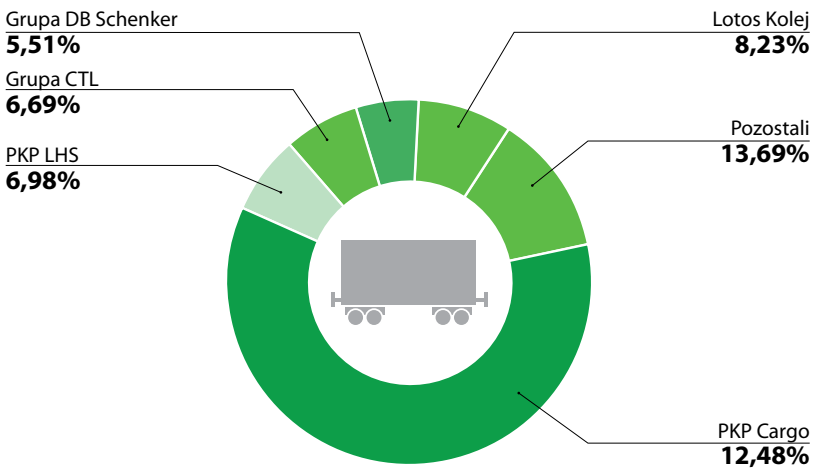


Restrukturyzacja się opłaca

Opublikowane przez Urząd Transportu Kolejowego wyniki kolejowych przewoźników towarowych za trzy kwartały 2012 r. nie zaskoczyły analityków. Zapowiadana wcześniej słabsza koniunktura na tym rynku znalazła potwierdzenie w statystyce. W ciągu pierwszych dziewięciu miesięcy bieżącego roku przewieziono około 170,9 mln ton, o 8,55% mniej niż w tym samym okresie roku 2011.

Nieco większy okazał się spadek pracy przewozowej. Wyniosła ona 36,33 mln tonokilometrów i była mniejsza o 10,7%. Jest to element, który zapewne w istotny sposób wpłynie na całoroczne wyniki finansowe przewoźników. Niepokojącym sygnałem, niewróżącym najlepiej na przyszły rok, jest także fakt, że spadkowe tendencje, zarówno w zakresie przewiezionej masy towarów, jak i wykonanej pracy przewozowej, w większym lub mniejszym zakresie dotyczą wszystkich kolejnych miesięcy bieżącego roku.

Udziały przewoźników kolejowych wg pracy



Źródło: Urząd Transportu Kolejowego



Niepokojącym sygnałem jest fakt, że spadkowe tendencje w zakresie przewiezionej masy towarów i wykonanej pracy przewozowej dotyczą wszystkich kolejnych miesięcy bieżącego roku

Jedni tracą, inni zyskują

Kryzys kolejowych przewozów towarowych w różnym stopniu dał się we znaki kilkunastu przewoźnikom, dominującym na polskim rynku, takim jak: PKP Cargo, PKP LHS, Lotos Kolej, Grupa CTL, Pol-Miedź Trans, Freightliner czy Grupa DB Schenker. Najlepiej, jak dotąd, radzi sobie z nim PKP Cargo, i to mimo, że prezes Wojciech Balczun przyznaje, że tegoroczne spadki przewozów są wyższe, niż zakładano. W trzech pierwszych kwartałach 2012 r. spółka ta przewiozła nieco ponad 86 mln ton towarów, o 12,7 mln ton mniej, niż w tym samym okresie 2011 r. Najbardziej dotkliwe zmiany nastąpiły na rynku przewozów kruszyw i innych materiałów budowlanych. Po inwestycyjnym boomie w 2011 r., związanym z przygotowaniami do Euro 2012, kiedy to Cargo przewiozło ponad 27 mln ton kruszyw, spadek w tej grupie towarów wyniósł w okresie styczeń-wrzesień ponad 9 mln ton.

Największy na rynku przewoźnik towarowy odczuł też narastające problemy niektórych firm budowlanych, zaangażowanych przy budowie autostrad i dróg ekspresowych. – *To, że spadek przewozów jest głębszy niż się spodziewaliśmy, wynika z problemów branży budowlanej* – wyjaśniał Wojciech Balczun w wywiadzie dla „Rzeczpospolitej". – *Jeszcze w kwietniu podpisaliśmy ponad 20 umów na przewóz kruszyw i nasi kontrahenci wierzyli, że te przewozy będą realizowane. Jednak w tej chwili cała branża chce je renegocjować, wydłużając czas ich obowiązywania, tak byśmy nie naliczyli kar z tytułu niewykonania umowy.*

PKP Cargo na plusie

Pomimo tych problemów, po trzech kwartałach 2012 r. zysk netto PKP Cargo wyniósł 205 mln zł, czyli więcej niż zakładał plan. Był też większy od ubiegłorocznego, który pod koniec września 2011 r.

kształtował się na poziomie około 178 mln zł. Po stronie plusów firma może też zapisać dynamiczny rozwój przewozów intermodalnych. W stosunku do tego samego okresu roku ubiegłego wzrosły one o 32,5% do 3,8 mln ton. Ich łączny udział w ogólnych przewozach PKP Cargo zwiększył się z 2,9% do 4,4% i na rynku tych przewozów spółka jest wciąż głównym graczem, dysponując największą liczbą platform przystosowanych do przewozu kontenerów i dużą siecią terminali do przeładunku i składowania kontenerów. Rocznie przewozi ich ponad 80 tys., a obsługę ładunków intermodalnych prowadzi wyspecjalizowana spółka Cargosped, wchodząca w skład grupy Cargo.

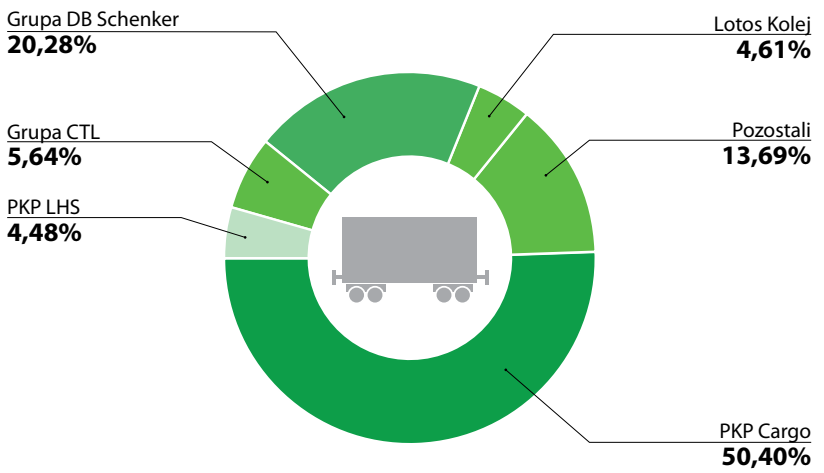
Źródłem sukcesów rynkowych Cargo jest rozpoczęta w 2008 r. restrukturyzacja spółki, kontynuowana w trudnych dla branży latach 2009-2010 i trwająca do dziś. Pozwala ona szybciej i bardziej elastycznie dostosowywać się do zmieniających się warunków rynkowych. Istotne jest również zdobywanie kolejnych certyfikatów bezpieczeństwa, umożliwiających wykonywanie samodzielnych przewozów w krajach Europy Centralno-Wschodniej i rozszerzanie sieci towarowych połączeń międzynarodowych.

Rośnie rynkowy udział DB Schenker

Tropem PKP Cargo idzie druga towarowa spółka przewozowa PKP – Linia Hutnicza Szerokotorowa (LHS) W ciągu dziewięciu miesięcy 2012 r. przewiozła ona 7,65 mln ton ładunków, o 5,4% więcej niż w analogicznym okresie 2011 r. Przewozy rudy żelaza linią LHS wzrosły o 25% w stosunku do roku ubiegłego, co z nadwyżką zrównoważyło spadek przewozów innych towarów. – *Sytuacja w naszej firmie jest stabilna i realizacja planu przewozowego na rok bieżący nie jest zagrożona* – zapewnia Zbigniew Tracichleb, prezes zarządu PKP LHS.

W sytuacji malejącego rynku wzrost wykonanej pracy przewozowej o około 2,5% odnotowała spółka Lotos Kolej, największy polski przewoźnik spoza grupy PKP. Pozwoliło to na wzrost udziału w rynku kolejowych przewozów towarowych do ponad 8%.Tak dobre wyniki w dużej mierze gwarantuje firmie jej główny klient, grupa kapitałowa Lotos oraz firmy związane z Lotos Kolej długoterminowymi umowami. Przewozy na rzecz Lotosu stanowią obecnie około dwóch trzecich całości przewozów wyspecjalizowanej spółki kolejowej. Jej ubiegłoroczne przychody wyniosły 560 mln zł, a tegoroczne – według ocen prezesa Henryka Grucy – powinny być większe o kilka procent.

Udziały przewoźników kolejowych wg masy



Źródło: Urząd Transportu Kolejowego

Oprócz Lotosu Kolej, który w trzech kwartach przewiózł o 4,6% ładunków więcej i LHS (4,2%), największe przyrosty masy przewiezionych towarów odnotowały: PUK Kolprem (1,8%), Rail Polska (1,5%) i wrocławska spółka STK (0.9%). Natomiast pięciu przewoźników spośród 14 największych, mających łącznie 97,5% udziałów w przewozach cargo, gorsze wyniki, oprócz PKP Cargo, miały: ITL Polska – 0,4% (przed rokiem 0,9%), Freightliner PL – 2,1% (w 2011 r. – 2,3%), KP Kotlarnia –1,1% (1,4%) i Grupa CTL – 6,54% (6,59%). Spółka Grupy DB Schenker, mimo, że wykonała pracę przewozową o 0,9% mniejszą niż w trzech kwartałach ubiegłego roku, woziła więcej towarów. Udział tej firmy, według wolumenu ładunków, zwiększył się do 20,3%, co stawia ją na drugim miejscu, po PKP Cargo, w tej kategorii przedsiębiorstw.

Najlepiej, jak dotąd, z kryzysem radzi sobie PKP Cargo, i to mimo, że prezes Wojciech Balczun przyznaje, że tegoroczne spadki przewozów są wyższe, niż zakładano. Źródłem sukcesów rynkowych Cargo jest rozpoczęta w 2008 r. restrukturyzacja spółki

Prognozy na przyszłość

Wrzesień był dziewiątym z rzędu miesiącem spadku przewozów ładunków. Czyżby kolejne miesiące też będą dla przewoźników „minusowe"? Z informacji przekazanych w początkach listopada przez PKP Cargo wynika, że tegoroczny październik będzie lepszy od analogicznego miesiąca w 2011 r.. – *Wyniki października dobrze rokują na cały czwarty kwartał i jest duża szansa, że tendencja wzrostowa zostanie utrzymana* – czytamy w komunikacie spółki. Poza tym pamiętać trzeba, że ostatnie dwa-trzy miesiące roku są zwykle dla przewoźników towarowych szczytem przewozowym.

Mniej optymistyczne prognozy przedstawia kierownictwo CTL Logistics. W jego opinii przewoźnicy kolejowi mogą spodziewać się pod koniec roku spadku wyników nawet o jedną piątą w stosunku do 2011 r. i w tym czasie nie przewiduje się znaczących zmian w strukturze udziałów poszczególnych uczestników polskiego rynku. Sytuacja powinna poprawić się dopiero w 2014 r. W 2013 r. towarowy transport kolejowy odczuwać będzie nadal skutki spowolnienia wzrostu gospodarczego w Europie i w Polsce. Nie przeszkadza to PKP Cargo, przygotowującemu się do wejścia na giełdę, zakładać niewielkiego wzrost przewozu towarów.

Franciszek Nietz



fot. SXC

Przede wszystkim infrastruktura

Czy polska kolej doczeka się prawdziwych reform?

W sektorze kolejowym przyszedł czas gruntownych zmian. Wymaga on radykalnych przekształceń, czasami wstrząsów. Sektor ten musimy uporządkować od wewnątrz, zwiększyć nakłady inwestycyjne, kupować nowy tabor i rewitalizować infrastrukturę –zapewniał na niedawnym Kongresie Kolejowym Sławomir Nowak, minister transportu, budownictwa i gospodarki morskiej.

Ta deklaracja szefa resortu odpowiedzialnego za losy polskiego kolejnictwa brzmiała wiarygodnie, choć można by zapytać dlaczego rządząca drugą kadencję koalicja dopiero teraz dostrzegła konieczność przeprowadzenia gruntownych reform na kolei? Dlaczego nadal na drogi przeznaczamy 7, nawet 8 razy więcej pieniędzy niż na transport szynowy i ta dysproporcja jest wieksza niż wcześniej? – co wypomniał na wspomnianym Kongresie b. premier, Jerzy Buzek. – *Bez zasadniczej zmiany tej proporcji polscy przewoźnicy kolejowi nie będą w stanie z powodzeniem konkurować na jednolitym rynku kolejowym w Europie* – podkreślał były przewodniczący Parlamentu Europejskiego.

Choroba niedoinwestowania

Polska kolej potrzebuje dziś wielkiego reformatorskiego wstrząsu, który w jakimś stopniu mógłby zrównoważyć skutki wieloletnich zaniedbań w tym sektorze gospodarki. Potrzebuje też ogromnych nakładów, bowiem – według dość zgodnej opinii polityków, ekspertów i ludzi tej branży – jej największą w tej chwili bolączką jest niedoinwestowanie. Brak jej również ludzi, którzy potrafiliby sprawnie nią zarządzać, mieć determinację i odwagę podejmowania niezbędnych nieraz, choć niepopularnych, decyzji. Gdy słuchało się niektórych dyskutantów na zorganizowanym w Warszawie 6 listopada Kongresie Kolejowym, to odnosiło się wrażenie, że problemy naszej kolei obracają się od lat w zaklętym kręgu połowicznych działań i często pozorowanych reform, uzasadnianych różnymi ograniczeniami i atmosferą ogólnej niemożności.

Cóż bowiem z tego, że rząd zdecydował się przeznaczyć do 2015 r. na cele inwestycyjne transportu kolejowego niemałą kwotę 30 mld zł (w tym na inwestycje infrastrukturalne 26,5 mld zł), jeśli Remigiusz Paszowski, prezes zarządu spółki zarządzającej infrastrukturą kolejową, ostrzega, że już dziś Polskie Linie Kolejowe stoją przed ryzykiem niewykorzystania środków unijnych, a kierowana przez niego spółka nie jest w stanie „przerobić" rocznie więcej niż 3,5-4 mld zł.

Podobne, niepokojące sygnały dochodzą z Ministerstwa Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej. Dopiero dziś, po kilku straconych latach, zaczęto poważnie mówić o restrukturyzacji PKP PLK. Restrukturyzacji absolutnie koniecznej, bowiem już wcześnie eksperci i reformatorsko myślący przedstawiciele tej branży ostrzegali, że bez tego procesu niemożliwe będzie udane sprywatyzowanie takich spółek jak PKP Cargo czy Intercity. Jest też to warunek niezbędny, aby wreszcie zacząć obniżać stawki dostępu do infrastruktury, należące wciąż do najwyższych w Europie.

Optymalizacja w PKP PLK

Restrukturyzację „Peelki", będącą *„kluczem do zmian w grupie PKP"*, zapowiedział ostatnio prezes zarządu PKP SA, Jakub Karnowski. Rozpisana została ona na kilka lat, przynieść ma oszczędności rzędu 500-800 mln zł rocznie, które pochodzić mają z optymalizacji sieci kolejowej, zmniejszenia zatrudnienia i poprawy efektywności procesu prowadzenia ruchu kolejowego. Jeżeli chodzi o wyłączenie z eksploatacji martwych nieraz linii, to Jakub Karnowski zaznacza, że *„nie będzie to jakaś makabryczna skala"*. Z 17 tys. km linii zarządzanej przez PLK obejmie ono tylko 3 tys. km. Prezes PKP SA uspokaja przy tym, że nie chodzi o likwidację czy rozbieranie linii, a jedynie o *„nieoferowanie przewoźnikom i organizatorom przewozów pasażerskich tych linii"*. Wcześniej, nawet w samej spółce PLK oceniano, że zbędnych linii kolejowych jest w Polsce około 5-7 tys. km.

Na trzy lata rozpisana ma być redukcja zatrudnienia w tej spółce. W tym czasie 5,5 tys. osób osiągnie wiek emerytalny, a 4,5 tys. objętych zostanie programem dobrowolnych odejść. Działania te przynieść mają

znaczne oszczędności, jednak mogą być też kosztowne. A tymczasem od kilku już lat PKP PLK odnotowuje straty. W 2010 r. było to 443,8 mln zł, a w 2011 – 598,2 mln zł. Straty tegoroczne też szacowane są w granicach 500 mln zł. Wciąż istnieje ryzyko utraty płynności spółki.

Polskie Linie Kolejowe w 52% są własnością Skarbu Państwa, a w 48% należą do PKP SA i nic nie zapowiada, by układ ten szybko uległ zmianie, mimo że pojawiały się koncepcje wydzielenie zarządcy infrastruktury z grupy. Nie planuje się też szybkiego rozwiązania PKP SA, której celem miało być zakończenie restrukturyzacji spółek wchodzących w skład grupy i ich prywatyzacja.

Niewygodne dziedzictwo

Na Kongresie Kolejowym Maciej Grelowski, przewodniczący Rady Głównej Business Center Club, zarzucał prezesowi Jakubowi Karnowskiemu dążenie do wzmocnienia pozycji PKP SA jako swoistej „czapki" nad całą grupą i opóźnianie prywatyzacji. Odpowiadając na te zarzuty, J. Karnowski stwierdził, że kierowanej przez niego firmie chodzi przede wszystkim o wzmocnienie nadzoru nad podległymi jej spółkami w ramach działania zasad korporacyjnych. Zauważył też, że na PKP SA ciąży wciąż spłata zadłużenia odziedziczonego po przedsiębiorstwie państwowym PKP.

Obecnie wynosi ono 4,5 mld zł, z czego w przyszłym roku trzeba będzie spłacić ponad 1 mld zł. Środków tych nie zapewni „idąca nie najlepiej" sprzedaż nieruchomości PKP. – *Wartość sprzedawanych nieruchomości rocznie to około 200-300 mln zł. Natomiast koszty wynagrodzeń w PKP SA to ok. 180 mln rocznie. Z tego punktu widzenia spółka nie ma ekonomicznej racji funkcjonowania. To, jak szybko spłacimy długi, zależy od tego jak szybko sprzedamy nasze spółki. W tym ujęciu problem likwidacji PKP obecnie nie istnieje* – mówił Jakub Karnowski w wywiadzie dla Bloomberg Businessweek. Jego zdaniem, nie ma też wciąż dobrych warunków do prywatyzacji spółek kolejowych. Prezes PKP SA zwrócił również uwagę na inny, istotny jego zdaniem, aspekt prywatyzowania. – *Bez restrukturyzacji PKP PLK nie da się ustabilizować stawek dostępu do torów, a to z kolei waży na potencjalnej wycenie spółek przewozowych. Inwestorzy patrzą nie tylko na osiągane przez nie wyniki, lecz także na perspektywy zysku w przyszłości* – zaznaczył.

Trzy priorytetowe lata

Zapowiadane, dzięki restrukturyzacji, oszczędności w PLK powinny pozwolić spółce na refinansowanie inwestycji oraz na obniżenie stawek dostępu do torów. Będzie to jednak możliwe dopiero za kilka lat, kiedy wzrośnie dofinansowanie państwa. W 2012 r. stanowi ono jedną trzecią przychodów PLK na utrzymanie i remont torów i wyniesie 1,2 mld zł. W przyszłym roku dotacje osiągną poziom nieco tylko większy (1,28 mld zł). Dopiero za 6-7 lat – jak ocenia wiceminister transportu Andrzej Massel – dwie trzecie wpływów PLK stanowić miałyby dotacje budżetowe, a jedną trzecią wpływy od przewoźników. Obecnie proporcja ta kształtuje się akurat odwrotnie.

Pytany na konferencji prasowej o cel restrukturyzacji PKP PLK, jej prezes Remigiusz Paczkowski wyjaśniał, że zachodzące już obecnie i zapowiadane zmiany mają przyczynić się do lepszego zarządzania posiadanymi funduszami. – *Obecny system wykorzystywania pieniędzy przez spółkę jest nieefektywny. Kiedy pojawiły się środki na inwestycje, okazało się, że w PLK mamy problemy z ich wydatkowaniem. Bywa też tak, że linie o niewielkim ruchu mają wyższe koszty utrzymania, niż te o dużym obciążeniu* – mówił.

Mówiąc podczas Kongresu Kolejowego, że kolej będzie priorytetem działań rządu przez najbliższe lata i zapowiadając gruntowne reformy w sektorze kolejowym, minister Sławomir Nowak deklarował, że odczuwalne zmiany na polskiej kolei powinny być dostrzegalne już za trzy lata. To optymistyczna perspektywa, według niektórych ocen zbyt optymistyczna, uwzględniając fakt, że zaniedbania tej branży narastały przez ostatnie 20 lat. Kto w dyskursie tym miał rację, okaże się w 2015 r.

Franciszek Nietz

Cztery filary strategii PKP SA

Nasza strategia ma cztery główne filary, mówił Jakub Karnowski prezentujący w Sejmie założenia strategii grupy kapitałowej PKP SA na lata 2012-2015.

- Po pierwsze, są to sprawy systemowe i legislacyjne. Obejmują one kwestie stawek dostępu do infrastruktury, poprawę bezpieczeństwa, politykę inwestycyjną, w tym koordynację procesów inwestycyjnych prowadzonych przez spółki wchodzące w skład grupy PKP.
- Drugi filar to klient. – Satysfakcja klienta oraz szeroko pojęta obsługa pasażera mają bezpośrednie przełożenie na wyniki biznesowe spółek z grupy PKP – podkreśla Jakub Karnowski.
- Trzecia sprawa to finanse. Filar ten obejmuje zarządzanie długiem PKP SA, prywatyzację spółek zależnych oraz finanse grupy PKP w szerszym ujęciu. Według J. Karnowskiego punktem wyjścia do tego, jak zarządzać finansami, jest dług. Z jego spłaty nikt nas nie zwolni. Każda firma musi spłacać swoje zobowiązania. Trzeba znaleźć pieniądze. Źródłem jest prywatyzacja. Ona jest dobra także sama przez się. Będziemy to robić.
- Czwarty filar strategii to zarządzanie. Został on podzielony na pięć obszarów tematycznych: nieruchomości, koordynacja procesów zakupów towarów i usług, nadzór właścicielski PKP SA, który ma się znacznie zwiększyć.


fot. klarysek

Rok niepewności
Zmiany prawne w 2012 r.

Początek roku 2012 obfitował w nowe wymagania dla przedsiębiorców oraz kierowców. Przepisy unijne (pakiet drogowy Rozp. 1071/2009, 1072/2009, 1073/2009) zmieniły zasady i warunki dostępu do zawodu przewoźnika drogowego. Natomiast nowelizacja Ustawy o transporcie drogowym wprowadziła nowe zasady karania kierowców, osób zarządzających i przedsiębiorców.



Iwona Szwed

Prawnik, ekonomista, współwłaściciel Biura Prawnego Arena 561 specjalizującego się w obsłudze prawnej firm transportowych. Pełnomocnik reprezentujący przedsiębiorców z branży transportu drogowego przed Inspekcją Transportu Drogowego oraz Państwową Inspekcją Pracy. Członek Rady Niezależnych Ekspertów Transportu „TRANSORA".

Kontrola w siedzibie przedsiębiorstwa dotycząca czasu prowadzenia pojazdu, odbioru obowiązkowych przerw i odpoczynków oraz danych zawartych na wykresówkach lub zapisanych cyfrowo, obejmuje 12 miesięcy wstecz. Zatem już z początkiem nowego 2013 r. kontroli podlegać będzie 2012 r., w czasie którego w pełni obowiązywały nowe zasady wymierzania kar. Kto do nowych warunków odpowiednio się przygotował, zadbał o właściwą organizację pracy odzwierciedloną w dokumentach, wprowadził odpowiedni system nadzoru i kontroli, z nowych przepisów może czerpać tylko korzyści.

561 ARENA
OBSŁUGA PRAWNA FIRM TRANSPORTOWYCH
WWW.ARENA561.PL

O oto przykład, jak skutecznie można obronić się przed nieuzasadnionymi karami pieniężnymi.

Odpowiedzialność zarządzającego

Osoba zarządzająca transportem, posiadająca certyfikat kompetencji zawodowych i wskazana organowi wydającemu licencję jako zarządzający, ponosi odpowiedzialność za działanie i zaniechanie w ramach pełnionej funkcji, zagrożone karą grzywny. Niejednokrotnie zarządzającym jest właściciel, osoba prowadząca działalność gospodarczą, która siebie wskazuje jako zarządzającego. Ustawodawca wprowadzając nowe sankcje pieniężne nie pozbawił jednak zarządzających możliwości skutecznej obrony swojego słusznego interesu. Przykładem może być jedna z kontroli drogowych w województwie śląskim. Otóż stan faktyczny, ustalony w trakcie kontroli drogowej, dotyczył dokumentowania odpoczynku tygodniowego, który był udokumentowany ręcznie na rewersach wykresówek. Pomimo wyjaśnień przedsiębiorcy i kierowcy, że wypisanie i fizyczne dostarczenie druku unijnego o dniach wolnych od pracy nie było możliwe w przedmiotowej sprawie w konkretnym terminie, a kierowca czas odpoczynku prawidłowo udokumentował manualnie, organ kontrolny wystosował wniosek o ukaranie zarządzającego.

Jak słusznie podniósł zarządzający w sprzeciwie od wyroku nakazowego: *„Pominięto fakt, że nie przyznałem się do zarzucanego mi czynu i odmówiłem przyjęcia mandatu, gdyż nie ma dowodów potwierdzających związek przyczynowo-skutkowy pomiędzy stwierdzonym naruszeniem a okolicznościami faktycznymi, umożliwiającymi mi wystawienie stosownego zaświadczenia. Sąd może wydać wyrok nakazowy, jeżeli na podstawie zebranych dowodów okoliczności, czyn i wina obwinionego nie budzą wątpliwości".*

Sąd we wrześniu 2012 r., po wniesieniu środka zaskarżenia przez obwinionego, rozpatrując całokształt okoliczności sprawy odstąpił w dniu od wymierzenia kary pieniężnej zarządzającemu, argumentując: *„(…) Zdaniem Sądu stwierdzić należy, iż w obowiązującym obecnie systemie prawnym związanym ze stosowaniem wprost treści art. 31 ustawy [o czasie pracy kierowców], a samym życiem, zaistniała luka prawna dotycząca takich sytuacji, jak w przedmiotowej sprawie. (…) Sąd uznał, iż w przedmiotowej sprawie zachodzi wypadek zasługujący na szczególne uwzględnienie i zgodnie z art. 39§1 kw odstąpił od wymierzania kary. Przede wszystkim wskazać należy, iż przepisy w tym zakresie są nieprecyzyjne. Z jednej strony wymagają one posiadania i okazania, na żądanie uprawnionego organu kontroli, zaświadczenia min. o nieprowadzeniu pojazdu wystawionego przez przedsiębiorcę (pracodawcę). Z drugiej zaś strony nie regulują sytuacji, gdy kierowca wykonujący przewóz jest w trakcie wykonywania zadania przewozowego i nie ma możliwości zjechania do bazy w celu wystawienia mu wymaganego przepisami prawa zaświadczenia. Na okoliczność tę wskazywali w swoich zeznaniach świadkowie. (…) wymierzenie obwinionemu kary nawet w najniższym wymiarze byłoby niewspółmierne do okoliczności zdarzenia. (…) W tej sytuacji zastosowanie instytucji odstąpienia od wymierzenia kary jawi się jako słuszne i w pełni uprawnione. Niewątpliwie, zaistniała w przedmiotowej sprawie sytuacja stanowi wypadek zasługujący na szczególne uwzględnienie, który jest podstawowym warunkiem powyższej instytucji łagodzącej. Ponadto wskazać należy, iż zgodnie ze stanowiskami doktryny ocena czy sytuacja taka zaistniałą należy do sądu".*

Powyższe obrazuje, że prawidłowe pouczenie kierowcy o zachowaniu się w razie braku zaświadczenia oraz odpowiednie, zgodne ze stanem faktycznym zeznania kierowcy, a następnie zarządzającego, pozwoliły uniknąć kary pieniężnej.

Uchylenie odpowiedzialności przedsiębiorstwa

Zupełnie innym przypadkiem była kontrola drogowa kierowcy, który nie okazał wszystkich wykresówek za 28 dni wstecz, w szczególności kierowca nie przedstawił wykresówki dokumentującej ostatni odpoczynek dzienny i przebieg trasy przejazdu. Dało to podstawę do ukarania go mandatem

karnym kredytowym. Ponadto wszczęto z urzędu postępowanie administracyjne w przedmiocie wymierzenia kary pieniężnej przedsiębiorstwu, które zatrudniało kierowcę. Podmiotowi wykonującemu przewóz drogowy groziła kara 5000 zł za nierejestrowanie za pomocą tachografu aktywności kierowcy oraz kilkaset złotych kary za brak odpoczynku dziennego. Na skutek wniesionych przez stronę wyjaśnień, dowodów i zeznań świadka, organ kontrolny wydał decyzję o umorzeniu postępowania. Przedsiębiorca bowiem zadbał o właściwy system nadzoru nad kierowcami, wprowadził system kontroli czasu pracy, zadbał również o wewnętrzne regulacje praw, obowiązków i odpowiedzialności pracowników. Ponadto wykazał, że w czasie kontroli drogowej do naruszenia doszło wyłącznie przez samowolne zachowanie kierowcy, który nie dostosował się do panujących w przedsiębiorstwie procedur. Powstaje pytanie: na jakiej podstawie prawnej organ kontrolny bazował odstępując od wymierzenia kary?

Otóż, zgodnie z art.92c ust. 1 pkt 1 Ustawy o transporcie drogowym (Dz.U. 2012, Nr 217 Poz 1265):

„Art. 92c [Kara pieniężna, postępowanie]

1. Nie wszczyna się postępowania w sprawie nałożenia kary pieniężnej, o której mowa w art. 92a ust. 1, na podmiot wykonujący przewóz drogowy lub inne czynności związane z tym przewozem, a postępowanie wszczęte w tej sprawie umarza się, jeżeli:

1) okoliczności sprawy i dowody wskazują, że podmiot wykonujący przewozy lub inne czynności związane z przewozem nie miał wpływu na powstanie naruszenia, a naruszenie nastąpiło wskutek zdarzeń i okoliczności, których podmiot nie mógł przewidzieć".

Ponadto warto pamiętać, że ustawa przewiduje jeszcze jeden przepis umożliwiający uniknięcie przez przedsiębiorcę kary pieniężnej za naruszenia dotyczące czasu pracy kierowców lub trybu użytkowania tachografów. Mowa tu o art. 92b Ustawy o transporcie drogowym (Dz.U. 2012, Nr 217 Poz 1265):

„Art. 92b

1. Nie nakłada się kary pieniężnej za naruszenie przepisów o czasie prowadzenia pojazdów, wymaganych przerwach i okresach odpoczynku, jeżeli podmiot wykonujący przewóz zapewnił:

1) właściwą organizację i dyscyplinę pracy ogólnie wymaganą w stosunku do prowadzenia przewozów drogowych, umożliwiającą przestrzeganie przez kierowców przepisów:

a) rozporządzenia (WE) nr 561/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 15 marca 2006 r. w sprawie harmonizacji niektórych przepisów socjalnych odnoszących się do transportu drogowego oraz zmieniającego rozporządzenia Rady (EWG) nr 3821/85 i (WE) 2135/98, jak również uchylające rozporządzenie Rady (EWG) nr 3820/85,

b) rozporządzenia Rady (EWG) nr 3821/85 z dnia 20 grudnia 1985 r. w sprawie urządzeń rejestrujących stosowanych w transporcie drogowym,

c) Umowy europejskiej dotyczącej pracy załóg pojazdów wykonujących międzynarodowe przewozy drogowe (AETR), sporządzonej w Genewie dnia 1 lipca 1970 r. (Dz.U. z 1999 r. Nr 94, poz. 1086 i 1087);

2) prawidłowych zasad wynagradzania, niezawierających składników wynagrodzenia lub premii zachęcających do naruszania przepisów rozporządzenia, o którym mowa w pkt 1 lit. a, lub do działań zagrażających bezpieczeństwu ruchu drogowego.

2. Za naruszenie przepisów, o których mowa w ust. 1, karze grzywny, na zasadach określonych w art. 92, podlega kierowca lub inna osoba odpowiedzialna za powstanie tych naruszeń".

Prawidłowa organizacja i dyscyplina

Wielu przedsiębiorców w czasie mijającego już roku 2012 zadbało o prawidłową organizację i dyscyplinę pracy. Wprowadzenie odpowiedniej dokumentacji i trybu pracy skutkuje w uzasadnionych przypadkach umorzeniem postępowania. Organ kontrolny bowiem, jak w ww sytuacji, przyznaje, np. że :

„(…) *Na podstawie powyższej analizy [analiza dot. przebiegu trasy zarejestrowanej na wykresówce oraz przez GPS] w zestawieniu z zebranym materiałem dowodowym oraz wyjaśnieniami strony, stwierdzić można, że zadanie transportowe zostało zaplanowane w sposób prawidłowy z uwzględnieniem norm zapisanych w Rozporządzeniu (WE) Nr 561/2006 (…)*

Podczas ponownej analizy zebranych dokumentów i dowodów przesłanych przez Stronę w trakcie postępowania administracyjnego, m.in. umowy o pracę kierowcy, ustalono, iż ww kierowca był wynagradzany w sposób, który nie zawiera składników wynagrodzenia lub premii zachęcających do naruszania przepisów rozporządzenia ww nr 561/2006. (…) Całość zgromadzonego podczas kontroli i postępowania administracyjnego materiału dowodowego potwierdza, iż przedsiębiorca spełnił wymóg należytego nadzoru nad przestrzeganiem przez kierowców norm czasu prowadzenia i wymaganych odpoczynków. Jednocześnie, inne okazane podczas kontroli dokumenty potwierdzały prawidłowe zasady wynagradzania kierowcy. Uwzględniając stan faktyczny i prawny w sprawie, a w szczególności biorąc pod uwagę złożone w prowadzonym postępowaniu wyjaśnienia oraz zgromadzone dokumenty, organ I instancji uznał na podstawie przytoczonego powyżej przepisu, iż postępowanie prowadzone w przedmiocie zgodności wykonywanej działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę z przepisami ustawy o transporcie drogowym, stało się bezprzedmiotowe."

W świetle powyższego można postawić tezę, że pomimo wprowadzenia odrębnych katalogów kar dla kierowców, osób zarządzających transportem oraz podmiotów wykonujących transport drogowych, stworzono również realne warunki do zabezpieczenia się przed niezasadnymi karami.

Dużo obaw o wysokie kary

Rok 2012, zwłaszcza dla przewoźników wykonujących krajowy transport drogowy, przebiegał w sferze niepewności i obaw o wysokie kary za nieuiszczenie opłaty za przejazd po płatnej drodze krajowej. W tej materii GITD w 2012 r. uchylał również decyzje i umarzał postępowania wszczęte wobec kierowców, jeśli całokształt okoliczności i przedstawione dowody potwierdzały, że opłata była uiszczona.

Rok 2012, zwłaszcza dla przewoźników wykonujących krajowy transport drogowy, przebiegał w sferze niepewności i obaw o wysokie kary za nieuiszczenie opłaty za przejazd po płatnej drodze krajowej. W tej materii GITD w 2012 r. uchylał również decyzje i umarzał postępowania wszczęte wobec kierowców, jeśli całokształt okoliczności i przedstawione dowody potwierdzały, że opłata była uiszczona.

Reasumując, bieżący monitoring czasu pracy kierowców, jakość oddawanych wykresówek przedsiębiorcy, kontrola plików cyfrowych, a przede wszystkim indywidualnie opracowane regulaminy pracy i zakresy obowiązków, pozwolają zabezpieczyć się przed dotkliwymi sankcjami i czasochłonnymi postępowaniami administracyjnymi.

Iwona Szwed
www.arena561.pl

Prawda i mity
na temat listu przewozowego

W branży transportowej funkcjonuje bardzo popularne, ale niemające specjalnego oparcia w przepisach prawa przekonanie, że list przewozowy jest absolutnie najważniejszym dokumentem w działalności przewoźnika, ważniejszym od umowy przewozu, zaś jego błędne wypełnienie bądź zaniechanie wypełnienia wywołuje katastrofalne skutki. Warto zatem wyjaśnić, jak jest na prawdę.



Paweł Judek

Radca prawny, partner w kancelarii Działyński i Judek Spółka Partnerska Radców Prawnych w Poznaniu. Prowadzi blog poświęcony prawu transportowemu pod adresem www.transportoweprawo.pl. Specjalizuje się w prawie transportowym i prowadzeniu sporów sądowych.

Treść umowy przewozu

Dobrze jest zacząć od pewnej podstawowej prawdy. List przewozowy nie jest umową przewozu. Oczywiście powinien on odzwierciedlać jej warunki, lecz w sytuacji, gdy odbiega treścią od uzgodnionego porozumienia, pierwszeństwo co do zasady ma umowa, a nie list przewozowy. Umowa zaś to niekoniecznie dokument podpisany przez obie strony. Nierzadko jest to faks, mail, zapis rozmowy na komunikatorze, czy nawet ustna rozmowa telefoniczna. Rzecz jasna, że w tym ostatnim przypadku może być problem z udowodnieniem warunków umowy, jednakże w sytuacji gdy to się uda, ustne ustalenia wciąż będą miały pierwszeństwo przed zapisami listu przewozowego.

Pewną wątpliwość przewoźników w tym względzie mogą wywołać przepisy prawa, np. art. 47 ust. 3 pr. przew., stanowiący, iż list przewozowy stanowi dowód zawarcia umowy przewozu. Należy jednak pamiętać, iż nie jest to jedyny dopuszczalny dowód treści umowy, więc przepis ten będzie miał zastosowanie tylko wtedy, gdy nie będzie żadnych innych środków dowodowych. W Konwencji CMR zasada ta została wyrażona wprost w art. 9 ust. 1, przewidującym, że list przewozowy tylko wtedy stanowi dowód zawarcia umowy i jej warunków, gdy brak jest dowodów przeciwnych.

Praktyka pokazuje, że listy przewozowe zazwyczaj są niezgodnie z treścią zawartej umowy. Dotyczy to zwłaszcza wskazywania osoby nadawcy, którym powinien być kontrahent przewoźnika, a najwcześniej do listu jako nadawcę wpisuje się załadowcę, u którego następuje załadunek towaru. W tej kwestii wypowiedział się nawet Sąd Najwyższy, stwierdzając w wyroku z dnia 3 września 2003 r., że zgodnie z przepisami Konwencji CMR, osoba nie będąca stroną umowy przewozu nie może być uznana za nadawcę przesyłki tylko z tej przyczyny, że została wskazana jako nadawca w liście przewozowym. Potwierdził zatem, że umowa przewozu ważniejsza jest od listu przewozowego.

Stan przesyłki przy załadunku i rozładunku

Większe znaczenie list przewozowy ma podczas badania stanu przesyłki przy załadunku i rozładunku, choć wbrew pozorom, w wielu wypadkach można się bez niego obejść. W przewozach krajowych, jeśli przesyłka na załadunku odbiega jakościowo bądź ilościowo od umówionej, przewoźnik ma obowiązek zgłosić zastrzeżenie, jednakże przepisy nie nakazują uczynić tego w liście przewozowym. Zwykle zastrzeżenia czynione są właśnie w ten sposób, ale jeśli przewoźnik użyje innej formy, czynność ta będzie skuteczna, a brak zapisu w liście przewozowym nie będzie miał znaczenia.

W przewozach krajowych, jeśli przesyłka na załadunku odbiega jakościowo bądź ilościowo od umówionej, przewoźnik ma obowiązek zgłosić zastrzeżenie, jednakże przepisy nie nakazują uczynić tego w liście przewozowym.

Nieco inaczej kwestia ta wygląda w przewozach międzynarodowych, gdzie zastrzeżenia na etapie załadunku powinny być dokonane w liście przewozowym. Brak tych zastrzeżeń nie przesądza jednak o ewentualnej odpowiedzialności przewoźnika, lecz stwarza jedynie domniemanie, że przesyłka była mu wydana w należytym stanie. Domniemanie to może być jednak obalone. Jeśli zatem przewoźnik dysponuje innymi dowodami, np. dokumentacją zdjęciową, zeznaniami świadków czy korespondencją mailową, brak zastrzeżeń w liście przewozowym nie uniemożliwi mu dochodzenia swoich racji.

Jeszcze bardziej liberalne zasady odnoszą się do stwierdzenia braków bądź uszkodzeń przesyłki przy rozładunku. Zarówno przepisy prawa przewozowego, jak i Konwencji CMR, wskazują jedynie na konieczność dokonania zastrzeżeń przez odbiorcę, nie nakazując zarazem, by zastrzeżenia te znalazły się w liście przewozowym. Również w tym wypadku zastrzeżenia mogą być dokonane w jakiejkolwiek formie. Wyjątkiem są niewidoczne przy rozładunku braki przesyłki w przewozie międzynarodowym, które powinny być zgłoszone przewoźnikowi na piśmie,

choć wciąż nie muszą być ujawnione w liście przewozowym.

Należności ciążące na przesyłce

Jedną z korzystniejszych dla przewoźników regulacji w przewozach krajowych i międzynarodowych są przepisy przewidujące odpowiedzialność odbiorców za zapłatę należności ciążących na przesyłce, w tym w szczególności przewoźnego. W wypadku przewozów krajowych, do powstania takiej odpowiedzialności list przewozowy nie jest potrzebny. Zgodnie z art. 51 ust. 1 pr. przew. odbiorca ponosi odpowiedzialność za przewoźne bezwarunkowo, nawet gdy w ogóle nie miał świadomości, że jakaś kwota przewoźnego nie została przewoźnikowi zapłacona. List przewozowy nie jest w tym wypadku potrzebny.

Inaczej uregulowano to zagadnienie w transporcie międzynarodowym. W myśl art. 13 ust. 2 Konwencji CMR odbiorca odpowiada wobec przewoźnika wyłącznie za należności ujawnione w liście przewozowym. Brak listu przewozowego bądź niewpisanie do niego należności ciążących na przesyłce, zwalnia odbiorcę z wszelkiej odpowiedzialności w tym zakresie.

Deklaracja wartości przesyłki i interesu w dostawie

Bez listu przewozowego nie da się natomiast zadeklarować wartości przesyłki, czy też specjalnego interesu w dostawie. Art. 40 pr. przew. jednoznacznie wskazuje, iż taka deklaracja powinna być wpisana do listu przewozowego. Podobny wymóg formułują art. 24 i 26 Konwencji CMR. Brak stosownych adnotacji na listach przewozowych sprawia zatem, że odpowiedzialność przewoźnika rozpatrywana jest na normalnych zasadach, nawet jeśli coś innego uzgodniono w umowie przewozu. Warto zarazem pamiętać, że wpisanie deklaracji wartości do listu przewozowego powinno być uzgodnione z przewoźnikiem i próba przemycenia takiej deklaracji w liście bez wcześniejszego porozumienia, z reguły będzie uważana za nieskuteczną.

Rozporządzanie przesyłką

Specyfika prawa przewozowego obejmuje prawo osoby uprawnionej do jednostronnej zmiany umowy przewozu, obejmujące możliwość nakazania przewoźnikowi zwrotu przesyłki do miejsca nadania, dostarczenia jej pod inny adres lub innemu odbiorcy. W praktyce rzadko korzysta się z tych uprawnień z uwagi na trudne do spełnienia warunki. Należy do nich m.in. konieczność przedstawienia przez wydającego polecenie pierwszego egzemplarza listu przewozowego z naniesionymi nowymi instrukcjami. Wymóg ten dotyczy zarówno przewozów krajowych (art. 53 ust. 3 pr. przew.), jak i międzynarodowych (art. 12 ust. 5 Konwencji CMR). Z przywołanych przepisów wynika zatem jednoznacznie, że bez wystawienia listu przewozowego rozporządzenia przesyłką w trakcie przewozu nie są możliwe.

List przewozowy stanowi dowód zawarcia umowy przewozu tylko wtedy, gdy nie będzie żadnych innych środków dowodowych.

Ubezpieczenie

Choć nie wynika to z żadnych przepisów prawa, ani nie ma żadnego racjonalnego uzasadnienia, szereg polskich zakładów ubezpieczeń, w zawieranych przez siebie umowach ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej przewoźnika, wskazuje, że ubezpieczeniem pokryte są tylko te szkody, które powstały w trakcie przewozu wykonywanego na podstawie listu przewozowego wystawionego na ubezpieczonego, to nie ma to żadnego uzasadnienia prawnego



Klauzula ta jest niezwykle niebezpieczna dla przewoźników, którzy posiadają takie ubezpieczenie, a także dla ich kontrahentów. W praktyce przewozy realizowane są czasami przy pomocy nawet kilku podwykonawców. A do listu przewozowego najczęściej wpisywany jest tylko jeden z kilku przewoźników występujących w całym procesie transportowym. Każdy z pozostałych, jeśli posiada ubezpieczenie z taką klauzulą, naraża się wówczas na zarzut zakładu ubezpieczeń i pretekst do odmowy wypłaty odszkodowania. Przed takimi sytuacjami trudno się uchronić, gdyż przewoźnik główny często nie ma kontroli nad tym, czyje dane ostatecznie zostaną wpisane do listu przewozowego i regularnie zdarza się, że pojawiają się w nim tylko dane przewoźnika faktycznego. Z drugiej strony, nierzadko przewoźnikowi faktycznemu przedstawia się już wypełniony w tym miejscu list przewozowy i uniemożliwia się mu uzupełnienie go o swoje dane. Dlatego też, w zakresie ubezpieczenia, brak listu przewozowego lub jego nieprawidłowe wypełnienie może mieć dla przewoźnika dramatyczne konsekwencje.

Najlepiej zatem unikać zakładów ubezpieczeń, które mają wyżej wspomniane klauzule w swoich umowach, niezależnie od tego jakie oferują pozostałe warunki ubezpieczenia. Jedynym celem tej klauzuli jest bowiem uniknięcie odpowiedzialności przez zakładu ubezpieczeń, gdyż odpowiedzialność przewoźnika nie zależy przecież od tego, czy jego dane znajdą się w liście przewozowym. Najlepszym tego dowodem jest coraz powszechniejsza praktyka zakładów ubezpieczeń, które w decyzjach odmawiających wypłaty odszkodowania jako jedyny powód wskazują właśnie uchybienia w zakresie wpisania przewoźnika do listu przewozowego.

Zatem list przewozowy niewątpliwie jest istotnym dokumentem przewozowym i jeśli tylko to możliwe, należy dbać o jego poprawną zawartość. Warto jednak pamiętać, że podstawą działań przewoźnika jest przede wszystkim umowa przewozu, a w wielu wypadkach możliwe jest dochodzenie swoich praw również przy braku lub przy nieprawidłowym wypełnieniu listu przewozowego.

Paweł Judek

Mam polisę, ale czy mam ubezpieczenie?

To pytanie jest aktualne od wielu lat. Większość czytelników swoje polisy utożsamia z ubezpieczeniem, a niektórzy nawet z dobrym ubezpieczeniem. Pogląd w samym założeniu jest błędny, gdyż polisa jest dokumentem potwierdzającym zawarcie określonej umowy ubezpieczenia, nie zaś potwierdzającym fakt ubezpieczenia. Zaprezentowane wyjaśnienie z całą pewnością nie rozjaśni sprawy, dlatego też uznałem, że warto to opisać szerzej, aby każdy posiadacz polisy wiedział, czy posiada tylko polisę, czy też ubezpieczenie.

Bardzo często słyszy się, że ktoś ma polisę, że ktoś chce kupić polisę, lub że jego polisa jest jedynie świstkiem papieru. Polisa to nie jest chleb, który kupujemy w sklepie, chociaż w tym aspekcie można ją do chleba porównać, gdyż zazwyczaj przy kupnie zależy nam by był dobry, smaczny i zdrowy. Podobnie jest z polisą, od której na pewno wymagamy, aby była dobra. Ale polisa i chleb to, niestety, nie to samo. W wypadku chleba decydujemy się na zakup dobrego i zdrowego produktu pomimo, że nie jest on tani. Zwykle jest to związane z naszymi preferencjami smakowymi i naszą dbałością o zdrowie. Wiedzy dostarcza nam telewizja i nieograniczony internet. W wypadku polisy jest nieco inaczej, gdyż nasze „chcieć" zazwyczaj nie przekłada się na „móc". Dlaczego?

Ano dlatego, że na ubezpieczeniach nie znamy się tak dobrze jak na chlebie, „sklepów" z polisami jest zdecydowanie mniej niż tych z chlebem, „piekarnie" naprawdę dobrych polis są rzadkością, a ich zakup wiąże się zazwyczaj z wyższym i już bardziej odczuwalnym kosztem.

Co wiemy o produkcie?

Większość z nas wie, że rodzaj zjadanego chleba wpływa na zdrowie. Wiąże się to z określoną świadomością konsumentów, a więc z posiadaniem określonej wiedzy w tym zakresie – im chleb jest zdrowszy, tym lepiej i nie szkodzi, że jest on droższy lub nawet drogi. Dlatego zamiast zwykłego chleba za ok. 3 złote, konsument bardzo często decyduje się na zakup bochenka za ok. 10 złotych.

Również potencjalni właściciele polis wiedzą, że od ich jakości, zależy to, w jakim stopniu chronią one ich interesy. Można zatem stwierdzić, że świadomość wśród tego typu klientów jest również wysoka.



Fot. Renault Trucks

Zainteresowanie drogimi polisami jest raczej niewielkie. Nie jest to jednak spowodowane tym, że dobre polisy nie są potrzebne, a tym, że przewoźnicy nie chcą płacić więcej. Wynika to bez wątpienia z faktu, że kupują je od „pośledników" ubezpieczeniowych (nie mylić z pośrednikami), którzy nie mają o tych ubezpieczeniach zielonego pojęcia lub sprzedają polisy jedynie dla prowizji.



Jerzy Różyk

Ponad 26 lat w branży ubezpieczeniowej (ocena ryzyka, likwidacja szkód i ubezpieczenia), w tym ponad 11 lat w obsłudze podmiotów sektora TSL w zakresie oceny ryzyka, ubezpieczeń i szkód transportowych.
Ukończył wydział inżynierski na WSUiB w Warszawie (techniczna i ekonomiczna diagnostyka ubezpieczeniowa i likwidacja szkód ubezpieczeniowych) oraz studia magisterskie w zakresie ubezpieczeń na tejże uczelni.
Specjalizuje się w prowadzeniu spraw związanych z roszczeniami i szkodami, w prawie transportowym i cywilnym, diagnostyce ryzyka, ubezpieczeniach transportowych (OCP, OCS, Cargo) i komunikacyjnych pojazdów ciężkich.

Ale w tym obszarze niestety nie ma to potwierdzenia w rzeczywistości. W posiadaniu klientów są bowiem dziesiątki tysięcy polis niedostatecznie chroniących ich interesy lub nie chroniących ich w ogóle. Odpowiednikiem takich polis jest kiepski chleb, który nie specjalnie

TSLbiznes
MIESIĘCZNIK PROFESJONALISTÓW BRANŻY TRANSPORT-SPEDYCJA-LOGISTYKA
Czytaj też
inne artykuły naszego
działu prawnego
i podatkowego
Zamów numery archiwalne na:
www.tsl-biznes.pl/archiwum

szkodzi lub chleb, który wręcz negatywnie wpływa na zdrowie.

Czy zatem społeczeństwo dysponuje odpowiednią wiedzą w tym zakresie? Niestety nie. A to dlatego, że klient porównuje polisę właśnie do chleba, ale jedynie w ujęciu per jednostkowy produkt. Uznaje więc, że skoro jest mowa o polisie, to chodzi o taką, która zapewnia spodziewaną ochronę. A ponieważ polisa polisie nierówna, a obie często odstają od rzeczywistości, potwierdza to ocenę, że wiedza w tym zakresie jest raczej mizerna.

Dostępność produktu...

Problem z zakupem chleba nie istnieje, gdyż jest dostępny w każdym sklepie spożywczym, których we własnym otoczeniu mamy zazwyczaj sporo. Chęć wykupienia polisy zazwyczaj wiąże się z wizytą w placówce zakładu ubezpieczeń, w agencji ubezpieczeniowej lub z koniecznością znalezienia pośrednika, który przyjedzie do nas do domu. Oczywiście, w niektórych rejonach kraju z ową dostępnością jest różnie, ale na wsiach sklepów jest również mniej niż w miastach. Jednak kupowanie polisy nie jest już takie proste jak w przypadku chleba. Na jej zakup tracimy zazwyczaj więcej czasu niż na zakup chleba, ale polisy nie kupujemy codziennie.

... dobrego produktu

Problemów z wyborem dobrego chleba raczej nie ma, gdyż w zasadzie jego jakość wyznacza sama cena. Jego zakup może ograniczać jedynie brak produktu w danym sklepie, ale przecież niedaleko znajdują się inne.

Zakup dobrej polisy nie jest już sprawą tak prostą. Nie wystarczy bowiem udać się do najbliższej agencji ubezpieczeniowej lub placówki zakładu ubezpieczeń, aby otrzymać dobry produkt. Jego jakość zależy bowiem od kompetencji i wiedzy osoby, która nam taką polisę proponuje. Nie jest tajemnicą, że większość agentów i brokerów ubezpieczeniowych, bądź pracowników firm ubezpieczeniowych nie dysponuje odpowiednią wiedzą pozwalającą na dopasowanie zakresu ubezpieczenia do faktycznych potrzeb klienta.

W grupie ubezpieczeń OC, do której należą ubezpieczenia OCP i OCS, najistotniejszym elementem jest bowiem charakter i aspekty wykonywanej przez klienta działalności oraz zakres ponoszonej w związku z tym odpowiedzialności. Do oceny tego, niestety, nie wystarczy zwykła wiedza ubezpieczeniowa, która i tak często stoi na niskim poziomie, ale gruntowna znajomość specyfiki działalności prowadzonej przez klienta oraz prawa, które reguluje tę działalność i które ma zastosowanie przy określaniu odpowiedzialności klienta za skutki jej prowadzenia. Sprzedawca polisy, szczególnie OCP i OCS, powinien zatem legitymować się wiedzą z zakresu specyfiki działalności prowadzonej przez danego klienta, posiadać szeroką wiedzę prawniczą oraz specjalizować się w tego typu ubezpieczeniach. Dopiero to pozwoli na zagwarantowanie, że polisy, które klienci kupują mają jakąkolwiek wartość. Pozwoli też na zdanie się na specjalistę w sytuacji, gdy sami nie są w stanie tego ocenić.

Można zatem postawić wniosek, że skoro jakość polis będących w posiadaniu przewoźników i spedytorów jest kiepska, źródła w których kupują te polisy również są kiepskie, a skoro źródła są kiepskie, to i kupowane tam polisy nie mogą być dobre.

Konieczność zapłacenia z własnej kieszeni odszkodowania w wysokości np. 100 tys. złotych, to nie to samo co ból brzucha, zatem skutek zakupu kiepskiej polisy może być znacznie bardziej opłakany, aniżeli przy zakupie kiepskiego chleba. Dlatego przy zakupie polisy OCP i OCS bezwzględnie należy zwrócić się do eksperta, który oprócz wiedzy ubezpieczeniowej dysponuje również wiedzą prawniczą, potrafi ocenić ryzyko transportowe oraz „uszyć" polisę na miarę danego klienta. To, czy przewoźnicy i spedytorzy wolą ryzykować zapłatę owych 100 tys. złotych i będą dalej korzystać z usług ubezpieczeniowców rzemieślników, zależy już niestety od nich samych.



Fot. VKalence Kid

Potencjalni właściciele polis wiedzą, że od ich jakości zależy to, w jakim stopniu chronią one ich interesy. Można zatem stwierdzić, że świadomość wśród tego typu klientów jest również wysoka. Ale w tym obszarze nie ma to potwierdzenia w rzeczywistości.

Jeśli będą musieli zapłacić taką kwotę, gdyż kiepska polisa jej nie pokryje, może im pozostać już tylko jedzenie kiepskiego chleba. Jedzenie kiepskiego chleba może zaś przyprawić o ból brzucha, a wtedy raczej kiepsko się pracuje. Zatem…

Aspekt ceny

Zakładamy, że przewoźnik uświadomiony w zakresie zdrowego żywienia, zamiast zwykłego chleba za ok. 3 złote, decyduje się na kupowanie chleba za ok. 10 złotych. Jakie ma to jednak przełożenie na jego portfel? Jeśli posiada czteroosobową rodzinę, osoby dorosłe pracują, dzieci chodzą do szkoły i dziennie wszyscy konsumują jeden chleb, to w skali roku na zwykły chleb musi wydać 1 095 zł., na dobry – 3 650 zł. Przy zakupie dobrego chleba, w skali roku, dodatkowo wyda 2 555 złotych – (10 zł – 3 zł) x 365 dni.

Ten sam przewoźnik chcąc kupić polisę OCP, co jest oczywiste, zapłaci za nią o wiele więcej, aniżeli za jeden chleb. Polisa jest bowiem roczna, zatem i różnica w cenie jest uzasadniona. Analizując polisy OCP będące w posiadaniu przewoźników (również spedytorów), ich ceny kształtują się najczęściej w przedziale 1-3 tys. zł., przy czym mówimy tutaj o polisach standardowych, które z dobrą jakością nie muszą mieć wiele wspólnego. Jeśli zatem średni dzienny koszt takiej polisy wynosi 2 tys. zł i podzielimy to przez 365 dni, to dziennie wyda ok. 5,50 zł. Koszt ten jest niewiele większy od kosztu zwykłego chleba, ale o wiele mniejszy od kosztu dobrego chleba. Uwzględniając stosunek ceny zwykłego do dobrego chleba, koszt zakupu dobrej polisy mógłby wynieść średnio ok. 6 tys. zł. (3 x 2 tys. zł).

Taka symulacja jest jednak obarczona błędem, a precyzyjne wyliczenie nie jest proste, gdyż składki w dużej mierze zależą od przychodów z działalności transportowej lub spedycyjnej i trudno jest precyzyjnie określić, ile trzeba zapłacić za polisę, a ile za dobrą polisę. Uwzględniając jedynie powyższe założenia polisa powinna kosztować trzy razy więcej niż kosztuje. Posiadając tanią polisę należy zatem zadać sobie pytania: Czy aby chroni nas ona w dostatecznym stopniu? Czy pokrywa jedynie część naszej odpowiedzialności? A może nie chroni nas w ogóle?

Warto wyciągnąć wnioski

Doświadczenie wskazuje, że zainteresowanie drogimi polisami jest raczej niewielkie. Nie jest to jednak spowodowane tym, że dobre polisy nie są potrzebne, a tym, że przewoźnicy za swoje polisy nie chcą płacić więcej. Wynika to bez wątpienia z faktu, że kupują je od „pośledników" ubezpieczeniowych (nie mylić z pośrednikami), którzy nie mają o tych ubezpieczeniach zielonego pojęcia lub sprzedają polisy jedynie dla prowizji . Interes klientów jest dla nich bez znaczenia. Takie polisy mają zazwyczaj wady, które uwidaczniają się dopiero po szkodzie, gdy zakład ubezpieczeń nie wypłaci odszkodowania. Dlatego też utarł się w branży TSL pogląd, że polisa polisą, a zakład ubezpieczeń i tak robi wszystko, żeby nie wypłacić odszkodowania. Skoro najważniejszym jest, żeby można było okazać „papierek" po otrzymaniu zlecenia, to po co więc wydawać pieniądze na dobrą polisę.

Znając mentalność naszych przewoźników i spedytorów, taki pogląd będzie się utrzymywał do czasu, gdy metodą prób i błędów sami znajdą właściwe rozwiązanie. I choć zasada ta jest znana od wieków, jej stosowanie w obszarze TSL powoduje często, że owe błędy kosztują przewoźników i spedytorów grube tysiące euro. Takie uczenie się na swoich błędach jest więc bardzo kosztowne.



W grupie ubezpieczeń OC najistotniejszym elementem jest charakter i aspekty wykonywanej przez klienta działalności oraz zakres ponoszonej w związku z tym odpowiedzialności. Do oceny tego nie wystarczy zwykła wiedza ubezpieczeniowa, ale gruntowna znajomość specyfiki działalności prowadzonej przez klienta oraz prawa, które reguluje tę działalność i które ma zastosowanie przy określaniu odpowiedzialności klienta za skutki jej prowadzenia.

CDS ODSZKODOWANIA

CDS powstał w 2001 roku i jest kontynuacją wieloletnich doświadczeń założyciela firmy w zakresie likwidacji szkód z ryzyk transportowych, komunikacyjnych i związanych z odpowiedzialnością cywilną, a także w zakresie ubezpieczeń OC przewoźnika i spedytora.

CDS specjalizuje się w obsłudze szkód powstałych w transporcie oraz obsłudze ubezpieczeń transportowych.

Misją CDS jest wspomaganie branży TSL przez świadczenie usług związanych z doradztwem, obsługą szkód i roszczeń oraz serwisem ubezpieczeniowym.

www.cds-odszkodowania.pl

Dla porównania podam, że studia I stopnia w wielkiej Brytanii z zakwaterowaniem i wyżywieniem to wydatek rzędu ok. 150 tys. zł. Zatem nauka rozważnego podchodzenia do kwestii ubezpieczania swojej odpowiedzialności jest o wiele za droga, a dodatkowo w odróżnieniu od studiów, przewoźnik lub spedytor nie otrzymuje za nią czerwonego paska na dyplomie, a jedynie czerwone liczby ze znakiem minus na wyciągach bankowych.

Zamieszczając swoje publikacje w prasie branżowej i na portalach transportowych, za każdym razem mam nadzieję, że przyczyni się to do zmiany mentalności uczestników sektora TSL i zaczną oni stosować metodę prób, ale przed zawarciem ubezpieczenia, a nie po wykupieniu polisy. Póki co tyleż samo klientów zwraca się do nas z zapytaniami o ubezpieczenie, co z prośbami o pomoc przy szkodach. Powiedzmy, że w tym aspekcie jest remis, czyli rynek TSL statystycznie gra jak polska reprezentacja piłki nożnej na stadionie narodowym. A jakość gry naszej reprezentacji mogą łatwo ocenić sami przewoźnicy i spedytorzy – pamiętajcie tylko o jednym, stawiając jej niską notę, taką samą stawiacie sobie.

Jerzy Różyk
ekspert ds. oceny ryzyka w transporcie
www.cds-odszkodowania.pl

TRANSINKASSO.eu
TRANSPORT DEBT COLLECTION



Infolinia: (+48) 71 734 17 00; E-mail: windykacja@transinkasso.eu
Inkaso Logintrans Sp. z o.o. Sp. k.
Wysoka, ul. Chabrowa 4, 52-200 Wrocław 65, Polska

Za co odpowiada przewoźnik na gruncie Konwencji CMR?

Odpowiedzialność przewoźnika na gruncie Konwencji o umowie międzynarodowego przewozu drogowego towarów, zwanej Konwencją CMR, jest znacząco poszerzona i zaostrzona w stosunku do regulacji ogólnych kodeksu cywilnego. Z tego też względu warto, by każdy przedsiębiorca decydujący się na podjęcie lub prowadzenie działalności w branży transportu drogowego, znał zakres i przedmiot swojej odpowiedzialności, a także ewentualne sposoby na jej ograniczenie.


Magdalena Doroz

Na gruncie Konwencji CMR przewoźnik odpowiada za zaginięcie lub uszkodzenie towaru, które miało miejsce pomiędzy przyjęciem tego towaru do przewozu a jego wydaniem. Odpowiedzialność w tym zakresie odnosi się zarówno do całości, jak i części przesyłki. Ponadto przewoźnik odpowiada także za opóźnienie dostawy.

Opóźnienie dostawy jest rozumiane nieco szerzej niż w potocznym znaczeniu. Otóż, o ile nie ustalono terminu dostawy, jej opóźnienie powstaje już wówczas, gdy faktyczny czas trwania przewozu przekracza czas w jakim staranny przewoźnik dokonałby dostawy. Natomiast, w wypadku przesyłek drobnicowych pod uwagę brany jest czas niezbędny dla skompletowania pełnego ładunku. Opóźnienie w dostawie powstaje oczywiście także wtedy, gdy towar nie został dostarczony w umówionym terminie.


O ile nie ustalono terminu dostawy, jej opóźnienie powstaje już wówczas, gdy faktyczny czas trwania przewozu przekracza czas w jakim staranny przewoźnik dokonałby dostawy. W wypadku przesyłek drobnicowych pod uwagę brany jest czas niezbędny dla skompletowania pełnego ładunku.

Z kolei zaginięcie towaru ma miejsce w sytuacji, gdy nie został on wydany osobie uprawnionej w ciągu 30 dni od ustalonego terminu dostawy. W razie braku ustalenia terminu dostawy, towar uznaje się za zaginiony po upływie 60 dni po przyjęciu go do przewozu.

Warto podkreślić, że na gruncie Konwencji CMR nie ma w istocie znaczenia, czy przewoźnik dokonuje przewozu sam, czy też korzysta z pomocy innych podmiotów. Skorzystanie z usług innych podmiotów nie ogranicza bowiem jego odpowiedzialności. Zgodnie z przepisem art. 3 Konwencji CMR, za czynności i zaniedbania swoich pracowników, jak i innych podmiotów uczestniczących w wykonaniu przewozu, przewoźnik odpowiada jak za swoje własne.

Również wszelkie wady pojazdu, którym wykonywany jest przewóz, nie ograniczają, ani nie wyłączają odpowiedzialności przewoźnika. Nawet jeżeli wynajął on pojazd od innego podmiotu, nie może powoływać się na winę wynajmującego lub jego pracowników.

Warto także dodać, że nawet jeżeli zaginięcie lub uszkodzenie przesyłki czy opóźnienie w dostawie powstało na skutek zaistnienia kilku czynników, z których za jedne przewoźnik nie ponosi odpowiedzialności, a za inne jest odpowiedzialny – będzie on odpowiadał za szkodę. Odpowiedzialność ta jednak powstaje jedynie wtedy (w odpowiednim zakresie), gdy czynniki, za które przewoźnik jest odpowiedzialny, przyczyniły się do powstania szkody.

Zwolniony z odpowiedzialności

Przewoźnik, na podstawie przepisu art. 17 ust. 2 Konwencji CMR, jest zwolniony od odpowiedzialności na gruncie Konwencji CMR, jeżeli zaginięcie, uszkodzenie lub opóźnienie powstało z winy osoby uprawnionej – chodzi tutaj o nadawcę lub odbiorcę. Przewoźnik nie będzie także ponosił odpowiedzialności, jeżeli opóźnienie zostało spowodowane przez osobę uprawnioną do wydania zlecenia, na przykład, gdy w trakcie przewozu zmieniono miejsce rozładunku na tyle odległe od pierwotnego, że niemożliwością było dowiezienie towaru w wyznaczonym czasie.

Przewoźnik nie będzie także odpowiadał za wady własne towaru (np. nieprawidłowe zabezpieczenie go przez nadawcę).

Kancelaria Góralski & Goss Legal

Kancelaria Góralski & Goss Legal jest niezależną spółką prawniczą świadczącą szeroką gamę usług prawnych i doradczych na rzecz polskich i zagranicznych podmiotów gospodarczych, instytucji finansowych oraz podmiotów publicznych. Specjalizuje się w szeroko rozumianym prawie gospodarczym, w szczególności w zakresie prawa energetycznego, prawa spółek, prawa ubezpieczeniowego oraz transportowego. Kancelaria dysponuje wysoce wykwalifikowanym i doświadczonym zespołem prawników, adwokatów i pracowników naukowych wyższych uczelni państwowych. Spółka współpracuje z renomowanymi kancelariami w Polsce, Niemczech, Czechach i we Francji.

www.gglegal.pl

W praktyce najczęstszą okolicznością wyłączającą odpowiedzialność przewoźnika jest jednak wystąpienie okoliczności, których przewoźnik nie mógł uniknąć i których następstwom nie mógł zapobiec.

W orzecznictwie sądów owe wyjątkowe, niemożliwe do uniknięcia okoliczności, traktowane są bardzo wąsko i w istocie ograniczone zostały do przypadków wystąpienia siły wyższej. Można jednak wskazać typowe przypadki jej wystąpienia, jak intensywne opady, śliska nawierzchnia czy kradzież pojazdu wraz z towarem, które – co do zasady – nie stanowią owej nieuniknionej przyczyny, pozwalającej na zwolnienie przewoźnika z odpowiedzialności za szkodę. Z drugiej strony, każdy stan faktyczny musi być jednak traktowany indywidualnie – na przykład dokonanie rozboju przy użyciu broni lub groźby jej użycia, w orzecznictwie Sądu Najwyższego uzasadnia zwolnienie przewoźnika z odpowiedzialności za zaginięcie przesyłki. Jednak, co do zasady, przesłankę nieuniknionych okoliczności można stosować wyłącznie w wypadku, gdy przewoźnik udowodni, że szkoda nastąpiłaby nawet wtedy, gdyby przedsięwziął czynności jakich można byłoby się spodziewać z jego strony (tak K. Wesołowski [w:] W. Górski, K. Wesołowski, Komentarz do przepisów o umowie przewozu i spedycji. Kodeks cywilny. Prawo przewozowe. CMR, Gdańsk 2009, s. 310).

Istotne jest także, iż na gruncie Konwencji CMR istnieje w istocie domniemanie odpowiedzialności przewoźnika. Przepis art. 18 ust. 1 Konwencji CMR wskazuje wyraźnie, iż dowód w zakresie wykazania, że zaginięcie, uszkodzenie lub opóźnienie przewozu zostało spowodowane jedną z powyższych przesłanek, ciąży na przewoźniku (pozwanym).

Na gruncie Konwencji CMR nie ma w istocie znaczenia, czy przewoźnik dokonuje przewozu sam, czy też korzysta z pomocy innych podmiotów. Skorzystanie z usług innych podmiotów nie ogranicza bowiem jego odpowiedzialności.

Przepis art. 17 ust. 4 wymienia w sposób enumeratywny przyczyny wyłączające odpowiedzialność przewoźnika w razie zaginięcia lub zniszczenia przesyłki na skutek powstania szczególnego niebezpieczeństwa, wynikającego m. in. z użycia pojazdu otwartego na wyraźne żądanie wskazane w liście przewozowym CMR, z braku lub wadliwości opakowania, czy z naturalnych właściwości towarów (np. zagrożenie połamaniem, rdzą, zepsuciem, wyschnięciem, normalnym ubytkiem itd.).

Z przesłankami z art. 17 ust. 4 Konwencji CMR, ograniczającymi odpowiedzialność przewoźnika, w zakresie dowodzenia jest inaczej, aniżeli w wypadku tych z art. 17 ust. 2 Konwencji CMR, powołanych wcześniej. W tym przypadku wystarczy bowiem, że przewoźnik uprawdopodobni, iż powstała którakolwiek przesłanka. Wówczas domniemywa się, że zaginięcie lub uszkodzenie wynikło właśnie z którejś z ww. przesłanek. Zatem to na powodzie będzie ciążył dowód przeciwny. Domniemanie to jednak nie chroni przewoźnika w wypadku użycia pojazdu odkrytego na wyraźne żądanie wskazane w liście



przewozowym CMR, jeżeli nastąpił nadmierny ubytek lub zaginięcie sztuki.

Odszkodowanie

Jeżeli przewoźnik nie będzie w stanie wykazać powstania przesłanek ograniczających lub niwelujących jego odpowiedzialność, będzie musiał zapłacić odszkodowanie. Zgodnie z poglądami polskiego orzecznictwa, konwencja CMR normując zasady odpowiedzialności przewoźnika za przesyłkę, nie określa kto jest legitymowany do dochodzenia odszkodowania – nadawca czy odbiorca. Decydują o tym ogólne zasady odpowiedzialności odszkodowawczej, a więc m.in. zasada, że uprawnionym do uzyskania odszkodowania jest ten, kto poniósł szkodę podlegającą naprawieniu (wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 12 listopada 1996 r., I ACr673/96).

Odszkodowanie to oblicza się według wartości towaru w miejscu i czasie przyjęcia przesyłki do przewozu. Wartość tę z kolei ustala się według ceny giełdowej lub – w razie jej braku – według bieżącej ceny rynkowej. W wypadku braku obu cen, wartość przesyłki ustalana jest według wartości towarów tego samego rodzaju i jakości.

Odszkodowanie, co do zasady, nie może jednak przekraczać 8,33 jednostki rozrachunkowej za 1 kg brakującej wagi brutto. Za jednostkę rozrachunkową uważa się specjalne prawo ciągnienia utworzone przez Międzynarodowy Fundusz Walutowy. Cena jednostki rozrachunkowej (SDR) publikowana jest w Tabeli A kursów średnich walut przez Narodowy Bank Polski. Przykładowo, na dzień 9 listopada 2012 r. wynosi 4,9809 zł.

Postanowienie to jest bardzo korzystne dla przewoźników. Warunkiem takiego ograniczenia jest jednak niezadeklarowanie w liście przewozowym wartości ładunku za dodatkową opłatą (art. 24 oraz 26 Konwencji CMR). Tylko bowiem w takim wypadku odpowiedzialność przewoźnika zostaje kwotowo ograniczona. W razie sporu sądowego powodowie domagają się najczęściej zapłaty odszkodowania obliczonego według ceny giełdowej lub rynkowej towaru. W wypadku sprzętu elektronicznego i produktów o wysokiej wartości, cena rynkowa jest z reguły wyższa od maksymalnego odszkodowania ustalonego na gruncie Konwencji CMR.



Odszkodowanie za uszkodzenie przesyłki ustalane jest jako równowartość kwoty, o którą obniżyła się wartość towaru. Odszkodowanie to nie może być wyższe aniżeli odszkodowanie za zaginięcie całości lub części przesyłki.

Przykładowo, zgodnie z listem przewozowym waga brutto ładunku – czyli 300 pralek – wynosiła 6 tys. kg. Skradziono 50 pralek o łącznej wadze 1 tys. kg. Odszkodowanie nie może więc przekraczać 41.490,897 zł (1.000 x 8,33 x 4,9809 zł). Odszkodowanie obliczone na podstawie wartości rynkowej towaru mogłoby być tymczasem dużo wyższe, chociażby przy jednostkowej cenie 1 tys. zł.

Odszkodowanie za uszkodzenie przesyłki ustalane jest jako równowartość kwoty, o którą obniżyła się wartość towaru. Odszkodowanie to nie może być wyższe aniżeli odszkodowanie za zaginięcie całości lub części przesyłki.

Poza odszkodowaniem zwrotowi podlega także przewoźne, cło i inne wydatki – proporcjonalnie w razie częściowego zaginięcia, a w całości w razie całkowitego zaginięcia. Warto także dodać, że osoba uprawniona może żądać odsetek od kwoty odszkodowania. Odsetki te jednak wynoszą 5% rocznie, a nie 13% jak to ma miejsce w wypadku zwykłych odsetek ustawowych określanych na podstawie prawa polskiego.

Rażące niedbalstwo i wina umyślna

Przewoźnik nie ma prawa korzystać z opisanych powyżej przepisów wyłączających lub ograniczających jego odpowiedzialność albo przenoszących na drugą stronę ciężar dowodu, jeżeli szkoda powstała wskutek winy umyślnej lub rażącego niedbalstwa przewoźnika. Analogicznie stosuje się powyższy przepis nawet jeżeli zaginięcie lub uszkodzenie towaru czy też opóźnienie w dostawie powstało na skutek winy umyślnej albo rażącego niedbalstwa pracowników przewoźnika lub innych podmiotów, do których usług odwołuje się on dla wykonania przewozu.

W orzecznictwie i doktrynie owo rażące niedbalstwo czy wina umyślną pojmowane są – niestety – szeroko, gdyż zakłada się, że przewoźnik jest profesjonalistą w wykonywanej działalności i wymaga się od niego wyjątkowej staranności. Jako przykład winy umyślnej przedstawiciele doktryny podają np. sytuację, w której pracownik przewoźnika, będąc nietrzeźwym lub pod wpływem środków odurzających, spowodował wypadek, na skutek którego doszło do zniszczenia całości lub części ładunku (T. Szanciłło, Prawo Przewozowe. Komentarz, Warszawa 2008, s. 86). Z kolei rażącym niedbalstwem będzie na przykład pozostawienie pojazdu wraz z towarem w miejscu niestrzeżonym, nieprzestrzeganie przez kierowcę przepisów drogowych, czy też niezachowanie wymaganej w danych okolicznościach ostrożności (jazda z nadmierną prędkością w złych warunkach atmosferycznych).

Wszystkie dobrodziejstwa w zakresie odpowiedzialności przewoźnika adresowane są zatem jedynie do tych przedsiębiorców, którym można przypisać co najwyżej zwykłą postać niedbalstwa. W wypadku spraw spornych oceny każdorazowo dokona sąd rozstrzygający sprawę. Warto zatem zadbać o profesjonalizm przy wykonywaniu przewozu, gdyż w postępowaniu sądowym umożliwia to powoływanie się na ekskulpacyjne przesłanki przewoźnika. Mimo surowo potraktowanej odpowiedzialności przewoźnika, na gruncie Konwencji CMR przewidziano szereg postanowień ograniczających jej zakres. Jednak z przepisów m. in. wskazujących maksymalną wysokość odszkodowania z art. 23 ust. 3 Konwencji CMR, skorzystać będzie mógł wyłącznie przewoźnik, któremu nie sposób postawić zarzutu winy umyślnej lub rażącego niedbalstwa przy wykonywaniu spornego przewozu.

Magdalena Doroz
Kancelaria Góralski & Goss Legal



Kompleksowy katalog firm branży transportowej i logistycznej

Katalogis.net

Scalamy świat logistyki i transportu

Zamieść **BEZPŁATNY** wpis podstawowy o swojej firmie w Katalogis.net

Możesz też skorzystać z wpisów rozszerzonych, w których dokładniej przedstawisz swoją działalność całej branży TSL. Katalogis.net to kompleksowy i rzetelny katalog branży transportowej, logistycznej i spedycyjnej.

Cel obliczony na sukces



Fiat Panda, produkowany od 2003 r., był niekwestionowanym hitem, co potwierdza 69% udziału w rynku małych samochodów. Czy kolejna generacja okaże się równie trafiona?

Zadanie nie będzie łatwe, bo pojawili się nowi konkurenci, ale nowa Panda ma czym się bronić. Choć jest droższa od poprzednika, nabywca wie za co płaci. Jest udanym połączeniem nowocześniejszej stylizacji i znacznie ulepszonej techniki z rozwiązaniami dobrze przyjętymi w dotychczasowym modelu. Nadwozie zyskało bardzo zaokrąglone kształty, ale przede wszystkim jest nieco większe. Jest dłuższy o 11 cm (głównie na tylnym zwisie), szerszy o 6 cm i wyższy o 1 cm. Przy tym samym rozstawie osi, równym 230 cm, udało się wydłużyć przedział pasażerski o 2 cm, obecnie jest on także nieco szerszy, ale przewożenie 5 osób nadal jest trudne. Na pewno odczuwalny jest mniejszy hałas we wnętrzu (Fiat zapewnia o różnicy 4 dB), bo zastosowano nową płytę podłogową, identyczną jak w Lancii Ypsilon.

Tablica rozdzielcza Pandy III wyraźnie różni się od stosowanej w poprzedniej generacji. Przede wszystkim jest zdecydowanie bardziej finezyjna, o czym świadczy choćby kształt półki po stronie pasażera, charakterystyczny panel radia z blisko sąsiadującymi najważniejszymi przełącznikami czy w końcu wykończenie czarnym, eleganckim tworzywem imitującym politurę fortepianu. Równie ciekawy jest nowy zestaw wskaźników z umieszczonym centralnie wyświetlaczem komputera pokładowego, ale obsługa menu pozostała taka sama. Najpierw jest pokazywany opis parametru, a w kolejnym kroku jego wartość. W znalezieniu odpowiedniej pozycji pomaga regulacja wysokości fotela i kolumny kierownicy, ale zdarza się, że przy optymalnych ustawieniach ster przysłania górną

Fiat Panda Lounge 1,3 Multijet II

- Nadwozie/liczba drzwi hatchback/5
- Masa własna (kg) 1072
- Rozstaw osi (mm) 2300
- Długość x szerokość x wysokość (mm) ... 3653 x 1643 x 1551
- Pojemność bagażnika (dm^3) 225/870
- Liczba i układ cylindrów R4
- Pojemność (cm^3) 1248
- Moc maks. (KM/kW/obr/min) 75/55/4000
- Maks. moment obrotowy (Nm/obr/min) 190/1500
- Typ skrzyni/liczba biegów ręczna/5
- Prędkość maksymalna 168
- Czas rozpędzania 0-100 km/h (s) 12,3
- Średnie zużycie paliwa (l/100 km) 3,9



część zegarów. Niezbyt dużo miejsca jest wokół masywnego kluczyka, a po przejechaniu kilkuset kilometrów obudowa skrzyni biegów nieco uwiera w kolano. To kolejne odczuwalne mankamenty, ale zarazem jedyne, jakie można wytknąć nowej Pandzie.

Testowy egzemplarz był wyposażony w silnik 1,3 Multijet II, zapewniający moc 75 KM. Z Pandą o masie własnej prawie 1100 kg, taka jednostka radzi sobie wyśmienicie. Nawet na 5. biegu, przy prędkości powyżej 120 km/godz., wyraźnie reaguje na wciśnięcie „gazu" umożliwiając pełne wykorzystanie dobrodziejstw autostrady. Warto podkreślić, że bez względu na sposób jazdy, zużycie paliwa nie przekracza 6 dm^3/100 km, a stosując podstawowe techniki „defensywnego" operowania pedałem przyspieszenia, łatwo zejść poniżej 4,5 dm^3/100 km. W wykorzystaniu w pełni satysfakcjonujących osiągów pomaga odpowiednio zestrojone zawieszenie, całkowicie neutralne nawet wobec głębokich kolein i odpowiednio stabilizujące nadwozie przy szybciej pokonywanych zakrętach.

Fiat po raz kolejny udowodnił, że jest mistrzem w produkowaniu małych samochodów. Panda od początku swego istnienia cieszyła się bardzo dobrą opinią, a obecna, jeszcze bardzie atrakcyjna generacja, z pewnością umocni pozycję włoskiego bestsellera.

Tekst i zdjęcia: Karol Wójtowicz



Przy komplecie pasażerów bagażnik Pandy ma pojemność 225 litrów, ale łatwo go powiększyć składając oparcie tylnej kanapy.



Tablica rozdzielcza jest przejrzysta i funkcjonalna. Fabryczne gniazdo do nawigacji TomTom gwarantuje pewne mocowanie urządzenia i eliminuje konieczność podłączania przewodu zasilającego do gniazda zapalniczki.

Przednie fotele mają cienkie oparcia wykonane w technologii „slim". Są głębiej profilowane, dzięki czemu lepiej podpierają ciało i mają aktywne zagłówki ograniczające ryzyko uszkodzenia kręgosłupa.





Teraz jeszcze więcej możliwości

TSL biznes
MIESIĘCZNIK INFORMACYJNY BRANŻY TRANSPORT-SPEDYCJA-LOGISTYKA

Prenumerata roczna
tylko 99 zł

Truck&Van
www.truck-van.pl

Prenumerata roczna
tylko 49 zł

Promocyjna prenumerata obu tytułów 129 zł



Co miesiąc dla wszystkich profesjonalistów branży TSL

Warto wiedzieć więcej

www.TSL-biznes.pl/prenumerata

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

- www.TSL-biznes.pl/prenumerata
- e-mail: prenumerata@tsl-biznes.pl
  prenumerata@truck-van.pl
- fax: 22 205 07 57
- pocztą: Redakcja TSL Biznes i Truck& Van
  Skrzetuskiego 16 B
  02-726 Warszawa
- telefon: 22 213 88 28

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

Formularz prenumeraty

Dane do wysyłki

Imię
Nazwisko
Nazwa firmy
Adres
Kod Poczta
Telefon
e-mail

Dane do faktury

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

Zamawiam roczną prenumeratę (11 wydań)
TSL Biznes od numeru /2013
Truck&Van od numeru /2013
oba tytuły od numeru /2013

☐ Coroczne, automatyczne przedłużanie prenumeraty

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.



Ciepłych
i pełnych radosnej nadziei
świąt
Narodzenia Pańskiego

życzy
zespół targów

AUTOSTRADA-POLSKA MASZBUD TRAFFIC-EXPO-TIL ROTRA

Ceny promocyjne do 15 stycznia 2013

www.autostrada-polska.pl



PANATTONI EUROPE

Niezależnie czy w kompleksie logistycznym czy w budynku szytym na miarę, wynajęta powierzchnia jest zawsze dopasowana do Twoich potrzeb.

Polska: +48 22 540 71 71 www.panattoni.pl www.build-to-suit.eu **Czechy:** + 420 225 341 321 www.panattoni.cz