LISTOPAD – 11/2017 (85)

TSL biznes

MIESIĘCZNIK PROFESJONALISTÓW BRANŻY TRANSPORT-SPEDYCJA-LOGISTYKA

Cena 9,90 zł
(5% VAT)

ISSN 2081–5255

Tematy numeru:

Logistyka branży e-commerce i kurierskiej



Dachser – partnerstwo dla eksportu

Dobra reputacja przewoźnika

ISSN 2081 5255
9 772081 525703 11 >
Nakład: 11 000 egzemplarzy

Zamów bezpłatną e-prenumeratę

Czytaj on-line na www.TSL-BIZNES.PL

4Trans



JESZCZE **WIĘCEJ KORZYŚCI**
DLA FIRM TRANSPORTOWYCH

OCRK WSPARCIE
NOWA USŁUGA!

Usługa OCRK Wsparcie dla użytkowników systemu 4Trans z modułami TachoScan i Rozliczenia

- Zajmiemy się płacą minimalną
- Poinformujemy o zmianach w prawie
- Przygotujemy odwołania
- Zapewnimy reprezentację podczas kontroli
- Sprawdzimy poprawność rozliczeń



Zadzwoń i dowiedz się więcej 801 006 300

viaon

WYŁĄCZNY DYSTRYBUTOR MAREK

inelo® OCRK® OGÓLNOPOLSKIE CENTRUM ROZLICZANIA KIEROWCÓW GBOX®

KONTAKT:
Tel. 801 006 300
E-mail: dok@viaon.pl
www.viaon.pl

W numerze

Wydarzenia

Panattoni Awards Gala & Party 4

Logistyka

Ma być wygodnie i elastycznie. Usługi logistyczne dla e-handlu 6
Trendy e-commerce 2017 12
Rozwój technologii zmienia oblicze zakupów internetowych oraz sposób ich dostawy 15
Logistyczna obsługa e-sklepów ..... .
Modelowe przykłady współpracy operatorów z rynkiem e-commerce ... 16
Z centrum logistycznego w Gardnie ... 18
E-commerce wpływa na rynek magazynowy 19
Jeden z kluczowych elementów strategii FM Logistic 20
Największa platforma logistyczna CAT LC Polska 22
Lepiej zrozumieć 4PL 23
Kolejny etap programu inwestycyjnego. Międzynarodowy lotniczy terminal kurierski DHL Express w Warszawie... 26

Logistyka-technologia

Wspólna etykieta ze standardowym identyfikatorem 28
Zaostrzone kary za wykroczenia przeciw ISPM 15 w USA. Palety INKA idealnym rozwiązaniem 29
Bramy EFAFLEX sprawdziły się w oddziałach grupy BMW 30

Kierunek Europa Zachodnia

Dachser – partnerstwo dla eksportu ... 32
Celem DB Schenker Europa bez granic 36
Europa Zachodnia na celowniku operatorów logistycznych 38
Wpływ Brexitu na rynki wschodzące w ocenie Agility 39

Transport morski

Teraz 50 rejsów tygodniowo między Gdynią a Szwecją ze Stena Line 40
Porty na kursie kolizyjnym. Forum Gospodarki Morskiej – Gdynia 2017 ... 42

Transport drogowy

Rynek przewoźnika? 45
Dobra reputacja przewoźnika 46
Michelin solutions z europejskim kontraktem od XPO Logistics 49

Prawo

Składniki wynagrodzenia i płac minimalnych, a aktywności kierowcy ... 50
Wniosek o ogłoszenie upadłości niewypłacalnego przedsiębiorcy 54
Zezwolenie na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego dla transportu lekkiego 57

Finansowanie i ubezpieczenia

Ubezpieczenia transportowe vs ogólne warunki ubezpieczenia 58
Rosnące znaczenie faktoringu w sektorze MŚP 62



Co dziś napędza rozwój logistyki i rekordowe zapotrzebowanie na powierzchnie magazynowe? Niewątpliwie jest to e-commerce, które obecnie w Polsce rozwija się w tempie 20% rocznie i pewnie będzie jeszcze tak przez parę lat, zanim dogonimy Europę. Handel elektroniczny w naszym kraju stanowi niecałe 5% handlu detalicznego, podczas gdy średnia europejska to 9%.

Według ekspertów z Sociomatic Labs, za 3 lata w naszym kraju funkcjonować ma 30 tys. e-sklepów, których wartość może osiągnąć nawet 60 mld zł. Zgodnie z założeniami tych ekspertów, roczne wzrosty branży będą sięgać 15%. Tendencję zwyżkową potwierdzają badania przeprowadzone przez firmę badawczą Gemius. Według nich już 53% polskich internautów dokonuje zakupów w sieci. Jest to 6-procentowy wzrost w stosunku do roku poprzedniego. Podobny progres można zaobserwować w kwestii zakupów zagranicznych. Odsetek aktywnych internautów w tym zakresie wzrosła z 10 w roku 2016 do 16% w 2017. Przy tak dużej dynamice prognozy przewidują, że wartość polskiego rynku internetowej sprzedaży może wynieść pod koniec 2017 r. nawet 40 mld zł.

Jak twierdzi Anna Galas dyrektor ds. logistyki kontraktowej, ROHLIG SUUS Logistics, każdy miliard złotych wydany na zakupy w sieci, generuje popyt na 18,5 tys. m^2 powierzchni. Dlatego nowe umowy najmu zawarte przez firmy obsługujące branżę e-commerce mogą sięgnąć do 2020 r. aż 700 tys. m^2.

Co więcej, zmiany są nie tylko ilościowe, ale zmienia się też jakość obsługi, a branża się dywesyfikuje. Sklepy internetowe oczekują, że operator zapewni im specjalistyczne sposoby składowania i kompletacji produktów, nie mówiąc już o przyjmowaniu zwrotów. Coraz więcej z nich korzysta nie tylko z usług operatorów logistycznych, ale i platform internetowych. Coraz więcej szuka również odbiorców swoich towarów za granicą. Jedną jest pewne – ich rola coraz bardziej rośnie.

Elżbieta Haber,
z-ca redaktora naczelnego

TSLbiznes
MIESIĘCZNIK PROFESJONALISTÓW BRANŻY TRANSPORT-SPEDYCJA-LOGISTYKA
ul. Malczewskiego 17a, 05-820 Piastów
tel. 22 213 88 28, fax 22 205 07 57
redakcja@tsl-biznes.pl, www.tsl-biznes.pl, ISSN: 2081-5255

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

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

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

Skład DTP
Studio 2000 www.studio2000.pl

Nakład: 11 000 egzemplarzy

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, Dariusz Drabek, Marcin Jurczak, Mariusz Kasior, Arkadiusz Kawa, Michał Kij, Konrad Kułak, Franciszek Nietz, Łukasz Pluszczewicz, Monika Roman, Jerzy Różyk, Damian Żabicki.

KMGmedia

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

Poznaj nasze wszystkie aktywności: **www.kmg-media.pl**

TSLbiznes | TruckVan | SPOTKANIA TRANSPORTOWE | Vademecum TRANSPORTU | Katalogis.net
AGRO Expert | CONSTRUCTION Expert | KOMUNAL Expert | SERWIS Expert | Tool Expert



Panattoni Awards Gala & Party

Coroczna Panattoni Awards Gala & Party to wydarzenie podsumowujące miniony rok na rynku nieruchomości przemysłowych i logistycznych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Tegoroczna odbyła się 28 września w warszawskim ATM Studio.

W trakcie tego wydarzenia Panattoni Europe uroczyście podsumował ostatni rok obecności na rynku europejskim, a także docenił partnerów biznesowych, przyznając im specjalne Nagrody Panattoni.

W miejskiej oprawie

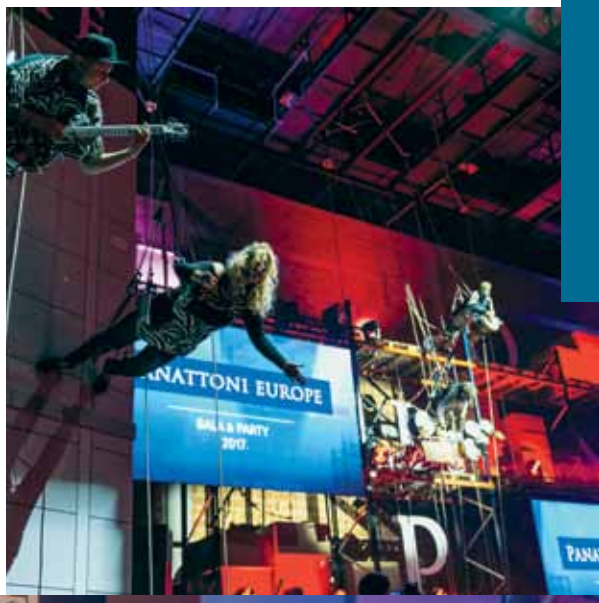
Tematem przewodnim wieczoru były miasto i e-commerce, na którego potrzeby deweloper planuje uruchomić City Logistics – mniejsze obiekty magazynowe, zlokalizowane w granicach lub centrach dużych aglomeracji miejskich. Wszystko po to, aby sprostać oczekiwaniom swoich klientów działających w branży handlu w internecie i jednocześnie ich konsumentów, co do terminu dostawy produktu i jednocześnie być bliżej nich. Dlatego, nie bez powodu, podczas uroczystości na scenie pojawiły się drony, które dostarczały koperty z nazwiskami laureatów, jedzenie było serwowane z prawdziwych *foodtrucków,* a na gości czekały typowe dla miasta atrakcje turystyczne – karykaturzyści, mimowie, cyrkowcy i tancerze, którzy rozgrywali „bitwy uliczne" na zasadzie popularnych *flash mobów*.











W dziewięciu kategoriach

Tradycją też się stało, że podczas Gali deweloper nagradza swoich partnerów biznesowych za rozwój całej branży. W tegorocznej edycji nagrodzono ich w dziewięciu kategoriach:

- Best Financial Institution na terenie Polski – Bank Pekao SA,
- Best Industrial Real Estate Agency – JLL,
- Best Development Partner – Kajima,
- Best Business Partner w Polsce – Amazon,
- The Best Business Partner 2017 w Niemczech – BLG Automotive Logistics,
- The Best Business Partner 2017 w Czechach – Tchibo,
- Best Industrial Real Estate Agent w Polsce – Tomasz Mika, JLL,
- The Best Agent w Niemczech – Hubert Reck, Colliers International,
- The Best Agent w Czechach – Peter Zaoral, Colliers International.









Wciąż jeszcze e-commerce w Polsce stanowi jedynie niecałe 5% handlu detalicznego, podczas gdy średnia europejska to 9%, a wskaźniki w Wielkiej Brytanii i Niemczech wynoszą odpowiednio 17% i 15%

Fot. Fotolia

Ma być wygodnie i elastycznie

Usługi logistyczne dla e-handlu

Handel elektroniczny jest jedną z najbardziej dynamicznych i istotnych dziedzin gospodarki większości krajów na świecie, w szczególności krajów Azji, Ameryki Płn. i Europy. Jego globalna wartość ma wynieść w 2017 roku ok. 2,3 bln USD, co stanowi ok. 10% ogólnej wartości sprzedaży detalicznej.

Analitycy z firmy eMarketer prognozują, że do 2021 r. ma ona wzrosnąć do 4,5 bln USD, co będzie stanowiło ok. 16% wartości sprzedaży detalicznej ogółem. Tempo wzrostu handlu internetowego będzie więc 4-krotnie szybsze niż całości sprzedaży detalicznej. Najszybciej ma rosnąć rynek azjatycki (głównie Chiny) – średnio rocznie o ok. 28%. W Europie dynamika będzie trochę mniejsza – według szacunków Ecommerce Europe ma wynieść 14% w tym roku. Jednym z najszybciej rosnących pod względem sprzedaży rynków europejskich jest rynek Polski. Wzrost wynosi ok. 20%. W tym roku jego wartość może przekroczyć 40 mld zł. Trzeba jednak pamiętać, że nasz rynek nie jest jeszcze w pełni dojrzały i w niedalekiej przyszłości może dynamicznie się zwiększać.

– *Wciąż jeszcze e-commerce w Polsce stanowi jedynie niecałe 5% handlu detalicznego, podczas gdy średnia europejska to 9%, a wskaźniki w Wielkiej Brytanii i Niemczech wynoszą odpowiednio 17% i 15%* – mówi Damian Kołata, senior business development manager, Fiege.

Rosną nie tylko obroty, ale także liczba e-sprzedawców. – *W chwili obecnej funkcjonuje w Polsce 44 tys. sklepów internetowych. Znaczna część z nich powstała w ciągu ostatnich 2-3 lat, dlatego właśnie obserwujemy stałą modyfikację ofert i rozwiązań, co przekłada się na nowe usługi w zakresie magazynowania, kompletacji i transportu* – dodaje Damian Kołata.



Fot. Notident

Operator logistyczny zajmuje się nie tylko magazynową obsługą zamówienia, ale gwarantuje obsługę posprzedażową związaną chociażby z zarządzaniem zwrotami, zwrotem należności, faktorowaniem, windykacją, obsługą klienta czy zapewnia rozwiązania skupione w ramach pakietu business intelligence

Więcej niż dostawa przesyłek

Taki wzrost powoduje coraz większy popyt na usługi związane z obsługą e-handlu, w szczególności na usługi logistyczne. Jeszcze kilka lat temu usługi te polegały na zwykłej dostawie przesyłek od sprzedawcy internetowego do klienta. – *Sprzedawcy internetowi dostrzegli jednak ogromny potencjał firm logistycznych zajmujących się profesjonalnymi doręczeniami przesyłek. Firmy takie jak nasza są pierwszym fizycznym kontaktem danego sklepu z ich klientem, budują markę danego sklepu poprzez szybki transport i skuteczną dostawę w jak najkrótszym czasie. Oddają do dyspozycji kupujących narzędzia do zarządzania doręczeniem. Widać także wzrastającą liczbę dużych sklepów internetowych, które wymagają integracji informatycznej z własnymi platformami. Ogromny wpływ na branżę logistyczną mają także wymagania odebrania towaru gotowego do wysyłki w danym dniu*

jak najpóźniej. Rejestruje się także fakt, że właściciele sklepów szukają gotowych rozwiązań, począwszy od procesu zamawiania kuriera, wiedzy celnej czy wreszcie możliwości śledzenia losów przesyłki w czasie rzeczywistym – opowiada Artur Degórski, menadżer ds. rozwoju produktów (INT), DHL Express (Poland).

Nie tylko operatorzy KEP są beneficjentem handlu elektronicznego. Coraz bardziej interesują się nimi operatorzy logistyczni, którzy wcześniej obsługiwali głównie segment klientów B2B.

– *Jeszcze kilka lat temu liczyła się przede wszystkim szybka dostawa. Operator miał jedynie za zadanie skompletować otrzymane zamówienie, przygotować je do wysyłki i dostarczyć na czas. Obecnie jest podmiotem, który faktycznie kreuje wartość dodaną. Zajmuje się nie tylko typowo magazynową obsługą zamówienia, ale gwarantuje obsługę posprzedażową związaną chociażby z zarządzaniem zwrotami, zwrotem należności, faktorowaniem, windykacją, obsługą klienta czy zapewnia rozwiązania skupione w ramach pakietu business intelligence, pozwalając kontrahentom obserwować poziom zapasów i rotację magazynową* – uważa Damian Kołata.

– *Z perspektywy operatora dostrzegamy większą otwartość na współpracę i gotowość oddania obsługi e-commerce firmie zewnętrznej, która oprócz obsługi magazynowej, pełni również rolę integratora dostawców usług kurierskich* – mówi Julia Mykovet, business development manager, Rhenus Logistics.

Jednym z najszybciej rosnących pod względem sprzedaży rynków europejskich jest rynek Polski. Wzrost wynosi ok. 20%. W tym roku jego wartość może przekroczyć 40 mld zł. Trzeba jednak pamiętać, że nasz rynek nie jest jeszcze w pełni dojrzały.



fot. DPD

Dynamiczna zmiana miejsca i czasu dostawy przesyłki oraz punktu nadań i odbioru są tym, co operatorzy KEP bardzo rozwijają w ostatnim czasie





Zdecydowany wzrost świadomości

Julia Mykovet, business development manager, Rhenus Logistics

Na przestrzeni kilku ostatnich lat możemy obserwować zdecydowany wzrost świadomości uczestników internetowego kanału sprzedaży. Zarówno sprzedający, kupujący a także dostawcy usług dla e-commerce poruszają się w nim dużo sprawniej, z większą dbałością o customer experience, zwracając szczególną uwagę na odpowiednią komunikację z klientem indywidualnym, od momentu zakupu po dostarczenie towarów. Kwestie czasu i kosztu dostawy powoli zaczynają schodzić na dalszy plan – są niejako wystandaryzowane – ustępując miejsca elastyczności dostawy, możliwości zmiany miejsca i czasu dostawy czy też darmowym zwrotom i szybkiej obsłudze posprzedażowej. Nastąpił wzrost zaufania do sprzedaży internetowej, kupujący coraz śmielej płacą z góry za wybrane produkty i zwracają zakupione towary.

Wygoda i wybór ponad ceną

Na całkowity koszt zakupu produktu przez internet składa się cena produktu i koszt przesyłki. Czasami doliczane są koszty płatności, specjalnego pakowania itp., ale mają one raczej marginalne znaczenie. Wydawać by się mogło, że dla większości osób kupujących cena jest podstawowym kryterium wyboru sprzedawcy. Okazuje się, że brane są pod uwagę inne czynniki.

– Dziś cena usługi kurierskiej jest nadal istotna, ale już nie najważniejsza. Coraz istotniejsze stają się komfort i elastyczność obsługi na tzw. ostatniej mili. To właśnie odbiorcy przesyłek (konsumenci) i klienci firm kurierskich (sklepy internetowe) definiują ścieżki rozwoju branży, a zadaniem firm, takich jak nasza, jest sprostanie tym oczekiwaniom. Stąd nieustanne kreowanie rozwiązań, które zapewniają odbiorcom i nadawcom komfort i dają zadowolenie z naszych usług – mówi Rafał Nawłoka, prezes zarządu DPD Polska.

Taką opinię potwierdzają też inni eksperci – przedstawiciele branży logistycznej.

– Klienci sklepów internetowych w swoich wyborach kierują się głównie jakością towarów i są skłonni zapłacić więcej za koszt transportu, jeśli są to przesyłki z gatunku „przesyłek emocjonalnych", do których możemy zaliczyć zakup, np. prezentów. Kupując w internecie, oczekuje się szerszej oferty kosztów transportu. Jest miejsce i dla przesyłek ekonomicznych i dla przesyłek ekspresowych. Sklepy oferujące opcję szybkiego transportu lotniczego rosną 1,6 raza szybciej od tych, które takiego transportu nie oferują – zauważa Artur Degórski.

– Dla osób kupujących przez internet kluczowa jest wygoda i wybór, jeśli chodzi o dostawę zamówienia. Ważne jest, by firmy logistyczne oferowały różne metody dostawy i pozwoliły swoim konsumentom zadecydować gdzie i kiedy ich przesyłka ma zostać dostarczona. Aktualnie obserwujemy rosnące zainteresowanie alternatywnymi punktami odbioru. Według badania przeprowadzonego na nasze zlecenie „UPS Pulse of Online Shopper", już jeden na trzech ankietowanych woli, aby jego przesyłka została dostarczona gdzieindziej, niż do domu. Ponadto, klienci oczekują usług, które pozwolą im zarządzać swoimi przesyłkami i śledzić ich aktualny status – opowiada Norbert Kręcicki, dyrektor marketingu, UPS Polska.

To właśnie dynamiczna zmiana miejsca i czasu dostawy przesyłki oraz punktu nadań i odbioru są tym, co operatorzy KEP bardzo rozwijają w ostatnim czasie. – *Konsument chce decydować o tym, kiedy i jak odbierze swoją przesyłkę oraz jak za nią zapłaci. Stąd bierze się popularność usługi Predict w formie interaktywnego powiadomienia, która pozwala odbiorcy określić okno czasowe odbioru przesyłki. Kolejnym przykładem elastycznego podejścia do wymagań odbiorcy jest sieć punktów nadań i odbiorów Pickup. Obejmuje ona dziś niemal 2000 placówek w całej Polsce i jest stale rozwijana. Punkty Pickup lokalizowane są w dogodnych miejscach, do których po drodze mają zarówno odbiorcy, jak i nadawcy paczek. Innym rozwiązaniem, które wprowadziliśmy jako pierwsza firma kurierska*

Firmy logistyczne są pierwszym fizycznym kontaktem danego sklepu z ich klientem, budują jego markę poprzez szybki transport i skuteczną dostawę w jak najkrótszym czasie. Oddają do dyspozycji kupujących narzędzia do zarządzania doręczeniem.



Fot. stc

Obecni kupujący online oczekują pełnych informacji o swoich przesyłkach, jak również kontroli nad miejscem i datą dostawy



Cały czas zmiana skali działania

Rafał Nawłoka, prezes zarządu DPD Polska

W obsłudze logistycznej sektora e-commerce przede wszystkim cały czas zmienia się skala działania. Zarówno rynek sprzedaży elektronicznej, jak i kurierski rozwijają się w tempie od kilku do kilkunastu procent w skali roku. Stąd konieczność zmian zarówno w infrastrukturze, jak i procesach operacyjnych oraz obsłudze klienta. Cały czas inwestujemy w nasze zaplecze. Szybkie i bezpieczne usługi kurierskie są wypadkową odpowiedniej gęstości sieci kurierskiej i zoptymalizowanych procesów logistycznych wynikających z zaawansowanej infrastruktury technicznej i informatycznej.



Fot. sxc

Coraz istotniejsze stają się komfort i elastyczność obsługi na tzw. ostatniej mili. To właśnie odbiorcy przesyłek (konsumenci) i klienci firm kurierskich (sklepy internetowe) definiują ścieżki rozwoju branży, a zadaniem firm logistycznych jest sprostanie tym oczekiwaniom

na polskim rynku, jest możliwość opłacenia przesyłki pobraniowej kartą lub BLIK-iem u kuriera. Nie zawsze mamy przy sobie gotówkę, ale kartę czy telefon zwykle już tak – twierdzi Rafał Nawłoka.



Rynek coraz bardziej wymagający

Damian Kołata, senior business development manager, Fiege

Polski e-commerce jest najbardziej dynamicznym rynkiem Europy. Coroczny, dwucyfrowy, ponad dwudziestoprocentowy wzrost świadczy o tym, że rynek nieustannie się rozwija i oferuje coraz to nowe rozwiązania, ale zarazem staje się bardziej wymagający. Jeszcze kilka lat temu liczyła się przede wszystkim szybka dostawa. Operator miał być jedynie podmiotem, który skompletuje otrzymane zamówienie, przygotuje je do wysyłki i dostarczy na czas.

Wielokanałowość, drony, zwroty i zagranica

Na wzrost sprzedaży i liczby sklepów internetowych ma wpływ zmiana struktury sprzedaży detalicznej, która z kolei wpływa na kreację nowych usług logistycznych.

– *Coraz więcej tradycyjnych placówek handlowych oferuje swoje produkty w internecie. Stąd dynamiczny rozwój rozwiązań wielokanałowych znanych jako omnichannel, które z jednej strony optymalizują logistykę dostaw, z drugiej stanowią odpowiedź na nowe oczekiwania konsumentów. Przykładem jest „click and collect", czyli odbiór osobisty w placówce zakupów dokonanych w internecie. Sklepy internetowe szukają także rozwiązań umożliwiających dostarczenie przesyłki jeszcze w dniu realizacji e-zakupów* – podkreśla Rafał Nawłoka.

– *Patrząc na trendy rozwojowe można odnieść wrażenie, że wkraczamy w zupełnie inną epokę. Przełomowe środki transportu i niewiarygodnie krótkie czasy dostawy*

TimoCom



Twoje cyfrowe zlecenia transportowe są w dobrych rękach!

Z TC Transport Order® zrealizujesz swoje zlecenia transportowe w prosty sposób bezpośrednio na platformie transportowej TimoCom.

Zoptymalizuj swoje procesy biznesowe z TC Transport Order®!

www.timocom.pl/Zapytanie-o-transport



Paczka niekoniecznie w domu

Norbert Kręcicki, dyrektor marketingu, UPS Polska

W trakcie ostatnich 2-3 lat usługi logistyczne stały się bardziej zorientowane na klienta. Obecnie logistyka w sektorze e-commerce musi odpowiadać oczekiwaniom klientów i dostarczać pozytywnego doświadczenia konsumenckiego. Konieczne jest zapewnienie niskich kosztów przesyłki, krótkiego czasu dostawy, szerokiego wyboru sposobów dostawy i efektywnego procesu zwrotów. Operatorzy logistyczni oferują również więcej rozwiązań typu click and collect, dzięki którym kupujący mogą odbierać paczki w wybranym przez siebie miejscu, niekoniecznie w domu.



Fot. UPS

Zauważamy duży wzrost przesyłek międzynarodowych, coraz więcej ludzi kupuje w zagranicznych sklepach internetowych i nie ma dla nich znaczenia, czy są one zlokalizowane w sąsiednim kraju czy na drugim końcu świata

(około godziny w określonej strefie) z pewnością budzą duże emocje wśród uczestników sprzedaży online. Dostawy dronem są testowane przez czołowe firmy z branży e-commerce, niemiej jednak, wciąż pozostaje to raczej chwytliwym zabiegiem marketingowym niż standardem – zauważa Julia Mykovet.

Logistyka zwrotów to nie tylko transport od klienta do miejsca wyznaczonego przez sprzedawcę. To szereg dodatkowych procesów, którymi coraz chętniej zajmują się nie tylko wyspecjalizowane firmy obsługujące sklepy internetowe, ale także operatorzy logistyczni.

Kolejnym bardzo wyraźnym trendem w handlu elektronicznym jest *cross-border*, czyli sprzedaż i zakupy produktów zagranicą. – *Zauważamy duży wzrost przesyłek międzynarodowych, coraz więcej ludzi kupuje w zagranicznych sklepach internetowych. Nie ma dla nich znaczenia, czy są one zlokalizowane w sąsiednim kraju czy na drugim końcu świata – chcą wygodnie i szybko korzystać również z zagranicznych sprzedawców online* – mówi Tomasz Kroll, dyrektor zarządzający, GLS Poland. Jest to rynek o ogromnych potencjale, o czym świadczą międzynarodowe statystyki.

– *W chwili obecnej jedynie co dziesiąta osoba z Polski kupująca w internecie czyni to w sklepach ulokowanych za granicą, podczas gdy średnia europejska jest trzykrotnie wyższa. Widząc ten potencjał, kontrahenci coraz częściej zlecają operatorom outsourcing takich właśnie operacji. Rozbudowany system IT, rozbudowana sieć europejskiej dystrybucji i międzynarodowy dział obsługi klienta pozwalają najlepszym operatorom świadczyć usługi dla klientów z całej Europy* – podkreśla Damian Kołata.

Nie tylko Polacy kupują zagranicą, ale coraz częściej klienci z zagranicy robią zakupy w naszych rodzimych sklepach internetowych. – *Tylko w pierwszej połowie 2017 r. zaobserwowaliśmy w Polsce wzrost wolumenu eksportu o ponad 25%. Co więcej, firmy inwestują coraz więcej środków w złożone, nowoczesne systemy, które zapewniają szczegółowy monitoring przesyłek. Jest to konsekwencja zmieniających się zachowań zakupowych konsumentów. Obecni kupujący online oczekują pełnych informacji o swoich przesyłkach, jak również kontroli nad miejscem i datą dostawy* – mówi Norbert Kręcicki.

Bardzo silnym trendem w e-handlu, który napędza popyt na usługi KEP, jest również logistyka zwrotów. – *Konsumenci chcą mieć możliwość oddania zakupionych towarów do sklepu, jeśli nie są z nich zadowoleni. Coraz bardziej istotna jest również sprawna komunikacja, pozwala ona skoordynować szybkie i skuteczne doręczenie. Prywatni odbiorcy to przecież często osoby bardzo mobilne, których kurier nie zawsze może zastać w domu. Są to zmiany, które dotyczą światowej logistyki, ale zauważamy je także w Polsce* – podkreśla Tomasz Kroll.

Logistyka zwrotów to jednak nie tylko transport od klienta do miejsca wyznaczonego przez sprzedawcę. Jest to szereg dodatkowych procesów, którymi coraz chętniej zajmują się nie tylko wyspecjalizowane firmy obsługujące sklepy internetowe, ale także operatorzy logistyczni.

– *Przedsiębiorcy zaczęli zdawać sobie sprawę z faktu, że ułatwienie zwrotu klientowi, na przykład poprzez pokrycie jego kosztu, czy dostarczenie z przesyłką dokumentów zwrotnych, może wpłynąć na poziom sprzedaży i zintensyfikować obroty. Należy pamiętać, że procedura operacji na zwrotach nie zamyka się jedynie w procesie przepakowania i zwrocie należności za złożone zamówienie. W wielu przypadkach podejmowane są skomplikowane działania mające na celu przywrócenie zwróconego towaru do stanu idealnego. Tylko rzetelny*



Liczy się globalna sieć

Artur Degórski, menadżer ds. rozwoju produktów (INT), DHL Express (Poland)

E-commerce i jego rozwój to przykład, jak dynamicznie zmienia się współczesny świat i jak ważną rolę mają do wypełnienia branże usług logistycznych. Klienci oczekują większych możliwości wyboru, elastyczności, pewności i szybkości dostaw. Branża usług logistycznych dostarczająca nowoczesne rozwiązania logistyczne z pewnością jest w stanie sprostać oczekiwaniom rynkowym. Liczy się globalna sieć, przyjazne zarządzanie doręczeniem po stronie odbierającego i ... szybkość. To nieodłączny atut, na który patrzą klienci dziś i będą patrzeć jutro.

Zgodnie z szacunkami Ecommerce Europe, udział gospodarki internetowej w europejskim PKB wynosi 2,2%, zaś do 2020 r. ma wzrosnąć trzykrotnie.

i doświadczony operator może takie usługi zaoferować. Należy o tym pamiętać, tym bardziej, że aż 92% klientów zapewnia, że dokona ponownego zamówienia tylko wtedy, gdy procedura zwrotu będzie łatwa. Ważnym jest również fakt, że 67% kupujących sprawdza zasady zwrotów przed dokonaniem zakupów – opowiada Damian Kołata. Podkreśla on też, że w zależności od branży, ich poziom waha się od kilku do nawet kilkudziesięciu procent. – *Podczas gdy jedynie trzy ze stu zamówionych książek wracają do sprzedawcy, to w przypadku odzieży ilość ta jest kilkunastokrotnie wyższa i sięga czasami nawet 70%. Biorąc pod uwagę, że jest to najchętniej w Polsce kupowana kategoria produktów, ilość zwrotów rośnie i konieczne jest efektywne nimi zarządzanie w całym zintegrowanym łańcuchu dostaw.*



Coraz większe oczekiwania

Tomasz Kroll, dyrektor zarządzający, GLS Poland

W ostatnich latach bardzo intensywnie rozwija się branża e-commerce, co istotnie wpływa na sektor KEP. W tym obszarze z kolei konkurencja i wojna cenowa nabrały na sile, zauważalna jest też tendencja do konsolidacji. Nadawcy i odbiorcy przesyłek mają coraz większe oczekiwania w zakresie usług logistycznych. Aby im sprostać, konieczne jest wdrażanie nowych rozwiązań i rozwijanie oferty usług z wykorzystaniem najnowocześniejszej technologii.

Będzie jeszcze więcej

Spodziewany dalszy wzrost zakupu towarów przez internet naturalnie zwiększa popyt na usługi logistyczne. Zintensyfikuje się nie tylko liczba kompletowanych zamówień, ale także dostaw do klientów i zwrotów od nich.

– *W dzisiejszych czasach e-commerce jest siłą napędową rynku logistycznego. W perspektywie najbliższych pięciu lat przewidujemy dalszy rozwój tego sektora. Zgodnie z szacunkami Ecommerce Europe, udział gospodarki internetowej w europejskim PKB wynosi 2,2%, zaś do 2020 r. ma wzrosnąć trzykrotnie. Ponadto prognozujemy znaczny rozwój technologii, które pozwolą operatorom logistycznym lepiej świadczyć usługi swoim klientom. Takie innowacje jak drony czy autonomiczne pojazdy mogą już wkrótce pomóc rozwiązać problem ostatniej mili* – mówi Norbert Kręcicki.

Na dalszy wzrost będzie miała niewątpliwie wpływ zmiana struktury kupujących. – *Za kilka lat klientami sklepów internetowych będzie dzisiejsze pokolenie dzieci, które nie znają świata bez internetu. Ich oczekiwania wobec sprzedaży online będą adekwatne do świata, w którym żyją – ma być mobilnie, szybko i wygodnie. Logistyka dla e-commerce będzie za tym podążać, możemy śmiało spodziewać się coraz krótszych czasów dostawy zamówionych produktów, coraz bardziej elastycznej polityki zwrotów i wymian. Sam proces magazynowy może ulec pełnej automatyzacji, eliminując błąd ludzki oraz zwiększając wydajność* – twierdzi Julia Mykovet.

Te nowe warunki rynkowe będą wymagać od firm logistycznych coraz większego zaangażowania, zaawansowanych technologii informacyjnych i infrastruktury, a przede wszystkim



Spodziewany dalszy wzrost zakupu towarów przez internet naturalnie zwiększa popyt na usługi logistyczne. Zintensyfikuje się nie tylko liczba kompletowanych zamówień, ale także dostaw do klientów i zwrotów od nich

elastyczności i umiejętności wsłuchiwania się w oczekiwania klientów. – *Operator logistyczny będzie dla swojego klienta nie tylko usługodawcą, ale przede wszystkim partnerem wychodzącym z propozycją usprawnień i optymalizacji oraz przedstawiającym nowe rozwiązania w sferze zarządzania łańcuchem dostaw, które wpłyną na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej i stanowić będą znaczną wartość dodaną na tak konkurencyjnym i dynamicznym rynku* – podsumowuje Damian Kołata.

Arkadiusz Kawa
Katedra Logistyki i Transportu, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu



TRANSPORT DROGOWY
TRANSPORT MORSKI
MAGAZYNOWANIE LOGISTYKA KONTRAKTOWA

SILVAN logistics
IFS Logistics

KONTAKT:
office@silvan-logistics.com
+48 61 625 69 63
WWW.SILVAN-LOGISTICS.COM

Trendy **e-commerce 2017**

Nie ma trendów jednoznacznie dominujących na rynku e-commerce. W ciągu ostatnich pięciu lat przerobiliśmy już absolutnie wszystko, od konkretnych usług (click & collect), przez zakupy subskrypcyjne, wieloletni rok mobile, a ostatnio omnichannel.

W samej branży od czasów boomu na zakupy grupowe nie pojawiło się nic, co by nią w sposób znaczący wstrząsnęło i sprowokowało właścicieli biznesów do przepisywania raz jeszcze modeli biznesowych. Natomiast bez wątpienia da się dostrzec rosnącą siłę specjalizacji. Rynek ma dość sklepów o szerokiej ofercie i tworząc kolejny *brand* ze wszystkim, trudno jest postawić na unikalne wartości czy wypracować jakiś wyróżnik. Dlatego też wiele nowopowstających firm e-commerce stawia na zrozumiałą, prostą ofertę w bardzo konkretnych branżach. Definicyjnie jednak znowu nie dzieje się tutaj nic poza poszukiwaniem nieobsadzonych jeszcze nisz. I tak zapewne będzie w kolejnych latach. Wzrost naszego rynku wciąż jest dwucyfrowy, a to oznacza, że przy obecnej dynamice przez najbliższą dekadę wiele jeszcze ulegnie zmianie.

Rynek ma dość sklepów o szerokiej ofercie i tworząc kolejny brand ze wszystkim, trudno jest postawić na unikalne wartości. Dlatego wiele nowopowstających firm e-commerce stawia na zrozumiałą prostą ofertę w bardzo konkretnych branżach.

Standaryzacja w customer care

Wiadomym jest, że obsługa klienta kanałem telefonicznym, e-mailowym czy wreszcie bezpośrednim, na miejscu w samym sklepie, różnią się od siebie. Idzie jednak o to, żeby nie wprowadzać u konsumenta mylnego przeświadczenia, że przez telefon załatwi „coś więcej" niż, na przykład, drogą e-mailową. Tyczy to zwłaszcza firm, które sprzedają we wszystkich kanałach i swoje BOKi mają rozproszone, a ich kompetencje podzielone. Jeśli sklep internetowy ma zachować spójną obsługę klienta ze sklepem stacjonarnym, to ustalenie określonego standardu postępowania w przypadkach granicznych z pewnością pomoże. Jeśli jednak pracownik BOKu A nie ma styku z pracownikiem BOKu B i może podejmować zupełnie inne decyzje, na przykład w sprawie wymiany towaru, to mamy kłopot. Najpierw tylko wizerunkowy, ale docelowo całość komunikacji wypracowanej przez markę rozmywa się. Klienci szybko wychwycą, że jak się dzwoni do pana Tomka, to on od razu przeprasza i wysyła nową sztukę, a jak się pisze e-mail do pani Kasi, to ona prosi o dokumentację, co jest wadliwego z produktem lub sprawdza skrupulatnie, czy (w przypadku zakupów online) zwykły zarząd rzeczą został przekroczony, czy też nie. Oczywiście, przy tej standaryzacji nie można zapomnieć o literze prawa, która e-sklepom każe przyjmować zwrot towaru, a sklepom stacjonarnym pozwala zrobić z tego tylko opcję, ale nie wymóg obligatoryjny.



Jeśli sklep internetowy ma zachować spójną obsługę klienta ze sklepem stacjonarnym, to ustalenie określonego standardu postępowania w przypadkach granicznych z pewnością pomoże

Wielokanałowość

A co jeśli pierwszą barierą rynku jest ...moda na to, że e-commerce jest remedium na wszystko? Żart. Swego czasu, jeszcze kiedy byłem E-commerce Managerem Grupy Raben, wirtualnemedia.pl zadały mi pytanie o wielokanałowość. Tymczasem odnoszę wrażenie, że wielokanałowość jest po prostu wciąż jeszcze źle zdefiniowana, a jej barier szukałbym w samych biznesach i – po prostu – stojących za nimi możliwościach inwestycyjnych oraz rozwojowych. Poza tym dojrzewamy do tego, i my – konsumenci – i rynek. To jest proces zataczania koła. Zachwyt nad jednym kanałem ustępuje miejsca zrozumieniu, że wszystkie są istotne, a na końcu tej układanki dla każdej firmy sprzedażowej liczy się wynik. To on pozwala przetrwać lub nakazuje pakować walizki. Nagrodzony w ubiegłym roku Ekomersem 2016 Michał Cortez, na co dzień E-commerce Director w Dentsu Aegis Network, podsumował ironicznie, że – *Omnichannel wygląda wspaniale. Na slajdach dla zarządu.*

Trudo się z tym, póki co, w obecnej polskiej rzeczywistości nie zgodzić, bo o ile sam *buzzword* był hasłem przewodnim większości konferencji branżowych w latach 2015-2016, o tyle dopóty dopóki właściciele biznesu nie zrozumieją w końcu, że inny klient podejmuje decyzję zakupową w poniedziałek między 9.00 a 10.30 z komputera pracodawcy, inny ze swojego smartfona w godzinach 17.30-19.00, kiedy stoi w korku, a jeszcze inny przychodzi do stacjonarnego punktu w weekend, nic z tego nie będzie. A w każdym razie nic dobrego.

Showrooming

Obserwując rozwój rynku sprzedażowego w Polsce od ponad 10 lat, mogę powiedzieć, że każdy impuls potencjalnie zagrażający temu, co jest znanym i utartym schematem, może być równie dobrze szansą dla optymalizacji biznesu. Jeśli coś przestaje działać, wymyśla się kolejne taktyki. Odpowiedzią na *showrooming* stała się powszechna dzisiaj prezentacja produktów z możliwością ich dotknięcia, sprawdzenia jak działają. Inną sprawą jest też to, że duże tradycyjne sklepy również prowadzą



Mariusz Wesołowski

Profesjonalną przygodę z internetem zaczął w Grupie Allegro, w której nauczył się wszystkiego, co wykorzystuję w życiu zawodowym. Następnie szukał ciekawych wyzwań, jego klienci to: Agora S.A., Onet S.A., Lidl Polska, Grupa Raben. Na rynku szkoleniowym pracował m.in. z takimi firmami, jak: Nowe Kompetencje, AP Edukacja czy EduInvest. Wykłada podstawy e-biznesu w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu, okazjonalnie także we Wrocławiu, Szczecinie, Chorzowie. Na co dzień jest związany z wieloma rozmaitymi podmiotami działającymi na pograniczu logistyki i e-commerce.

dzisiaj aktywną sprzedaż online. Czy zatem szkodzą same sobie? Nie sądzę. To, jak radzą sobie z *showroomingiem* polscy sprzedawcy, jest tylko i wyłącznie kwestią perspektywy. Duże sklepy tradycyjne zawsze miały tysiące „oglądaczy" między półkami. To, że dzisiaj ten oglądacz może szybko porównać cenę w sklepie internetowym nie czyni go jeszcze z automatu klientem tego sklepu, tak jak z automatu nie ogranicza jego roli w sklepie tradycyjnym. Przyrównałbym to – nieco na przekór – do *boomu* na sklepy zoologiczne w latach 90., które – zwłaszcza w małych miejscowościach – pełniły często funkcję lokalnego ZOO. Dzieci pooglądały papużki, popukały palcem w szybę akwarium, wystraszyły kilka szynszyli, a na końcu ich rodzice zawsze kupowali kota lub psa. Więc… biznes dużych stacjonarnych sklepów nie jest zagrożony przez tych, którzy przychodzą



Same day delivery nie jest dla wszystkich graczy, a sama usługa ogranicza się w praktyce do klientów z dużych aglomeracji, gdzie jej wdrożenie jest zwyczajnie możliwe



DB SCHENKER

Zostań Przewoźnikiem DB Schenker

Do obsługi naszej sieci krajowej i poszczególnych oddziałów, poszukujemy przewoźników dysponujących:

- Ciągnikami z naczepami
- Średniotonażowymi solówkami z windami
- Busami dostawczymi

Zakres obowiązków:

- Obsługa całopojazdowych zleceń według ustalonych tras
- Przewozy liniowe pomiędzy terminalami DB Schenker
- Odbiory przesyłek od klientów firmy DB Schenker, przewozy i dostawy do odbiorców

Oferujemy:

- Regularne, miesięczne obroty
- Podpisanie umowy na czas nieokreślony
- Atrakcyjne wynagrodzenie płatne co miesiąc
- Płatność za każdy przejechany km

A ponadto karty paliwowe i wiele innych korzyści.

Zainteresowanych przewoźników prosimy o kontakt pod adresem: **przewoznik@dbschenker.com**


Fot. Shutterstock

Wielokanałowość jest wciąż jeszcze źle zdefiniowana, a jej barier szukałbym w samych biznesach i – po prostu – stojących za nimi możliwościach inwestycyjnych oraz rozwojowych

pooglądać najnowszy tablet, bo na końcu 50 calowy telewizor czy pralkę i tak kupią na miejscu. Nawet, jeśli wcześniej spędzili sto godzin w porównywarce cen.

Logistyka

Click & collect ma – przynajmniej nad Wisłą – większe szanse na rozpowszechnienie się jako trend, a także lepsze zaplecze logistyczne, niż *same day delivery*. To drugie jest zresztą głównie marzeniem wszystkich właścicieli e-sklepów, ale też marzeniem trudnym do zrealizowania bez odpowiednio dużych nakładów na logistykę. Ale nawet przy poniesionych zwiększonych kosztach i wyśrubowaniu standardów *same day delivery* nie jest dla wszystkich graczy, a sama usługa ogranicza się w praktyce do klientów z dużych aglomeracji, gdzie jej wdrożenie jest zwyczajnie możliwe. Sklep z Rzeszowa nie dostarczy mi do Poznania zamówienia złożonego o godzinie 16.00. Nawet dronem, nawet jeśli właścicielem tego drona będzie sam Jeff Bezos… Ponadto tu znowu kłania się edukacja klientów, którzy muszą zrozumieć, że płacąc za *same day delivery*, płacą za jedną próbę doręczenia. Jedną. I od zamawiającego zależy, czy będzie ona skuteczna, czy nie.


Fot. GS1 Polska

GTIN w internecie przyczynia się m.in. do 40% wzrostu wyświetleń produktu i 20% wzrostu współczynnika konwersji, co zaowocuje zwiększeniem sprzedaży

GTIN na Walentynki od Google

W ramach tegorocznych Walentynek Google wprowadziło obowiązek znakowania produktów umieszczonych w Google Shopping oraz reklamowanych w ramach sieci Google Adwords numerem GTIN. Tym samym e-sklepy, które nie wykorzystywały do tej pory numeru GTIN, zmuszone zostały dostosować strukturę swoich produktów do nowych obowiązków, gdyż w przeciwnym wypadku produkty bez tej informacji nie będą wyświetlane w narzędziach Google. Warto w tym miejscu zauważyć, że nowe wymogi Google z jednej strony służą lepszej identyfikacji produktów w sieci, ale z drugiej przysłuży się, i to z pewnością wzrostowi, konwersji. Decyzja ta zresztą jest efektem wieloletniej współpracy między Google a międzynarodową organizacją GS1.

Elżbieta Hałas, CEO GS1 Polska, skomentowała całą sprawę następująco: – *Polska jest kolejnym krajem, w którym Google wprowadza do swojej wyszukiwarki GTIN jako podstawowy identyfikator produktu. Doświadczenia z innych rynków (najbliższy nam to Niemcy, Czechy, Francja czy Wielka Brytania) wskazują, że GTIN w internecie przyczynia się m.in. do 40% wzrostu wyświetleń produktu i 20% wzrostu współczynnika konwersji, co zaowocuje zwiększeniem sprzedaży.* GS1 uruchomiło pomagającą w opanowaniu nowych obowiązków e-przedsiębiorcom stronę: ProduktyWSieci.gs1.pl.

E-sklepy, które nie wykorzystywały do tej pory numeru GTIN, zmuszone zostały dostosować strukturę swoich produktów do nowych obowiązków, gdyż w przeciwnym wypadku produkty bez tej informacji nie będą wyświetlane w narzędziach Google.

Ironicznie, na sam koniec

Od sześciu lat zapowiadany jest w Polsce rok mobile, który już nastąpił, a nawet Monika Mikowska z jestem.mobi i agencji MobeeDick pozwoliła sobie na tegorocznej konferencji Mobile Trends na ironiczny slajd: „Mobile się kończy". Z pewnością rozwój technologii przyczyni się w sposób znaczący do tego, że zakupy będą po prostu łatwiejsze i bardziej intuicyjne, ale trudno wyrokować, które z obecnych rozwiązań zmienią przyszłość. Niektóre technologie rozwijają się bardzo szybko, ale nie mają szansy odegrać swojej rynkowej roli, ponieważ wyprzedzają je kolejne technologie, które w sposób jeszcze łatwiejszy i przystępniejszy zaczynają dominować na rynku. Dzisiaj mówimy o podziale na desktop i mobile. Ale już teraz, w 2017 r., są obecne *smartwatche*. Zakupy za pomocą zegarka? Czemu nie, ostatecznie szacuje się, że nawet w przypadku 70% nabywanych przez konsumentów dóbr jest to czynność tyleż zrodzona z impulsu, co cykliczna, tak jak …budzenie. Skoro zatem zegarek może nas budzić, niech robi też za nas zakupy.

Mariusz Wesołowski,
ekspert ds. eCommerce

Rozwój technologii zmienia oblicze zakupów internetowych oraz sposób ich dostawy

Rozwój technologii w połączeniu ze zmieniającymi się zwyczajami konsumentów odmieniają sposób, w jaki sklepy internetowe dystrybuują i dostarczają produkty europejskim klientom. Oznacza to, że na całym kontynencie, aby zaspokoić popyt, potrzebna będzie większa ilość powierzchni magazynowych. Tak twierdzi międzynarodowy doradca na rynku nieruchomości Savills.

Pomimo szeroko zakrojonej dyskusji dotyczącej wpływu transakcji przeprowadzonych online na sprzedaż w sklepach stacjonarnych i logistykę, obecnie tylko 8% transakcji detalicznych w całej Europie odbywa się za pośrednictwem internetu. Według nowej publikacji Savills „Megatrendy w Logistyce" (*Logistic Megatrends*), do 2025 r. współczynnik ten ma wzrosnąć do 25%, co pociągnie za sobą przełomowe zmiany.

Możemy się spodziewać

Savills wymienia kluczowe zmiany, których możemy oczekiwać w najbliższym czasie.

Średnia kwota kapitału (w funtach brytyjskich) zebrana w różnych krajach na rozpoczęcie działalności przez firmy zajmujące się handlem elektronicznym

Niemcy	£684,3m
Wielka Brytania	£428,0m
Luksemburg	£204,3m
Francja	£82,4m
Hiszpania	£62,3m
Rosja	£58,4m
Holandia	£38,2m
Szwecja	£26,2m
Litwa	£18,2m
Włochy	£16,2m
Belgia	£14,2m
Szwajcaria	£5,7m
Dania	£4,9m
Finlandia	£4,4m
Irlandia	£3,4m
Austria	£3,2m
Portugalia	£2,5m

Źródło: Source: Company data, Savills Research

- Ze względu na rozwój robotyki, która pozwoli na bardziej efektywne magazynowanie i sprawne pobieranie towaru z większych wysokości, magazyny będą wyższe. Pracownicy magazynów mogą zostać wyposażeni w egzoszkielety, które wspomogą ich w pakowaniu i załadunku towarów.
- Świadomość ceny – globalni konsumenci będą kupować więcej produktów w sklepach zagranicznych, o ile koszty dostawy nie będą zbyt drogie. Wartość transgranicznego handlu internetowego może wzrastać nawet o 25% rocznie. Będzie to miało znaczący wpływ na lokalizację centrów dystrybucji producentów i firm handlowych – można spodziewać się więcej magazynów położonych przy granicach, jak również więcej etapów w łańcuchu dostaw, które usprawnią proces związany z odprawą celną produktów.
- Rozwój technologii akumulatorów i baterii oraz autonomicznych pojazdów elektrycznych doprowadzi do rozpowszechnienia się dostaw w porze nocnej, ponieważ nie będą już naruszane normy dotyczące hałasu – konsumenci otrzymają swoje zamówienia we wczesnych godzinach porannych.
- Udoskonalone systemy zarządzania zaopatrzeniem w sklepach stacjonarnych spowodują, że towary będą mogły być dostarczane do klientów bezpośrednio ze sklepów, które zlokalizowane są bliżej, aniżeli z magazynów. Obniży to zarówno koszty jak i czas dostawy Pytanie: czy detaliści mają szansę pokonać Amazon Prime, czyli dostawę w czasie krótszym niż godzina?

W każdym kraju inaczej

Savills prześledził średnią kwotę kapitału zebraną na rozpoczęcie działalności przez firmy zajmujące się handlem elektronicznym w latach 2014-2016, w celu zidentyfikowania najbardziej perspektywicznych rynków. Niemieckie firmy odnotowały największy zastrzyk finansowania w wysokości 684,3 mln funtów, a Wielka Brytania – 428 mln.



Rozwój technologii akumulatorów i baterii oraz autonomicznych pojazdów elektrycznych doprowadzi do rozpowszechnienia się dostaw w porze nocnej, ponieważ nie będą już naruszane normy dotyczące hałasu

Kevin Mofid, dyrektor w Dziale Badań Savills, mówi: – *Technologia spowoduje dalsze zmiany na rynku logistycznym, ale różnice w modelach handlu detalicznego, łańcuchach dostaw, podejściu do nowych technologii i udziału e-handlu w poszczególnych krajach oznaczają, że nie ma jednego rozwiązania, które można zastosować w magazynach i centrach dystrybucji w całej Europie.*

Kraje takie jak Francja i Niemcy, gdzie handel elektroniczny ma znacznie wzrosnąć, mają największy potencjał zmian. Jednak kraje Europy Wschodniej, gdzie koszty pracy są niższe, a zasoby gruntów większe, mogą być również ich beneficjentem.

Na podstawie publikacji Savills o megatrendach w logistyce

Logistyczna obsługa e-sklepów

Modelowe przykłady współpracy operatorów z rynkiem e-commerce


Sebastian Wróbel

Współcześnie na rynku e-commerce da się zaobserwować różne modele funkcjonowania logistyki w tym biznesie, np. Amazon, własne magazyny sklepów internetowych, czy też korzystanie z magazynów operatora logistycznego. Jakie czynniki decydują, że ten a nie inny model w danych warunkach będzie najskuteczniejszy?

Świat sprzedaży internetowej coraz bardziej się rozwija, wraz z powstawaniem nowych platform integrujących różne kategorie i różnych sprzedających pojawiają się nowe możliwości optymalizacji logistyki wysyłki oraz późniejszego transportu. W obrębie samej sprzedaży internetowej rozróżnić możemy cztery główne konfiguracje. Są nimi:

- model bez własnych zapasów czyli *drop shopping*,
- własny magazyn sklepu internetowego,
- usługa platformy rynkowej (*marketplace*) np. *Fulfillment by Amazon*,
- usługa operatora logistycznego.

Aby w pełni zrozumieć i ocenić słabe i mocne strony każdego z rozwiązań, musimy najpierw wyznaczyć strategię rozwoju oraz cel, którego realizację mają wspierać.

Przyjmijmy, że nasza strategia zawiera dotarcie do nowych odbiorców poza granicami kraju i zależy nam na tym, aby nasze produkty trafiły do jak najszerszej grupy odbiorców, przy dbałości o wysoką jakość usług i zadowolenie klientów. Potrzebujemy zatem rozwiązania, które będzie umożliwiało realizację dynamicznych wzrostów wielkości sprzedaży przy zapewnieniu optymalnych kosztowo procesów oraz punktualnej realizacji zamówień, w oczekiwanym przez klientów czasie.

Model bez własnych zapasów, czyli drop shipping

Model *drop shipping'owy* jest rozwiązaniem pod wieloma względami idealnym. W takim modelu sprzedaż prowadzą potentaci rynku e-commerce w Polsce i na świecie. By jednak w pełni wykorzystać jego główną zaletę, jaką jest brak jakichkolwiek kosztów związanych z prowadzeniem i utrzymanie zapasów, należy zastanowić się nad rynkiem na jakim działamy.

Chcemy zachwycać klientów, bo tylko w ten sposób możemy liczyć na to, że będą wracać do zakupów w naszym sklepie. Musimy zatem zadbać o dodatkową wartość jaka płynie z zakupów w naszym sklepie. Może to być np. zautomatyzowany proces wyboru uzupełniających się artykułów od różnych producentów w branży budowlanej lub wizualizacja wnętrza w przypadku mebli. To w tym obszarze sklep internetowy musi wykazać się dużą pomysłowością, aby zapewnić rację bytu swojego modelu *drop shipping'owego*. Słabą stroną tego rozwiązania jest niewystarczająca kontrola procesów swoich dostawców. To może mieć kluczowe znaczenie w przypadku terminowości wysyłek i dostępności materiałów.

Aby w pełni zrozumieć i ocenić słabe i mocne strony każdego z rozwiązań – drop shopping, własny magazyn sklepu, usługa platformy rynkowej, usługa operatora logistycznego – musimy najpierw wyznaczyć strategię rozwoju oraz cel, którego realizację mają wspierać.



Prowadzenie własnych operacji magazynowych nie będzie wspierać strategii rozwoju firmy głównie z powodu niewystarczającej „skalowalności" i bardzo skomplikowanej struktury kosztowej, która utrudnia kontrolę rentowności naszego biznesu

Własne operacje magazynowe

Podstawową zaletą prowadzenia własnych operacji magazynowych jest pełna kontrola nad organizacją wysyłki i dostępnością towaru. Z tym modelem wiążą się jednak inne wyzwania. Słabą stroną jest brak możliwości jego szybkiej rozbudowy oraz bardzo czasochłonny proces zwiększenia skali działania, dodatkowo obarczony dużym spadkiem wydajności jednostkowej. Tradycyjna zaleta jaką jest priorytetyzacja zadań – ma duże znaczenie w modelu tradycyjnym, gdzie możemy zapewnić wyższy poziom obsługi dla naszych najbardziej strategicznych klientów – w obszarze sprzedaży internetowej ma drugorzędne znaczenie. Tutaj każdy klient jest tak samo ważny.

Pojawić się mogą głosy, że przecież sprzedaż przez Amazona czy Allegro narzuca ich standardy i te wysyłki trzeba wyżej priorytetyzować, ale czy na pewno? Czy naprawdę klient platformy jest ważniejszy od własnego klienta? Reasumując: przy

powyższych założeniach prowadzenie własnych operacji magazynowych nie będzie wspierać naszej strategii rozwoju głównie z powodu niewystarczającej „skalowalności" i bardzo skomplikowanej struktury kosztowej, która utrudnia kontrolę rentowności naszego biznesu. Fakt obsługi zamówień w swoim magazynie nie oznacza, że robimy to za darmo, nawet jeśli robimy to własnoręcznie.



Platformy są dobrym rozwiązaniem jeśli pod uwagę weźmiemy: optymalizację czasochłonności procesu i koszty wysyłki. Serwisy te proponują lepsze pozycjonowanie ofert wystawców, jeśli korzystają z ich usług konfekcjonowania

Usługa platformy rynkowej

Platformy są dobrym rozwiązaniem, jeśli pod uwagę weźmiemy: optymalizację czasochłonności procesu i koszty wysyłki. Serwisy te proponują lepsze pozycjonowanie ofert wystawców, jeśli korzystają z ich usług konfekcjonowania. Tej przewagi nie jesteśmy w stanie uzyskać w żadnym innym modelu, a ma bezpośrednie przełożenie na wielkość realizowanej sprzedaży w obrębie tej platformy. Nie sposób jednak budować swojej marki oraz nazywać klientów swoimi klientami, gdy sprzedajemy tylko za pośrednictwem Amazon'a czy Allegro. To są klienci tych platform, a ich celem jest osiągnięcie jak najniższej ceny danego artykułu dla swoich klientów. Tym samym „gramy na obcej planszy" i przyszłość naszej firmy nie zależy od nas samych.

Usługa operatora logistycznego

Obsługa magazynowa realizowana przez operatora logistycznego ma najwięcej zalet. W zależności od skali działania możemy liczyć na w pełni dopasowaną usługę lub ustandaryzowaną, która ma zapewnić konkretne oszczędności płynące z obsługi kilku sklepów internetowych. Główną zaletą rozwiązań wystandaryzowanych jest wyselekcjonowanie przewag wszystkich powyższych modeli w jeden produkt, zapewnienie mu odpowiedniej skali poprzez obsługę wielu klientów i tym samym doprowadzenie strony kosztowej do optymalnego poziomu.

Model drop shipping'owy jest rozwiązaniem pod wieloma względami idealnym. By jednak w pełni wykorzystać jego główną zaletę, jaką jest brak jakichkolwiek kosztów związanych z prowadzeniem i utrzymanie zapasów, należy zastanowić się nad rynkiem na jakim działamy.

W DB Schenker dla klientów z branży e-commerce

DB Schenker Austria oferuje swoim klientom Produkt *Netlivery*. Został on stworzony z myślą o klientach, którzy rozpoczynają swoją działalności w obszarze sprzedaży internetowej, sprzedają w chwili obecnej wyłącznie za pośrednictwem platform takich jak np. Allegro i nie mają jeszcze własnego sklepu lub stoją przed wyzwaniem ujednolicenia i optymalizacji procesów wewnętrznych przy obsłudze kilku kanałów sprzedaży internetowej. Głównym celem było zbudowanie rozwiązania, które umożliwia w pełni zintegrowaną obsługę platform Allegro, Amazon, Ebay, Raktuen oraz sklepów internetowych pod własną domeną, zarówno pod kątem logistycznym, marketingowym jak i zarządczym. Oferta dla klientów obejmuje modułowe rozwiązanie, w skład którego wchodzą: marketing internetowy, platforma sklepu internetowego, integracja z *marketplace'ami*, system płatności *on-line*, obsługa logistyczna tzw *fulfillment*, dedykowane opakowania, integracja z systemem transportowym DB Schenker oraz innymi operatorami kurierskim (w zależności od gabarytów wysyłek), obsługa zwrotów. *Netlivery* jest to więc rozwiązanie, które umożliwia wzrost sprzedaży zapewniając klientom zrównoważony rozwój biznesu opartego na sprzedaży internetowej.

Również w Polsce DB Schenker obsługuje branżę e-commerce. Od 7 lat współpracuje z firmą Neonet, nawet ostatnio wygrał przetarg na realizację dostaw towarów oferowanych przez sieć zarówno do sklepów, dystrybutorów, jak i osób prywatnych. Odpowiadając na indywidualne potrzeby Neonet, operator logistyczny stworzył usługę DB SCHENKERhome obejmującą dostawy do osób prywatnych z możliwością wniesienia towaru i wyboru okna czasowego dostawy.



DB Schenker obsługuje dla Neonet średnio 1500 przesyłek dziennie, a w rekordowym dniu, przed rozpoczęciem weekendu majowego po odbiór towaru podstawiono aż 30 naczep, na których było umieszczonych ok. 2700 przesyłek

DB Schenker obsługuje dla Neonet średnio 1500 przesyłek dziennie, a w rekordowym dniu, przed rozpoczęciem weekendu majowego po odbiór towaru podstawiono aż 30 naczep, na których było umieszczonych ok. 2700 przesyłek. W celu zapewnienia terminowej, bezpiecznej realizacji odbiorów i dostaw przesyłek, i przy tak dużej skali współpracy wymagana jest ścisła kooperacja między wszystkimi działami firmy i klientem oraz płynny przepływ informacji.

Sebastian Wróbel,
Head of Netlivery DB Schenker
North&East Europe



Centrum logistyczne w Gardnie powstało we współpracy z firmą Goodman. Dostawcą usług logistycznych jest Fiege

Z centrum logistycznego w Gardnie

Założony 2008 r. w Berlinie, a obecny na polskim rynku od 2012 r. internetowy sklep Zalando, to jedna z najpopularniejszych platform modowych w Europie, która obecna swym zasięgiem obejmuje 15 krajów. Blisko trzy miesiące temu otwarto nowe, międzynarodowe centrum logistyczne w Gardnie koło Gryfina.

Polski rynek e-commerce jest jednym z najszybciej rozwijających się w całej Europie. Centrum logistyczne w Gardnie koło Gryfina jest dla nas bardzo istotną inwestycją, dzięki której będziemy mogli sprawniej realizować większą liczbę zamówień dla klientów z wszystkich 15 rynków, na których Zalando jest aktywne, a zwłaszcza z Polski, Skandynawii oraz Niemiec – stwierdził podczas uroczystego otwarcia Giuseppe Tamola, Country Manager Zalando na Polskę, Włochy oraz Hiszpanię.

W Gardnie koło Gryfina

Pierwsza paczka do jednego spośród ponad 21 milionów klientów Zalando w Europie z centrum w Gardnie została wysłana pod koniec sierpnia, po ukończeniu pierwszego etapu jego budowy, który trwał rok. Kolejnym etapem inwestycji jest rozpoczęcie obsługi manualnej.

Nieruchomość o wielkości 130 tys. m^2 powstała we współpracy z firmą Goodman. Dostawcą usług logistycznych jest Fiege, który w środkowej fazie inwestycji zatrudni około 1000 osób. Początkowo jednak centrum obsługuje niewielki zespół pracowników, których celem jest dostosowanie procesów sprzedażowych pod zamówienia klientów, a także zatrudnianie nowych pracowników.

Podczas uruchomienia centrum Grzegorz Warzecha, Site Manager Fiege Gardno w Gryfinie mówił: – *Do obecnej fazy projektu przygotowywaliśmy się z niezwykłą starannością. Wiemy, jak ważnym aspektem jest dla naszego partnera obsługa klienta końcowego, dlatego korzystając z naszego wieloletniego doświadczenia w obsłudze branży e-commerce, dbamy o każdy szczegół procesu zakupowego. Wierzę, że poprzez zapewnienie szybkiej, sprawnej i perfekcyjnej obsługi przyczynimy się do budowania zaufania i lojalności klientów Zalando.*

Po oddaniu większej części centrum logistycznego do użytku i zautomatyzowaniu w pełni obsługi, rozpocznie się jego regularna praca. Osiągniecie pełnej pojemności inwestycji planowane jest na środek 2019 r.

Sieć logistyczna Zalando obejmuje trzy centra logistyczne w Niemczech i magazyn w Północnych Włoszech, co pozwala na obsługę klientów w całej Europie.

Nowe przedsięwzięcia

Zalando jako platforma modowa oferuje szeroki wybór odzieży, obuwia i akcesoriów dla kobiet, mężczyzn i dzieci, biżuterię oraz dodatki do domu z darmową dostawą i zwrotem. W asortymencie znajdują się znane marki, produkty lokalnych projektantów oraz marki własne. – *Celem Zalando jest połączenie wszystkich graczy z branży modowej poprzez jedną platformę* – podkreśla Giuseppe Tamola.

Platforma dostosowuje swoją ofertę indywidualnie do specyfiki każdego z obsługiwanych krajów: Austrii, Belgii, Danii, Finlandii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Luksemburga, Niemiec, Norwegii, Polski, Szwajcarii, Szwecji, Wielkiej Brytanii i Włoch. Sieć logistyczna obejmuje trzy centra logistyczne w Niemczech i magazyn w Północnych Włoszech, co pozwala na obsługę klientów w całej Europie.

Z początkiem września Zalando uruchomiło dla polskich klientów usługę Zalando Lounge, która już jest dostępna na innych rynkach. Jest to internetowy klub zakupowy z codziennymi kampaniami promocyjnymi, który umożliwia klientom zakupy spośród 2500 marek, również premium, przecenionych aż do -80%. Usługa wprowadzona na polskim rynku oferuje klientom możliwość zapłaty gotówką za zamówienie w momencie dostarczenia przesyłki.

Wiosną 2018 r. Zalando chce wejść również na rynek kosmetyczny, z pełnym asortymentem kosmetyków, i to w różnych cenach.

EH

E-commerce wpływa na rynek magazynowy

W ostatnich latach istotnym czynnikiem napędzającym rozwój rynku magazynowego w Polsce stała się branża e-commerce, który stale rośnie. Według najnowszego badania E-commerce Standard wartość polskiego rynku internetowej sprzedaży może wynieść pod koniec 2017 r. nawet 40 mld zł.



Anna Galas

Ponadto, każdy miliard złotych wydany na zakupy w sieci, generuje popyt na 18,5 tys. m² powierzchni. Prognozuje się również, że nowe umowy najmu zawarte przez firmy obsługujące branżę e-commerce mogą sięgnąć do 2020 r. aż 700 tys. m².

Rosnące oczekiwania

Dynamiczny rozwój rynku e-commerce sprawia, że sklepy internetowe niejednokrotnie decydują się na outsourcing logistyki – szukając sposobu na optymalizację kosztów i skrócenie czasu realizacji zlecenia pomijają kolejne ogniwa łańcucha logistycznego. W związku z tym zasadniczą kwestią staje się dla nich zapewnienie odpowiednio dużej powierzchni magazynowej dla sprzedawanych towarów, która stanowi swoiste zaplecze produktów, oferowanych na stronie internetowej e-sklepu. Od dłuższego czasu obserwujemy wśród naszych kontrahentów rosnące oczekiwania w zakresie gwarancji corocznego rozwoju powierzchni magazynowych. Średnio firmy z sektora e-commerce spodziewają się jej wzrostu o blisko 30%, co pokrywa się również z prognozami rynku e-commerce w Polsce. Takie podejście klientów wymaga jednak od operatora logistycznego specjalnej kontraktacji powierzchni magazynowej, zapewniającej jej przyrost z roku na rok.

Klienci przewidują zwiększone zapotrzebowanie na powierzchnię magazynową, oczekując od operatora logistycznego zapewnienia jej stałego rozwoju. W momencie złożenia formalnej gwarancji takiego wzrostu, są już jednak bardziej niepewni. Rynek e-commerce stale się rozwija, dlatego firmy mają trudności z precyzyjnym określeniem popytu na przestrzeń magazynową, przy zachowaniu jednoczesnej dbałości o koszty. Rolą operatora logistycznego jest elastyczne podejście do sytuacji i w razie potrzeby znalezienie rozwiązania na niezagospodarowaną powierzchnię.

Dynamiczny rozwój rynku e-commerce sprawia, że sklepy internetowe niejednokrotnie decydują się na outsourcing logistyki – szukając sposobu na optymalizację kosztów i skrócenie czasu realizacji zlecenia pomijają kolejne ogniwa łańcucha logistycznego.



Coraz bardziej istotne stają się kompetencje operatorów logistycznych do świadomej kontraktacji powierzchni magazynowych oraz ich projektowania pod operacje e-commerce

Coraz bardziej istotne kompetencje

Jednak to nie jedyne oczekiwania klientów sektora e-commerce. Przedsiębiorcy korzystający z outsourcingu usług logistycznych spodziewają się, że operator zapewni im specjalistyczne sposoby składowania i kompletacji produktów, szczególnie tych o niewielkich rozmiarach. Coraz bardziej istotne stają się zatem kompetencje operatorów logistycznych do świadomej kontraktacji powierzchni magazynowych oraz ich projektowania pod operacje e-commerce. Aby wyjść naprzeciw oczekiwaniom klientów z segmentu B2C, upraszczamy i minimalizujemy procesy magazynowe, tak by były dostosowane do obsługi jednostkowego towaru. Kanał e-commerce wymaga również zmiany podejścia w obszarze sieci dystrybucyjnej, ponieważ nasi kierowcy po raz pierwszy w takiej skali mają kontakt z klientem końcowym. Nowe zasady funkcjonowania przy zachowaniu wysokiej jakości obsługi wymagały dostosowanych szkoleń, procedur i standardów zachowań.

Sklepy internetowe zwracają również uwagę na dobór odpowiedniej kadry pracowniczej, ponieważ w obsłudze e-commerce liczy się precyzja operacji logistycznych w magazynie, obejmująca w odróżnieniu od B2B jednostkowe sztuki towarów. Obok zapewnienia stałych wolumenów, utrzymanie stabilnego i wykwalifikowanego zespołu stanowi obecnie niemałe wyzwanie dla operatorów logistycznych. W związku z tym ROHLIG SUUS Logistics starannie wybiera lokalizacje magazynów, które umożliwiają łatwiejszy dostęp do kadry pracowniczej.

Anna Galas,
dyrektor ds. logistyki kontraktowej,
ROHLIG SUUS Logistics,

Jeden z kluczowych elementów strategii FM Logistic

Rok temu Jacek Lipiński, dyrektor ds. rozwoju biznesu w FM Logistic, mówił o tym jak duże znaczenie ma dla jego firmy e-commerce. Po 12 miesiącach pytamy go, co się zmieniło w FM Logistic w podejściu do tego kanału sprzedaży i jak on wpłynął na rozwój oferowanych usług?

Jak rozwój branży e-commerce wpływa na obecną politykę firmy?

FM Logistic obsługuje logistykę e-commerce od 2009 r. Ten obszar stał się jednym z kluczowych elementów długofalowej strategii Grupy, na którą składa się także obecna polityka naszej firmy. Rozwój e-commerce to już nie tylko rosnące wolumeny zamówień złożonych przez ten kanał sprzedaży. To także konieczność ciągłych innowacji i szukania nowych, coraz bardziej efektywnych rozwiązań w zakresie obsługi logistyki tej branży. Te właśnie elementy w naturalny sposób przekładają się na kształtowanie polityki naszej firmy.

Jakiego typu klienci korzystają z obsługi logistycznej kanału e-commerce oferowanej przez FM Logistic? Jaki jest procentowy udział w firmie odbiorców tego typu usług?

W naszych magazynach obsługujemy różnych klientów – od niewielkich sklepów internetowych do bardzo dużych graczy działających na skalę całej Europy. Oczywiście nie są to tylko tzw. *pure players* czyli sklepy sprzedające tylko w internecie. Zdecydowana większość to gracze prowadzący sprzedaż wielokanałową (*cross-channel*), czyli przez sklepy stacjonarne, przez konsultantów sprzedających produkty bezpośrednio klientom i oczywiście przez internet. W tej chwili ok. 10% przychodów Grupy pochodzi z obsługi *cross-channel*, w tym oczywiście z e-commerce.

Rozwój e-commerce to już nie tylko rosnące wolumeny zamówień złożonych przez ten kanał sprzedaży. To także konieczność ciągłych innowacji i szukania nowych, coraz bardziej efektywnych rozwiązań w zakresie obsługi logistyki tej branży.



Zdecydowana większość klientów korzystających z obsługi logistycznej kanału internetowego to gracze prowadzący sprzedaż wielokanałową (cross-channel) czyli przez sklepy stacjonarne, przez konsultantów sprzedających produkty bezpośrednio klientom i przez internet



Jakie są różnice pomiędzy logistyczną obsługą kanału e-commerce a tradycyjnego?

Podstawową różnicę stanowi charakter operacji magazynowych. W e-commerce są to operacje sztukowe i przede wszystkim paczki dostarczane przez kurierów do klienta końcowego, najczęściej konsumenta. Wynika to ze specyfiki zamówień. Są to w zdecydowanej większości zamówienia składające się z kilku sztuk produktów. Z kolei w kanale tradycyjnym operujemy na jednostkach paletowych i znacznie większej liczbie produktów w jednym zamówieniu. Oczywiście nie można uogólniać, ponieważ coraz częściej nawet klienci końcowi zamawiają całe palety produktów, np. karmę dla zwierząt, zwłaszcza kiedy jest oferowana w promocji.

Czy dla firm logistycznych obsługa kanału e-commerce to dziś konieczność (chociażby ze względu na zapotrzebowanie klientów na *omni-channel*), czy też jedna z możliwości rozwoju?

Oczywiście to jest możliwość rozwoju. Jednak przy tak dużej skali i dalszych wzrostach sprzedaży przez internet, klienci firm logistycznych będą szukali operatorów, którzy oferują pełną paletę usług, tak jak FM Logistic. Firmy, które nie będą w stanie prowadzić obsługi e-commerce będą systematycznie tracić rynek. Można więc powiedzieć, że to jest konieczność, która jednocześnie zapewnia rozwój.

Firmy, które nie będą w stanie prowadzić obsługi e-commerce będą systematycznie tracić rynek. Można więc powiedzieć, że to jest konieczność, która jednocześnie zapewnia rozwój.

Na co musi być przygotowany operator logistyczny podejmujący się obsługi tego kanału?

Przede wszystkim operator musi być elastyczny. Dotyczy to zarówno potrzeb klientów, które stale ewoluują, jak również zmiennych wolumenów zamówień. W zależności od branży, szczytowe okresy sprzedaży występują np. na przełomie listopada i grudnia (prezenty, biżuteria, kosmetyki czy zabawki) czy wiosną i jesienią (odzież i obuwie). Z kolei w skali tygodnia najwięcej wysyłek jest w poniedziałki, po internetowych zakupach weekendowych. Innym ważnym czynnikiem jest tu konieczność szukania coraz bardziej efektywnych rozwiązań procesowych, co z jednej strony jest wynikiem ewolucji potrzeb i preferencji klientów, a z drugiej zmieniającego się rynku pracy. To prowadzi do coraz częściej stosowanej automatyzacji magazynowej.

Jakie są największe bariery?

Na bariery mogą z pewnością napotkać operatorzy, którzy nie mieli wcześniej do czynienia z obsługą tego typu operacji. Dotyczą one głównie konieczności zainwestowania w systemy zarządzania magazynami (WMS), pozwalające na efektywne zarządzanie operacjami sztukowymi, które jest specyfiką branży. Oczywiście nie można zapominać o wykwalifikowanych pracownikach, których pozyskanie nie jest łatwe, a którzy, oprócz systemów, są kluczowi w logistyce e-commerce. Wreszcie, do tej pory firmy działające w branży e-commerce były bardzo ostrożne w przekazywaniu swojej logistyki operatorom logistycznym i same się tym zajmowały. To się powoli zmienia, jednak można to uznać za jedną z głównych barier.

Bariery dotyczą głównie konieczności zainwestowania w systemy zarządzania magazynami (WMS), pozwalające na efektywne zarządzanie operacjami sztukowymi, co jest specyfiką branży.



Z uwagi na to, że branża e-commerce to bardzo wymagający rynek, operatorzy muszą być na bieżąco z najnowszymi trendami oraz rozwiązaniami. Firmy logistyczne muszą także systematycznie inwestować w rozwój i optymalizację swoich procesów



Konieczne jest szukanie coraz bardziej efektywnych rozwiązań procesowych, co z jednej strony jest wynikiem ewolucji potrzeb i preferencji klientów a z drugiej zmieniającego się rynku pracy. To prowadzi do coraz częściej stosowanej automatyzacji magazynowej

Jak rozwój e-commerce wpływa na funkcjonowanie firm logistycznych?

Z uwagi na to, że branża e-commerce to bardzo wymagający rynek, operatorzy muszą być na bieżąco z najnowszymi trendami oraz rozwiązaniami. Firmy logistyczne muszą także systematycznie inwestować w rozwój i optymalizację swoich procesów.

Jakie FM Logistic ma plany dotyczące obsługi e-commerce?

Chcemy dalej systematycznie inwestować w ten obszar biznesu i podnosić nasze zdolności operacyjne. Naszym obecnym klientom chcemy więc dostarczać serwis, który będzie na coraz wyższym poziomie. Będziemy także dalej konsekwentnie pozyskiwać nowych klientów, którzy coraz częściej będą decydować się na przekazanie swojej logistyki e-commerce operatorom logistycznym.

Największa platforma logistyczna CAT LC Polska

W Duchnicach, w SEGRO Business Park Warsaw, Ożarów powstała największa platforma logistycznej CAT LC Polska. Ma ona powierzchnię ponad 12 tys. m^2, z czego 1 tys. m^2 zajmują biura, a resztę magazyny.

Platforma została dobudowana do istniejącego już budynku o pow. ponad 4,5 tys. m^2, w którym przeprowadzane są operacje *cross-dockingowe*. Zdaniem Radosława Rożka, dyrektora zarządzającego CAT LC Polska – *Decyzja o zwiększeniu i skoncentrowaniu w ramach jednego budynku powierzchni magazynowej oraz przeładunkowej na terenie parku w Ożarowie ma bezpośredni związek z rosnącym zapotrzebowaniem na wyspecjalizowane usługi logistyczne dla klientów z branż motoryzacyjnej i przemysłowej. Nowy obiekt pozwoli na lepszą efektywność operacyjną i szybsze przeładunki, łącząc funkcje cross-dock z magazynowymi w jednym miejscu.*



Nowe centrum logistyczne CAT LC jest jednym w największych w Europie i największym w sieci siedmiu własnych platform logistycznych firmy w Polsce – pozostałe zlokalizowane są w Mysłowicach, Strykowie, Śremie, Dobroszycach, Bydgoszczy i Kowalach. Niektóre z nich, po przeprowadzonej analizie, być może będą również modernizowane lub przenoszone w inne miejsca, tak aby spełniały jeszcze bardziej dogodne warunki dla prowadzenia działań w ramach łańcucha dostaw.

EH

Lepiej zrozumieć **4PL**

Określenie 4PL po raz pierwszy zostało użyte ponad 20 lat temu. Specjaliści branżowi twierdzą jednak, że popularyzacja tej usługi w Polsce dopiero nadchodzi. Dostęp do wiedzy o rynku, optymalizacja kosztów oraz poprawa efektywności operacji logistycznych, to zaledwie trzy spośród korzyści jakie daje obecność integratora procesów logistycznych w firmie.

Chociaż 4PL nie jest nowością, to jednak wiele firm nadal nie rozumie różnic między tym modelem a usługami 3PL. Dlatego Rafał Krajewski, dyrektor generalny GEFCO Polska, wspólnie z Georgesem Gomesem z GEFCO 4PL tłumaczą, skąd biorą się korzyści z oddania logistyki firmie zewnętrznej.

Na wyższym poziomie

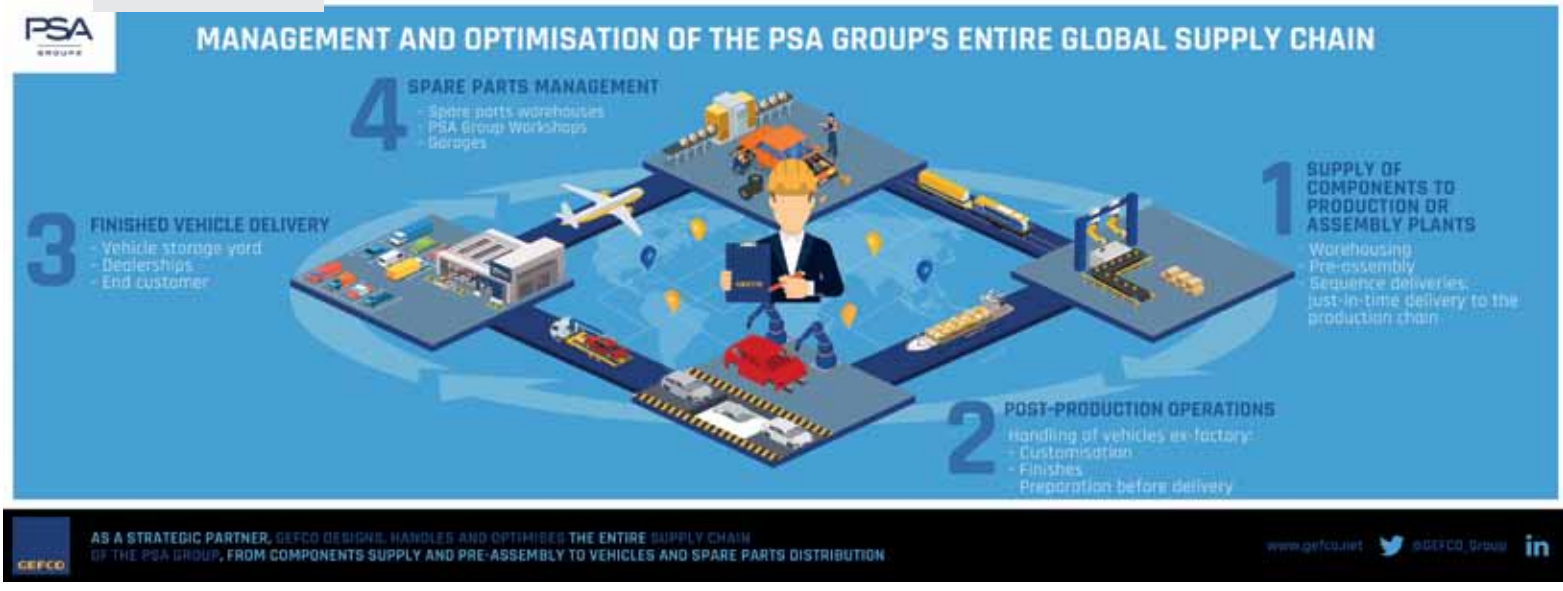
Zanim wytłumaczymy, czym jest 4PL, zacznijmy od początku. Operator 2PL to na przykład przewoźnik, który na zlecenie klienta realizuje transport towarów, nie oferując zintegrowanych rozwiązań logistycznych. Rozwiązanie 3PL jest już bardziej kompleksowe. Rolą takiego dostawcy jest dobór środków transportu i nadzór wykonawczy, ale samo zaprojektowanie łańcucha dostaw leży po stronie działu logistyki klienta. Z kolei modele 4PL charakteryzują się dużo większą integracją, a klient wskazuje jedynie, co i dokąd chciałby przetransportować. To po stronie operatora leży zaprojektowanie całego procesu i zarządzanie nim. 4PL to *de facto* outsourcing usług logistycznych i dlatego przy tej formie współpracy klienci zazwyczaj nie mają własnych działów TSL. Co ważne, operacje są mocno spersonalizowane, ponieważ zostały zaprojektowane od początku do końca pod konkretne firmy.

– *Wyjaśnijmy różnice między 3PL a 4PL na przykładzie budowy domu. Jeżeli klient przychodzi z gotowym projektem architektonicznym, rozdziela pracę pomiędzy ekipy oraz sam zajmuje się zakupami i nadzorem budowy, to wówczas mówimy o analogii do usług 3PL. Natomiast jeżeli klient informuje o swoich oczekiwaniach odnośnie stylu domu, jego funkcjonalności, budżetu oraz kryteriów odbioru, a po stronie firmy jest zaprojektowanie i realizacja budowy przez wyłonionych w przetargach kompetentnych i nadzorowanych podwykonawców, to takie kompleksowe rozwiązanie jest analogią do działań integratora 4PL w branży logistycznej* – wyjaśnia Rafał Krajewski.

Różnice między 3PL a 4PL łatwo pokazać również na przykładzie przebiegu procesu przetargowego. W pierwszym przypadku klient, który sam zaprojektował rozwiązania logistyczne, wysyła zapytanie ofertowe do znanych mu dostawców. Proces ten, mimo iż powtarzalny, realizowany jest zazwyczaj co kilka lat i angażuje znaczne zasoby w krótkim czasie. Natomiast przy usługach 4PL opracowanie architektury procesu i znalezienie najlepszych pod względem jakości i ceny dostawców 3PL, którzy będą odpowiadać za poszczególne etapy łańcucha, jest zadaniem firmy logistycznej. – *Nie można powiedzieć, że integracja na poziomie 4PL jest zawsze lepsza od 3PL. Przy wyborze konkretnego modelu należy wziąć pod uwagę wielkość i skalę działalności firmy, złożoność potrzeb logistycznych, dostępne zasoby, kwalifikacje i wiedzę o rynku. 4PL to po prostu przejście na wyższy poziom, czyli jeszcze głębsze wej-*

4PL to de facto outsourcing usług logistycznych i dlatego przy tej formie współpracy klienci zazwyczaj nie mają własnych działów TSL. Operacje są mocno spersonalizowane, ponieważ zostały zaprojektowane od początku do końca pod konkretne firmy.

GEFCO dla Grupy PSA





Z kompleksowych usług GEFCO 4PL korzysta Grupa PSA. Rozwiązanie 4PL daje klientom dostęp do głębszych warstw rynku. Firma decydująca się na usługę GEFCO 4PL pozyskuje wiedzę, który z operatorów 3PL oferuje najkorzystniejsze rozwiązanie i najlepsze ceny bezpośrednio po podpisaniu umowy

ście w struktury i procesy logistyczne klienta, aby mógł skoncentrować się na swojej działalności podstawowej – dodaje Rafał Krajewski.

Dla kogo 4PL?

Rozwiązania 4PL sprawdzą się w przedsiębiorstwach o różnej wielkości. Szczególnie pomocne są w firmach z mało rozwiniętymi działami logistyki, które nie mają wystarczających zasobów i doświadczenia w projektowaniu procesów logistycznych i wiedzy z tego zakresu. Kilkuosobowy dział logistyki firmy niejednokrotnie nie potrafi dobrze zarządzać rozbudowaną logistyką i planowaniem. Dynamicznie zmieniająca się baza partnerów i idące za tym nowe potrzeby logistyczne sprawiają, że działom logistyki coraz trudniej jest utrzymać oczekiwaną efektywność, szczególnie w zakresie projektowania rozwiązań i sourcingu odpowiednich operatorów logistycznych, wyspecjalizowanych w konkretnych rynkach i usługach. To skłania zarządy firm do restrukturyzacji działów logistyki w celu redukcji kosztów, zaoszczędzenia czasu i usprawnienia procesów. Innym przykładem firm, w których sprawdzi się rozwiązanie 4PL, są podmioty duże, które budują swoją pozycję poprzez koncentrację na działalności podstawowej, na przykład produkcji. Inwestują swoje zasoby w rynek i produkt, projektowanie procesów, poszukiwanie synergii i sterowanie logistyką pozostawiając podmiotom zewnętrznym, kontrolując ich pracę poprzez umowy serwisowe.

Oddanie operacji logistycznych firmie zewnętrznej to trudna decyzja, ale warta zysków z tym związanych. Z kompleksowych usług GEFCO 4PL korzysta na przykład Grupa PSA, właściciel takich marek jak Citroen, Peugeot czy amerykański koncern General Motors. Rozwiązanie 4PL daje klientom dostęp do głębszych warstw rynku. Firma decydująca się na usługę GEFCO 4PL pozyskuje wiedzę, który z operatorów 3PL oferuje najkorzystniejsze rozwiązanie i najlepsze ceny bezpośrednio po podpisaniu umowy. Otrzymuje również bardzo dobrze opracowane narzędzia, w tym gotowy proces pozyskiwania dostawców oraz zakupowy. Do tego dochodzą oszczędności, bo koszty stałe, które przy udziale logistyki własnej są wysokie, w przypadku 4PL dzielone są między kilka firm. Korzyściami 4PL są również outsourcing zarządzania częścią personelu, czy dzielenie kosztów administracji pomiędzy kilka firm. – *4PL jest ułatwieniem na rynkach, gdzie ciężko znaleźć specjalistów lub kiedy potrzebne są dodatkowe i kosztowne szkolenia. Firmy korzystające z 4PL chwalą sobie również outsourcing księgowości, począwszy od sprawdzenia poprawności faktury przez sprawy podatkowe po raportowanie* – mówi Georges Gomes. Integrator 4PL może zaproponować firmie także gotowe rozwiązania IT, które podnoszą efektywność operacji zakupowych i księgowych.

Według Rafała Krajewskiego, firmy które wejdą w model 4PL rzadko z niego rezygnują, ponieważ powrót do 3PL i własnego, pełnego działu logistyki coraz częściej traci uzasadnienie ekonomiczne. – *4PL daje oszczędności, dostęp do wiedzy o rynku i trendach, a także przenosi na operatora odpowiedzialność za jakość serwisu. Samodzielne zarządzanie logistyką zwykle nie ma takiego potencjału również dlatego, ponieważ firma poruszająca się po rynku zna tylko swoje przepływy. Dzięki współpracy z kilkoma klientami 4PL może mieć po prostu szersze rozpoznanie rynku* – wyjaśnia.

4PL to po przejście na wyższy poziom, czyli jeszcze głębsze wejście w struktury i procesy logistyczne klienta, aby mógł skoncentrować się na swojej działalności podstawowej.

Transparentny wybór podwykonawców

Zaletą 4PL jest również sposób organizacji przetargów w imieniu klienta. Dzięki temu nie musi on angażować do tego swoich pracowników i prowadzić żmudnych postę-



Dzięki profesjonalizacji procesu zakupowego łatwo audytować prace integratora 4PL. GEFCO wypracowało procedury eliminujące ryzyko nieprawidłowości i robienie biznesu po znajomości

powań. Proces wyboru dostawcy 3PL jest transparentny i opiera się jedynie o wskazane kryteria przetargowe, ponieważ dział zakupów po przygotowaniu zapytania ofertowego jest oddzielony od zespołów operacyjnych. Na przykład, GEFCO 4PL traktuje oddział GEFCO 3PL na równi z innymi operatorami biorącymi udział w przetargu. Zapytanie ofertowe GEFCO 4PL trafia do różnych graczy na rynku, aby ostatecznie klientowi można było przedstawić najbardziej korzystne rozwiązania. Dodatkowo GEFCO 4PL umożliwia swoim zleceniodawcom udział w przetargu i udostępnia na ich życzenie informacje na temat kosztów i zakresu ofert złożonych przez dostawców 3PL. Na tej podstawie klienci mogą wskazać preferowanych przez siebie podwykonawców oraz mają aktywny udział w ostatecznej decyzji.

Zdarza się, że dostawcy usług 3PL dopytują, dlaczego realizują bardzo mało zleceń lub nie otrzymali nowego kontraktu. – *Taka sytuacja wynika wyłącznie z ich niewystarczającej konkurencyjności. O wygranej czasami decydują sprzyjające okoliczności, gdy na przykład dotychczasowe przepływy operatora 3PL mogą być wykorzystane do obsługi nowego zlecenia* – mówi Georges Gomes. Sytuacja może wyglądać następująco: operator transportuje pojazdy gotowe z Niemiec do Francji. Gdy pojawia się przetarg na przewóz w odwrotnym kierunku, to taki przewoźnik dysponujący pustymi samochodami czy wagonami może zaproponować GEFCO 4PL bardzo atrakcyjną cenę. – *Dzięki profesjonalizacji procesu zakupowego łatwo audytować prace integratora 4PL. W naszym przypadku wypracowaliśmy procedury eliminujące ryzyko nieprawidłowości i robienie biznesu po znajomości* – podkreśla Georges Gomes.

Ochrona informacji i przejrzystość działań

Poufność w pracach integratora 4PL dotyczy przede wszystkim jego relacji z klientem. Klauzulą ochronną objęte są wszystkie informacje o operacjach firmy – klienta i jej potrzebach biznesowych. Z kolei poufność wewnętrzna w GEFCO obowiązuje pomiędzy strukturami 3PL i 4PL. Wspólna jest kultura organizacyjna w firmie oraz zarząd, natomiast wiedza o kliencie – jego potrzebach, sposobie funkcjonowania oraz szczegóły ofert firm konkurencyjnych wobec GEFCO 3PL pozostają poufne. Aby dodatkowo zwiększyć niezależność i transparentność procesów zespoły GEFCO 4PL i 3PL pracują w innych budynkach, a nawet innych miastach, a pracownicy nie mają wstępu do swoich biur nawzajem.

4PL daje oszczędności, dostęp do wiedzy o rynku i trendach, a także przenosi na operatora odpowiedzialność za jakość serwisu. Dzięki współpracy z kilkoma klientami, 4PL może mieć szersze rozpoznanie rynku.

Obawy istnieją, ale przyszłość należy do 4PL

Barierą dla popularyzacji 4PL jest brak świadomości rynku o usłudze, a co za tym idzie firmy nie widzą wymiernych korzyści z oddania dużej części obowiązków działu logistyki w ręce integratora 4PL. Przeszkodą są również procesy decyzyjne w firmach międzynarodowych. – *Szefowie firm niejednokrotnie boją się dużych zmian. Wolą mieć logistykę u siebie. Przypomnijmy sobie, że kiedyś tak samo firmy myślały o transporcie. Chciały mieć własne samochody i nie ufały przewoźnikom. Potem pojawił się 2PL, jeszcze później 3PL. Obecnie jesteśmy na etapie popularyzacji usług 4PL. Jestem przekonany, że firmy będą coraz częściej dostrzegać w operatorach 4PL strategicznych partnerów, bez których trudno o dobry wynik biznesowy* – podkreśla Rafał Krajewski.



GEFCO 4PL traktuje oddział GEFCO 3PL na równi z innymi operatorami biorącymi udział w przetargu. Zapytanie ofertowe GEFCO 4PL trafia do różnych graczy na rynku, aby ostatecznie klientowi można było przedstawić najbardziej korzystne rozwiązania

Barierą dla popularyzacji 4PL jest brak świadomości rynku o usłudze, a co za tym idzie firmy nie widzą wymiernych korzyści z oddania dużej części obowiązków działu logistyki w ręce integratora 4PL.

Wydaje się, że od 4PL nie ma już odwrotu. Tempo wprowadzania zmian jak zwykle będzie dyktować niewidzialna ręka rynku. Chcąc wygrać z rosnącą konkurencją, coraz więcej firm będzie musiało jeszcze bardziej skupić wysiłki na swojej głównej działalności, a logistykę oddać w dobre ręce integratora 4PL. Informatyzacja sektora logistycznego będzie temu tylko sprzyjać.

Kolejny etap programu inwestycyjnego

Międzynarodowy lotniczy terminal kurierski DHL Express w Warszawie

LS Airport Services, który jest największym dostawcą usług na rynku cargo w Polsce oraz przedstawiciele DHL Express, 10 października dokonali uroczystego, oficjalnego otwarcia międzynarodowego lotniczego terminala kurierskiego DHL Express w Warszawie. Inwestycja jest konsekwencją realizacji strategii rozwoju DHL Express w Polsce i wieloletniej współpracy z LS Airport Services.

Międzynarodowy lotniczy terminal kurierski zlokalizowany jest przy ul. Wirażowej 37, na terenie LS CARGO PARK należącym do LS Airport Services S.A., a położonym w bezpośrednim sąsiedztwie międzynarodowego Portu Lotniczego im. Fryderyka Chopina. Powierzchnia obiektu wynosi blisko 7 tys. m^2, natomiast wartość całego projektu szacowana jest na blisko 100 mln zł.

Z przeznaczeniem dla przesyłek międzynarodowych

Obiekt należy do najnowocześniejszych jednostek operacyjnych wśród lotnisk w Polsce. Zdaniem przedstawicieli władz spółki LS Airport Services i zarządu DHL Express, nowy kompleks umocni pozycję stolicy na rynku ekspresowego cargo lotniczego, zaś sama inwestycja korzystnie wpłynie na wymianę handlową, ułatwiając prowadzenie działalności polskim importerom oraz eksporterom.

– *Budowa terminala pod konkretne potrzeby naszego partnera, spółki DHL, to z jednej strony inwestycja w kierunku dywersyfikacji świadczonych przez LS Airport Services usług, a z drugiej krok w kierunku umocnienia pozycji obiektu LS CARGO PARK jako kompleksowego centrum logistycznego na mapie Warszawy. Dysponujemy obecnie największą infrastrukturą w Polsce, dedykowaną pod działalność obsługi cargo, a współpraca z DHL jest dopełnieniem koncepcji rozwoju tego obszaru biznesowego* – powiedział Marcin Opaliński, prezes zarządu LS Airport Services.

Nowy obiekt przeznaczony do obsługi międzynarodowych przesyłek ekspresowych w Warszawie jest częścią największego programu inwestycyjnego prowadzonego w ostatnich latach przez DHL w Europie. W Polsce, w ramach programu do tej pory uruchomiono nowoczesne centra logistyczne w Rzeszowie i w Lublinie, Centrum Obsługi Klienta w Łodzi oraz międzynarodowy lotniczy terminal kurierski DHL Express na lotnisku Pyrzowicach. Inwestycja w Warszawie jest kolejnym kluczowym etapem realizacji programu i największym, jak dotąd, przedsięwzięciem DHL Express w Europie Środkowej.

Nowy obiekt przeznaczony do obsługi międzynarodowych przesyłek ekspresowych w Warszawie jest częścią największego programu inwestycyjnego prowadzonego w ostatnich latach przez DHL w Europie.

– *Realizacja tak skomplikowanego projektu budowlanego w zaledwie 367 dni była nie lada wyzwaniem w tak trudnych warunkach inwestycyjnych związanych z niedoborem kadr i problemami na rynku budowlanym. Cieszę się, że tak sprawnie przeprowadziliśmy ten proces, finansując jego budowę w całości ze środków własnych i mogliśmy oddać wysokiej klasy budynek naszemu partnerowi na 116 dni przed terminem wynikającym z umowy* – dodaje Łukasz Caliński, dyrektor Biura ds. Zarządzania Aktywami, odpowiedzialny za realizację inwestycji po stronie LS Airport Services.

Obiekt najwyższej klasy

Nowy kompleks, należący do najnowocześniejszych obiektów logistycznych, łączy funkcje centrum logistyczno-operacyjnego oraz biurową, przeznaczoną na główną



Powierzchnia obiektu wynosi blisko 7 tys. m^2, natomiast wartość całego projektu szacowana jest na blisko 100 mln zł



Obiekt ten pełni jednocześnie rolę service center oraz sortowni dla międzynarodowych przesyłek lotniczych, obsługując ok. 40% wolumenu w skali kraju



Terminal wyposażony jest ogółem w 78 bram dedykowanych do realizacji procesów operacyjno-transportowych

siedzibę firmy DHL Express. Międzynarodowy lotniczy terminal kurierski został zbudowany przez LS Airport Services według dokładnych kryteriów DHL, uwzględniających wysokie standardy, spełniających wymogi ekologiczne i został wyposażony w najnowocześniejsze technologie wspierające procesy logistyczne. Obiekt ten pełni jednocześnie rolę service center oraz sortowni dla międzynarodowych przesyłek lotniczych, obsługując ok. 40 % wolumenu w skali kraju. Zastosowanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych, pozwalających osiągnąć docelową wydajność w procesie sortowania do 6 tys. przesyłek na godzinę, zapewnia najwyższej jakości serwis w czasie tzw. szczytów paczkowych. Terminal wyposażony jest ogółem w 78 bram dedykowanych do realizacji procesów operacyjno-transportowych. Wraz z pracownikami biurowymi oraz kurierami, międzynarodowy lotniczy terminal kurierski stanowi miejsce pracy dla około 400 osób w systemie zmianowym (pracowników i kurierów).

– *Nowouruchomiony terminal DHL Express należy do najwyższej klasy i najnowocześniejszych obiektów operacyjno-logistycznych, pozwalających na udoskonalanie procesów związanych z obsługą międzynarodowych przesyłek ekspresowych, w tym odprawy celnej. Nad całym mechanicznym procesem odbywającym się w stołecznym terminalu czuwa zaledwie 40 osób. To zaledwie 10% wszystkich osób pracujących w obiekcie. Nowoczesność, technologia i wykwalifikowana kadra to gwarant jakości naszych produktów, które są precyzyjnie dostosowane do potrzeb naszych klientów, bo czas to nie wszystko – liczy się również wsparcie. To wartość którą dostarczamy klientom* – twierdzi Agnieszka Błaś, dyrektor operacyjny i członek zarządu DHL Express.

– *Otwarcie nowego obiektu w Warszawie jest odpowiedzią na rosnące wymagania naszych klientów w zakresie obsługi międzynarodowych przesyłek lotniczych. Klienci oczekują przede wszystkim profesjonalnej obsługi, wysokiej jakości usług, bezpiecznej szybkiej wysyłki i krótkiego czasu dostawy z dowolnego miejsca na świecie. Coraz częściej dokonując zakupów w zagranicznych sklepach internetowych, preferują korzystanie z efektywnych rozwiązań logistycznych i zróżnicowanych opcji doręczenia przesyłek. Z przyjemnością im to zapewniamy. Uruchamiając nowoczesny obiekt w Warszawie, chcemy rozwijać skalę naszej działalności, aby móc zapewnić im dostęp do rynku w światowym systemie handlu oraz możliwość rozwoju międzynarodowych biznesów. Jestem przekonany, że nasze nowe miejsce pracy sprosta tym oczekiwaniom* – podsumowuje Tomasz Buraś, dyrektor zarządzający DHL Express.

COLIAN Logistic
Partnerstwo i zaufanie

Kompleksowe rozwiązania w zakresie logistyki, magazynowania, spedycji drogowej, spedycji morskiej





Colian Logistic Sp. z o.o.
ul. Zdrojowa 1, 62-860 Opatówek, e-mail: logistyka@colian.pl, www.colianlogistic.pl

Wspólna etykieta ze standardowym identyfikatorem

Europejski Komitet Normalizacyjny wybrał standard GS1 jako rekomendowany identyfikator SSCC do oznaczenia transgranicznych przesyłek paczkowych. Głównym celem jest zmiana systemu usług dostarczania paczek z wykorzystaniem jednej, wspólnej etykiety zawierającej standardowy identyfikator paczki.

Osiągnięcie to jest wynikiem wspólnych wysiłków przedstawicieli organizacji pocztowych, sklepów internetowych oraz firm kurierskich. Jest to część przyjętej przez Komisję Europejską strategii *Jednolity Rynek Cyfrowy: ułatwienia dla transgranicznego handlu i usług elektronicznych.*

Dzięki wprowadzeniu nowej etykiety, wykorzystującej globalne standardy, zamknięte wcześniej sieci można łączyć, tworząc w ten sposób jedną, wspólną sieć dostaw. Nadawcy paczek mogą stosować tę samą etykietę dla wszystkich swoich przesyłek.

Unikalna identyfikacja paczek

– *To duży krok na drodze do wprowadzenia prawdziwych innowacji w usługach dostarczania paczek na terenie Europy. Jedną z głównych barier, jeśli chodzi o usługi dostarczania paczek, są wewnętrzne rozwiązania, przyczyniające się do tworzenia zamkniętych sieci dostaw i tworzące niekorzystne warunki dla firm prowadzących handel online* – wyjaśnia Walter Trezek, współprzewodniczący Grupy Roboczej e-Logistics w stowarzyszeniu Ecommerce Europe oraz szef prowadzonych przez CEN prac nad ustandaryzowaną etykietą.



Identyfikator SSCC (Serial Shipping Container Code), czyli Seryjny Numer Jednostki Logistycznej, służy do unikalnej identyfikacji paczek i wprowadzenia interoperacyjności pomiędzy wszystkimi stronami zaangażowanymi w dostawy paczkowe

Identyfikator SSCC (Serial Shipping Container Code), czyli Seryjny Numer Jednostki Logistycznej, służy do unikalnej identyfikacji paczek i wprowadzenia interoperacyjności pomiędzy wszystkimi stronami zaangażowanymi w dostawy paczkowe. Numer SSCC to naturalny wybór, ponieważ wiele firm korzysta już z niego oraz innych standardów GS1.

Wspólna sieć dostaw

Dzięki wprowadzeniu nowej etykiety, wykorzystującej globalne standardy, zamknięte wcześniej sieci można łączyć, tworząc w ten sposób jedną, wspólną sieć dostaw. Nadawcy paczek mogą stosować tę samą etykietę dla wszystkich swoich przesyłek. Wszyscy obsługujący wysyłki paczek mogą korzystać z numeru SSCC ułatwiającego śledzenie ich trasy od nadawcy do konsumenta, a jeśli to konieczne, z powrotem – od konsumenta do nadawcy.

– *Etykiety paczek CEN wraz z numerem SSCC dają nieocenione możliwości sprzedawcom online pragnącym zaoferować swoim klientom przesyłki najwyższej jakości, w korzystniejszych cenach* – twierdzi Miguel Lopera, przewodniczący i dyrektor zarządzający GS1. Z kolei Agata Horzela, ekspert ds. TSL w GS1 Polska, dodaje: – *Korzystając z identycznych etykiet wraz z numerem SSCC, firmy dostarczające przesyłki mogą prowadzić bezproblemową współpracę i zagwarantować spełnienie oczekiwać klientów w zakresie wyboru opcji usługi, elastyczności, przejrzystości i niezawodności. Możliwa będzie również eliminacja wielu generujących koszty działań, które nie tworzą dla klientów żadnej wartości.*

Zaostrzone kary za wykroczenia przeciw ISPM 15 w USA

Palety INKA idealnym rozwiązaniem

1 listopada weszły w USA nowe przepisy dotyczące opakowań drewnianych. Naruszenia Międzynarodowej Dyrektywy Ochrony Roślin ISPM 15 będą ostrzej karane. Wysokich kar można uniknąć przy zastosowaniu palet INKA z drewna prasowanego, gdyż te są zgodne z dyrektywą ISPM 15, i to bez dodatkowej obróbki i bez znakowania.

ISPM 15 służy temu, aby do roślinności kraju, do którego odbywa się transport, nie przedostały się szkodniki, które mogą być przywiezione wraz z opakowaniami z drewna. Dlatego, zgodnie z dyrektywą ISPM 15, wszystkie palety oraz opakowania drewniane wwożone do tych krajów muszą zostać poddane obróbce cieplnej i odpowiednio oznaczone.

Już przy pierwszym wykroczeniu

Dotychczas wszystkie przesyłki na paletach, które nie zostały poddane obróbce zabezpieczającej przed szkodnikami, albo w których wykryto szkodniki, były w całości, bezpośrednio odsyłane do nadawcy. Dopiero za piątym razem za wykroczenie przeciwko ISPM 15, na nadawcę nakładano karę pieniężną. Nowe zaostrzenia przepisów wprowadzają nałożenie kary na wysyłającego już przy pierwszym wykroczeniu. Wysokość kary będzie odpowiadać wartości całego transportowanego towaru. Błędy w obróbce, bądź nieprawidłowe oznaczenia mogą okazać się bardzo kosztowne.

Idealne rozwiązanie

Eksport za ocean wzrasta z roku na rok. Dla tych, którzy chcą uniknąć kar, jak również kosztów związanych ze skomplikowaną obróbką oraz oznakowaniem własnych przesyłek, paleta INKA z drewna prasowanego jest idealnym rozwiązaniem. Jak mówi Produkt Manager firmy INKA Andreas Heinrich: – *Nasza paleta jest uważana jako „processed wood" i tym samym, bez obróbki i oznakowania, zgodna z dyrektywami ISPM 15*

„Animal and Planet Health Inspection Service" (APHIS) – organizacja odpowiedzialna za ochronę roślin w USA – wskazuje na swojej stronie internetowej opakowania "playwood or press bard" jako uznaną alternatywę do opakowań z pełnego drewna (masywnego). Już na początku listy znajduje się „Sklejka lub drewno prasowane" („Plywood or press bard"), do których należą m.in. palety z drewna prasowanego firmy INKA. Palety są prasowane z wiórów drzewnych w wysokich temperaturach. Szkodniki nie mają żadnych szans na to, aby zagnieździć się w tak produkowanej palecie.

Nowe zaostrzenia przepisów wprowadzają nałożenie kary na wysyłającego już przy pierwszym wykroczeniu. Wysokość kary będzie odpowiadać wartości całego transportowanego towaru.



Palety są prasowane z wiórów drzewnych w wysokich temperaturach. Szkodniki nie mają żadnych szans na to, aby zagnieździć się w tak produkowanej palecie

INKA PALETTEN

Inka Paletten GmbH (Niemcy)

- Największy europejski producent palet jednorazowego użytku z siedzibą w Siegertsbrunn koło Monachium. Palety produkowane są w Oberrot w Niemczech, w Ermelo w Holandii i w USA.
- Firma posiada rozbudowaną międzynarodową sieć dostawców, co umożliwia bezproblemową dystrybucję na całym świecie.

Także we frachtach lotniczych

Palety INKA są nie tylko zgodne z ISPM 15, ale także nadają się do stosowania we frachtach lotniczych . Lekkie palety INKA we wszystkich formatach spełniają również nowe, zaostrzone przepisy dotyczące bezpieczeństwa transportu lotniczego. Wszystkie z nich, które obciążone są ładunkiem na całej powierzchni i zabezpieczone specjalną taśmą lub w całości – razem z nóżkami – owinięte folią, stanowią całkowicie bezpieczny ładunek. Niemożliwe jest, aby przy tak szczelnie owiniętej przesyłce, jeśli nie ma żadnych uszkodzeń, ukryć jakiekolwiek niebezpieczne substancje w nóżkach palet. Tak przygotowane przesyłki nie będą również ponownie kontrolowane – pod warunkiem, że firma, która je wysyła, jest zarejestrowana w Departamencie Lotnictwa (Urząd Lotnictwa Cywilnego).



Najwyższa efektywność energetyczna jest zapewniona dzięki zastosowaniu w skrzydle bramy dzielonych termicznie lameli, o najwyższym stopniu izolacyjności cieplnej wg normy DIN EN 13241-1, wynoszącej poniżej 2,0 W (m²K)

Bramy EFAFLEX sprawdziły się w oddziałach grupy BMW

Firma EFAFLEX montuje w pierwszym etapie budowy 44 szybkobieżne bramy spiralne EFA-SST® w jednym z nowych magazynów części grupy BMW

Magazyn ma wielkość 20 boisk do piłki nożnej. Jest w nim zlokalizowanych ponad 610 tys. półek na drobne elementy, na regałach znajduje się 16 tys. miejsc na pojemniki kratowe oraz 80 tys. innych miejsc magazynowych. 44 szybkobieżne bramy spiralne produkcji EFAFLEX zabezpieczają nowy magazyn części grupy BMW znajdujący się w Bruckberg – Gündlkofen przed dostępem osób niepowołanych, zapewniając jednocześnie najwyższe prędkości otwierania i zamykania w połączeniu z lamelami o wysokiej izolacyjności cieplnej, dzięki czemu we wnętrzach panują stałe, komfortowe dla pracowników temperatury.

Dla firmy logistycznej Kühne + Nagel, która na zlecenie BMW Group prowadzi obsługę i zagospodarowanie magazynu, bezpośrednia bliskość producenta bram EFAFLEX jest kwestią bardzo ważną. Centrala firmy z serwisantami obsługi klienta jest oddalona o zaledwie 10 km. Jest to wielka zaleta, gdyż w razie potrzeby producent może w kilka minut dojechać do klienta w celu konserwacji, serwisowania lub naprawy bram, przez co zapewniona jest ich wysoka dostępność. To tylko jeden z kilku powodów, dla których grupa projektantów wiodącego na rynkach światowych dewelopera rozwiązań logistycznych, grupy Prologis, zdecydowała się na bramy firmy EFAFLEX.



W statycznym polu bezpieczeństwa znajdującym się przed samą bramą, EFA-SCAN® reaguje na zasadzie systemu bezpieczeństwa: zabezpiecza bramę na całej szerokości i nie dopuszcza do jej zamknięcia, dopóki wykrywana jest obecność poruszającej się lub nieruchomej przeszkody

Z najwyższą izolacją cieplną

44 szybkobieżne bramy spiralne EFA-SST®-S i L Premium zapewniają najwyższą izolację cieplną. Najnowsza generacja izolowanych bram spiralnych firmy EFAFLEX sprawdziła się do tej pory również w innych częściach

44 szybkobieżne bramy spiralne EFA-SST®-S i L Premium zapewniają najwyższą izolację cieplną. Najnowsza generacja izolowanych bram spiralnych firmy EFAFLEX sprawdziła się do tej pory również w innych częściach zakładu grupy BMW.

zakładu grupy BMW – w miejscach, w których konieczne jest częste przejeżdżanie. Najwyższa efektywność energetyczna jest zapewniona dzięki zastosowaniu w skrzydle bramy dzielonych termicznie lameli, o najwyższym stopniu izolacyjności cieplnej wg normy DIN EN 13241-1, wynoszącej poniżej 2,0 W (m^2K). Lamele, w zależności od wymaganego stopnia izolacyjności cieplnej, mogą mieć grubość 40 mm, 60 mm, 80 mm i 100 mm. Wszystkie mają przy tym jednakową, liczącą 225 mm wysokość.

Jednocześnie duże prędkości osiągane przez skrzydło bramy nawet do 4,0 m/s w niektórych typach bramy, pozwalają na szybką i wysoce efektywną realizację procesów logistycznych. Nawet w sezonie grzewczym temperatura na hali jest niemal niezmienna.

Nowa generacja EFA-SST® spełnia najwyższe wymagania pod względem funkcjonalności. Z perspektywy architektonicznej możliwe jest uzyskanie jednolitego wyglądu fasady również w przypadku konieczności zastosowania różnych wymiarów i wersji bram. Dochodzą do tego nieograniczone możliwości rozwiązań w zakresie użycia materiałów, wykończenia powierzchni lub kolorystyki.



Nowa generacja EFA-SST® spełnia najwyższe wymagania pod względem funkcjonalności. Z perspektywy architektonicznej możliwe jest uzyskanie jednolitego wyglądu fasady również w przypadku konieczności zastosowania różnych wymiarów i wersji bram

System kontroli dostępu

Oprócz doskonałych wartości izolacyjności cieplnej, bramy wykazują ponadprzeciętną odporność na obciążenie wiatrem, w klasie 4 wg normy DIN EN 12424. Poza tym, prawie wszystkie 44 bramy w nowym magazynie zostały połączone z pętlami indukcyjnymi systemem kontroli dostępu dla osób upoważnionych lub skanerami laserowymi. Skanery laserowe – szczególnie w miejscach newralgicznych, przez które przejeżdża wiele osób – zapewniają, że brama otworzy się dopiero w momencie, gdy podjedzie do niej samochód.

EFA-SCAN® to pierwszy na światową skalę i jednocześnie jedyny skaner laserowy do zastosowania poziomego w bramach. Skaner laserowy obejmuje dużą, poziomą powierzchnię monitorowania, wykrywając na niej nie tylko sam ruch, lecz również jego odległość, kierunek i prędkość. W statycznym polu bezpieczeństwa, znajdującym się przed samą bramą, EFA-SCAN® reaguje na zasadzie systemu bezpieczeństwa: zabezpiecza bramę na całej szerokości i nie dopuszcza do jej zamknięcia dopóki wykrywana jest obecność poruszającej się lub nieruchomej przeszkody. Możliwe jest dobranie odpowiedniej głębokości pola bezpieczeństwa. Dzięki takiemu rozwiązaniu EFA-SCAN® chroni bramę i zapobiega wypadkom.

Prawie wszystkie 44 bramy w nowym magazynie zostały połączone z pętlami indukcyjnymi systemem kontroli dostępu dla osób upoważnionych lub skanerami laserowymi.



Bramy wykazują ponadprzeciętną odporność na obciążenie wiatrem, w klasie 4 wg normy DIN EN 12424

Niezawodność – warunek niezbędny

Magazyn „Bruckberg" został już przekazany do eksploatacji. Są w nim przechowywane często zamawiane części zamienne oraz wyposażenie do pojazdów marki BMW i MINI. Po ulicach całego świata porusza się około 20 milionów samochodów osobowych lub motocykli marki BMW i MINI, w których montuje się przeszło 300 tys. różnych części. Niemal dwie trzecie z tej liczby jest przechowywana w magazynie części Bruckberg – Gündlkofen.

Prawie każde zlecenie przekazywane do magazynu zostało przekazane przez klienta, który pilnie potrzebuje dostarczenia części zamiennej. Dlatego właśnie firma BMW nastawia się, że ponad 90% zleceń to zlecenia pilne. Aby przy wysyłce nie doszło nigdzie do opóźnień bądź powstania wąskich gardeł, wszyscy dostawcy i usługodawcy z łańcucha logistycznego muszą być niezawodni. Wymaganie to spełnia lider w zakresie rozwiązań bramowych – firma EFAFLEX ze swoimi bramami w klasie Premium.

Alexander Beck
alexander.beck@efaflex.com

Dachser – partnerstwo dla eksportu

Unia Europejska to główny kierunek dla polskiego eksportu, przy czym największym odbiorcą krajowych towarów są Niemcy. Wyroby z metką „Made in Poland" trafiają także do Wielkiej Brytanii, Czech, Francji, Włoch, Hiszpanii czy na północ Europy. Dla wysyłających je firm liczy się przede wszystkim, aby dotarły do miejsca przeznaczenia szybko i bezpiecznie. Odpowiedzialność za to spoczywa na operatorze logistycznym. Wybór właściwego partnera jest więc kluczowy.

Ważne, aby operator dysponował siecią połączeń, wysokiej jakości infrastrukturą transportowo-magazynową i narzędziami IT, umożliwiającymi zarządzanie zleceniami online.

– *Wartość eksportu z Polski do Niemiec przekracza już 50 mld euro, a do kolejnych naszych partnerów jest powyżej 10 mld euro. Potoki ładunkowe z roku na rok sukcesywnie rosną, dlatego klienci coraz częściej oczekują szybkich dostaw na terenie całej Europy, traktując ją jak jeden rynek wewnętrzny. Tak też jest zbudowany Dachser, który zapewnia eksporterom dostęp do wszystkich lokalizacji na kontynencie. Jest to możliwe dzięki gęstej sieci połączeń i oddziałów. Przewozy z Polski do krajów europejskich realizujemy dzięki blisko 50 liniom eksportowym, z czego przeważająca cześć to połączenia z zachodnią Europą, i co naturalne w tym kontekście, głównie Niemcami, z którymi mamy ponad 30 stałych codziennych połączeń. Naszym celem jest jednak posiadanie bezpośrednich połączeń drogowych ze wszystkimi państwami kontynentu* – mówi dr inż. Grzegorz Lichocik, prezes Dachser w Polsce.

Dachser zapewnia eksporterom dostęp do wszystkich lokalizacji na kontynencie. Jest to możliwe dzięki gęstej sieci połączeń i oddziałów. Przewozy z Polski do krajów europejskich realizuje dzięki blisko 50 liniom eksportowym, z czego przeważająca część to połączenia z zachodnią Europą.



Poznańskie centrum logistyczne Dachser jest największym oddziałem tej firmy w Polsce. Oddział dysponuje 17 codziennymi bezpośrednimi liniami drobnicowymi m.in. do Niemiec, Holandii, Czech, Austrii czy Finlandii. Za ich pośrednictwem przesyłki docierają z Poznania do 431 oddziałów drogowej sieci Dachser w 37 krajach Europy

Podstawą sukcesu Dachser w Polsce i na świecie jest filozofia rozwoju opartego na nowoczesnych technologiach. Grupa od lat inwestuje w autorskie rozwiązania IT, które napędzają realizację jej planów biznesowych.

W ramach sieci europejskich połączeń

W Polsce Dachser specjalizuje się w obsłudze eksporterów w zakresie przewozów drobnicowych i całopojazdowych, oferując kompleksową logistykę transportu, magazynowania i usług dodatkowych. Operator w ramach sieci europejskich połączeń zapewnia sprawną dystrybucję towarów. Do krajów sąsiednich przesyłki docierają w standardzie czasowym przesyłek krajowych. Dostawy do dalej położonych krajów również są realizowane szybko. Do Włoch czas dostawy wynosi do 48 godzin, a do Hiszpanii – maksymalnie trzy dni. Inwestując w stały rozwój, z końcem lipca tego roku Dachser uruchomił kolejne nowe połączenie drogowe – z Poznania do Rheine w Nadrenii-Północnej Westfalii, która jest najbardziej uprzemysłowionym regionem Niemiec.

Wieloletnie doświadczenie oraz stały rozwój pozwalają Dachser na nawiązywanie długotrwałej współpracy z firmami z różnych branż. Jednym z obszarów działalności operatora jest obsługa sieci handlowych z branży DIY – Dachser codziennie dostarcza towary do 18 tys. marketów typu „dom i ogród" w całej Europie.

– *Podejmujemy się nie tylko operacji logistycznych uzupełnionych o usługi dodane, ale również wymagających dużej precyzji, doświadczenia i wiedzy. Najwyższe standardy ochrony i bezpieczeństwa zapewniamy m.in. w ramach Dachser Chem-Logistics, który jest stworzony dla branży chemicznej*

z myślą o transporcie oraz magazynowaniu towarów niebezpiecznych – komentuje szef polskiego Dachser.

W oparciu o nowoczesne technologie

Podstawą sukcesu Dachser w Polsce i na świecie jest filozofia rozwoju opartego na nowoczesnych technologiach. Grupa od lat inwestuje w autorskie rozwiązania IT, które napędzają realizację jej planów biznesowych. Operator jest jedną z niewielu firm w branży logistycznej o tak szerokim, obejmującym globalną strukturę grupy, systemie zarządzania przepływami towarów i obsługą magazynów. Ujednolicenie rozwiązań to możliwość wprowadzenia w całej organizacji zunifikowanych zasad i procedur postępowania.

– *Wszystkie nasze oddziały na świecie, w tym w Polsce, mają szybki dostęp do wielu rozwiązań, jakich mogą potrzebować klienci. Wsłuchujemy się w potrzeby firm i staramy się tak realizować usługi, aby sprostać tym wyzwaniom. Postawienie na nowatorskie rozwiązania zaowocowało pozycją branżowego pioniera w zakresie innowacyjnych procesów logistycznych, jak śledzenie przesyłki w czasie rzeczywistym na obszarze całej Europy w oparciu o jeden numer przewozowy* – mówi dr inż. Grzegorz Lichocik.



Wieloletnie doświadczenie oraz stały rozwój pozwalają Dachser na nawiązywanie długotrwałej współpracy z firmami z różnych branż. Jednym z obszarów działalności operatora jest obsługa sieci handlowych z branży DIY

Dachser beneficjentem koniunktury

Przykładem kraju, do którego Dachser w I półroczu 2017 r. dostarczył o ponad 50% więcej przesyłek drobnicowych niż





Przykładem kraju, do którego Dachser w I półroczu 2017 r. dostarczył o ponad 50% więcej przesyłek drobnicowych niż w analogicznym okresie ubiegłego roku, jest Hiszpania, choć duża dynamika rozwoju była widoczna także w całym 2016 r.



Dachser ze swoją siecią połączeń i oddziałów, która obecnie na całym Półwyspie Iberyjskim obejmuje 87 lokalizacji, zapewnia szybkie dostawy i sprawny serwis drobnicowy

w analogicznym okresie ubiegłego roku, jest Hiszpania, choć duża dynamika rozwoju była widoczna także w całym 2016 r.

Hiszpania znajduje się w pierwszej dziesiątce największych odbiorców polskiego eksportu. Minione lata to systematyczny wzrost wymiany handlowej między tymi krajami. Dane statystyczne GUS za ubiegły rok potwierdzają, że ten trend nadal się utrzymuje – w 2016 r. z Polski do Hiszpanii przewieziono towary o wartości blisko 21,83 mld zł, co oznacza wzrost o ponad 11% r/r. Beneficjentem tej koniunktury w wymianie gospodarczej między Polską a Hiszpanią jest m.in. Dachser, który specjalizuje się w obsłudze eksporterów.

Operator w ramach sieci europejskich połączeń zapewnia sprawną dystrybucję towarów. Do krajów sąsiednich przesyłki docierają w standardzie czasowym przesyłek krajowych. Do dalej położonych dostawy również są realizowane szybko.

– *Polskie produkty zdobywają coraz silniejszą pozycję w Hiszpanii. Jednocześnie zmieniają się wymagania hiszpańskich klientów, którzy – podobnie jak inni europejscy odbiorcy – wolą zamawiać mniejsze partie, a częściej. W efekcie krajowi eksporterzy zwiększają zapotrzebowanie na obsługę przesyłek drobnicowych w tym kierunku. Dachser ze swoją siecią połączeń i oddziałów, która obecnie na całym Półwyspie Iberyjskim obejmuje 87 lokalizacji, zapewnia szybkie dostawy i sprawny serwis drobnicowy* – mówi Rafał Owczarek, kierownik sprzedaży Dachser na region północno-zachodniej Polski. Z Poznania do Hiszpanii operator przewozi głównie produkty firm z branży elektronicznej, obuwniczej, reklamowej, oświetleniowej, a także urządzenia przemysłowe. Odbiorcą dużej części przesyłek są centra dystrybucyjne z branży e-commerce. Aktualnie najwięcej przesyłek drobnicowych nadawanych przez eksporterów z Polski za pośrednictwem wielkopolskiego oddziału Dachser trafia w okolice Barcelony, Madrytu, Walencji, Saragossy i León. Nie brakuje jednak dostaw także do innych lokalizacji w tym kraju. Towary z Dachser Poznań trafiają do Hiszpanii przez dwa niemieckie centra przeładunkowe – w Dortmundzie i Rheine, z którymi oddział ma bezpośrednie połączenie. Stamtąd polskie produkty mają możliwość dotarcia do kilkudziesięciu lokalnych oddziałów operatora w Hiszpanii, wliczając w to Baleary i Wyspy Kanaryjskie.

– *Tak gęsta sieć drobnicowa, dostępna za naszym pośrednictwem dla polskich eksporterów, to głównie efekt zintegrowania z Dachser hiszpańskiego operatora Azkar. Proces ten rozpoczął się kilka lat temu, a w 2017 r. zakończyliśmy połączenie obu firm. Azkar w tym roku zmienił również nazwę na Dachser. Integracja tak dużej firmy to wyzwanie dla całej sieci. Oprócz wspólnego systemu operacyjnego dostosowane musiały zostać produkty i procesy oraz wdrożone zasady komunikacji jednolite dla całej sieci Dachser. Dzięki tej akwizycji nasi rodzimi producenci także na Półwyspie Iberyjskim mogą oczekiwać jednolitego standardu obsługi dostaw paletowych, znanego im już wcześniej z wysyłek do innych krajów realizowanych przez Dachser. W szczególności dotyczy to*



Jedna z najnowszych inwestycji Dachser znajduje się w Hörsching nieopodal Linzu w Austrii. W ramach modernizacji terminala logistycznego rozbudowano halę przeładunkową o powierzchni 8 tys. m², w wyniku czego powstał nowy magazyn o powierzchni 10 tys. m² z ponad 20 tys. miejsc paletowych

możliwości śledzenia dostaw na całej trasie przejazdu w czasie rzeczywistym, co do dziś jest branży logistycznej wielką rzadkością – opowiada dr inż. Grzegorz Lichocik.

Poznańskie centrum logistyczne Dachser jest największym oddziałem tej firmy w Polsce, zatrudniającym blisko 100 osób. Obecnie oddział dysponuje 17 codziennymi bezpośrednimi liniami drobnicowymi m.in. do Niemiec, Holandii, Czech, Austrii czy Finlandii. Za ich pośrednictwem przesyłki docierają z Poznania do 431 oddziałów drogowej sieci Dachser w 37 krajach Europy. Zlokalizowany w komunikacyjnym sercu Wielkopolski oddział zarządza także magazynem na 7400 miejsc paletowych i oprócz dystrybucji ma w swojej ofercie również logistykę kontraktową.

Systematyczny rozwój sieci

Coraz szerszy dostęp do rynków eksportowych i większa konkurencyjność za granicą jest możliwa dzięki rozleglej sieci połączeń i oddziałów operatora. Dachser systematycznie ją rozbudowuje, realizując kolejne projekty inwestycyjne. Wśród nich jest m.in. budowa i modernizacja magazynów w Austrii, Rosji, zachodniej Francji i na Słowacji. Jedna z najnowszych inwestycji Dachser znajduje się w Hörsching nieopodal Linzu w Austrii. W ramach modernizacji terminala logistycznego rozbudowano halę przeładunkową o powierzchni 8 tys. m^2, w wyniku czego powstał nowy magazyn o powierzchni 10 tys. m^2 z ponad 20 tys. miejsc paletowych. Wartość przedsięwzięcia wyniosła ok. 10 mln euro. W nowym magazynie Dachser wykorzystuje innowacyjne technologie cyfrowe. Ponadto nowy magazyn służy jako model w okularach wirtualnej rzeczywistości (VR). Umożliwia to wizualizowanie, np. klientom, kompleksowych rozwiązań, jakie mogą być zastosowane przez operatora. Pozwala to zoptymalizować działania jeszcze przed ich rozpoczęciem, np. przed instalacją tzw. systemu *pick-by-light*. Dzięki temu proces obsługi klientów staje się bardziej przejrzysty, a oni sami zyskują większą kontrolę nad realizacją zlecanych projektów.

Nowy magazyn w Linzu służy jako model w okularach wirtualnej rzeczywistości (VR). Umożliwia to wizualizowanie, np. klientom, kompleksowych rozwiązań, jakie mogą być zastosowane przez operatora. Pozwala to zoptymalizować działania jeszcze przed ich rozpoczęciem.

– Jako hub dla Europy Środkowej Austria odgrywa istotną rolę w sieci Dachser. Obecnie oferujemy transport drogą lądową, a także morską i lotniczą z dziesięciu lokalizacji w kraju. Chcąc rozwijać się w skali międzynarodowej, musimy działać logicznie i lokalna sieć oddziałów musi brać tę ekspansję pod uwagę. Dlatego też nowy magazyn w okolicy Linz ma ogromne znaczenie dla obszaru logistyki kontraktowej również poza granicami kraju – mówi Günter Hirschbeck, dyrektor zarządzający Dachser European Logistics w Austrii.

Z kolei w zachodniej części Europy Dachser wybudował nowy terminal logistyczny o powierzchni 4,2 tys. m^2, na terenie parku biznesowego Angers Marcé w miejscowości Angers, w regionie Kraju Loary. Wartość inwestycji wyniosła ok. 5,2 mln euro. Bliskość sieci autostrad i lotniska pozwala zwiększać skalę działania i zarządzać przepływem towarów z innych francuskich departamentów. Dzięki 18 bezpośrednim liniom krajowym i międzynarodowym Dachser w Angers obsługuje codzienne połączenia do 363 terminali należących do sieci European Logistics w 24 krajach Europy.

W 2016 r. z Polski do Hiszpanii przewieziono towary o wartości blisko 21,83 mld zł, co oznacza wzrost o ponad 11% r/r. Beneficjentem tej koniunktury w wymianie gospodarczej między Polską a Hiszpanią jest m.in. Dachser, który specjalizuje się w obsłudze eksporterów.



Na Słowacji powstanie centrum logistyczne w Lozorno, położonym niedaleko Bratysławy. Nowy magazyn będzie miał ok. 12,5 tys. miejsc paletowych, a użytkowa powierzchnia logistyczna wyniesie 64 tys. m^2

Natomiast na Słowacji powstanie centrum logistyczne w Lozorno, położonym niedaleko Bratysławy. Nowy magazyn będzie miał ok. 12,5 tys. miejsc paletowych, a użytkowa powierzchnia logistyczna wyniesie 64 tys. m^2. Przeznaczony będzie do składowania towarów przemysłowych oraz konsumpcyjnych i połączony z Eurohubem Dachser w Lozorno. Za zainstalowanie w nim, zgodnie z globalnymi standardami grupy Dachser, najnowszego wyposażenia IT, będzie odpowiadał zespół międzynarodowych specjalistów.

Kompleksowa oferta logistyczna Dachser sprawia więc, że firmy mogą myśleć o ekspansji zagranicznej bez konieczności otwierania tam własnych oddziałów.



Z perspektywy obrotów głównymi partnerami DB Schenker są: Niemcy, Francja, Szwecja, Włochy i Wielka Brytania, natomiast patrząc pod kątem ilości przesyłek listę TOP 5 otwierają Niemcy

Celem DB Schenker **Europa bez granic**

DB Schenker wzmocnił ostatnio swoją europejską sieć transportu lądowego wprowadzając dwa nowe paneuropejskie produkty w międzynarodowym transporcie lądowym. Jaki był cel tego przedsięwzięcia i jakie inne działania prowadzi operator na terenie Europy – mówi Piotr Kugiejko, kierownik ds. zarządzania międzynarodowym procesem drobnicowym, DB Schenker.

Czy wzmocnienie sieci jest związane ze strategią rozwoju obsługi logistycznej tych krajów przez firmę czy też ze wzrostem PKB, a więc jest to szansa na powiększenie „kawałka tortu logistycznego"?

Nowa konfiguracja sieci z nowoczesnym systemem operacyjnym, łącząca 430 oddziałów DB Schenker w 38 krajach Europy, ma na celu zaspokojenie rosnącego zapotrzebowania na przewozy transgraniczne. Produkty DB SCHENKER***system*** i DB SCHENKER***system premium***, zapewniają szybszą dystrybucję towarów i większą elastyczność dla klientów na całym starym kontynencie. W znacznym stopniu skrócony został czas realizacji usług transportowych pomiędzy największymi centrami biznesowymi w Europie. W niektórych przypadkach już teraz nie przekracza on 24 godzin. Dziennie w naszej nowej europejskiej sieci, przez ponad 20 tys. pracowników obsługiwanych jest 300 tys. przesyłek i ponad 30 tys. połączeń liniowych z całej Europy. Dzięki nowoczesnej technologii status każdej z tych przesyłek może być przez cały czas monitorowany z dowolnego miejsca.

Nowa konfiguracja sieci z nowoczesnym systemem operacyjnym, łącząca 430 oddziałów DB Schenker w 38 krajach Europy, ma na celu zaspokojenie rosnącego zapotrzebowania na przewozy transgraniczne.



W eksporcie najwięcej ładunków całopojazdowych wysyłamy do Niemiec, Szwecji, Francji i naszych południowych sąsiadów. W imporcie najwięcej z nich przewożonych jest ze Skandynawii, Francji, Niemiec i Holandii

Celem DB Schenker jest tworzenie Europy bez granic dla transportu towarów w warunkach coraz większej złożoności powiązań ekonomicznych i rosnących oczekiwań produkcji *just-in-time*. Dzięki krótszym terminom realizacji przesyłek, przy zachowaniu najwyższej jakości usług przyczyniamy się do zwiększania wydajności i efektywności naszych klientów.

Jakie kraje europejskie są głównymi partnerami DB Schenker w Polsce?

Mówi się często o tym, że branża logistyczna jest barometrem gospodarki. M.in. dlatego w praktyce głównymi partnerami DB Schenker są kraje, z którymi Polska prowadzi największą wymianę handlową. Z perspektywy obrotów pierwsza piątka to: Niemcy, Francja, Szwecja, Włochy i Wielka Brytania, natomiast patrząc pod kątem ilości przesyłek listę TOP 5 otwierają Niemcy.


Piotr Kugiejko

Charakterystyka nowych produktów DB Schenker:

DB SCHENKER*system*	DB SCHENKER*system premium*
Najlepsze rozwiązanie, kiedy liczy się elastyczność, szybkość i niezawodność. Klienci mogą korzystać z różnych opcji dla tego produktu np. dostawa w uzgodnionym dniu, powiadomienie odbiorcy przed dostawą i przewóz ładunków niebezpiecznych (ADR).	Najlepsze rozwiązanie, kiedy istotny jest czas. Przesyłki będą dostarczane klientom w możliwie najkrótszym czasie (średnio do 2 dni krócej niż w DB SCHENKERsystem). Niezawodnie i z gwarantowanym czasem dostawy. W przypadku opóźnienia zapewniamy pełny zwrot frachtu.
Szybka dostaw **Wysoka niezawodność** **Elastyczność** **Wcześniejsze powiadomienia**	**Nawet do 2 dni szybciej** **Gwarancja czasu dostawy**

W eksporcie najwięcej ładunków całopojazdowych wysyłamy do Niemiec, Szwecji, Francji i naszych południowych sąsiadów. W imporcie najwięcej z nich przewożonych jest ze Skandynawii, Francji, Niemiec i Holandii.

W przypadku dużych klientów najczęściej są to kontrakty długoterminowe, a przypadku mniejszych firm pojedyncze, ale powtarzalne zlecenia.

Istnieje bardzo wąska grupa towarów, które z uwagi na regulacje prawne nie może być realizowana przez DB Schenker bądź podlega specjalnym przepisom jak np. przewóz wyrobów alkoholowych.

Na każdym z etapów łańcucha logistycznego DB Schenker wykorzystuje najbardziej efektywne środki transportu i dynamicznie dostosowujemy się do panujących warunków rynkowych.

DB Schenker stawia na drobnicę. Czy ma to związek z rozwojem kanału e-commerce?

Przewozy drobnicowe stanowią trzon biznesu DB Schenker, dzięki sieci codziennych połączeń pomiędzy 38 krajami Europy jesteśmy w stanie zapewnić najszybsze czasy dostaw do finalnych odbiorców. Rozwój rozwiązań e-commerce jest jednym ze strategicznych celów firmy, posiadanie silnej sieci połączeń na pewno ułatwia realizację tej strategii. Pamiętajmy jednak, że branża TSL musi spełnić wiele dodatkowych, dedykowanych rozwiązań oczekiwanych przez sklepy internetowe, które wykraczają poza obszar klasycznych transportów drobnicowych.

Kiedy realizowane są przewozy całopojazdowe i do jakich krajów najczęściej?

Przewozy całopojazdowe organizowane są dla klientów, którzy nadają odpowiednio duże partie towaru i jeśli transport bezpośredni między nadawcą i odbiorcą jest efektywny finansowo. W niektórych przypadkach taki transport wynika z charakterystyki biznesu, chęci ograniczenia przeładunków, bądź zapewnienia najszybszego czasu dostawy.

Jakie środki transportu są najczęściej wykorzystywane i dlaczego?

Na każdym z etapów łańcucha logistycznego wykorzystujemy najbardziej efektywne środki transportu. Nie ograniczamy się do jednego rozwiązania, ale dynamicznie dostosowujemy się do panujących warunków rynkowych. Przykładem w transporcie kołowym mogą być połączenia miedzy terminalami, gdzie najbardziej popularnym rozwiązaniem jest klasyczny zestaw ciągnik plus naczepa. W wielu przypadkach jednak bardziej efektywnym rozwiązaniem okazują się platformy typu *swap body*, natomiast na kierunkach promowych korzystamy także z modelu, który zakłada, że na prom ładowana jest sama naczepa bez ciągnika. Po przypłynięciu do portu docelowego kierowca innym ciągnikiem odbiera naczepę z promu.

Jakiego typu towary najczęściej przewozi DB Schenker i czy to są kontrakty długoterminowe?

DB Schenker realizuje przewozy większości grup towarów obecnych w obrocie handlowym Polski z innymi krajami. Są to m.in.: części samochodowe, elektronika, produkty z branży FMCG, sprzęt gospodarstwa domowego, a także maszyny i urządzenia i wiele innych.


Dziennie w naszej nowej europejskiej sieci, przez ponad 20 tys. pracowników, obsługiwanych jest 300 tys. przesyłek i ponad 30 tys. połączeń liniowych z całej Europy. Dzięki nowoczesnej technologii status każdej z tych przesyłek może być przez cały czas monitorowany z dowolnego miejsca

Jaką rolę w obsłudze pełnią polskie terminale?

Polskie terminalne w europejskiej sieci DB Schenker pełnią rolę terminali *cross-dokingowych*, są to miejsca przeładunku, gdzie w procesie dystrybucji, z pojazdów liniowych towar jest przeładowywany na samochody dostarczające towar do finalnych odbiorców. Natomiast w procesie kolekcji, towar odebrany od klientów z rejonu danego terminala jest przeładowywany na pojazdy liniowe. Niektóre terminale pełnią też rolę hubów w ramach europejskich dostaw drobnicowych.

Europa Zachodnia na celowniku operatorów logistycznych

Wolny przepływ usług i towarów na obszarze Unii Europejskiej oraz dynamika i chłonność rynków Europy Zachodniej stwarzają duże możliwości rozwoju dla operatorów logistycznych. Tylko w 2016 r. polski eksport w UE osiągnął poziom 183,6 mld euro, co stanowi wynik lepszy o 2,3% w odniesieniu do roku ubiegłego.


Łukasz Włodarczak

Niekwestionowanym liderem wciąż pozostają Niemcy, gdzie nasz kraj sprzedał w 2016 r. towary warte 50,2 mld euro. Na drugiej pozycji uplasowała się Wielka Brytania z eksportem wartym 12,1 mld euro, zaś kolejne miejsca zajęły Czechy (12 mld euro), Francja oraz Włochy.

Z rozbudowaną siatką połączeń

Taka sytuacja nie pozostaje bez wpływu na operatorów logistycznych. ROHLIG SUUS Logistics największe potoki wolumenowe obsługuje na kierunku do/z Niemiec, Wielkiej Brytanii, krajów Beneluksu czy Francji. Ponadto stabilna i stale rosnąca masa ładunkowa do/z Hiszpanii czy Portugalii gwarantuje wykonanie usługi na najwyższym poziomie.

Łukasz Włodarczak, Deputy of International and Domestic FTL Director w ROHLIG SUUS Logistics podkreśla – *Możemy się poszczycić rozbudowaną siatką połączeń liniowych z/do Europy Zachodniej. Od lat z powodzeniem realizujemy transport drobnicowe, częściowe jak i całopojazdowe, oparte na regularnych połączeniach w systemie „door to door". Jesteśmy w stanie obsłużyć dowolną konfiguracje potrzeb przewozowych kontrahenta, z uwagi na silnie rozbudowaną sieć centrów logistycznych oraz wspomagającą siatkę terminali przeładunkowych* – wymienia przedstawiciel operatora.

Dostosowana do potrzeb klienta

W oparciu o doświadczenie nabyte dzięki ścisłej współpracy i rozwiniętym relacjom z parterami biznesowymi w Europie, operator stworzył ofertę dostosowaną do indywidualnych potrzeb klientów, która kładzie nacisk na niezawodną obsługę przesyłek międzynarodowych. Poza własną siecią centrów logistycznych zlokalizowanych w Polsce, ROHLIG SUUS zbudował szeroką strukturę terminali partnerskich w Europie, zapewniającą sprawną obsługę ładunków. Jako jedyny operator w kraju, firma współpracuje z największym europejskim systemem obsługi przesyłek drobnicowych – 24 PLUS. Własna sieć połączeń, skonsolidowana ze wspomnianym wyżej systemem, zapewnia codzienne wyjazdy linii, praktycznie nieograniczonych wolumenów drobnicowych, do/z wszystkich krajów Europy Zachodniej i daje gwarancję terminowej dostawy już od 48 godz. od dnia odbioru przesyłki.

ROHLIG SUUS jest w stanie obsłużyć dowolną konfigurację potrzeb przewozowych kontrahenta, z uwagi na silnie rozbudowaną sieć centrów logistycznych oraz wspomagającą siatkę terminali przeładunkowych.



ROHLIG SUUS Logistics największe potoki wolumenowe obsługuje na kierunku do/z Niemiec, Wielkiej Brytanii, krajów Beneluksu czy Francji

– *Jako elastyczny operator logistyczny dopasowujemy ofertę transportu do aktualnych potrzeb klienta* – zaznacza Włodarczyk i dodaje – *Zapewniamy wybór między transit time przesyłki a wysokością stawki frachtowej, dzięki czemu kontrahent sam decyduje o wyborze serwisu i czasie dostawy. Synergia i wspólne przenikanie się zadań w ramach różnych departamentów operacyjnych, zapewnia sprawną obsługę przesyłek w czasie szczytów produkcyjnych, czy w okresach zwiększonych nadań towarowych naszych klientów.*

Sam transport to jednak nie jedyny czynnik wyboru dostawcy. ROHLIG SUUS Logistics w zakresie szeroko rozumianej logistyki kontraktowej zapewnia w swoich centrach logistycznych rozległy wachlarz usług, obejmujących długoterminowe magazynowanie oraz usługi dodatkowe w postaci przepakowywania, formowania i rozformowywania, a także etykietowania czy obsługi celnej.

Wpływ Brexitu na rynki wschodzące w ocenie Agility

Agility Mid-Year Emerging Markets Review to raport o sytuacji na rynkach wschodzących w pierwszej połowie 2017 r. opublikowany przez Agility – firmę będącą dostawcą zintegrowanych rozwiązań logistycznych. Ważną kwestią, jaką w nim poruszono, jest wpływ Brexitu na relacje między rynkami wschodzącymi a Wielką Brytanią i Unią Europejską.

Z raportu wynika, że jeśli Wielkiej Brytanii nie uda się zachować najważniejszych relacji z partnerami w Unii Europejskiej, to będzie próbowała pobudzić swoją gospodarkę zwiększając obroty handlowe z rynkami wschodzącymi. Brytyjski rząd wyraził wprawdzie chęć zachowania bliskich, podobnych do obecnych, relacji handlowych z Unią Europejską, jednak Bruksela stwierdziła, że po Brexicie utrzymanie „niezakłóconych stosunków handlowych" będzie „niemożliwe".



Im trudniejszy rozwód

Wniosek płynie jeden: im trudniejszy będzie rozwód między Wielką Brytanią i UE, tym większe jest prawdopodobieństwo, że Brytyjczycy będą próbowali zawierać nowe umowy handlowe z krajami rozwijającymi się. Szczególnie dotyczy to współpracy z państwami należącymi do Wspólnoty Narodów w Azji Południowo-Wschodniej i Afryki. Brexit naraża wielu kluczowych eksporterów z rynków wschodzących, takich jak RPA, Kenia czy Turcja, na dodatkowe trudności, związane za spadkiem wartości funta szterlinga i spodziewanym skurczeniem się brytyjskiej gospodarki w początkowym okresie po wyjściu z UE.

Według analizy zawartej w raporcie Agility, kraje rozwijające się, dla których dziś Wielka Brytania jest bramą do Irlandii oraz innych państw europejskich, będą musiały znaleźć sobie nowe centra dystrybucyjne oraz sposoby dotarcia do tych rynków.

Przy braku unii celnej

Dodatkowo, jeśli Wielka Brytania i UE nie zawrą nowej unii celnej i brytyjscy producenci nie będą ściśle przestrzegać europejskich standardów dotyczących produktów, eksport z Wielkiej Brytanii do Unii Europejskiej może napotkać istotne bariery w postaci uciążliwych kontroli i dodatkowych procedur celnych.

Essa Al-Saleh, CEO Agility Global Integrated Logistics, twierdzi, że nadal jest zbyt wcześnie, by przewidzieć, w jakim kierunku prowadzone będą negocjacje między Wielką Brytanią i UE. – *Ale oprócz przeszkód politycznych, brytyjskie dążenie do zachowania „niezakłóconych" relacji handlowych z UE może napotkać rozmaite trudności techniczne, związane z kontyngentami towarowymi, pochodzeniem produktów, standardami oraz cłami importowymi. Wszystko, co będzie się różnić od obecnych uzgodnień między Wielką Brytanią i UE, będzie prawdopodobnie oznaczać opóźnienia oraz dodatkowe koszty w handlu międzynarodowym* – twierdzi Essa Al-Saleh.

I tu należy dodać, że jeśli chodzi o polski eksport do krajów Unii Europejskiej to w 2016 r. Wielka Brytania była na drugiej pozycji, a wart był on 12,1 mld euro. Jak więc ułożą się stosunki między tym krajem a UE po Brexicie, ma też znaczenie dla nas.

Opr. EH

Raport „Agility Mid-Year Emerging Markets Review 2017" został przygotowany przez Transport Intelligence, czołową firmę badawczą i analityczną w branży logistycznej. Pełna wersja raportu dostępna jest na: www.agility.com/2017index



Teraz 50 rejsów tygodniowo między Gdynią a Szwecją ze Stena Line

Nowe inwestycje, zmiany rozkładów rejsów oraz wprowadzenie nowych statków i otwarcie nowej linii do Szwecji – to wszystko sprawia, że klienci frachtowi Stena Line mogą liczyć na jeszcze więcej miejsca na swoje ładunki i lepszą ofertę, a dzięki temu mogą rozwinąć skrzydła.

Zapotrzebowanie na przewozy przez Bałtyk stale rośnie. Stena Line odpowiada na nie inwestycjami, w tym wprowadzeniem nowych statków, a obecnie – otwarciem nowej linii do Szwecji, z Gdyni do okolic Sztokholmu.

50 razy w tygodniu do i ze Szwecji ze Stena Line

Stena Line od ponad dwudziestu lat obsługuje połączenie promowe z Gdyni do Karlskrony w południowej Szwecji. Ostatnio poczyniono inwestycje w to połączenie, między innymi przez podniesienie częstotliwości rejsów, dzięki wprowadzeniu nowego statku m/v Gute. Czwarty statek uzupełnił flotę składającą się z dwóch bliźniaczych jednostek pasażersko-samochodowych (Stena Spirit i Stena Vision) oraz jednostki ro-pax Stena Baltica. To nie wszystko. Stena Line otworzyła właśnie nową linię promową z Polski do Szwecji. Jest to połączenie z Gdyni do Nynäshamn, położonego w okolicach Sztokholmu. Już od 16 października na tej linii kursuje statek o nazwie Elisabeth Russ, wykonując 6 rejsów (po 3 w każdą stronę) w tygodniu.

Nowa linia promowa z Gdyni do Nynäshamn

Nowa linia to połączenie z Gdyni do Nynäshamn, w rejonie metropolitalnym Sztokholmu. Trasa między Polską a Szwecją jest strategicznie bardzo istotna dla Stena Line i stanowi ważny element infrastruktury łączącej Europę Środkową ze Skandynawią. Zaletą Nynäshamn jest jego położenie w bliskości Sztokholmu oraz

Stena Line otworzyła nową linię promową z Polski do Szwecji, połączenie z Gdyni do Nynäshamn, położonego w okolicach Sztokholmu. Od 16 października na tej linii kursuje statek o nazwie Elisabeth Russ, wykonując 6 rejsów w tygodniu.

Łącznie z 6 rejsami na nowej trasie promowej do Nynäshamn oraz 44 rejsami między Polską a Karlskroną, Stena Line od października oferuje aż 50 połączeń tygodniowo z Gdyni do Szwecji.

Elisabeth Russ jest przeznaczona dla przewozów frachtowych, w tym pojazdów ciężarowych z kierowcami, naczep, kontenerów oraz ładunków wtaczanych, natomiast nie będzie zabierała ani pasażerów, ani samochodów osobowych





Stena Line łączy Gdynię z Karlskroną i Nynäshamn

skomunikowanie z siecią dróg wiodących na północ Szwecji, a także w tranzycie do Norwegii.

Nowa linia promowa z Gdyni wystartowała 16 października. Będzie ją obsługiwał jeden statek typu RoRo. Jednostka o nazwie Elisabeth Russ jest przeznaczona dla przewozów frachtowych, w tym pojazdów ciężarowych z kierowcami, naczep, kontenerów oraz ładunków wtaczanych, natomiast nie będzie zabierała ani pasażerów, ani samochodów osobowych. Statek będzie kursował 3 razy w tygodniu z Gdyni oraz 3 razy w tygodniu z Nynäshamn.

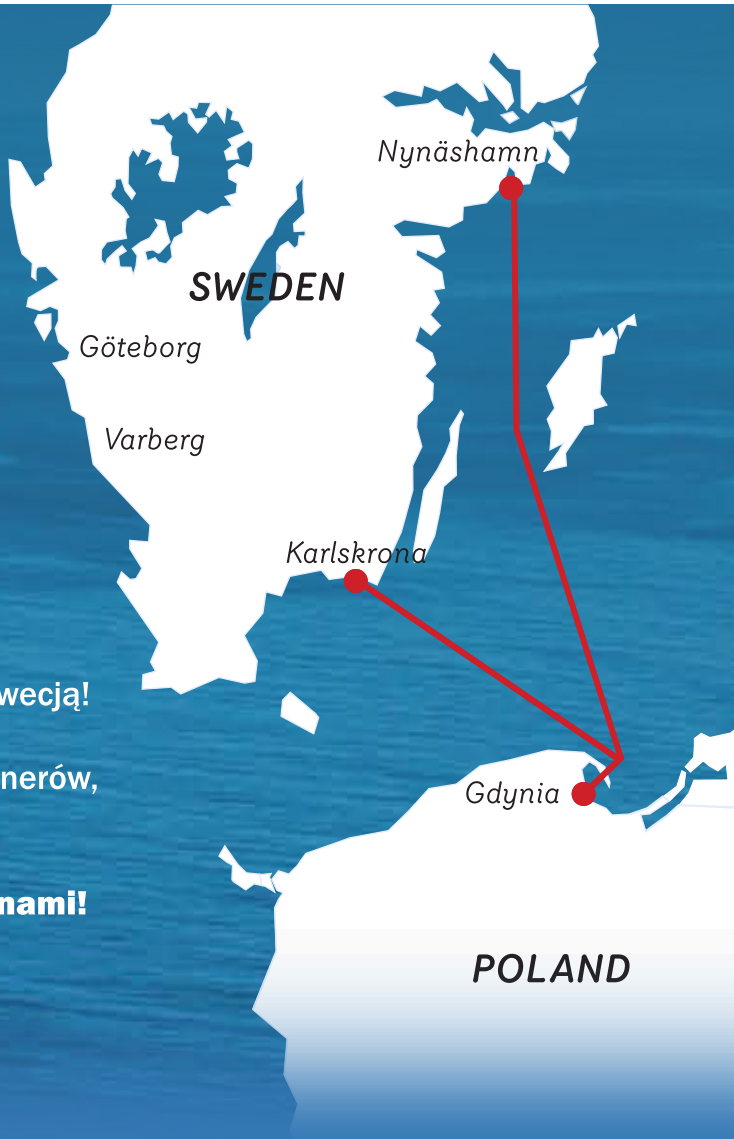
Lepsza oferta

Zapotrzebowanie na przewozy towarowe między Polską a Szwecją stale rośnie, a wiele firm wysyła ładunki również do centralnej i północnej Szwecji. Połączenia z Polski do Szwecji stanowią ważny element infrastruktury łączącej Europę Środkową ze Skandynawią i mają duży potencjał rozwoju.

Dla klientów frachtowych ważne jest nie tylko ile miejsc jest oferowanych na pokładzie, ale też jaką częstotliwość rejsów operator promowy proponuje. Dzięki nowym inwestycjom Stena Line dostosowuje swoją ofertę do potrzeb klientów przy zachowaniu wysokiej jakości usług, a to jest zgodne z przyjętą przez firmę strategią rozwoju.

Stena Line

Nowa trasa promowa Gdynia- Nynäshamn!



Już teraz **50 rejsów tygodniowo** między Gdynią i Szwecją!

Więcej miejsca dla Twoich pojazdów, naczep, kontenerów, ładunków ponadgabarytowych i project cargo.

To tylko jeden, kolejny z wielu powodów by **płynąć z nami!**

W celu uzyskania dalszych informacji prosimy o kontakt
freightsales.pl@stenaline.com

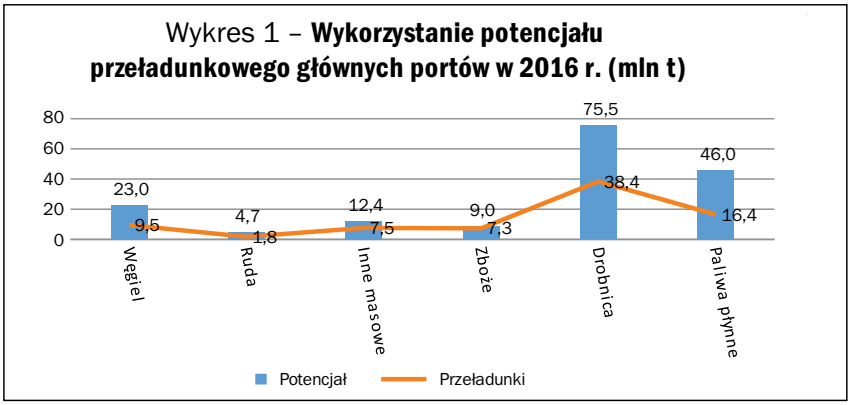
Porty na kursie kolizyjnym

Forum Gospodarki Morskiej – Gdynia 2017

Od kilkunastu już lat w Gdyni odbywa się forum gospodarcze. Jego charakter przez ten czas zmieniał się, ale tradycyjnie część obrad poświęcana była portom morskim. Tak też było i w tym roku.

A rola portów w krajowej gospodarce przez lata była niedoceniana, mimo że ich wpływ, zwłaszcza na tworzenie produktu narodowego (PKB), jest niewspółmiernie duży w porównaniu z innymi działami gospodarki. Według prof. Macieja Matczaka z Akademii Morskiej w Gdyni, porty morskie odpowiadały w zeszłym roku za funkcjonowanie lub utworzenie 39,7 tys. przedsiębiorstw, 208,2 tys. miejsc pracy, 32,3 mld zł wartości dodanej i 21,3 mld zł przychodów budżetowych, głównie z tytułu ceł i podatków. Tylko dwa główne porty, Gdańsk i Gdynia oraz zespół portowy Szczecin-Świnoujście, obsłużyły w zeszłym roku 80,5 mln t ładunków. W tym samym okresie kolej, na terenie całego kraju, przetransportowała 222,2 mln t, z czego znaczna część przypadała właśnie na obsługę portów. Przez trzy kwartały tego roku przez te porty przeszło już 62,8 mln t ładunków, w tym ponad milion sztuk kontenerów (1,72 mln TEU).

Wykres 1 – **Wykorzystanie potencjału przeładunkowego głównych portów w 2016 r. (mln t)**



Około 2032 r. wykorzystanie potencjału portów wzrośnie do 70%. A jest to bardzo wysoki stopień wykorzystania, gdyż zdolności przeładunkowe zazwyczaj nie przystają do struktury ładunków przechodzących przez porty, a sezonowość wymaga odpowiednich rezerw.

Nieuniknione wzrosty, ale w dłuższym czasie

Podczas dyskusji na tegorocznym gdyńskim Forum Gospodarki Morskiej próbowano ustalić, czy rozwój naszych portów morskich jest adekwatny do oczekiwań i czy ich ambitne zamierzenia rozwojowe nie wyprzedzają zbytnio potrzeb gospodarczych kraju, skoro potencjał przeładunkowy tych portów, wynoszący ponad 170 tys. t rocznie, nie jest wykorzystywany obecnie nawet w połowie (ca 47%), podobnie jak ich potencjał kontenerowy (39%).

Wizualizacja portu centralnego w Gdańsku



Zastanawiano się również, czy rozwój tych portów jest komplementarny, czy może wzajemnie konkurencyjny, gdyż pewne przedsiębrane w nich inwestycje dublują się i niewiele wskazuje na to, by istniał jakiś zborny, dalekosiężny portowy „master plan", który by poszczególne projekty koordynował. Zwrócił na to uwagę w dyskusji Krzysztof Szymborski, przewodniczący Rady Interesantów Portu Gdynia. Porty, jego zdaniem, oprócz dogodnego dostępu od strony morza, wydajnych szlaków drogowych i kolejowych oraz zaplecza logistycznego, wymagają analizy możliwości finansowania swojego rozwoju i koegzystencji różnych strategii. Tymczasem rządowy „Program rozwoju portów morskich do 2020 r. (z perspektywą do 2030 r.)", uchwalony w czerwcu br., ma tak krótki horyzont czasowy, że z punktu widzenia nowych projektów jest właściwie już nieprzydatny, a z kolei w swojej perspektywie do 2030 r. jest zbyt ogólnikowy.

Według prognozy sporządzonej przez wspomnianego prof. Matczaka, a dotyczącej wolumenu głównych ładunków i trendów ich zmian do 2044-45 r.: węgla, zbóż, ropy i produktów naftowych, gazu płynnego (LNG), ładunków promowych, ro-ro i kontenerów, już około 2032 r. wykorzystanie potencjału portów wzrośnie do około 70%. A jest to już bardzo wysoki stopień wykorzystania, gdyż zdolności przeładunkowe zazwyczaj nie przystają dokładnie do struktury ładunków przechodzących przez porty, a sezonowość w ich pojawianiu się i zanikaniu wymaga posiadania odpowiednich rezerw.

Szczególnie szybko wzrastać ma ilość ładunków skonteneryzowanych, gdyż pod względem stopnia konteneryzacji Polska znajduje się daleko poniżej średniej europejskiej. Odstajemy nawet znacznie od niektórych krajów nadbałtyckich; w porównaniu z Finlandią jest to np. różnica kilkukrotna. Wszystko to razem oznacza że – biorąc pod uwagę długotrwałość cykli inwestycji portowych – dotyczące ich strategiczne decyzje powinny zapadać już teraz.

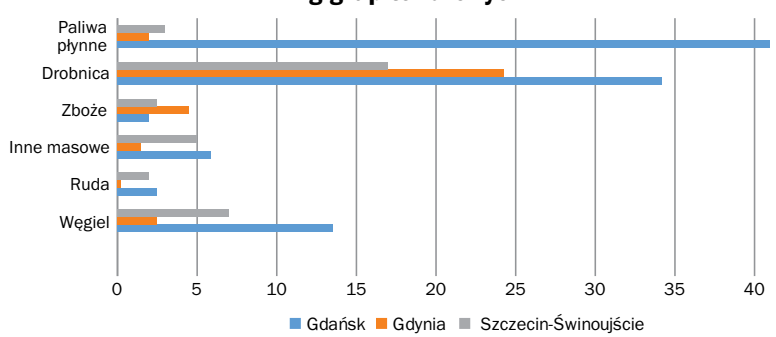
Potencjał portów i jego wykorzystanie w 2016 r. (mln t)

Grupa		Gdańsk	Gdynia	Szczecin-Świnoujście	Razem
Węgiel	Potencjał	13,5	2,5	7,0	23,0
	Przeładunki	5,1	1,5	2,9	9,5
	%	37,6	59,4	41,9	41,3
Ruda	Potencjał	2,5	0,2	2,0	4,7
	Przeładunki	0,2	0,1	1,6	1,8
	%	8,1	31,5	77,9	38,8
Inne masowe	Potencjał	5,9	1,5	5,0	12,4
	Przeładunki	3,5	1,1	2,9	7,5
	%	59,3	73,4	58,4	60,6
Zboże	Potencjał	2,0	4,5	2,5	9,0
	Przeładunki	1,1	4,1	2,0	7,3
	%	57,8	90,9	81,9	81,1
Drobnica	Potencjał	34,2	24,3	17,0	75,5
	Przeładunki	14,5	11,5	12,3	38,4
	%	42,5	47,2	72,6	50,8
Paliwa płynne	Potencjał	41,0	2,0	3,0	46,0
	Przeładunki	12,8	1,3	2,3	16,4
	%	31,2	66,2	76,7	35,7
Razem	Potencjał	99,1	35,0	36,5	170,6
	Przeładunki	37,3	19,5	24,1	80,9
	%	37,6	55,8	66,0	47,4

Uwaga! W przypadku niektórych grup towarowych, jak węgiel, ruda, inne masowe czy drobnica, możliwe jest wykorzystywanie tych samych urządzeń przeładunkowych, więc powyższe dane, dotyczące potencjału, są przybliżone. Według danych z poszczególnych zarządów portów i terminali kontenerowych zebrał i opracował MB.

Biorąc pod uwagę długotrwałość cykli inwestycji portowych, dotyczące ich strategiczne decyzje powinny zapadać już teraz.

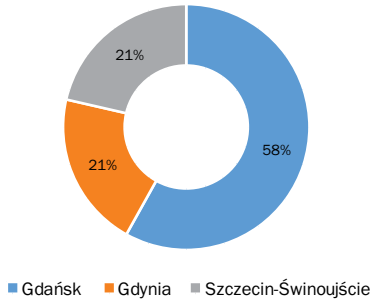
Wykres 2 – **Potencjał przeładunkowy głównych portów wg grup towarowych**



Rozbuchane plany rozwoju

Okazuje się, że właściwie każdy z głównych portów, a nawet i Elbląg, posiada bardzo ambitne plany rozwojowe, z których część, w znacznej mierze, dzięki dofinansowaniom unijnym sięgającym do 85% kosztów kwalifikowanych, jest już nawet realizowana. Rzecz w tym, że projektowane inwestycje zdają się niekiedy dublować. Na przylegających do obecnych terenów portowych akwenach miałyby powstać głębokowodne porty zewnętrzne: w Gdańsku, w Gdyni, a także w Świnoujściu. W każdym z nich przewidywana jest budowa kolejnego terminalu kontenerowego, chociaż te zamierzenia zarządów poszczególnych portów zdają się godzić w interesy dotychczasowych operatorów terminali kontenerowych. W ostatnich kilku latach zainwestowali oni w swoje portowe spółki po setki milionów złotych, by przystosować je do obsługi dużych statków kontenerowych i wielkich ilości pojemników. A tymczasem, zanim jeszcze dobrze obeschła farba na świeżo zakupionych ogromnych suwnicach nabrzeżowych, dowiedzieli się oni, że w pobliżu powstawać mają konkurencyjne bazy przeładunkowe. Projekt tzw. Portu Centralnego w Gdańsku (patrz: wizualizacja) uzyskał już nawet placet ze strony rządu.

Wykres 3 – **Udział głównych portów w potencjale przeładunkowym w 2016 r.**



W Gdańsku, w Gdyni, a także w Świnoujściu przewidywana jest budowa kolejnego terminalu kontenerowego, chociaż te zamierzenia zarządów poszczególnych portów zdają się godzić w interesy dotychczasowych operatorów terminali kontenerowych.

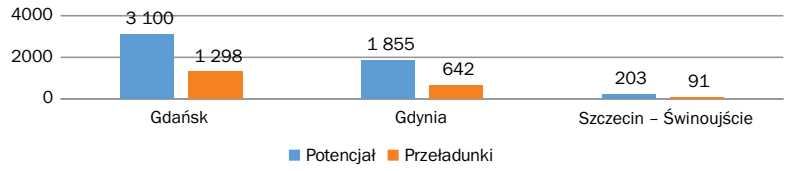
Wartość już realizowanych i planowanych w portach inwestycji sięga ogromnych sum. Zarząd Morskich Portów Szczecin i Świnoujście miałby wydać na inwestycje, w tym na głębokowodny terminal kontenerowy o rocznej zdolności przeładunkowej 1,5 mln TEU, 7,3 mld zł. W Gdańsku, tamtejszy zarząd portu, tylko do 2020 r., zamierza wydać 1,5 mld zł, a do 2030 r. dalszych 5 mld. W Gdyni do 2022 r. wydatki na rozwój i modernizację portu mają wynieść 3,4 mld zł, a do 2030 r. dalszych 7,2 mld. Przekop przez Mierzeję Wiślaną i inne towarzyszące mu inwestycje, otwierające bezpośredni dostęp z morza do portu w Elblągu, mają pochłonąć 1,1 mld zł.

Rzecz w tym, że te indywidualne plany poszczególnych portów nie wydają się być skoordynowane, a zwłaszcza oparte o rzetelne prognozy zmian na rynkach towarowych – a niekoniecznie muszą to być tylko wzrosty wolumenów.

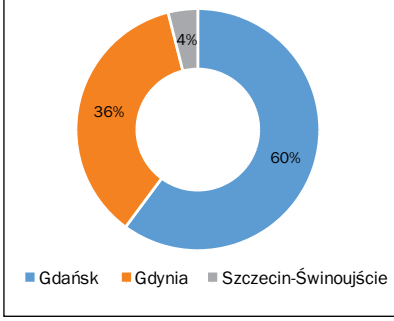
Co więcej, nie ma właściwie żadnych analiz dotyczących sposobu i źródeł ich finansowania. A przecież horyzont czasowy tych inwestycji z reguły jest dłuższy niż zasięg aktualnej unijnej perspektywy budżetowej (2020 r.). Z ogromną dozą prawdopodobieństwa już dziś można twierdzić, iż po „brexicie" i okresie przyzwoitego wzrostu gospodarczego nasz kraj nie będzie już mógł liczyć na równie obfite zasilanie z unijnych funduszy, jak ma to miejsce obecnie. Znalezienie bogatych sponsorów, którzy zechcieliby inwestować w naszych portach, może być trudne, zwłaszcza przy wspomnianym, dość obcesowym traktowaniu tych dotychczasowych.

Na budżet centralny też trudno będzie liczyć, gdyż lista ambitnych rządowych zamierzeń, których koszty szacuje się na wiele miliardów złotych, takich jak: centralny port lotniczy, regulacja rzek, budowa dróg, autostrad i linii kolejowych (sama *Via Carpatia* to ca 30 mld zł) jest długa. To raczej budżet centralny liczy na oddolne wspomaganie, również ze strony portów. Gdański zarząd portu został ostatnio zaangażowany w finasowanie projektu rewitalizacji śródlądowych dróg wodnych, natomiast zarządy gdyński i szczecińsko-świnoujski ruszyły na pomoc narodowemu przewoźnikowi, lokując sto kilkadziesiąt milionów złotych w obligacje podupadającego armatora, Polskiej Żeglugi Morskiej.

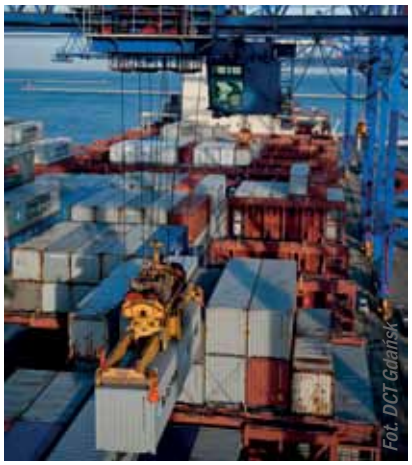
Wykres 4 – **Wykorzystanie potencjału kontenerowego portów** w 2016 r. (tys. TEU)



Wykres 5 – **Udział portów w kontenerowym potencjale przeładunkowym w 2016 r.**



Dwa główne porty, Gdańsk i Gdynia oraz zespół portowy Szczecin-Świnoujście, obsłużyły w zeszłym roku 80,5 mln t ładunków. W tym samym okresie kolej, na terenie całego kraju, przetransportowała 222,2 mln t, z czego znaczna część przypadała na obsługę portów.



Własne zasoby finansowe portów zostały więc mocno uszczuplone. Spółki zarządzające portami byłoby może stać na wnoszenie uzupełniających wkładów własnych, w sytuacji gdy unijne dofinansowanie projektów sięgałoby 85 lub nieco mniej procent, a także na niektóre pomniejsze inwestycje, ale na zamierzenia idące w miliardy złotych – z pewnością nie. Rozbuchane i nieskoordynowane plany rozwoju poszczególnych portów mogą więc zderzyć się z przeszkodą, jaką będzie niedostatek środków na ich sfinansowanie.

Maciej Borkowski

Rynek przewoźnika?

Trzeci kwartał 2017 r. dobiegł końca. Był to niezwykle dynamiczny i bogaty w ładunki okres. W tym czasie barometr transportowy zanotował znaczną przewagę udziału ofert frachtów nad wolnymi przestrzeniami ładunkowymi. Stosunek ten wyniósł bowiem 71:29.

Co kryje się za liczbami?

Na przykład w Polsce z danych GUS dotyczących pierwszego półrocza 2017 r. wynika, że wzrasta wymiana handlowa z zagranicą. Wartość importu wzrosła o 10,9%, a eksportu o 8,4%. Specjaliści obawiają się o bilans w handlu zagranicznym, ale dla transportu to czas obfitości. Rozpędzone gospodarki europejskie, rosnąca produkcja przemysłowa, inwestycje, wzrastająca konsumpcja, wszystko to sprawia, że liczba ofert na platformie sięga już codziennie do 750 tys. Stwarza to niezwykle korzystne warunki dla przewoźników, którzy mogą w takiej sytuacji bardziej skutecznie dyktować warunki cenowe. Jednak sytuacja nie wygląda tak różowo jakby się wydawało.

Kłopoty w raju

Przez długi czas odsetek ładunków w stosunku do przestrzeni ładunkowych w pojazdach znajdował się poniżej punktu równowagi (50:50) lub w niewielkim stopniu go przewyższał. Mieliśmy zatem do czynienia z tzw. rynkiem spedytora. Była to trudna dla przewoźników rzeczywistość, ale mobilizująca do pokonywania przeszkód. Dziś potencjał polskiego rynku transportowego jest jednym z największych w Europie. Sektor ten obsługuje ¼ unijnych przewozów. TimoCom jako największa platforma transportowa w Europie odnotowuje ciągły wzrost liczby frachtów, szczególnie w ostatnim czasie. Jednak część przewoźników z Polski rezygnuje z obsługiwania niektórych relacji. Sygnały płynące z rynku można odczytać jako reakcję na wprowadzane w niektórych krajach unormowania prawne traktujące kierowców w transporcie międzynarodowym jako pracowników delegowanych. Problemem nie są płace minimalne same w sobie, gdyż i tak większość kierowców otrzymuje wynagrodzenie przekraczające minimalne wymogi płacowe, ale raczej rozbudowane procedury administracyjne, chaos informacyjny dotyczący interpretacji przepisów i wysokie kary za niedopełnienie obowiązków związanych z delegowaniem. Wszystkie te czynniki, nakładając się na siebie, skutkują zmniejszeniem ofert wolnych przestrzeni ładunkowych i w rezultacie powstaniem tzw. rynku przewoźnika. We wrześniu barometr transportowy zanotował relację badanych parametrów na poziomie 78:22, przy czym 78% to wynik dotyczący ofert frachtów.

Transport jest jednym z tych elementów, który wpływa istotnie na rozwój gospodarki – warunkiem szerokiej wymiany handlowej jest zatem swobodny przepływ usług transportowych.

Przewoźnicy poprzez swoich reprezentantów starają się działać i uświadamiać Komisję o negatywnych skutkach „Pakietu Mobilności", ale największym bodźcem dla niej będzie najprawdopodobniej nacisk jaki za jakiś czas wywrą na władze poszczególnych krajów firmy produkcyjno-handlowe, które będą zmuszone zapłacić więcej za transport, a być może nawet ograniczyć produkcję, ponieważ nie będzie dostępu do tak wysokiej jakości usług transportowych przy tak korzystnym poziomie cen. W rezultacie skutki takich działań odczuje także konsument, który będzie musiał zapłacić więcej za towar, który zechce zakupić.

Transport jest jednym z tych elementów, który wpływa istotnie na rozwój gospodarki – warunkiem szerokiej wymiany handlowej jest zatem swobodny przepływ usług transportowych.

KK



TimoCom jako największa platforma transportowa w Europie odnotowuje ciągły wzrost liczby frachtów, szczególnie w ostatnim czasie

Więcej informacji o TimoCom na stronie: **www.timocom.pl**.



Najpoważniejsze naruszenia mogą dotyczyć m.in. czasu prowadzenia pojazdu i odpoczynku, używania urządzeń kontrolnych – tachografów, masy i wymiarów pojazdów, kwalifikacji kierowców oraz szeroko pojętego bezpieczeństwa w transporcie

Fot. Scania

Dobra reputacja przewoźnika



Arkadiusz Góra

Dobra reputacja, jako niezbędny wymóg uzyskania i posiadania licencji na wykonywanie transportu drogowego, zyskała ostatnio na znaczeniu. Groźba jej utraty to obecnie realne zagrożenie dla interesów przedsiębiorców.

O dobrej reputacji przewoźnika, zgodnie z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1071/2009, możemy mówić, gdy zarządzający transportem lub przedsiębiorca transportowy nie jest skazany wyrokiem i nie ciążą na nim sankcje za popełnienie poważnego naruszenia, zarówno obowiązujących przepisów krajowych (w dziedzinach prawa handlowego, upadłościowego, o ruchu drogowym, płac i warunków zatrudnienia w zawodzie, odpowiedzialności zawodowej, handlu ludźmi lub narkotykami), jak i przepisów wspólnotowych.

Ten, dotychczas nieco zaniedbywany przez wielu przewoźników wymóg, stał się obecnie powodem obaw i niepewności. Faktyczny przełom w sprawie dobrej reputacji nastąpił w dniu 15 grudnia 2016 r., kiedy w życie weszły zmiany w ustawie o transporcie drogowym.

Utrata dobrej reputacji może dotyczyć członka organu zarządzającego, osoby prawnej, osoby zarządzającej spółką jawną, komandytową lub komandytowo-akcyjną, osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą, zarządzającego transportem lub osoby fizycznej. Jak wspominano, posiadanie dobrej reputacji jest jednym z podstawowych warunków umożliwiających wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego. Przyczyn jej utraty jest wiele, ich dokładny katalog został określony w Rozporządzeniu (WE) nr 1071/2009. Najistotniejsze dla przewoźników są naruszenia zakwalifikowane w ww. rozporządzeniu jako najpoważniejsze. Mogą one dotyczyć wielu dziedzin, między innymi czasu prowadzenia pojazdu i odpoczynku, używania urządzeń kontrolnych – tachografów, masy i wymiarów pojazdów, kwalifikacji kierowców oraz szeroko pojętego bezpieczeństwa w transporcie.

Posiadanie dobrej reputacji jest jednym z podstawowych warunków umożliwiających wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego. Przyczyn jej utraty jest wiele, ich dokładny katalog został określony w Rozporządzeniu (WE) nr 1071/2009.



Fot. Fotolia

Do rozpoczęcia procedury wystarczy nawet nałożenie prawomocnego mandatu karnego za naruszenia wskazane w przytoczonych rozporządzeniach

Ocena dobrej reputacji – procedury

W obowiązującym stanie prawnym istnieją dwa organy, które ustawodawca upoważnił do wszczynania postępowań w zakresie spełniania wymogu dobrej reputacji. Zgodnie z treścią art. 7 ust. 2 Ustawy z dnia 6 września 2001 r. o transporcie drogowym, są nimi: starosta właściwy dla siedziby przedsiębiorcy oraz główny inspektor transportu drogowego. Sprawa prowadzona jest w oparciu o przepisy Kodeksu postępowania administracyjnego, a ewentualne rozstrzygnięcie wydawane w postaci decyzji administracyjnej. Oznacza to, że organ obowiązany jest przeprowadzić postępowanie wyjaśniające oraz zapewnić stronie czynny udział na każdym etapie. W przypadku otrzymania decyzji administracyjnej niekorzystnej dla przedsiębiorcy, strona ma prawo do wniesienia odwołania.

Czy jest się czego obawiać? Z pewnością nie należy lekceważyć tego wymogu. Wystarczy jedna wykonalna decyzja za poważne naruszenie określone w załączniku I do rozporządzenia Komisji (UE) nr 2016/403 lub wykonalna decyzja administracyjna o nałożeniu kary pieniężnej za najpoważniejsze naruszenie określone

w załączniku IV do Rozporządzenia (WE) nr 1071/2009, aby wszczęte zostało postępowanie w sprawie utraty dobrej reputacji. Co więcej, do rozpoczęcia procedury wystarczy nawet nałożenie prawomocnego mandatu karnego za naruszenia wskazane w przytoczonych rozporządzeniach.

Rodzaje naruszeń

Naruszenia, na które przewoźnicy powinni zwrócić szczególną uwagę, zaklasyfikowane są odpowiednio jako: najpoważniejsze naruszenia (NN), bardzo poważne naruszenia (BPN) i poważne naruszenia (PN).

Jako poważne naruszenie traktowane jest m.in.:

- przekroczenie dziennego czasu prowadzenia pojazdu powyżej 11 godzin (jeżeli jego przedłużenie do 10 godzin nie jest dozwolone),
- prowadzenie pojazdu bez przerwy przez 6 godzin i dłużej,
- skrócenie regularnego odpoczynku dziennego poniżej 8 godzin 30 minut.

To jedynie nieliczne przykłady z rozbudowanej listy incydentów o poważnym charakterze. Jeszcze większą wagę mają BPN, do których często zakwalifikowane zostały naruszenia z pozoru banalne, jak np. przewóz towarów lub pasażerów bez obowiązkowego szkolenia okresowego. Najpoważniejsze naruszenie stanowi natomiast przewóz pasażerów lub towarów bez posiadania ważnego prawa jazdy. Zdarza się, że kierowca traci prawo jazdy z powodu decyzji sądu i zataja ten fakt przed pracodawcą w obawie przed zwolnieniem. Działa wówczas na niekorzyść właściciela firmy, narażając go na utratę dobrej reputacji.

Czy jedno naruszenie wystarczy do wszczęcia postępowania? Odpowiedź na to pytanie jest bardziej skomplikowana, jednak z dużym prawdopodobieństwem można uznać, że jeśli stwierdzone naruszenie nie należy do grupy najpoważniejszych, nie stanowi podstawy do wszczynania procedury. Z pewnością do jej wszczęcia wystarczy jedna wykonalna decyzja, czyli decyzja prawomocna, kiedy strona wykorzystała już wszystkie przysługujące środki prawne lub z nich nie skorzystała. Decydującym czynnikiem jest częstotliwość występowania w danej firmie poważnych i bardzo poważnych naruszeń. Z treści załącznika II Rozporządzenia nr 2016/403 wynika, że poważne i bardzo poważne naruszenia, jeśli są popełniane wielokrotnie, traktowane są jako naruszenia poważniejsze. Mając na względzie bezpieczeństwo drogowe, przyjęto wzory, na podstawie których kwalifikuje się poważniejsze naruszenia:

- 3 PN/na kierowcę/na rok = 1 BPN,
- 3 BPN/na kierowcę/na rok = uruchomienie krajowej procedury w sprawie oceny dobrej reputacji.

Z powyższych obliczeń można jasno wywnioskować, że jeśli w firmie wielokrotnie popełniane były poważne naruszenia, to już jedna kontrola (sięgająca do danych do 12 miesięcy wstecz) wystarczy do wszczęcia postępowania w zakresie dobrej reputacji. Zastosowanie ma tu efekt skali.

Krajowy Rejestr Elektroniczny Przedsiębiorców Transportu Drogowego

Z dniem 30 listopada 2017 r. główny inspektor transportu drogowego zyska nowe, silne narzędzie do walki z przewoźnikami, których kierowcy często naruszają przepisy w stopniu poważnym i bardzo poważnym. KREPTD, czyli Krajowy Rejestr Elektroniczny Przedsiębiorców Transportu Drogowego, to elektroniczna ewidencja:

a) przedsiębiorców, którzy posiadają zezwolenie na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego,


Fot. sxc

Do BPN często zakwalifikowane zostały naruszenia z pozoru banalne, jak np. przewóz towarów lub pasażerów bez obowiązkowego szkolenia okresowego. Najpoważniejsze stanowi przewóz pasażerów lub towarów bez posiadania ważnego prawa jazdy

wrócenia dobrej reputacji, zgodnie z art. 6 ust. 3 rozporządzenia (WE) nr 1071/2009.

KREPTD będzie równocześnie przekazywał zebrane dane do bazy ERRU, czyli Europejskiego Rejestru Przedsiębiorstw Transportu Drogowego. Oznacza to jed-

Organ obowiązany jest przeprowadzić postępowanie wyjaśniające oraz zapewnić stronie czynny udział na każdym etapie. W przypadku otrzymania decyzji administracyjnej niekorzystnej dla przedsiębiorcy, strona ma prawo do wniesienia odwołania.

b) poważnych naruszeń, o których mowa w art. 6 ust. 1 lit. b Rozporządzenia (WE) nr 1071/2009,

c) osób, które zostały uznane za niezdolne do kierowania operacjami transportowymi przedsiębiorcy do czasu przy-

ną, sprzężoną bazę danych o naruszeniach w całej Wspólnocie. Tym samym prawdopodobieństwo wszczęcia postępowania w zakresie spełniania wymogu dobrej reputacji w przypadku przedsiębiorstw, których pracownicy (kierowcy) często na-


Fot. stock

Jeśli stwierdzone naruszenie nie należy do grupy najpoważniejszych, nie stanowi podstawy do wszczynania procedury. Z pewnością do jej wszczęcia wystarczy jedna decyzja prawomocna, kiedy strona wykorzystała już wszystkie przysługujące środki prawne lub z nich nie skorzystała


Fot. Fotolia

Analiza dotychczas przeprowadzonych postępowań w zakresie spełniania wymogu dobrej reputacji wskazuje, że szczególnie w przypadku małych przedsiębiorstw, maleje znaczenie interesu społecznego kontynuacji działalności

ruszają normy lub popełniają poważniejsze naruszenia, istotnie wzrasta.

Jak walczyć o dobrą reputację

Co w przypadku, gdy w stosunku do naszej firmy wszczęte zostanie postępowanie w sprawie oceny dobrej reputacji? Należy wówczas pilnie podjąć kroki zaradcze. Z pomocą spieszy art. 7d ust. 4 ustawy o transporcie drogowym, zgodnie z którym, oceniając dobrą reputację organ prowadzący postępowanie musi uwzględnić:

a) czy liczba stwierdzonych naruszeń jest nieznaczna w stosunku do liczby kierowców zatrudnionych przez przedsiębiorcę bądź będących w jego dyspozycji oraz skali prowadzonych operacji transportowych,

b) czy istnieje możliwość poprawy sytuacji w przedsiębiorstwie, w tym czy w przedsiębiorstwie podjęto działania mające na celu wdrożenie prawidłowej dyscypliny pracy lub wdrożono procedury zapobiegające powstawaniu naruszeń obowiązków lub warunków przewozu drogowego,

c) interes społeczny kontynuacji działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę, w szczególności jeżeli cofnięcie zezwolenia na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego spowodowałoby w znaczący sposób wzrost poziomu bezrobocia w miejscowości, gminie lub regionie,

d) opinię polskiej organizacji o zasięgu ogólnokrajowym zrzeszającej przewoźników drogowych, działającej od co najmniej 3 lat, której przedsiębiorca jest członkiem.

Powyższy przepis otwiera wiele możliwości po stronie przewoźnika, który powinien wykazać się dobrą wolą w dążeniu do wyeliminowania lub ograniczenia negatywnych zjawisk w zakresie naruszeń. Poza wspomnianym już efektem skali, równie istotne może okazać się wdrożenie procedur naprawczych, szczególnie w obszarze dyscypliny pracy. Analiza dotychczas przeprowadzonych postępowań w zakresie spełniania wymogu dobrej reputacji wskazuje, że szczególnie w przypadku małych przedsiębiorstw, maleje znaczenie interesu społecznego kontynuacji działalności. Wpływ na takie postrzeganie ma zapewne specyficzna sytuacja branży, w której praktycznie nie istnieje bezrobocie. Kierowcy bez problemu znajdują zatrudnienie praktycznie z dnia na dzień. Podobnie ma się sprawa z opinią polskiej organizacji, która może jedynie przyczynić się do nieznacznego wzmocnienia pozycji przedsiębiorcy w toczącym się postępowaniu. Większą wagę oceny stanowić będzie skala naruszeń w odniesieniu do liczby operacji transportowych oraz prognoza poprawy sytuacji w przedsiębiorstwie, oparta na zaproponowanym przez przedsiębiorcę planie naprawczym. Z dużym prawdopodobieństwem można zatem uznać, że opinia organizacji nie będzie kluczowa.

Konsekwencje utraty dobrej reputacji

Jeżeli przedsiębiorcy nie uda się „obronić" dobrej reputacji, konsekwencje mogą okazać się bardzo kosztowne. W przypadku, gdy w efekcie postępowania zapadnie decyzja, że wymóg dobrej reputacji nie został spełniony, zawieszeniu ulega zezwolenie na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego. Należy podkreślić, że jest to dokument uprawniający do wykonywania przewozów drogowych w kraju oraz formalny wymóg posiadania licencji wspólnotowej. Zezwolenie na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego jest zawieszane do czasu zastosowania środka rehabilitacyjnego, czyli na okres jednego roku od dnia nałożenia grzywny w formie mandatu karnego lub od dnia wykonania decyzji administracyjnej o jej nałożeniu.

Jak nietrudno zauważyć, uprawnione organy weszły obecnie w posiadanie poważnego narzędzia dyscyplinującego, innego niż stosowana dotychczas odpowiedzialność finansowa, przez wielu postrzegana jako nieskuteczna. Co więcej, stosowanie tego środka zostało ściśle określone i zamknięte we wzorach matematycznych. Pozwala to na zautomatyzowanie procedur i zdjęcie z urzędników ciężaru odpowiedzialności za podejmowanie decyzji, w tym przypadku administracyjnych. Aktualnie postępowania w zakresie spełniania wymogu dobrej reputacji wszczynane są coraz częściej a zważywszy na uruchomienie niebawem KREPTD, możemy założyć, że ich liczba jeszcze wzrośnie.

Z dniem 30 listopada główny inspektor transportu drogowego zyska nowe, silne narzędzie do walki z przewoźnikami, których kierowcy często naruszają przepisy w stopniu poważnym i bardzo poważnym – Krajowy Rejestr Elektroniczny Przedsiębiorców Transportu Drogowego.


Fot. Archiwum

W przypadku, gdy w efekcie postępowania zapadnie decyzja, że wymóg dobrej reputacji nie został spełniony, zawieszeniu ulega zezwolenie na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego

Arkadiusz Góra,
ekspert OCRK w zakresie ITD i PIP
www.ocrk.pl



W ramach umowy Michelin solutions będzie przeprowadzać przeglądy bezpieczeństwa opon w każdym pojeździe należącym do floty XPO Logistics przynajmniej co 60 dni, a także dostarczy szczegółowe raporty ze swojej pracy wskazujące najważniejsze prawidłowości

Michelin solutions z europejskim kontraktem od XPO Logistics

Spółka Michelin solutions podpisała umowę o współpracy z XPO Logistics, wiodącym dostawcą usług transportowych i logistycznych. Przedmiotem kontraktu jest rozwiązanie do zarządzania oponami w europejskiej flocie operatora. Umowę zawarto na trzy lata.

Współpraca pomiędzy Michelin solutions a XPO Logistics obejmuje dostarczenie rozwiązania EFFITIRES do zarządzania oponami w ponad 13 tys. pojazdów, czyli blisko 80% europejskiej floty operatora. Narzędzie dopasowano do indywidualnych potrzeb firmy, a trzyletni kontrakt jest jednym z największych zawartych w tej branży.

Dla europejskich operacji

Podpisanie umowy poprzedziło wymagające postępowanie przetargowe wygrane przez Michelin. O wyborze Michelin solutions zdecydowała możliwość wykorzystania oferowanego rozwiązania w sieci warsztatów XPO Logistics. W ramach współpracy operator będzie korzystał z rozliczenia w systemie za kilometr.

– *XPO Logistics to dla nas ważny klient i firma, która odniosła ogromny sukces rynkowy, dlatego bardzo się cieszymy, że nasza bliska współpraca została rozszerzona. Zarządzanie oponami oraz ich osiągi mogą mieć ogromny wpływ na wydajność floty i całej firmy, dlatego skonstruowanie odpowiedniej umowy dla europejskich operacji XPO było kluczowe. Pracując z XPO na trzech głównych rynkach europejskich, zaproponowaliśmy udokumentowany przebieg opon, a nowy kontrakt rozszerza naszą współpracę* – powiedział Agostino Mazzocchi, dyrektor sprzedaży na Europę w Michelin solutions.

O wyborze Michelin solutions zdecydowała możliwość wykorzystania oferowanego rozwiązania w sieci warsztatów XPO Logistics. W ramach współpracy operator będzie korzystał z rozliczenia w systemie za kilometr.

Nie po raz pierwszy

W ramach podpisanej umowy Michelin solutions będzie przeprowadzać przeglądy bezpieczeństwa opon w każdym pojeździe należącym do floty XPO Logistics przynajmniej co 60 dni, a także dostarczy szczegółowe raporty ze swojej pracy wskazujące najważniejsze prawidłowości, takie jak liczba awarii na milion kilometrów, szybkość reakcji na drodze oraz przypadki uszkodzenia opon.

Zawarty kontrakt to kolejna już umowa między Michelin solutions i XPO Logistics. Wcześniejsza współpraca obejmowała dostarczenie rozwiązań do 9 tys. pojazdów, czyli niemal 90% francuskiej floty operatora logistycznego, a także do wszystkich samochodów ciężarowych i przyczep wykorzystywanych w Polsce i Rumunii. Przedstawiciele XPO Logistics Europe są przekonani, że aktualne rozszerzenie współpracy pozwoli firmie zwiększyć efektywność działania w ciągu najbliższych trzech lat.

KK

Michelin solutions dostarcza opony do floty XPO Logistics, w skład której wchodzą głównie samochody ciężarowe, ciągniki siodłowe i naczepy oraz zestawy do transportu objętościowego.

Składniki wynagrodzenia i płac minimalnych, a aktywności kierowcy

Podczas Spotkań Transportowych TSL Biznes, kancelaria transportowa ITD-PIP wystąpiła z prelekcją dotyczącą rozliczania czasu pracy kierowców. Temat wzbudził duże zainteresowanie, więc na prośbę wielu uczestników zamieszczamy najważniejsze elementy i nasze porady, które są wynikiem wieloletniej pracy z przedsiębiorstwami transportowymi oraz dokładnej analizy obowiązującego prawa.

Zbliżający się przełom roku 2017/2018 służy przemyśleniom i podejmowaniu decyzji o ulepszeniu swojej pracy, optymalizowaniu kosztów oraz, krótko mówiąc, „uporządkowaniu spraw zaległych".

Weryfikacja minimalnego wynagrodzenia

Jak wiadomo, w 2018 r. kwota miesięcznego wynagrodzenia nie może być niższa niż 2100 zł brutto. Co jednak warto przypomnieć – wcale nie oznacza to, że musimy automatycznie aneksować



Fot. Fotolia

Pozostawienie stawki zasadniczej na dotychczasowym poziomie wymusi tylko miesięczną dopłatę „wyrównawczą" do minimalnego wynagrodzenia o wartości 100 zł

wszystkie umowy i zwiększać stawkę zasadniczą. Otóż od wielu lat stosujemy wśród swoich klientów metodę świadomych zmian: „rób to co wiesz i rozumiesz lub daj sobie spokój". Minimalne wynagrodzenie to kwota uzyskiwana miesięcznie jako suma różnych składników. Świadomość tego, co można zaliczyć do stawki minimalnej przydaje się w ogromnym stopniu zarówno w Polsce jak i na arenie międzynarodowej.

Żaden przepis nie nakazuje zwiększenia o 100 zł (z 2000 zł w 2017 do 2100 zł w 2018 r.) stawki zasadniczego wynagrodzenia. Wręcz, jeśli tego nie wykonamy, ogólne koszty zatrudnienia będą niższe. Dlaczego?

Stawka zasadnicza wpływa liniowo na wszystkie pozostałe składniki wynagrodzenia (praca w nadgodzinach, dyżury/przerwy/dyspozycje, praca w dni wolne, przekroczenia norm średniotygodniowych). Zatem, jeśli zwiększymy stawkę zasadniczą o 100 zł, to automatycznie wszystkie te składniki proporcjonalnie się zwiększą, czyli w efekcie końcowym wzrost kosztów będzie o wiele większy niż ustawowe 100zł (zależnie od ilości tych dodat-

Stawka zasadnicza wpływa liniowo na wszystkie pozostałe składniki wynagrodzenia. Zatem jeśli zwiększymy stawkę zasadniczą o 100 zł, to automatycznie wszystkie te składniki proporcjonalnie się zwiększą, czyli wzrost kosztów będzie o wiele większy niż ustawowe 100zł.



Fot. MAN

Stawka zasadnicza może wynosić np. 1200 zł brutto. Gdy do tego dołożymy obowiązkowe składniki wynagrodzenia za dyżur, wyrównanie do płac minimalnych i uzyskamy w ten sposób kwotę minimalną 2100 zł brutto to wszystko będzie w porządku



Mariusz Hendzel

Wraz z grupą ambitnych specjalistów z całej Polski (Kancelaria ITD-PIP.pl) od kilkunastu lat angażuje się w działania przybliżające tematykę rozliczania kierowców.

Na co dzień kancelaria świadczy usługi rozliczania ewidencji czasu pracy kierowców, szkolenia indywidualne i tworzy algorytmy do produkcji programów rozliczających kierowców, płace UE i delegacje. Najciekawsze zagadnienia opisuje.

kowych składników – wg naszych symulacji jest to dodatkowo od 27 do nawet 40 zł miesięcznie). Pozostawienie stawki zasadniczej na dotychczasowym poziomie wymusi tylko miesięczną dopłatę „wyrównawczą" do minimalnego wynagrodzenia o wartości 100 zł i koniec. Nie robiąc nic zaoszczędziliśmy prawie 40 zł! Warto świadomie podchodzić do każdego obowiązku, zmiany prawa czy sugerowanych w internecie działań, bo jak widać, to po prostu się opłaca. Świadomi pracodawcy odpowiednio kształtują swoje składniki wynagrodzeń, aby te wymagalne 100 zł działało na ogólną korzyść, np. dopłat do płac Milog czy zwiększenia efektywności pracy poprzez przyznawane premie czy nagrody.



Fot. FOX

Niewielka korekta zachowania i działanie w pełni zgodne z prawem ma ją kluczowy wpływ na koszty, czyli oszczędności, czyli... zysk

www.itd-pip.pl
+48 502 243 076 ewidencja@itd-pip.pl

ITD-PIP
Kancelaria transportowa

Usługowe rozliczanie

- naruszenia, delegacje, ewidencja czasu pracy, dokumentacja
- płaca minimalna UE z uwzględnieniem diet i noclegów
- szkolenia dla kierowców, oprogramowanie do rozliczania

Co nas wyróżnia

- terminowość rozliczeń (opcje: "w 2 dni", "na 10-tego")
- 5 lokalnych oddziałów w Polsce (eksperci na miejscu)

NASZE ODDZIAŁY:

Wrocław
ul. Kobierzycka 3
52-315 Wrocław

Warszawa
ul. 1-go Maja 17
96-300 Żyrardów

Kraków
ul. Lwowska 30A
33-100 Tarnów

Poznań
ul. Kwiatowa 68
52-315 Suchy Las

Gdańsk
Zakoczyn 70
83-041 Mierzeszyn



Niedokładne ustalanie godzin faktycznej pracy, błędnie ustawione programy do rozliczania czasu pracy kierowców, a w końcu niedokładne rejestrowanie momentów przekraczania granic, potrafią generować bardzo konkretne koszty

W skali firm zatrudniających 20-30 pracowników, na przestrzeni zbliżających się kolejnych 12 miesięcy są to bardzo pokaźne sumy!

Czy można obniżyć stawkę zasadniczą?

Oczywiście. Nie ma określonej minimalnej stawki zasadniczej, musimy tylko ostatecznie w danym miesiącu uzbierać z różnych składników minimalne wynagrodzenie określone w ustawie. Stawka zasadnicza może wynosić np. 1200 zł brutto. Gdy do tego dołożymy obowiązkowe składniki wynagrodzenia za dyżur, wyrównanie do płac minimalnych i uzyskamy w ten sposób kwotę minimalną 2100 zł brutto to wszystko będzie w porządku. Praca w porze nocnej i nadgodziny nie mogą być częścią wynagrodzenia minimalnego, ale przecież prawie nigdy wynagrodzenie końcowe nie jest „minimalne". Wszystkie składniki razem dają kwotę o wiele większą i obejmują wszystkie wymagane składniki odpowiednio zoptymalizowane w umowie o pracę i regulaminie wynagradzania.

Świadomi pracodawcy odpowiednio kształtują swoje składniki wynagrodzeń, aby te wymagalne 100 zł działało na ogólną korzyść, np. dopłat do płac Milog czy zwiększenia efektywności pracy poprzez przyznawane premie czy nagrody.

Weryfikuj to, co robią kierowcy

Wspomniane powyżej stawki są uwzględniane w rozliczaniu konkretnych aktywności. Jazda i inne czynności są zaliczane do czasu pracy i są głównym składnikiem wynagrodzenia. Zbyt duża liczba godzin jazdy/innej pracy powoduje przekroczenia norm i obowiązek naliczania dodatków za pracę w nadgodzinach. Skoro udało

Rozliczanie kierowców nie może być dziełem przypadku. Każdy, nawet minimalny błąd, niedokładność lub mało istotna opcja w skali zatrudnienia i okresu czasu liczonego w dziesiątkach miesięcy generuje bardzo konkretne kwoty.

nam się zoptymalizować samą stawkę, to kolejnym krokiem powinna być optymalizacja zapisów na tachografach czy rejestrach dla aut poniżej 3,5 t.

Prawidłowe planowanie tras to oczywiście podstawowy obowiązek, ale na tym etapie naszych rozważań skupiłbym się na rejestrowaniu czynności związanej z inną pracą i prawidłowym rozpoznawaniem tych aktywności. Zgodnie z przepisami jako „inna praca" rejestrujemy czynności wykonywane przez kierowcę (załadunki, obsługa pojazdu, prace administracyjne), a okresy oczekiwania, np. w kolejce na załadunek, na telefon od dyspozytora rejestrujemy jako „dyspozycja". Okres tego oczekiwania ma być znany, zatem należy to ustalić (oszacować).

Jeśli w kolejce do załadunku czeka przed nami 5 aut, to szacowany czas oczekiwania wyniesie np. 1,5 godziny – zatem możemy na te 1,5 godziny uczciwie ustawić na tachografie aktywność typu „dyspozycja". Jaki to będzie miało wpływ na składniki wynagrodzenia?

Otóż: nie wygeneruje sztucznych nadgodzin, nie będzie dodatków za pracę w porze nocnej oraz – co najważniejsze i najbardziej kosztowne – nie wpłynie na liczbę godzin pracy rozliczaną do płac minimalnych w krajach UE! I znowu – niewielka korekta zachowania i działanie w pełni zgodne z prawem ma kluczowy wpływ na koszty, czyli oszczędności, czyli… zysk.

Zaangażuj się i postaraj

Skoro od wielu miesięcy poruszamy na łamach TSL Biznes tematykę wynagrodzeń kierowców, to oznacza dokładnie tyle, że jest to bardzo ważny aspekt funkcjonowania firmy transportowej. Są to, oprócz kosztów paliwa, również ogromne obciążenia finansowe. Dlatego warto poświęcić temu zagadnieniu więcej uwagi i energii. Niedokładność w zapisach, niestaranność w przygotowaniu umów czy regulaminu wynagradzania, generuje kosztowne konsekwencje.

Korzystaj świadomie z narzędzi

Posiadając narzędzia w postaci oprogramowania do rozliczania kierowców różnych producentów, zweryfikujmy każdą opcję ustawioną w systemie i zastanówmy się na co ma wpływ i dlaczego jest ustawiona tak a nie inaczej. Czy opcje wliczania diet do płac minimalnych w UE jest włączona, dlaczego nie są wliczane ryczałty za nocleg w kabinie? Tylko świadome korzystanie z narzędzi da nam pewność i poczucie spełnionego obowiązku. Warto pamiętać, że oprogramowanie zainstalowane i ustawione 3-4 lata temu, aktualnie wymaga gruntownej weryfikacji nowych opcji. Nawet najlepszy program ustawiony nieprawidłowo, przyniesie więcej szkody niż pożytku. Dlatego promujemy wśród naszych klientów hasło wspomniane na początku artykułu: „rób to co wiesz i rozumiesz lub daj sobie spokój".

Masz ambicję, aby zacząć robić to w końcu dobrze? Nie wiesz od czego zacząć? Tym, którzy tego w ogóle nie robią, polecamy zainteresować się jednym z naszych lokalnych ośrodków rozliczania kierowców we Wrocławiu, Tarnowie, Gdańsku, Poznaniu lub Żyrardowie. To najprostsza i najszybsza droga do optymalizacji kosztów i wdrożenia dobrych, przynoszących korzyści standardów.

Odważnym i chętnym, aby samodzielnie liczyć polecamy spokój, opanowanie i staranność w rozliczaniu. Na czym ta staranność miałaby polegać? Otóż niedokładne ustalanie godzin faktycznej pracy, błędnie ustawione programy do rozliczania czasu pracy kierowców (brak wiedzy o wpływie poszczególnych opcji na końcowe rozliczenie), a w końcu niedokładne rejestrowanie momentów przekraczania granic, potrafią generować bardzo konkretne koszty. Co zatem zrobić, żeby te koszty stały się jednak oszczędnościami i to na poziomie nawet kilku tysięcy złotych miesięcznie? Odpowiedź: starać się, uczyć się, zrozumieć temat – ta wiedza pozwoli zaoszczędzić właśnie kilka, a nawet kilkadziesiąt tysięcy złotych.

Skąd taka suma? Nawet 20-minutowa rozbieżność w godzinie przekroczenia granicy powoduje nadwyżkę w należności ok 3 EUR dziennie, co w tygodniu daje ok 15 EUR, a w miesiącu dla jednego kierowcy to ok 60 EUR. A jeśli taki znikomy błąd popełnimy przy grupie 20 kierowców daje to kilka tysięcy złotych miesięcznie. A gdy uwzględnimy kolejne 12 miesięcy?

Jak widać, rozliczanie kierowców nie może być dziełem przypadku. Każdy nawet minimalny błąd, niedokładność lub mało istotna opcja w skali zatrudnienia i okresu czasu liczonego w dziesiątkach miesięcy generuje bardzo konkretne kwoty.

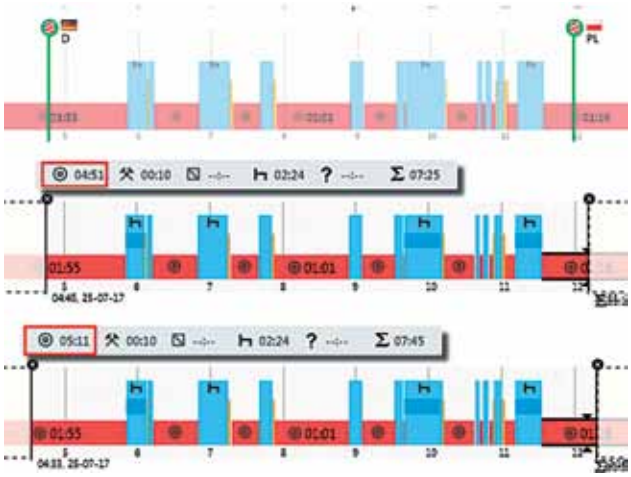
Wyegzekwujmy zatem od kierowców dokładne rejestrowanie czynności, prawidłowe wykazywanie postojów oraz dyspozycji.

Nawet najlepszy program ustawiony nieprawidłowo, przyniesie więcej szkody niż pożytku. Dlatego ITD-PIP promuje hasło: „rób to co wiesz i rozumiesz lub daj sobie spokój”.



Wyegzekwujmy od kierowców dokładne rejestrowanie czynności, prawidłowe wykazywanie postojów oraz dyspozycji. Weryfikujmy zbyt długie „załadunki”. Posiadając swój system monitoringu GPS porównujmy przekroczenia granic wykazane przez kierowcę z tymi podanymi przez system GPS

Weryfikujmy zbyt długie „załadunki”. Posiadając swój system monitoringu GPS porównujmy przekroczenia granic wykazane przez kierowcę z tymi podanymi przez system GPS.



Wykorzystuj narzędzia, które masz!

Kancelaria ITD-PIP dzięki porównywaniu aktywności kierowcy z dowolnym systemem GPS zaoszczędziła dla swoich klientów setki tysięcy złotych! Większość naszych klientów posiada systemy monitoringu GPS, więc bez specjalnych inwestycji zwiększyliśmy ich oszczędności. Po naszej stronie była niewielka inwestycja w rozszerzenie oprogramowania SuperTacho, które współpracuje z większością systemów GPS i po tych kilku miesiącach widać realne efekty. Dlatego szczerze polecamy staranne wykorzystywanie posiadanych narzędzi, bo to się opłaca. W naszej ofercie znajdziecie Państwo zarówno profesjonalne usługi rozliczania kierowców z zastosowaniem dopasowanych indywidualnie zasad oraz oprogramowanie SuperTacho korzystające z danych GPS większości systemów dostępnych na rynku.

Serdecznie zapraszamy na naszą stronę www.itd-pip.pl w celu zapoznania się z ofertą oraz poznania naszych produktów.

Mariusz Hendzel

ITD-PIP Kancelaria transportowa

Kancelaria Transportowa ITD-PIP.pl

Jeden z najdłużej funkcjonujących zespołów specjalistów świadczących usługi rozliczania ewidencji czasu pracy kierowców (główni eksperci są z nami nieprzerwanie od 2004 r.). Dzięki sieci oddziałów w całej Polsce każdy klient ma dostęp do swojego specjalisty w swojej okolicy. Innowacje wprowadzane na rynek przez grupę ITD-PIP.pl to m.in. czytnik kart kierowcy i tachografów w telefonie komórkowym TachoDroid, oprogramowanie SuperTacho (błyskawiczna analiza i rozliczanie składników wynagrodzeń i delegacji). Najnowszą pozycją w ofercie ITD-PIP.pl jest moduł importu granic z dowolnego systemu GPS oraz rozliczanie czasu pracy kierowców małych pojazdów (DMC<3,5t) na podstawie zdarzeń z systemów GPS (www.itd-pip.pl).

Wniosek o ogłoszenie upadłości niewypłacalnego przedsiębiorcy

Znakomitą część firm transportowych w Polsce prowadzą osoby fizyczne w formie jednoosobowej działalności gospodarczej. Firmy te są często zbyt małe, by korzystać ze stałej pomocy prawników i ze wszystkimi sprawami prawnymi radzą sobie same na bieżąco. Niestety, to oznacza, że znaczna ich część nie ma pełnej świadomości na temat odpowiedzialności jaka grozi za niezgłoszenie wniosku o ogłoszenie upadłości w terminie.

Jest ona całkowicie niezależna od tego, czy ktoś sam jeździ wynajętą naczepą i nie płaci swoich składek ZUS lub podatków, czy też zatrudnia 100 pracowników i zalega im z wynagrodzeniami. Sankcje za niezgłoszenie wniosku w terminie, niestety, są bolesne i często stanowią całkowite zaskoczenie dla przedsiębiorcy, co jeszcze zwiększa poziom jego stresu i szkody majątkowe. Dobrze jest wiedzieć o zagrożeniach płynących z prawa upadłościowego nawet jeżeli kondycja naszej firmy jest dobra i niczego się nie boimy.

Za co ta sankcja?

Każdy, bez wyjątku, przedsiębiorca jest zobowiązany do zgłoszenia wniosku o ogłoszenie upadłości w ustawowym terminie. Dotychczasowy termin dwóch tygodni wydłużony został do 30 dni. Wydłużenie tego terminu jest reakcją na zastrzeżenia praktyków i ma służyć dostosowaniu obowiązku dłużnika do jego realnych możliwości. Przy obowiązywaniu poprzedniego, stanowczo zbyt krótkiego terminu, w branży prawniczej krążyły nawet żarty, że w Polsce nie ma wypłacalnego przedsiębiorstwa, bo zawsze jest ktoś, kto zapomni zapłacić albo zrobi to po terminie. Zmiany były konieczne, bowiem firma średniej wielkości przy rozbudowanej księgowości nie mogła stwierdzić z dnia na dzień, że zachodzi stan niewypłacalności. A zgodnie z literalnym brzmieniem przepisu firma, która nie zapłaciła dwóch faktur różnym wierzycielom, czyli np. za długopisy i papier do drukarki, miała status niewypłacalnej i było to bez znaczenia na jakie kwoty opiewał dług. Wprawdzie przedsiębiorcom w takiej sytuacji w sukurs przyszedł Sąd Najwyższy wskazując, iż „krótkotrwałe powstrzymanie płacenia długu wskutek przejściowych trudności nie jest podstawą ogłoszenia upadłości", to jednak szefowie firm nie mogli mieć pewności czy sąd, przed który trafił wniosek złożony przez wierzyciela, podziela zapatrywania sędziów Sądu Najwyższego, czy aby nie wykaże się w tej materii nadmierną surowością. Na szczęście nowe przepisy są bardziej racjonalne.

Każdy przedsiębiorca jest zobowiązany do zgłoszenia wniosku o ogłoszenie upadłości w ustawowym terminie. Dotychczasowy termin dwóch tygodni wydłużony został do 30 dni.

Kiedy składamy wniosek o ogłoszenie upadłości?

Odpowiedź na to pytanie daje nam art. 11 Ustawy prawo upadłościowe, wskazując, że dłużnik jest niewypłacalny, jeżeli utracił zdolność wykonywania swoich wymagalnych zobowiązań pieniężnych. I tu kolejny ukłon w stronę spóźniających się z zapłatą. Od stycznia 2016 r. zdecydowano się bowiem ustanowić domniemanie (które można oczywiście podważyć w obie stro-



Zmiany były konieczne, bowiem firma średniej wielkości przy rozbudowanej księgowości nie mogła stwierdzić z dnia na dzień, że zachodzi stan niewypłacalności. A zgodnie z literalnym brzmieniem przepisu firma, która nie zapłaciła dwóch faktur różnym wierzycielom miała status niewypłacalnej

Fot. Scania



Mateusz Medyński – Zimmerman i Wspólnicy, radca prawny, doradca restrukturyzacyjny, specjalizuje się w prawie upadłościowym i restrukturyzacji, prawie spółek oraz międzynarodowym prawie korporacyjnym. Autor licznych publikacji ukazujących się w prasie ogólnopolskiej i branżowej, w tym tłumaczenia ustawy prawo bankowe (The Banking Law / Prawo Bankowe, Bilingual edition, C.H.Beck 2011).



Konrad Forysiak – Zimmerman i Wspólnicy, radca prawny, specjalizuje się w postępowaniu egzekucyjnym oraz prawie upadłościowym ze szczególnym uwzględnieniem upadłości konsumenckiej. Autor publikacji naukowych i bloga o tematyce upadłościowej. Pełnomocnik klientów w licznych postępowaniach sądowych.

ny, jeśli ma się dobre argumenty), zgodnie z którym, jeżeli opóźnienie w wykonaniu zobowiązań pieniężnych przekracza trzy miesiące, dłużnik utracił zdolność do wykonywania swoich wymagalnych zobowiązań pieniężnych, czyli kolokwialnie rzecz ujmując „nie płaci". Domniemanie to bardzo upraszcza sprawdzenie, czy przedsiębiorca zdążył złożyć wniosek w terminie czy nie.

Co mi grozi za niezgłoszenie wniosku w terminie?

Jedną z sankcji jest pozbawienie prawa prowadzenia działalności gospodarczej na własny rachunek lub w ramach spółki cywilnej oraz pełnienia funkcji członka rady nadzorczej, członka komisji rewizyjnej, reprezentanta lub pełnomocnika osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą w zakresie tej działalności, spółki handlowej, przedsiębiorstwa państwowego, spółdzielni, fundacji lub stowarzyszenia. Zakaz taki może sięgać nawet 10 lat, a minimalny okres obejmuje rok. Ponadto, niezgłoszenie wniosku o ogłoszenie upadłości może skutkować odpowiedzialnością karną, nie wyłączając pozbawienia wolności na maksymalny okres roku. Jest to oczywiście środek ostateczny, ale jednak przewidziany przez ustawodawcę. Odbiegając nieco od tematyki jednoosobowej działalności wskazujemy jedynie, że członkowie zarządu spółki z ograniczoną odpowiedzialnością mogą zostać obciążeni odpowiedzialnością w ten sposób, że za zobowiązania spółki odpowiedzą swoim majątkiem, która to odpowiedzialność jako bardziej realna niż kara pozbawienia wolności, mocno działa na wyobraźnię kadry menedżerskiej. Wynika ona z art. 299 kodeksu spółek handlowych i jest bodajże najczęściej używanym batem na nieuczciwych dłużników. Podobnie zresztą (choć z innego przepisu) odpowiadają członkowie zarządu spółek akcyjnych.

Art. 11 ustawy prawo upadłościowe wskazuje że dłużnik jest niewypłacalny, jeżeli utracił zdolność wykonywania swoich wymagalnych zobowiązań pieniężnych.

Dodatkowo, jeżeli jesteśmy samodzielnym przedsiębiorcą i po zakończeniu postępowania upadłościowego chcielibyśmy umorzenia niespłaconej reszty naszych długów, musimy wykazać, że wniosek o ogłoszenie upadłości zgłosiliśmy w terminie, inaczej możemy na koniec postępowania upadłościowego zostać bez majątku, ale nadal z długami.

Zgłoszenie wniosku o ogłoszenie upadłości przedsiębiorcy wiąże się ze znaczącymi kosztami. Na początek jest to kwota około 5 tys. zł, obejmująca opłatę od wniosku i zaliczkę na koszty postępowania. Trzeba też pamiętać, że sąd nie ogłosi nam upadłości, jeżeli nie będziemy w stanie wykazać, że w masie upadłości (czyli aktywach dłużnika) znajdują się płynne środki w kwocie minimum ok. 50 tys. zł. W przeciwnym razie sąd oddali wniosek na podstawie art. 13 Ustawy prawo upadłościowe, czyli ze względu na brak środków na pokrycie kosztów postępowania. I teraz pojawia się pytanie.

A jak mnie nie stać na upadłość?

Co z osobami, które takimi środkami nie dysponują, albo wyrejestrowały działalność z CEiDG i zostały z zobowiązaniami albo takimi, które w ogóle nie miały świadomości co do złożenia wniosku o ogłoszenie upadłości? Czy wtedy będą musiały borykać się z długami przez dalszą część swojego życia? Otóż nie. Osoby takie przy spełnieniu konkretnych przesłanek będę miały szansę na oddłużenia w sytuacji, gdy nie doprowadziły do swojej niewypłacalności umyślnie bądź na skutek rażącego niedbalstwa. Taką możliwość dają zliberalizowane przepisy w zakresie upadłości konsumenckiej, które obowiązują od grudnia 2015 r. Co więcej, były przedsiębiorca nie musi już czekać rok na ogłoszenie upadłości od daty wykreślenia działalności z rejestru, a może to zrobić praktycznie następnego dnia po jej zakończeniu (i wykreśleniu z rejestru).

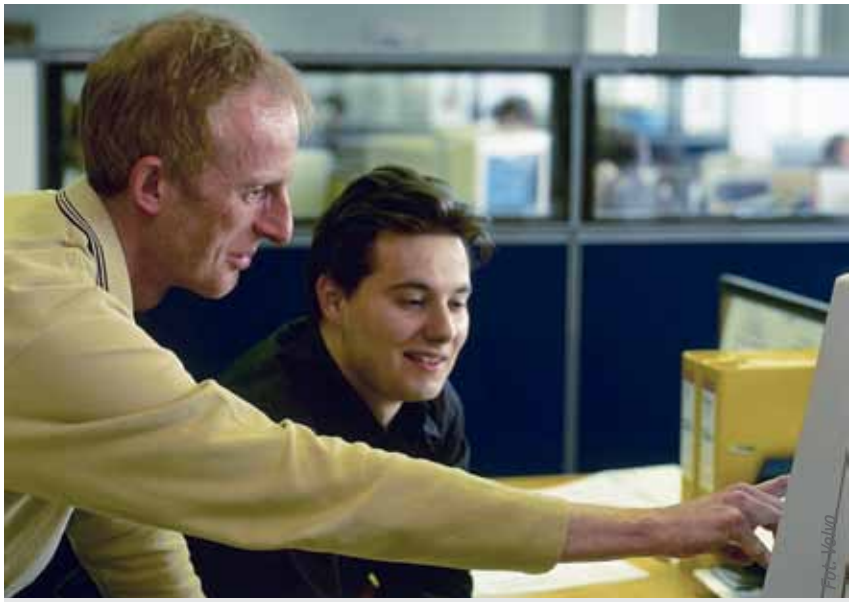
Upadłość konsumencka – co to takiego i czy mi się należy?

Jakie wymagania trzeba spełnić by sąd ogłosił upadłość byłemu, a w dodatku niewypłacalnemu przedsiębiorcy? Oczywiście wykluczamy sytuacje, kiedy ktoś doprowadza do niewypłacalności umyślnie albo na skutek rażącego niedbalstwa. Co to oznacza w praktyce? To, że nie można zadłużać się ponad swoje możliwości, czyli zaciągać zobowiązań kredytowych, których miesięczna wartość spłaty przekracza wysokość dochodu. Albo pogłębiać swojej niewypłacalności zaciągając tzw. chwilówki na spłatę kredytów bankowych. Ale to nie wystarczy. Spełnienie tych warunków



Fot. Photoxpress

Nie można zadłużać się ponad swoje możliwości, czyli zaciągać zobowiązań kredytowych, których miesięczna wartość spłaty przekracza wysokość dochodu. Albo pogłębiać swoją niewypłacalność zaciągając tzw. chwilówki na spłatę kredytów bankowych



Jedną z sankcji niezgłoszenia wniosku w terminie jest pozbawienie prawa prowadzenia działalności gospodarczej na własny rachunek lub w ramach spółki cywilnej oraz pełnienia funkcji członka rady nadzorczej, członka komisji rewizyjnej, reprezentanta lub pełnomocnika osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą w zakresie tej działalności, spółki handlowej, przedsiębiorstwa państwowego, spółdzielni, fundacji lub stowarzyszenia

to jedynie preludium. Taka osoba musi wykazać, że pomimo niezgłoszenia w terminie wniosku o ogłoszenie upadłości jako przedsiębiorca zasługuje na upadłość konsumencką. Ustawodawca bowiem uznał, że z dobrodziejstwa upadłości konsumenckiej może skorzystać były przedsiębiorca, ale tylko w sytuacji gdy: albo nie posiada zobowiązań z tytułu prowadzonej działalności, albo je ma, ale pomimo niezgłoszenia przez niego wniosku o ogłoszenie upadłości przedsiębiorcy przeprowadzenie postępowania konsumenckiego jest uzasadnione względami słuszności lub względami humanitarnymi.

I w tym miejscu dochodzimy do fundamentalnego pytania: co to są względy humanitarne oraz względy słuszności?

Niezgłoszenie wniosku o ogłoszenie upadłości może skutkować odpowiedzialnością karną, nie wyłączając pozbawienia wolności na maksymalny okres roku. Jest to oczywiście środek ostateczny, ale jednak przewidziany przez ustawodawcę.

Już na pierwszy rzut oka widać, że jest to pojęcie nieostre. Bo o ile ciężka choroba nowotworowa nie pozostawia wątpliwości, o tyle samotne wychowywanie dziecka już tak. Sądy niestety mają tu duże pole do interpretacji i od samego dłużnika, a często jego pełnomocnika, zależy jak konkretny stan faktyczny wpłynie na decyzję sądu.



Od stycznia 2016 r. zdecydowano się ustanowić domniemanie, zgodnie z którym, jeżeli opóźnienie w wykonaniu zobowiązań pieniężnych przekracza trzy miesiące, dłużnik utracił zdolność do wykonywania swoich wymagalnych zobowiązań pieniężnych

Dlatego ważne by rzetelnie przedstawić swoją sytuację i wskazać okoliczności, które tą niewypłacalność spowodowały.

Co zyskam?

Całkowite oddłużenie z niewielkimi wyjątkami dotyczącymi np. mandatów i alimentów. Oddłużenie obejmie również zobowiązania z tytułu działalności gospodarczej. Po kilku latach postępowania dłużnik nie ma żadnego majątku, bowiem wszystkie składniki syndyk sprzeda w ramach postępowania upadłościowego, ale za to zaczyna z czystą kartą. Nie ma też przeszkód w ponownym rozpoczęciu działalności gospodarczej, a nawet, o ile banki będą skłonne, w dalszym zaciąganiu zobowiązań. Ale z kolejnymi zobowiązaniami radzimy uważać, bo upadłość konsumencką można ogłosić tylko raz na 10 lat.

A więc okazuje się, że czasem nawet, gdy wydaje się, że drogę do ogłoszenia upadłości jako przedsiębiorca mamy zamkniętą, to przy spełnieniu określonych warunków są szanse by doprowadzić do umorzenia zobowiązań w toku upadłości konsumenckiej. Dlatego nie wszystko stracone. Pamiętajmy też, że ustawodawca regularnie liberalizuje w tym zakresie prawo upadłościowe, bowiem pierwsze przepisy dotyczące konsumentów były martwą regulacją i przez kilka lat zastosowano je do garstki przypadków. Nowością na korzyść dłużnika jest także regulacja, że były przedsiębiorca nie musi czekać rok na złożenie wniosku od daty wykreślenia, tylko może to zrobić od razu. A na horyzoncie już mam kolejną nowelizację, która – jeśli wierzyć zapowiedziom – jeszcze bardziej ułatwi ogłoszenie upadłości konsumenckiej. Przepisy faktycznie działają, bo obecnie w Polsce ogłasza się 4000 upadłości konsumenckich rocznie i liczba ta stale rośnie. Warto jest więc wiedzieć odrobinę o przysługujących przedsiębiorcom i konsumentom prawach oraz ciążących na nich obowiązkach w zakresie prawa upadłościowego, bo wiedza ta może się kiedyś bardzo przydać.

Mateusz Medyński
i Konrad Forysiak

Zezwolenie na wykonywanie zawodu przewoźnika drogowego dla transportu lekkiego

Aktualne prace Komisji Europejskiej nad rozporządzeniem (WE) 1071/2009 (pakiet mobilności)

Ogłoszenie w maju bieżącego roku tzw. pakietu mobilności wywołało niemałe zamieszanie zarówno w wśród samych przewoźników, jak też obiło się niemałym echem w mediach ogólnopolskich.


Kamil Kiwior

Wszystko z uwagi na szereg kluczowych zmian tamże zaproponowanych, a dotyczących chociażby mocno już dyskusyjnej kwestii płacy minimalnej dla kierowców przebywających na terenie niektórych państw członkowskich, czy też zmian w zakresie zasad wykonywania kabotażu, a przede wszystkim skutków jakie niniejsza nowelizacja może wywołać dla tzw. transportu lekkiego, a więc przewoźników wykonujących swoje transporty pojazdami o dopuszczalnej masie całkowitej nie przekraczającej 3,5 tony, o której tu słów kilka.



Ogłaszając kilka lat temu treść rozporządzenia (WE) 1071/2009 jako genezę wskazano chęć utworzenia jednolitego rynku dla funkcjonowania transportu drogowego. Dziś, zdaniem Komisji Europejskiej nadszedł czas na analizę jego funkcjonowania.

Argument koronny

Ogłaszając kilka lat temu treść rozporządzenia (WE) 1071/2009 jako genezę wskazano chęć utworzenia jednolitego rynku dla funkcjonowania transportu drogowego. Dziś, a więc po kilku latach od jego opublikowania, zdaniem Komisji Europejskiej nadszedł czas na analizę jego funkcjonowania i ocenę skutków jakie wywarł na europejski rynek usług transportowych. Z perspektywy czasu stwierdzono, iż wyłączenie z zakresu stosowania niniejszego rozporządzenia przewoźników drogowych rzeczy wyłącznie pojazdami silnikowymi lub zespołami pojazdów, których dopuszczalna masa całkowita nie przekracza 3,5 tony oraz dodatkowo pozostawienie możliwości obniżenia niniejszego limitu lub wybranych rodzajów przewozów dogłowowych przez poszczególne państwa członkowskie, doprowadziło do zbyt daleko idącego rozdrobnienia zasad obowiązujących tychże przewoźników, w zależności od danego państwa członkowskiego.

Rozszerzenie zakresu stosowania rozporządzenia

Dlatego też, w wybranym przez KE pakiecie zmian w konsekwencji zadecydowano o częściowym rozszerzeniu zakresu stosowania niniejszego rozporządzenia również o przewoźników drogowych świadczących usługi pojazdami lekkimi (potocznie: busami). A co za tym idzie, o nałożeniu na tychże przewoźników obowiązku spełnienia dodatkowych wymogów, takich chociażby jak obowiązek posiadania rzeczywistej i stałej siedziby, w której przechowywane są podstawowe dokumenty biznesowe, w szczególności umowy handlowe, dokumenty księgowe, dokumenty zarządzania personelem, umowy o pracę, dokumenty zawierające dane dotyczące czasu prowadzenia pojazdu i odpoczynku oraz wszelkie inne dokumenty, do których właściwy organ musi mieć dostęp w celu sprawdzenia ich zgodności w jednym z państw członkowskich. Przewoźnik ma też obowiązek skutecznie i nieprzerwanie wykonywać czynności administracyjne i handlowe z pomocą odpowiedniego sprzętu i wyposażenia administracyjnego, w pomieszczeniach znajdujących się w danym państwie członkowskim, posiadać aktywa i zatrudniać pracowników proporcjonalnie do działalności zakładu. Musi też posiadać odpowiednią zdolność finansową wykazywaną na podstawie rocznych sprawozdań finansowych zatwierdzonych przez biegłego rewidenta lub należycie poświadczoną osobę, w których jest mowa, że co roku dysponuje odpowiednią kwotą (na dzień dzisiejszy: równowartością kwoty 1.800 EUR dla pierwszego pojazdu oraz 900 EUR za każdy dodatkowy pojazd), zaś w drodze odstępstwa za pomocą certyfikatu, takiego jak gwarancja bankowa, dokument wydany przez instytucję finansującą ustanawiającą dostęp do kredytu w imieniu przedsiębiorstwa lub inny dokument udowadniający, że przedsiębiorca dysponuje odpowiednią zdolnością finansową.

Kamil Kiwior,
Kancelaria Transportowa
LEGALTRANS Sp. z o.o.

Ubezpieczenia transportowe vs ogólne warunki ubezpieczenia

Usługi transportowe obarczone się dużym ryzykiem powstania szkody na towarze nawet w przypadku, gdy kierowca (przewoźnik) nie ponosi winy za wyrządzoną szkodę. Bardzo często przewoźnicy swoją odpowiedzialność na podstawie umowy przewozu, mylą z odpowiedzialnością ubezpieczyciela na podstawie umowy ubezpieczenia.

Wydawać by się mogło, że jest to oczywiste, ale wciąż wiele firm transporotowych bezpodstawnie stawia znak równości pomiędzy swoją odpowiedzialnością a ochroną objętą polisą ubezpieczeniową. Wynika to z wielu czynników, które niestety w naszym kraju są wyjątkowo skrupulatnie wychwytywane przez towarzystwa ubezpieczeniowe (dalej zwane TU). Zaskakujące jest, że międzynarodowe TU zupełnie inaczej (łagodniej) podchodzi od likwidowania szkód transportowych, podczas gdy w Polsce każde niedopatrzenie podciągane jest pod tzw. „rażące niedbalstwo".

TU. Kilka lat temu jeden z największych ubezpieczycieli działających na terenie Polski wprowadził nową wersję OWU, które to warunki w praktyce mogą doprowadzić do odmowy wypłaty odszkodowania

Skoro umowa pomiędzy towarzystwem ubezpieczeniowym a przewoźnikiem reguluje zakres ubezpieczenia, to rozsądnie działający przedsiębiorca – firma transportowa, powinien zapoznać się z warunkami na jakich zawarł polisę ubezpieczeniową.

Zakres odpowiedzialności przewoźnika a polisa ubezpieczeniowa

Zgodnie z art. 17 Konwencji CMR (oraz w zbliżonym zakresie art. 65 prawa przewozowego) „Przewoźnik odpowiada za całkowite lub częściowe zaginięcie towaru lub za jego uszkodzenie, które nastąpi w czasie między przyjęciem towaru a jego wydaniem […]". Z kolei art. 805 kodeksu cywilnego stanowi, iż „Przez umowę ubezpieczenia ubezpieczyciel zobowiązuje się, w zakresie działalności swego przedsiębiorstwa, spełnić określone świadczenie w razie zajścia przewidzianego w umowie wypadku, a ubezpieczający zobowiązuje się zapłacić składkę". Bardzo istotne jest tutaj stwierdzenie „w razie zajścia przewidzianego w umowie wypadku", albowiem umowa ubezpieczenia nie musi obejmować pełnej odpowiedzialności przewoźnika jaką nakładają na niego przepisy związane z transportem drogowym (CMR lub prawo przewozowe). Skoro umowa pomiędzy TU a przewoźnikiem reguluje zakres ubezpieczenia, to rozsądnie działający przedsiębiorca – firma transportowa, powinien zapoznać się z warunkami na jakich zawarł polisę ubezpieczeniową.

Polisa a OWU

Każda polisa ubezpieczeniowa (odpowiedzialności cywilnej przewoźnika, tzw. OCP, oraz odpowiedzialności cywilnej spedytora, tzw. OCS) odsyła wprost do Ogólnych Warunków Ubezpieczenia (dalej zwane OWU), które w szeroki, aczkolwiek często nieprecyzyjny sposób, regulują odpowiedzialność w najbardziej oczywistych przypadkach. Zanim jednak wskażę najnowsze kruczki prawne, jakie przygotował jeden z ubezpieczycieli, wskażę kilka warunków polis ubezpieczeniowych, które są sprzeczne z obowiązującymi realiami świadczenia usług transportowych.

Wymogi oderwane od rzeczywistości

List przewozowy to podstawa do uzyskania odszkodowania. Praktycznie wszyscy ubezpieczyciele wymagają, aby firma transportowa nie tylko posiadała list przewozowy, ale była wyraźnie wpisana jako przewoźnik w dokumencie przewozowym. Co ważne, już kilka razy Sąd Najwyższy rozstrzygał spory ubezpieczeniowe, które powstały wyłącznie z powodu braków w liście przewozowym. Dla przykładu, w jednym z wyroków Sąd Najwyższy stwierdził, że numer rejestracyjny pojazdu to nie to samo co nazwa przewoźnika. W konsekwencji z tak błahego powodu przewoźnik, który posiadał ważną polisę ubezpieczeniową musiał z własnej kieszeni pokryć szkodę z tytułu uszkodzonego ładunku, albowiem jednym z warunków zawartych w OWU było wykonywanie przewozów na podstawie listów przewozowych wystawionych na ubezpieczonego zgodnie z prawem przewozowym. Pomimo, że niepełne dane w liście przewozowym nie miały żadnego wpływu na sam fakt uszkodzenia ładunku, ani na rozmiar szkody, to jest to podstawa do odmowy wypłaty odszkodowania.



List przewozowy to dokument zawierający podpis nadawcy i określenie placówki przewoźnika. Skoro przewoźnicy w celu przyspieszenia i uproszczenia biurokracji wpisują jedynie numer rejestracyjny pojazdu (lub nazwisko kierowcy) to nie spełniają wymogów OWU na jakie sami się zgodzili

Zarówno Konwencja CMR jak i polskie prawo przewozowe regulują czym jest list przewozowy. OWU dodatkowo doprecyzowują, iż :



Przewoźnik z samego faktu przyjęcia przesyłki do przewozu ponosi za nią odpowiedzialność, co niestety nie przekłada się na społecznie oczywistą odpowiedzialność firm ubezpieczeniowych

– List przewozowy to dokument, który po potwierdzeniu przez przewoźnika, stanowi dowód zawarcia umowy przewozu; list przewozowy powinien zawierać:

a) nazwę i adres nadawcy, jego podpis oraz określenie placówki przewoźnika zawierającego umowę,

b) miejsce przeznaczenia przesyłki oraz nazwę odbiorcy,

c) określenie rzeczy, masy, liczby sztuk przesyłki, sposobu opakowania i oznaczenia,

d) inne wskazówki i oświadczenia wymagane albo dopuszczone zgodnie z przepisami ze względu na warunki danej umowy lub sposób rozliczeń;

za list przewozowy uważany jest również przekaz elektroniczny, wydruk komputerowy lub inny dokument zawierający dane określone pod lit. a-d.

Powyższy tekst pochodzi wprost z OWU jednego z największych polskich ubezpieczycieli. Proszę zwrócić uwagę, że list przewozowy to dokument zawierający podpis nadawcy i określenie placówki przewoźnika. Skoro przewoźnicy w celu przyspieszenia i uproszczenia biurokracji wpisują jedynie numer rejestracyjny pojazdu (ewentualnie nazwisko kierowcy) to nie spełniają wymogów OWU na jakie sami się zgodzili. Sprawa jeszcze bardziej się komplikuje, jeśli firma transportowa korzysta z podwykonawców, albowiem w chwili załadunku ubezpieczony nie ma żadnego wpływu ani nadzoru nad tym, jakie dane zostaną wpisane w obecności kierowcy zatrudnionego przez podwykonawcę. Przykre jest jednak to, że kwestia listu przewozowego, z praktycznego punktu widzenia, nie ma żadnego znaczenia. Za pomocą innych środków dowodowych (treść maili, zeznania świadków, protokół policji) można ustalić kto i na jakiej podstawie wykonywał przewóz towarów. Przewoźnik z samego faktu przyjęcia przesyłki do przewozu ponosi za nią odpowiedzialność, co niestety nie przekłada się na społecznie oczywistą odpowiedzialność firm ubezpieczeniowych.

Cytowane powyżej OWU przewidują możliwość uznania za list przewozowy przekazu elektronicznego lub wydruku komputerowe-

Każda polisa ubezpieczeniowa odsyła wprost do Ogólnych Warunków Ubezpieczenia, które w szeroki, aczkolwiek często nieprecyzyjny sposób, regulują odpowiedzialność towarzystwa ubezpieczeniowego.

Platforma intralogistyki
o zasięgu światowym

LogiMAT 2018

16. Międzynarodowe Targi
rozwiązań intralogistycznych i
zarządzania procesami

13 – 15 marca 2018
Messe Stuttgart, Niemcy

INTRALOGISTYKA
Z PIERWSZEJ RĘKI

cyfrowo • sieciowo • innowacyjnie



W ramach LogiMAT
TradeWorld 2018
KOMPETENCJEDLAPROCESÓWHANDLOWYCH

Informacje i zgłoszenia

Tel. +49 89 32391-259 | www.logimat-messe.de



Dla polskich ubezpieczycieli ładunek ponadgabarytowy to taki, którego przewóz wymaga użycia pojazdu nienormatywnego w rozumieniu obowiązującej ustawy prawo o ruchu drogowym. Towarzystwo ubezpieczeniowe nie ponosi odpowiedzialności w sytuacji gdy przewóz realizowany był samochodami, które ze względu na swój ciężar lub wielkość wymagają szczególnych zezwoleń, a przewoźnik nie dysponował nimi lub nie zastosował się do warunkach w nich zawartych

go, ale w praktyce są to przepisy martwe. Zgodnie z OWU listem przewozowym jest dokument, który posiada „podpis nadawcy". Zgodnie z obowiązującym w Polsce prawem podpis to „własnoręczny" znak graficzny naniesiony na papier lub np. e-mail zaopatrzony certyfikowanym podpisem elektronicznym. Wysłanie wiadomości e-mail, nawet ze służbowej skrzynki, ale bez certyfikowanego podpisu elektronicznego, nie będzie uznane za „podpisane", a co za tym idzie, TU odmówi wypłaty odszkodowania.

List przewozowy to podstawa do uzyskania odszkodowania. Praktycznie wszyscy ubezpieczyciele wymagają, aby firma transportowa nie tylko posiadała list przewozowy, ale była wyraźnie wpisana jako przewoźnik w dokumencie przewozowym.



Sporo przewoźników błędnie kieruje się wyłącznie dopuszczalną ładownością pojazdu, a w wielu przypadkach, załadowanie 23-24 ton na 5-osiowy zestaw spowoduje, że na osi ciągnącej nacisk osi będzie wynosił więcej niż 8 lub 10 ton. Zgodnie z OWU taki pojazd powinien posiadać „szczególne zezwolenie"

Na co zwrócić uwagę w gąszczu przepisów

Z kilkunastu stron OWU najbardziej istotne dla firmy transportowej są dwa działy: "Wyłączenia odpowiedzialności" oraz „Obowiązki ubezpieczonego". W tych dwóch działach (obejmujących przeważnie nie więcej niż 2-3 strony) zawarta jest absolutna większość klauzul, które w praktyce mogą spowodować irracjonalną z punktu widzenia sprawiedliwości społecznej, odmowę wypłaty odszkodowania. Mając na uwadze rangę umowy ubezpieczeniowej, której suma gwarancyjna sięga 200 a nawet 300 tys. euro, a wysokość składki ubezpieczeniowej kilkudziesięciu tysięcy złotych, warto jest poświęcić 2-3 godziny na analizę kupowanego „kota w worku".



Zgodnie z obowiązującym prawem podpis to „własnoręczny" znak graficzny naniesiony na papier lub np. e-mail zaopatrzony certyfikowanym podpisem elektronicznym. Wysłanie wiadomości e-mail bez certyfikowanego podpisu elektronicznego, nie będzie uznane za „podpisane"

„Ładunek ponadgabarytowy" – czarny koń ubezpieczycieli

Co pewien czas ubezpieczyciele dodają nowe, wcześniej nieznane warunki, które mają na celu ułatwić im odmowę wypłaty odszkodowania. Okazuje się, że od jesieni 2014 r. praktycznie wszystkie firmy transportowe (z busami do 3,5 tony włącznie) to firmy, ala ponadgabarytowe.

Od pewnego czasu TU wprowadziły nową definicję „ładunku ponadgabarytowego". Wydawać by się mogło, że mianem „ładunku ponadgabarytowego" należy rozumieć towary wyjątkowo duże lub ciężkie. Znane są przykłady przewozu ciężkich generatorów (np. 100 ton), długich skrzydeł do elektrowni wiatrowych (np. 50 metrów) lub objętościowych zbiorników (800 kubików). Tymczasem dla polskich ubezpieczycieli ładunek ponadgabarytowy to taki, którego przewóz wymaga użycia pojazdu nienormatywnego w rozumieniu obowiązującej ustawy Prawo o ruchu drogowym. Dalsza część OWU stanowi, że TU nie ponosi odpowiedzialności w sytuacji, gdy przewóz realizowany był samochodami, które ze względu na swój ciężar lub wielkość wymagają szczególnych zezwoleń, a przewoźnik nie dysponował takimi zezwoleniami lub nie zastosował się do warunków w nich zawartych.

Zgodnie z obowiązującym prawem, przekroczenie któregokolwiek z warunków technicznych pojazdów (szerokość, wysokość, masa całkowita lub naciski osi) powoduje, że jest to przejazd nienormatywnym. Proszę zwrócić uwagę, że spora część polskich dróg oznaczona jest nośnością do 8 lub 10 ton. Tylko nieliczne drogi umożliwiają poruszanie się pojazdem o naciskach do 11,5 tony na osi. Niestety, wielu przewoźników błędnie kieruje



Łukasz Chwalczuk

Wspólnik w Kancelarii Prawnej Iuridica specjalizującej się w prawie przewozowym, spedycyjnym i odszkodowawczym. Aktualnie pełni funkcję prezesa zarządu Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Przewoźników Transportu Nienormatywnego oraz Transport Section Excutive w europejskim stowarzyszeniu ESTA.

się wyłącznie dopuszczalną ładownością pojazdu (względnie dopuszczalną masą całkowitą), a w wielu przypadkach załadowanie 23-24 ton na 5-osiowy zestaw spowoduje, że na osi ciągnącej nacisk osi będzie wynosił więcej niż 8 lub 10 ton. Zgodnie z OWU taki pojazd powinien posiadać „szczególne zezwolenie", a brak takiego zezwolenia zwalania TU z odpowiedzialności za zapłatę odszkodowania.

Od kilku miesięcy ubezpieczyciele powołują się na wyroki Sądów Administracyjnych, protokoły kontroli ITD oraz indywidualne opinie biegłych, które wskazują, że w danym przypadku nacisk osi ciągnącej został przekroczony, a w związku z brakiem stosownego zezwolenia ubezpieczyciel odmawia wypłaty odszkodowania.

Okazuje się zatem, że dla TU ładunek o masie 1000 kg na busie lub 22 tony na zestawie pojazdów to „gabaryt".

Termin na zgłoszenie szkody

Po setkach spraw, jakie dotarły do naszej kancelarii stwierdzam, że „szkodę należy zgłosić szybko, ale dokumentów nie wysyłać pochopnie". Większość OWU wymaga, aby przewoźnik zgłosił szkodę w ciągu np. 7 dni. W przeciwnym wypadku może to spowodować odmowę wypłaty odszkodowania. Proszę jednak zwrócić uwagę, że zgłoszenie szkody (np. telefonicznie za pomocą infolinii) to nie to samo, co późniejsze uzupełnienie dokumentacji. Jest to ostatni moment, aby zadbać o prawidłowe udowodnienie swoich praw i roszczeń. Lepiej nie robić tego pochopnie.

Szkodę należy zgłosić szybko, ale dokumentów nie wysyłać pochopnie. Większość ogólnych warunków ubezpieczenia wymaga, aby przewoźnik zgłosił szkodę w ciągu np. 7 dni. W przeciwnym wypadku może to spowodować odmowę wypłaty odszkodowania.

Parkingi strzeżone – dbałość o ...niewypłacanie odszkodowań

Zrozumiałym jest, że zarówno przewoźnik jak i kierowca powinni dołożyć wszelkich starań w zabezpieczenie ładunku przed kradzieżą. Zasadnym jest oczekiwanie, aby pojazd w trakcie postoju był zaparkowany na możliwie najbezpieczniejszym miejscu postojowym. Niestety, w praktyce transportowej, biorąc pod uwagę ilości pojazdów parkujących przy głównych szlakach komunikacyjnych, znalezienie prawdziwego parkingu strzeżonego graniczy z cudem. O ile dostępne są „parkingi płatne" to nie można tego porównywać z parkingiem strzeżonym. TU zakreśliły dokładnie kiedy ponoszą odpowiedzialność za kradzież pojazdu w trakcie postoju. Zgodnie z OWU jednego z TU, ubezpieczyciel: nie odpowiada za szkody powstałe podczas postoju środka transportu poza parkingami strzeżonymi, z wyjątkiem sytuacji gdy postój środka a transportu wynika z:

a) wypadku lub awarii środka transportu uniemożliwiających bezpieczne i zgodne z przepisami kontynuowanie jazdy,
b) konieczności udzielenia pomocy ofiarom wypadków drogowych,



Fot. Scania

w większości przypadków postój pojazdu na nowoczesnych, przystosowanych dla pojazdów ciężarowych parkingach, nie gwarantuje uzyskania odszkodowania z polisy ubezpieczeniowej, za którą firmy transportowe płacą kilka, a nawet kilkaset tysięcy złotych

c) dokonywania formalności celnych lub związanych z przejazdem drogą płatną,
d) nagłego zachorowania kierowcy w przypadku, gdy nie ma możliwości kontynuowania jazdy,
e) kontroli drogowej przez uprawnione władze,
f) nakazu postoju przez uprawnione władze.

Trudno wyobrazić sobie sytuację (wypadek ubezpieczeniowy), w którym towar zostaje skradziony podczas gdy:

a) kierowca udziela pomocy ofiarom wypadku,
b) kierowca dokonuje formalności celnych a pojazd pozostaje w obrębie przejścia granicznego,
c) prowadzona jest kontrola drogowa przez uprawione władze lub postój wynika z nakazu uprawionego urzędnika.

Po głębszym zastanowieniu okazuje się, że w większości przypadków postój pojazdu na nowoczesnych, przystosowanych dla pojazdów ciężarowych parkingach, nie gwarantuje uzyskania odszkodowania z polisy ubezpieczeniowej, za którą firmy transportowe płacą kilka, a nawet kilkaset tysięcy złotych.

Od lat analizujemy i opiniujemy warunki na jakich firmy transportowe ubezpieczają swoją odpowiedzialność za ewentualne uszkodzenie lub utratę towaru. Okazuje się, że umiejętne wskazanie newralgicznych klauzul w OWU, negocjacja biznesowa połączona ze świadomym wskazaniem oczekiwań pozwala na uzyskanie takiej polisy ubezpieczeniowej, która w razie wystąpienia szkody na towarze, pokryje zobowiązania finansowe. Niestety, bardzo często walka o jak najniższą składkę przesłania cel jakiemu ma służyć polisa – czyli bezpieczeństwo finansowe.

Łukasz Chwalczuk

Rosnące znaczenie faktoringu w sektorze MŚP

Już co ósma mikro, mała lub średnia firma (13,4%) korzysta z faktoringu w celu pozyskania środków finansowych. Tak wynika z „Barometru EFL za III kwartał 2017 r. Zestawiając te dane z poprzednimi, tegorocznymi pomiarami, widać, że rośnie grupa przedsiębiorstw korzystających z usług firm faktoringowych. W II kwartale sięgała po nie co dziesiąta firma (9,9%), a w I kwartale co czternasta (7,3%).

Cykliczne badania „Barometru EFL" wskazują na rosnącą rolę faktoringu jako instrumentu finansowania zewnętrznego i ma to swoje odzwierciedlenie w wynikach firm faktoringowych działających w Polsce. Otóż obroty firm zrzeszonych w Polskim Związku Faktorów w latach 2012-2017 wzrosły ponad dwukrotnie. Podczas gdy w ciągu II kwartałów 2012 r. instytucje faktoringowe sfinansowały faktury na łączną kwotę ponad 38 mld zł, tak w pierwszym półroczu tego roku kwota ta wyniosła ponad 83 mld zł – mówi Stanisław Atanasow, prezes zarządu Eurofactor Polska S.A.

Im większa firma, tym częściej

Z „Barometru EFL" wynika, że w III kwartale 2017 r. z usług firm faktoringowych korzystało 13,4% przedsiębiorców. To więcej niż w II kwartale br. – 9,9% – oraz w I kwartale br. – wówczas taką deklarację złożyło 7,3%. Podobnie jak w poprzednich kwartałach, w III kwartale widać wyraźną tendencję w korzystaniu z faktoringu spoglądając na wielkość podmiotów. Im firma zatrudnia więcej pracowników, tym częściej korzysta z tego instrumentu finansowego. Podczas gdy wśród mikro firm 9,3% zarządzających bazuje na faktoringu, wśród małych – 15,1%, to wśród średnich podmiotów ten odsetek jest najwyższy i wynosi 16,1%.

Za pan brat z faktoringiem

Na tle sześciu badanych branż, wyróżniają się dwie, których przedstawiciele najczęściej do finansowania swoich inwestycji wykorzystują faktoring. Są to branża transportowa (26%) oraz budowlana (21,5%). Wyraźnie mniejsze znaczenie faktoringu widać w segmencie bankowym (7,2%) oraz w firmach handlowych (8,5%).

Duży popyt w Polsce

Eurofactor Polska S.A. od stycznia do czerwca br. sfinansował wierzytelności na kwotę 941 mln zł, a liczba obsłużonych faktur w omawianym okresie zwiększyła się o ponad połowę r/r. Zrzeszone w Polskim Związku Faktorów (PZL) firmy, w ciągu dwóch kwartałów 2017 r. sfinansowały blisko 4 mln faktur na łączną kwotę 83,6 mld zł. Z usług faktoringowych w tym okresie skorzystało ponad 8 tys. klientów.

Barometr EFL na 3. kwartał 2017 r.
Produkty wspierające działalność MŚP



n=600 (wielokrotna odpowiedź, nie sumuje się do 100)
* kredyty kupieckie, gwarancje bankowe, dotacje unijne, gminne

Barometr EFL

Syntetyczny wskaźnik informujący o skłonności firm z sektora MŚP do wzrostu. Prognozowana na dany kwartał kondycja finansowa firm MŚP daje punkt odniesienia do wnioskowania o zakładanym kierunku zmian, które sprzyjają wzrostowi lub działają hamująco na rozwój firm. Badanie przygotowywane jest przez Ecorys na zlecenie EFL SA., a wyniki są publikowane co kwartał. W badaniu, które odbyło się w dniach 3-11 sierpnia, wzięło udział 600 mikro, małych i średnich firm z całej Polski.

Faktoring

- Wykup przez podmiot świadczący usługę faktoringu (faktora) nieprzeterminowanych wierzytelności przedsiębiorstw (faktorantów) należnych im od kontrahentów (odbiorców) z tytułu dostaw i usług oraz na świadczeniu na ich rzecz dodatkowych usług (np. inkaso należności, monitoring płatności, prowadzenie rozliczeń, pomoc w ściąganiu przeterminowanych należności).
- Przedsiębiorstwo korzystające z faktoringu szybciej otrzymuje środki finansowe wynikające z zawartej transakcji sprzedaży, ponieważ faktor przekazuje mu w formie zaliczki wcześniej ustalony procent wierzytelności. Faktoring pozwala zatem przedsiębiorstwu skrócić cykl rotacji należności, a więc poprawić jego bieżącą płynność. Ponadto faktoring umożliwia podmiotom gospodarczym ograniczyć ryzyko niewypłacalności kontrahenta (*Wikipedia*).

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
  ul. Malczewskiego 17a,
  05-820 Piastów
- 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 /2017
Truck&Van od numeru /2017
oba tytuły od numeru /2017

☐ 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.

Centrum Targowo-Konferencyjne

exposilesia

www.exposilesia.pl





24 - 25 kwietnia 2018

TRANSPORTEX

Targi Transportu i Spedycji

www.tslexpo.pl

24 - 25 kwietnia 2018

LOGISTEX

Salon Logistyki i Magazynowania

www.logistex.pl

Kierownik Działu Targowego

Wioletta Błońska - Dudek | +48 510 031 732 | wioletta.blonska@exposilesia.pl