

Inspirujące rozmowy o logistyce

LOGISTYCZNE WYWIADY

3 edycja
2019

A large elephant is depicted from the chest up, wearing a dark grey business suit with a white shirt and a dark tie. The elephant's trunk is curled slightly, and its tusks are visible. It has its arms crossed over its chest. The background is a textured, light brown surface.

16 KREATYWNYCH ROZMÓW
- IDEE TWORZĄ I WPROWADZAJĄ LUDZIE

FIX DAY
13
PARYŻ
PRZED 13:00

FIX DAY
10
LONDYN
PRZED 10:00

FIX DAY
13
BERLIN
PRZED 13:00

FIX DAY
10

FIX DAY
13

Nowe opcje dla:
DB SCHENKERsystem:
Fix Day 10 i 13

Moc logistyki dla Twojego biznesu!

Zaufaj najsilniejszej sieci logistycznej w Europie.
Skorzystaj z dostawy na określony dzień
do określonej godziny: **Fix Day 10 i 13**

SPIS TREŚCI



Włączamy energię Wywiad z Mariuszem Szewczykiem, właścicielem firmy EnergyOn	4
Rekord w dźwiganiu Wywiad z Marcinem Trąbką, Członkiem Zarządu KUHN Polska	10
W kolorze blue Wywiad z Piotrem Skiporem, Branch Managerem oddziału firmy Mainfreight w Polsce	14
Myślimy długofalowo Wywiad z Januszem Aniołem, Dyrektorem Generalnym Raben Logistics Polska	20
Logistyka w obrazkach Wywiad z Tomaszem Cegielskim, Dyrektorem Zarządzającym Geis PL	26
Stawka rozlokowana Wywiad z Kacprem Gołubowskim, Ekspertem SRW	30
Ustanawianie standardów Wywiad z Bartoszem Michalskim, Dyrektorem Developmentu SEGRO	34
Wiedza, potencjał, pieniądze Wywiad z Marcinem Jeziorskim, Prezesem Zarządu TBX	39
Czas silnych graczy Wywiad z Pawłem Moderem, CEO/Dyrektorem Generalnym, Członkiem Zarządu LINK Sp. z o.o.	44
Optyka klienta Wywiad z Przemysławem Piętakiem, Dyrektorem Zarządzającym HUB logistics, i Marzeną Wal, Dyrektorką ds. Rozwoju Biznesu HUB logistics	48
Po szczeblach Wywiad z Gianluca Marcattili, Prezesem Zarządu Akala Faraone Sp. z o.o.	54
Bezpieczeństwo przede wszystkim Wywiad z Markiem Skowrońskim, Vice Presidentem Land Transport Cluster North East Europe w DB Schenker	58
Jak w szwajcarskim zegarku Wywiad z Wojciechem Bytnerem, Dyrektorem Generalnym Georg Utz Sp. z o.o. w Polsce	62
Hossa nam służy Wywiad z Kamilem Szymańskim, Associate Directorem w firmie doradczej Savills	68
Złoty wiek rozwoju Wywiad z Jerzym Holcem, Prezesem Zarządu EMTOR	74
Holistyczne ujęcie przemysłu Wywiad z Joanną Kucharską, Dyrektorką targów ITM Polska	78

Wydawca: Medialog Sp. z o.o., ul. Wyspiańskiego 14/15, 60-750 Poznań, www.logistyczny.com

Redakcja: ul. Wyspiańskiego 14/15, 60-750 Poznań, tel. 61 866 79 18/19, fax 61 862 12 20

Redaktor Naczelny: Krzysztof Pograniczny, tel. 502 60 10 50, krzych-red@post.pl

Promocja i Reklama:

Michał Klecha, tel. 796 777 918, michal.klecha@medialog.pl

Małgorzata Lizik, tel. 517 171 942, malgorzata.lizik@medialog.pl

Łukasz Mikołajczak, tel. 501 222 757, lukasz.mikolajczak@medialog.pl

Adres Biura Promocji i Reklamy: ul. Wyspiańskiego 14/15, 60-750 Poznań, tel. 61 866 79 18/19, fax 61 861 00 05

Projekt i DTP: Casus Design, www.casusdesign.com

Druk: Interak

Redakcja zastrzega sobie prawo do redagowania oraz skracania tekstów.

Redakcja nie odpowiada za treść zamieszczonych reklam.

Idee tworzą i wprowadzają w życie ludzie

Czasem, obserwując kogoś i jego działanie, ma się jakąś wewnętrzną potrzebę, aby poznać go bliżej osobiście i przedstawić innym jego opinie na świat. W dwóch dotychczasowych edycjach publikacji „Logistycznych Wywiadów” zaprezentowaliśmy ponad 30 rozmów z menadżerami, którzy zarządzają firmami na rynku logistycznym. Wspomnieć warto choćby Ewalda Rabena (Raben), Grzegorza Lichocika (Dachser), Karolinę Tokarz (Promag), Yanna Belgę (ID Logistics), Magdalenę Szulc (SEGRO), Adama Kwiatkowskiego (Geis), Waldemara Rogiewicza (Protim), Filipa Czerwińskiego (DSV). To konkretni ludzie, których nazwiska uosabiają czołowe organizacje biznesowe w obszarze logistyki. Ale to przede wszystkim interesujące osobowości, sportretowane w rozmowach na tematy także niebiznesowe. Liderzy opinii, którzy mówią o tym, co daje im energię tworzenia i myślenia o swoim miejscu w świecie. Opowiadają

o zainteresowaniach, hobby i o tym jak, z niekiedy niezauważalnych szczegółów, powstają gigantyczne megatrendy.

Edycja III „Logistycznych Wywiadów” jest kontynuacją głównej myśli cyklu, aby przedstawiać ludzi i organizacje, które tworzą historię logistyki i zarazem są jej częścią.

Mam przywilej pierwszeństwa, wynikający z przeprowadzenia i redakcji tych rozmów, więc chciałbym podzielić się swymi spostrzeżeniami. Pierwsze nazwać śmiało mogę za guru marketingu Peterem Druckerem „kreatywną destrukcją”. Nie, to wcale nie jest pomyłka. Nawet trudno dopatrzeć się w tym zlepku słów czegoś, co językoznawcy mogliby nazwać oksymoronem. Otóż z przestrzeni tekstowej wywiadów, zarówno tej wypowiedzianej jak i tej złożonej z mglistych skojarzeń i stwierdzeń, wyłania się obraz współczesnej organizacji i jej ważka rola w tworzeniu nowego. Nie chodzi tu, jak pisze mistrz o „rewolucje co

pokolenie”. Bardziej na miejscu byłoby stwierdzenie o zjawisku nieodłącznie związanym z przeżywaniem się idei, usług czy produktów. Dla zachowania swej ciągłości obecne przedsiębiorstwa wytworzyły coś na kształt mechanizmu obrony, którym są bez wątpienia innowacje. To one przeciwstawiają się staremu porządkowi, są źródłem twórczej odnowy. Z jednej strony zatem burzą stary porządek, z drugiej zaś odmładzają starzejące się umysły. To fenomenalne zjawisko widać aż nadto wyraźnie w rozmowach tego wydania „Logistycznych Wywiadów”, być może dlatego, że logistyka będąca interdyscyplinarną dziedziną wchłaniania doświadczenie wielu nauk i twórczo potrafi przekształcić je na swą korzyść. Konsulting logistyczny, Proptech, platooning, logistyka w obrazkach to nie tylko puste pojęcia, lecz idee w logistyce, które obrosły już ciałem odnawiając jej ducha. To realne rozwiązania, usługi i produkty, które wprowadzają kreatywną



destrukcję w jej szeregach. Podobną rolę odgrywa sięganie po Lean i narzędzia kaizen, które mimo pochodzenia z obszarów produkcyjnych śmiało odświeżają procesy logistyczne przedsiębiorstw, wyszczuplając ich strukturę i eliminując wszystko, co nie przynosi wartości klientom.

Drugie, co rzuca się w oczy z obrazów budowanych w wywiadach, dotyczy sfery rozwoju w duchu zrównoważonym. Szczerze mówiąc, trudno mi przywołać inną dziedzinę aktywności biznesowej, która uwzględnia tak bardzo w swych celach i strategiach poszanowanie dla środowiska, zarówno tego naturalnego, jak i najbliższego otoczenia sąsiedzkiego. Trudno mówić tu o szumie medialnym czy o zagraniach PR. Każdy bowiem z rozmówców na moje pytanie, co robi dla Świata, wymienia jak z nut małe inicjatywy, które są codziennością, nawykiem i normą. I właśnie o to chodzi, aby budować magazyny w sposób najbardziej neutralny

dla środowiska, stosować niskoemisyjne oświetlenie LED, pasywne konstrukcje, realizować transport wewnętrzny przy pomocy urządzeń z elektrycznymi napędami, stosować wymienne systemy transportu kontenerowego, które zmniejszają liczbę przebiegów drogowych, używać systemów opakowań wielokrotnego użytku, dających się przetworzyć. Słowem, patrzeć uważnie, czy ślady naszych stóp pozostawione wśród trawy potrafią łatwo zarosnąć.

Trzecia kwestia płynąca z rozmów dotyczy stosunku do ludzi, którzy są zasobem współczesnych organizacji. Logistykę dotknął w pierwszej kolejności kryzys demograficzny, który nasilił się w ciągu ostatnich lat. Jednak to, w jaki sposób mierzone wartości umysłów w tej branży, nie jest efektem braku rąk do pracy. Szereg programów edukacyjnych dla kierowców, podnoszących ich kwalifikacje powstało zdecydowanie wcześniej. Standardy bezpieczeństwa podczas pracy na zapleczech

magazynów już dawno przestały dotyczyć jedynie przydziału odzieży ochronnej. Przykładowo program „Widzę i Reaguję”, którego celem jest ograniczenie liczby wypadków przy pracy przez podnoszenie świadomości pracowników, a także minimalizacja zachowań ryzykownych i promowanie tych bezpiecznych, to praca nad zmianą nawyków. Prace nad projektem egzoszkieletu mają rozwiązać konkretne problemy w procesie manualnym logistyki, gdzie uczestniczą pracownicy. To nie bajka lecz realne rozwiązanie poprawiające bezpieczeństwo i komfort pracowników.

„Logistyczne Wywiady” AD 2019 to 16 kreatywnych rozmów z liderami opinii rynku logistycznego o tym, jak idee tworzą i wprowadzają w życie ludzie, aby Świat nie zastygł w martwocie i wciąż pozostawał piękny dla kolejnych pokoleń.

Krzysztof Pograniczny
Redaktor Naczelny

Włączamy energię

Z Mariuszem Szewczykiem, właścicielem firmy EnergyOn – o tym, że po 40. roku życia nowa energia wciąż napędza człowieka i transport wewnętrzny, jak policzyć koszty zwrotu z inwestycji w baterie litowo-jonowe oraz że nie zawsze trzeba kupić, aby korzystać z nowej technologii zasilania wózków widłowych – rozmawiał Michał Jurczak

Michał Jurczak: Nasi czytelników kojarzą Pana pewnie jeszcze z pracy w BENNING Power Electronics...

Mariusz Szewczyk: Możliwe, ale od roku prowadzę własną firmę. W decyzji o rozpoczęciu działalności na własny rachunek nie było niczego nadzwyczajnego. Jeszcze będąc na studiach postanowiłem, że po ukończeniu 40. roku życia założę własny biznes. Tak też się stało. Po kilkunastu latach pracy w firmie BENNING stwierdziłem, że to jest ten moment, ten czas. Z BENNING-iem nadal współpracujemy jako partnerzy, ale bardziej w części przemysłowej i energetycznej (UPS-y i zasilanie gwarantowane). W części logistycznej (środki transportu wewnętrznego) reprezentuję innych dostawców.

Jaka jest geneza spółki EnergyOn? Czym się zajmuje? Jakie branże obsługuje?

– EnergyOn oznacza, najogólniej mówiąc, włączanie energii, jej przekazywanie. Taka jest geneza tej nazwy. Działamy w dwóch obszarach. Pierwszy obejmuje sektor transportu wewnętrznego. Tutaj oferujemy baterie kwasowe, żelowe, litowo-jonowe (produkty Triathlon Batterien GmbH), a oprócz tego prostowniki i urządzenia do wymiany baterii. To w zasadzie pełny pakiet rozwiązań dotyczący zasilania wózków widłowych i innych pojazdów transportu wewnętrznego. Druga część naszej działalności koncentruje się głównie na zasilaniu gwarantowanym i bateriach przemysłowych. To oczywiście także oferta dla logistyki, ale w większej części do klientów instytucjonalnych (tu dostarczamy głównie produkty marki BENNING).

Triathlon Batterien GmbH to jeden z czołowych europejskich dostawców baterii.

– Tak, można powiedzieć, że działa na całym świecie. To w istocie grupa kilkudziesięciu firm, a jej siedziba główna oraz zakłady produkcyjne znajdują się w Niemczech, ale oddział ma także np. w Stanach Zjednoczonych.

Zajmuje się produkcją baterii dla rynku trakcyjnego. Producent znany jest m.in. z wykorzystania technologii NMC, oferując oparte na niej własne produkty z zakresu baterii litowo-jonowych. To szerokie spektrum akumulatorów (12 V, 52 Ah – 120 V, 1716 Ah). Jeśli chodzi o część przemysłową, oferta jest równie bogata. Dodam, że w zakresie systemów wymiany współpracujemy m.in. z amerykańską firmą BHS, jesteśmy jej przedstawicielem w Polsce.

Na czym polega wyjątkowość technologii NMC? Dlaczego warto się nią zainteresować?

– Przypomnijmy, że technologia litowo-jonowa jest znana praktycznie od tak dawna, jak technologia baterii kwasowych. Przez długi czas była jednak zapomniana, głównie z racji relatywnie wysokich kosztów i problemów produkcyjnych. Wróciła w zasadzie niecałe trzy dekady temu, w postaci tzw. baterii pastylkowych. Jeśli chodzi o baterie dla wózków, to z przełomem mieliśmy do czynienia w latach 2009–2012. Wraz z firmą BENNING wprowadzaliśmy te produkty na rynek, edukując klientów z zakresu nowej technologii. Dzisiaj każdy z dużych wytwórców ma swoją baterię litowo-jonową. NMC to właśnie jedna z technologii tych baterii. Baterie



foto: EnergyOn

Technologia litowo-jonowa jest znana praktycznie od tak dawna, jak technologia baterii kwasowych. Przez długi czas była jednak zapomniana, głównie z racji relatywnie wysokich kosztów i problemów produkcyjnych. Wróciła w zasadzie niecałe trzy dekady temu, w postaci tzw. baterii pastylkowych. W bateriach do wózków z przetłomem mieliśmy do czynienia w latach 2009–2012.



tego typu są stosowane m.in. do zasilania samochodów elektrycznych, ale też innych środków transportu. Ja się cieszę z tego, że Triathlon ma własną baterię, w oparciu o odmienną technologię. Najczęściej bowiem mamy do czynienia z bateriami litowo-jonowymi w technologii LFP (litowo-żelazowo-fosforanowa), a NMC (litowo-manganowo-kobaltowa) oferuje od nich o wiele wyższą wydajność, pozwala na prawie dwukrotne wydłużenie żywotności.

Ale to z pewnością kosztuje?

– To są produkty premium, nie ukrywam, że nie celujemy w najtańsze rozwiązania. A cechy są pochodną zastosowanych do produkcji materiałów. Walorem jest też czas ładowania: baterie od 0 do 100% pojemności ładujemy w godzinę. To, że przyspieszamy ładowanie, jest dla wielu użytkowników bardzo ważne z punktu widzenia ciągłości procesu operacyjnego.

Skoro baterie litowo-jonowe są tak dobre, to dlaczego ciągle tak mało się ich montuje ww. widlakach?

– Popyt rzeczywiście nie jest aż tak duży, aby mógł znacząco wpłynąć na obniżenie cen. Ale to się

W wielu nowych inwestycjach nie stosuje się już innych rozwiązań jak baterie litowo-jonowe. Z pełnym przekonaniem mogę polecić baterie litowo-jonowe do wózków każdego typu, bez względu na tonaż czy charakter pracy. Użytkownicy doceniają, że nie trzeba budować akumulatorowni, nie potrzeba różnego rodzaju odbiorów i zezwoleń.

zmienia. Obecnie w Polsce sprzedaje się rocznie w sumie ok. 2 tys. sztuk baterii litowo-jonowych do wózków. To już sporo. Jeszcze kilka lat temu mówiliśmy o zaledwie kilkuset sztukach. Wszystkie firmy inwestują w technologię. Wiedzę i doświadczenie nabywa się z czasem. Ciągłe się uczymy. Mam przekonanie, że produkty Triathlona są absolutnie topowe. Najważniejsze, że Triathlon ma własny BMS, a zatem system zarządzania baterią (największym zmartwieniem producentów baterii jest niedopracowanie BMS-a bądź korzystanie z urządzeń uniwersalnych, co nie zawsze się sprawdza). Cenowo nie odbiegamy specjalnie od tego, co jest proponowane w technologii LFP. Podkreślam, że jeśli chodzi o przejście z baterii kwasowych

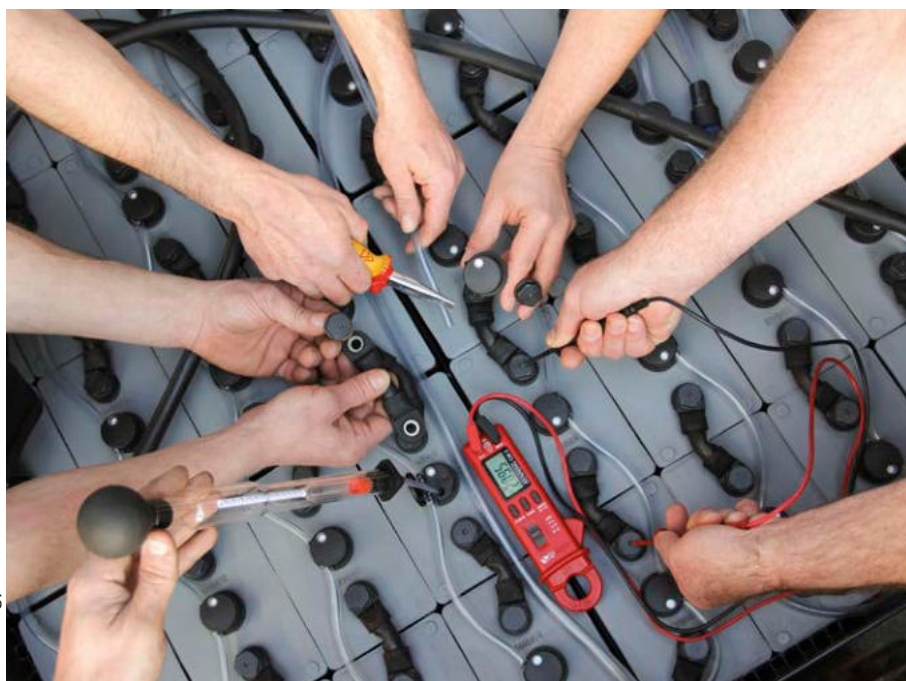
na NMC nie ma żadnego problemu. Wystarczy tylko dopasować parametry.

Są plusy, są też pewnie minusy?

– Tak, generalnie rzecz biorąc, dostarczenie tej samej energii w krótszym czasie wymaga np. innego przyłącza sieciowego. Aby to wiedzieć, trzeba podejść się wiedzą fachowców. Słyszałem o przypadku, gdy do klienta przyjechało 80 wózków z bateriami litowo-jonowymi, nie miał on jednak odpowiedniej mocy w sieci. Poprzednio też miał 80 wózków, ale z bateriami tradycyjnymi, ładowanymi wiele godzin. Teraz baterie ładowało się przez dwie godziny. Nie był stanie zwiększyć mocy, musiał rozparcelować wózki po kilku lokalizacjach. To dowód, że nie można zapominać o kwestiach czysto eksploatacyjnych.

Właśnie, jak mają się baterie litowo-jonowe do pozostałych w kontekście całkowitych kosztów posiadania (TCO)? Co z bezpieczeństwem eksploatacji?

– Baterie wykorzystywane w wózku widłowym czy magazynowym to zupełnie coś innego niż te, które znamy np. z telefonów czy laptopów. Chodzi o odmienny BMS, inną kontrolę. Również specyfika pracy jest inna. Wszystkie problemy, jakie dotyczyły baterii litowo-jonowych, wynikały z eksploatacji. Sama bateria w wózku jest zupełnie inaczej zabudowana. Ciągłe pokutuje pogląd, że to drogie rozwiązanie. Rzeczywiście,



fot.: EnergyOn



fot.: EnergyOn

jeśli chodzi o cenę zakupu, to baterie litowo-jonowe są droższe, ale biorąc pod uwagę wszystkie aspekty, wygląda to już zupełnie inaczej. Żywotność, trwałość, łatwość eksploatacji, a także to, że nie potrzebujemy akumulatorowni. Korzyści można mnożyć. Obecnie w Polsce, jeśli uwzględnimy wszystkie koszty, w zależności od typu wózka, okres zwrotu inwestycji w baterie Li-Ion wynosi 2–4 lata. Jeśli chodzi o nowe lokalizacje (nie trzeba budować akumulatorowni, punkty ładowania rozmieszczamy w różnych miejscach), to mówimy o zwrocie z inwestycji w ciągu dwóch lat. A skoro mówimy o kosztach, to nie ma konieczności zakupu baterii, można skorzystać z innej formy ich pozyskania.

Właśnie, ostatnio sporo mówi się o wynajmie baterii. Jak to działa?

– Owszem, poza zakupem, najpopularniejszym sposobem pozyskania baterii jest obecnie właśnie wynajem. Oferują go firmy wózkowe, ale także dostawcy samych baterii. Triathlon posiada ok. 8 tys. baterii w wynajmie w Niemczech,

w pełnym zakresie rozmiarowym i mocy. Wystarczy się z nami skontaktować, skonkretyzować potrzeby. Nie ukrywam, że zawsze sprawdzamy, gdzie baterie będą pracować, by doradzić w optymalnym doborze. Događujemy szczegóły kontraktu, podpisujemy, szkolimy pracowników. W tej chwili pracujemy centralnie, mamy siedem firm, które dla nas prowadzą sprzedaż i serwis. Procedura wynajmu nie jest skomplikowana, wystarczy określić: okres najmu, typ wózków, wagę baterii, oszacować, jak intensywnie będzie pracował wózek, ile przerw na ładowanie i jak długich można zapewnić itp. Aby właściwie dobrać pojemność baterii i prostownik, trzeba wiedzieć, na ile zmian pracuje wózek, jakie są warunki ładowania. Nie zapominajmy, że w przypadku baterii litowo-jonowych bateria jest jedna.

Standardowo umowa opiewa na 2–9 lat w ramach wynajmu długoterminowego, możliwy jest też wynajem na okres krótszy, jednak – przyznam – koszt jest wyższy. Za wynajem rozliczamy się w różny sposób, najczęściej użytkownicy wybierają comiesięczne raty.

Nie ma żadnej kaucji. Bateria litowo-jonowa zawsze jest dostarczana z prostownikiem.

A co z kosztami eksploatacji w okresie wynajmu?

– W całym okresie wynajmu bateria jest objęta gwarancją. Klient zatem „kupi sobie spokój” na cały czas wynajmu. Co roku odbywa się przegląd baterii, jego koszt jest wliczony w cenę wynajmu. W dowolnym czasie istnieje możliwość renegotjowania warunków umowy, gdy jakieś okoliczności ulegną zmianie (np. liczba potrzebnych baterii czy typ wózków). Po okresie wynajmu baterie wracają do nas.

Do jakich wózków baterie litowo-jonowe nadają się najbardziej?

– Obecnie najczęściej stosowane są w małych wózkach, prowadzonych. Firmy zresztą też weszły głównie w ten segment, bo stanowi on 60–70% całego rynku wózków. A z drugiej strony wiele tych wózków pracuje w ograniczonym zakresie, trudno zatem w pełni wykorzystać potencjał baterii litowo-jonowych. W wielu nowych inwestycjach nie stosuje się już innych rozwiązań. Z pełnym przekonaniem mogę polecić baterie litowo-jonowe do wózków każdego typu, bez względu na tonaż czy charakter pracy. Użytkownicy doceniają, że nie trzeba budować akumulatorowni, nie potrzeba różnego rodzaju odbiorów, zezwoleń. A ponieważ, historycznie rzecz ujmując, baterii litowo-jonowych jest już sporo, łatwiej podejmować decyzje zakupowe kolejnym nabywcom.

Zdarzają się jednak ciągle klienci przywiązani do tradycyjnych technologii (baterie kwasowe, żelowe)?

– Tak, również dla nich mamy pełną ofertę produktów. Mamy baterie PZS i PZV oraz bloki. Dostarczamy je maksymalnie w ciągu trzech tygodni, a zatem bardzo szybko. Triathlon to, jeśli chodzi o wolumen dostaw, obecnie

numer 1 w Niemczech i numer 3 w Europie.

Jak przygotować dobrą akumulatorownię? Z doświadczenia wiemy, że inwestorzy miewają z tym kłopot.

– Mamy duże doświadczenie w realizacji tego rodzaju przedsięwzięć. Robimy wszystko od A do Z. W praktyce wygląda to tak, że klient informuje, czego potrzebuje, my oglądamy pomieszczenia, projektujemy, uzgadniamy, załatwiamy formalności. Dostarczamy też cały niezbędny sprzęt: stoły, obudowy, elektrykę, systemy wymiany, baterie, rozwiązania wentylacyjne, czujniki wodoru itp. Jeśli trzeba wykonać posadzkę, też nie ma problemu. A zatem instalujemy, uruchamiamy, szkolimy, zapewniamy też późniejszą obsługę, jeśli oczywiście klient sobie tego życzy (w tym pomiary elektryczne, kalibrację czujników itp.). Najbardziej zaawansowany pakiet obejmuje też „ułożenie” naszych pracowników na miejscu – tam, gdzie pracuje sprzęt.

Ciągle pokutuje pogląd, że zastosowanie baterii litowo-jonowych to drogie rozwiązanie. Rzeczywiście, jeśli chodzi o cenę zakupu, baterie litowo-jonowe są droższe, ale biorąc pod uwagę wszystkie aspekty, wygląda to już zupełnie inaczej. Obecnie w Polsce, uwzględniając wszystkie koszty, w zależności od typu wózka, okres zwrotu inwestycji w baterie Li-Ion wynosi 2–4 lata.

Oni zajmują się wszystkim, co jest związane z utrzymaniem baterii. Coraz częściej klienci korzystają z takiej formy współpracy, chcąc oddać tę „działkę” fachowcom, bo to dla nich nie jest to core business. Dodam też, że przygotowujemy różne raporty na temat sprzętu i akumulatorowni, informujemy, co może się zdarzyć, i jak temu zapobiec. Wszystko to razem stanowi o bezpieczeństwie operacyjnym.

Swoistym novum jest to, że oferują Państwo także sprzedaż baterii używanych.

– Tak, to prawdziwy ewenement na rynku. Na taką skalę nikt inny nie prowadzi tego rodzaju działalności. Baterie pochodzą z naszych wózków z wynajmu. Gwarantujemy minimum 80-procentową sprawność. Przed sprzedażą baterie poddajemy pełnej rewalizacji. Taka bateria jest objęta 6-miesięczną gwarancją. Cena zazwyczaj wynosi ok. 30–40 proc. ceny baterii nowych.

Co zrobić, by wydłużyć żywotność baterii?

– Wielu użytkowników baterii nie dba o nie. Przeładowywanie, nieprzestrzeganie odpowiedniej temperatury pracy, przelewanie, niedolewanie to właściwie norma. Plusem jest to, że przynajmniej w dużych firmach coraz częściej baterie są odpowiednio traktowane. Z moich obserwacji wynika, że 60% wózków jest

wynajmowanych, coraz częściej wraz z pełnym serwisem. A to pomaga w utrzymaniu baterii w odpowiedniej kondycji. To dobrze rokuje. Z drugiej strony, ciągle nie brakuje firm, w których szuka się oszczędności w serwisowaniu baterii. A to nierzadko kończy się problemami.

Pierwszy rok działalności już za EnergyOn. Czy jest Pan zadowolony z wyników?

– Bardzo. Nie zmieniłbym decyzji, choć podkreślam, wcześniej działałem w profesjonalnej firmie, wiele się w niej nauczyłem i mam nadzieję, że sporo też jej dałem. Plan optymalny w EnergyOn już wykonaliśmy, mimo że nie wszystkie tematy są zakończone. Jestem zadowolony ze współpracy z Triathlonem i z IEB czy SPE (dostawcy prostowników). Chciałbym dodać, że EnergyOn reprezentuje te firmy także na Litwie, Łotwie, Białorusi i w innych krajach byłego Związku Radzieckiego. Będziemy rozwijać obecność na tych rynkach. W 2019 r. chcielibyśmy podwoić obroty, zwiększyć zatrudnienie, zwłaszcza o inżynierów będących w stanie zapewnić wsparcie dla osób działających w terenie. Nie od dziś wiadomo, że najważniejszym czynnikiem w naszej branży jest szybkość reakcji. Chcemy, aby czas dotarcia do klienta wynosił maksymalnie godzinę.

Dziękuję za rozmowę.

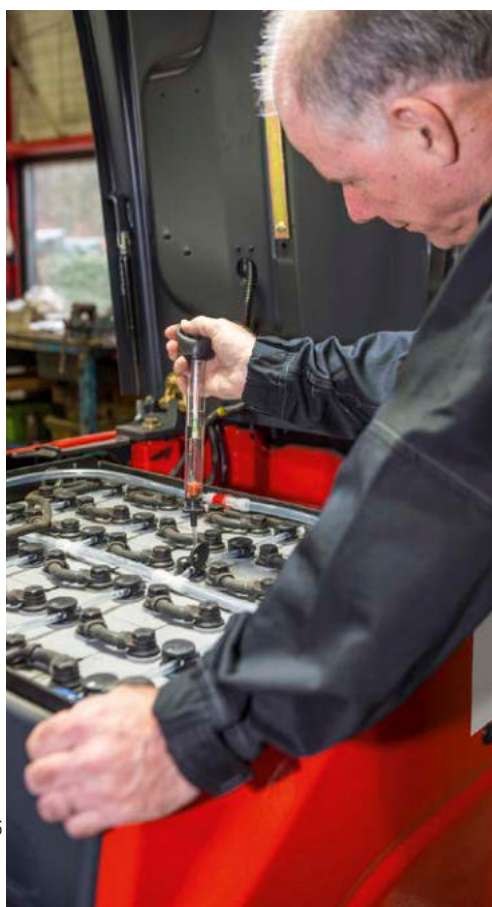
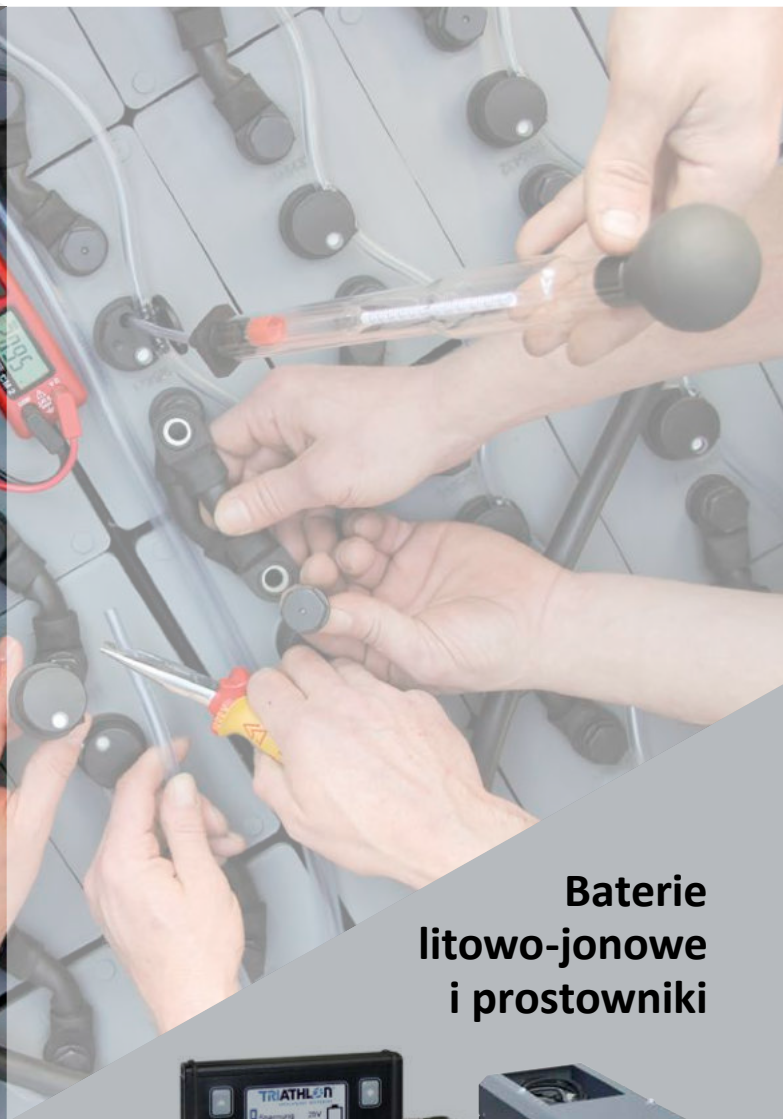
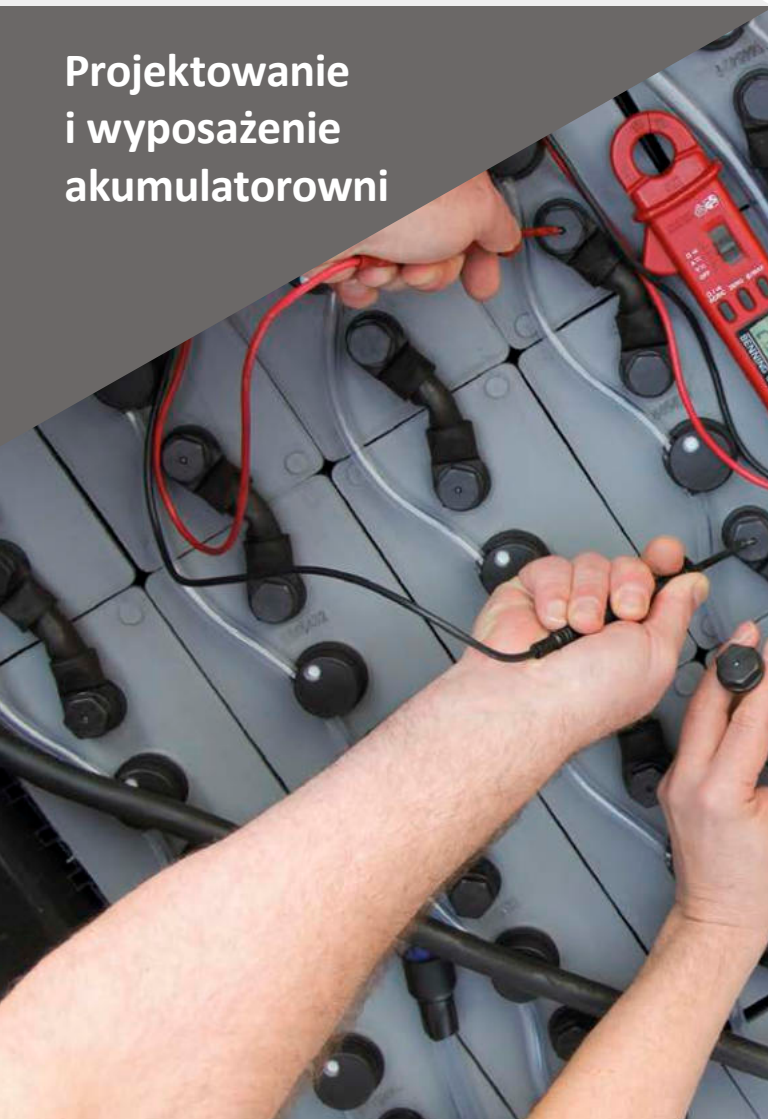


foto: EnergyOn

Dla tych, którzy szukają najlepszych rozwiązań

Projektowanie
i wyposażenie
akumulatorowni



Baterie
litowo-jonowe
i prostowniki



Baterie kwasowe nowe i po regeneracji
– sprzedaż i wynajem



Rekord w dźwiganiu

Z Marcinem Trąbką, Członkiem Zarządu KUHN Polska – o rekordach, jakie bije sprzedaż wózków widłowych w Polsce, o pierwszym wózku elektrycznym z rekordowym udźwigiem 16 t sprzedanym przez KUHN Polska i o tym, co dziś cenią sobie klienci u dostawcy wózków widłowych – rozmawiał Michał Jurczak

Michał Jurczak: Jak ocenia Pan mijający rok na polskim rynku nowych wózków widłowych i magazynowych?

Marcin Trąbka: Rok 2018 na rynku wózków widłowych w Polsce z pewnością z wielu względów należy uznać za rekordowy. Poziom sprzedaży wózków nowych oraz używanych zapewne przekroczy 20 000 sztuk, rynek powierzchni magazynowych zwiększy się do ponad 15 mln m². Wiele inwestycji logistycznych i produkcyjnych jest jeszcze w realizacji – te dane pozwalają wierzyć, że w roku 2019 pozytywne trendy zostaną jednak w Polsce utrzymane.

Charakterystycznym zjawiskiem ostatnich lat jest szybki przyrost sprzedaży wózków z napędem elektrycznym. Czy to jest zauważalne również w Państwa firmie? Które z elektrycznych

maszyn szczególnie poleciłby Pan klientom?

– Przyrost sprzedaży wózków elektrycznych to niepodważalny fakt, choć z Mitsubishi nie możemy tego do końca potwierdzić za 2018 rok z jednej istotnej przyczyny, niezależnej od nas jako dealera. Mianowicie wiosną minionego roku Mitsubishi zakończyło produkcję poprzednich modeli wózków elektrycznych 48 V (o udźwigach w przedziale od 1,3 do 2,0 t) i zaprezentowało całkowicie nowe modele elektryczne w tym segmencie. Proces ten wymagał jednak wdrożenia wielu istotnych zmian po stronie producenta i spowodował naturalny zastój w dostępności oraz sprzedaży tych wózków. Pierwsze maszyny z nowej serii zostały dostarczone w listopadzie, więc efekty tej zmiany widoczne będą w roku 2019. Nie będę ukrywał, że spodziewamy się dużego

sukcesu rynkowego od tego nowego produktu.

Mówiąc o maszynach elektrycznych, nie sposób nie wspomnieć o wózkach Carer. Kilka tygodni temu pisaliśmy o dostawie do odbiorcy STS Acoustics pierwszej w Polsce nowego wózka elektrycznego Carer o udźwigu 16 t. To jedna z marek, które znajdują się w ofercie KUHN Polska. Wózki elektryczne o tak dużym udźwigu to prawdziwa rzadkość. Do jakich zadań można wykorzystywać takie maszyny? Jakie nadzieje wiąże Państwo z tą ofertą?

– Wózki marki Carer stanowią doskonale uzupełnienie portfolio marki Mitsubishi. Rzadkością były raczej przed kilkoma laty, natomiast aktualnie z każdym rokiem mamy ich coraz więcej w magazynach i zakładach produkcyjnych naszych klientów. Cały czas



Jeżeli będziemy rozpatrywać stosunek jakości do ceny i kosztów eksploatacji w okresie kilkuletnim, to na pewno warto zainwestować w wózki marki Mitsubishi.

Przed kilkoma laty wiele firm okazywało zainteresowanie używanymi wózkami z powodu małego obciążenia pracą bądź niewystarczającego budżetu na zakup nowego sprzętu. Aktualnie firmy te pozyskały więcej zamówień od mocy przerobowych, cena nie jest już barierą i dlatego zamawiają nowe maszyny.



poszerzamy tym samym paletę modeli, które możemy zaprezentować potencjalnym odbiorcom. Wózki te są wykorzystywane do różnorodnych zadań – od najprostszych, w których służą do transportu ciężkiego towaru w magazynie, po znacznie bardziej skomplikowane operacje, gdy uczestniczą w łańcuchu produkcyjnym w branży automotive czy obróbce metalu. Nierzadko pracują wtedy z dodatkowym specjalistycznym osprzętem. Oferta wózków Carer cieszy się stałym, rosnącym zainteresowaniem na rynku i jestem przekonany, że w roku 2019 będziemy mogli przekazać informacje o kolejnych dostawach do klientów nowych produktów włoskiego producenta.

W ostatnich dwóch latach sprzedaż maszyn nowych przewyższyła sprzedaż wózków używanych. Czy Pana zdaniem to stała tendencja? Jak sytuacja wygląda w przypadku maszyn oferowanych przez KUHN Polska?

– Ta tendencja jest tylko potwierdzeniem dobrej sytuacji gospodarczej w kraju. Więcej firm może sobie pozwolić na nowe wózki czy ogólnie inwestycje, gdyż sytuacja ta dotyczy nie tylko środków

transportu. W KUHN Polska zaobserwowaliśmy dokładnie takie same tendencje: firmy kupujące kiedyś używki chętnie sięgały po nowe wózki, a klienci, którzy nie

zamawiali nic, interesowali się używanymi. Segment wózków nowych jest jednak najbardziej wrażliwy na symptomy spowolnienia gospodarczego, więc należy o tym pamiętać



foto.: KUHN

Carer to bardziej maszyny do zadań specjalnych, do tego ekologiczne i mimo wszystko tańsze w eksploatacji od dużych wózków spalinowych. To aktualnie jeden z niewielu producentów na świecie, który potrafi wyprodukować wózek elektryczny o udźwigu do 25 t.

Obsługa posprzedażowa to bardzo istotny aspekt w branży wózków widłowych. Im większa rola widlaków w łańcuchu zależności produkcyjnych bądź logistycznych, tym większe oczekiwania odbiorców wobec serwisu i utrzymania maszyn w sprawności.

i pielęgnować kontakty serwisowe na „chude” lata.

Swego czasu dość głośno było na temat aliansu Mitsubishi i UniCarriers. Później sprawa ucichła. Jak sytuacja wygląda obecnie?

– Mitsubishi zdecydowało się na przejście konkurenta, aby wskoczyć na podium światowego rynku wózków widłowych. W centrali japońskiego giganta pomysł i decyzje ukierunkowane są wyłącznie na poziom globalny. Jednak wraz z tą transakcją także w Europie Mitsubishi weszło w posiadanie nowych fabryk i to one wymagają obecnie pomysłów na jak najbardziej efektywne ich wykorzystanie wraz z optymalizacją produkcji. Procesy i zmiany w tym zakresie są wdrażane, gdyż klientów interesuje najwyższa jakość w korzystnej cenie, przy dogodnym terminie dostawy.

Gdyby miał Pan w kilku zdaniach zarekomendować wózki oferowane przez KUHN Polska, to co by Pan powiedział? Dlaczego warto się nimi zainteresować?

– Dlatego, że są to bardzo dobre i trwałe produkty w rynkowych cenach. Jeżeli będziemy rozpatrywać stosunek jakości do ceny i kosztów eksploatacji w okresie kilkuletnim, to na pewno warto zainwestować w Mitsubishi. Carer natomiast nie

jest tanim wózkiem, ale wynika to z jego specyfiki, indywidualnego projektowania i niepowtarzalności. To bardzo często maszyny do zadań specjalnych, do tego ekologiczne i mimo wszystko tańsze w eksploatacji od dużych wózków spalinowych. To aktualnie jeden z niewielu producentów na świecie, który potrafi wyprodukować wózek elektryczny o udźwigu do 25 t.

Dla nabywców środków transportu magazynowego, poza ceną, coraz większe znaczenie ma obsługa posprzedażowa. Chodzi o to, aby minimalizować czas przestojów maszyn. Jak wyglądają kwestie związane z serwisowaniem wózków?

– Obsługa posprzedażowa to bardzo istotny aspekt w branży wózków widłowych. Im większa rola widlaków w łańcuchu zależności produkcyjnych bądź logistycznych, tym większe oczekiwania odbiorców wobec serwisu i utrzymania maszyn w sprawności. Duże znaczenie mają czas reakcji na zgłoszenia, odległość od klienta, urządzenia zastępcze na czas naprawy czy nawet obsługa 24 h przez 7 dni w tygodniu. Wszystkie te działania mają na celu minimalizowanie przestojów, które kosztują najwięcej i dodatkowo generują straty, a w najgorszych przypadkach kary za nieterminowe dostawy.

Czy oferują Państwo kontrakty serwisowe? Jeśli tak, to co one obejmują i jak wielu korzystających z oferowanych przez KUHN Polska maszyn decyduje się na skorzystanie z takich kontraktów?

– Kontrakty serwisowe obejmują wszystkie powyżej wspomniane kwestie. Ich nadrzędnym celem jest zapewnienie stałej obsługi technicznej urządzeń i natychmiastowe usuwanie usterek lub awarii, a najlepiej zapobieganie im, zanim się pojawią. Do tego dochodzi obsługa eksploatacyjna, czyli przeglądy, wymiany olejów, płynów, opon, wideł oraz utrzymanie baterii i prostowników w należytym

stanie. Generalnie jednak nadal spora grupa klientów korzysta z serwisu w bardziej tradycyjny sposób, czyli zamawia usługę serwisową po wystąpieniu usterki. Wiele zależy od specyfiki działalności gospodarczej użytkownika i kalkulacji ekonomicznej.

Zakup środków transportu magazynowego to inwestycja, mało kto kupuje je za gotówkę. To m.in. dzięki coraz ciekawszej propozycji finansowania pozyskania maszyn wynika wzrost sprzedaży nowych widlaków. Jakie oferty finansowania proponują Państwo swoim klientom?

– Dla klientów KUHN Polska mamy wiele propozycji dotyczących finansowania wózków widłowych. Największym zainteresowaniem nieustannie cieszy się leasing (w różnych opcjach dotyczących okresu, wysokości wpłaty własnej, gwarancji odkupu czy zwrotu) oraz wynajem długoterminowy (najczęściej 3- lub 5-letni). Ta druga forma, przed laty zarezerwowana wyłącznie dla większych podmiotów, jest coraz częściej wybierana także przez mniejsze firmy, które cenią stałe raty przez okres wynajmu i łatwość prognozowania kosztów. Przy wózkach używanych należy wspomnieć o uproszczonej procedurze leasingowej, którą przygotowała dla naszych produktów jedna z czołowych firm leasingowych.

Jaki Pana zdaniem będzie 2019 rok na rynku środków transportu wewnętrznego? Czy możemy się spodziewać spektakularnych wydarzeń?

– Uważam, że rok 2019 będzie na pewno bardzo ciekawy. Na rynku nadal będzie wzrastało zapotrzebowanie na wózki elektryczne i w związku z tym spektakularne powinno być wejście nowej serii wózków Mitsubishi EDiA 48 V. Jednak KUHN Polska przygotowuje jeszcze co najmniej dwa spektakularne wydarzenia, ale to jest z pewnością materiał na kolejny logistyczny wywiad.

Dziękuję za rozmowę.



tam, gdzie
najważniejsza
jest niezawodność



EDIA EM

nowa seria wózków widłowych

EDIA EM

wyznaczają standardy

Poznaj nowe 3. i 4. kołowe wózki firmy Mitsubishi. Te wózki z zasilaniem 48V i udźwignięm od 1.4 do 2 ton mają moc, są niezwykle zwrotne i oczywiścieniezawodne!

Kilka cech tych wózków:

- ✓ System Intelligent Curve Control automatycznie zmniejsza prędkość przy wchodzeniu w zakręty. Dla najlepszej stabilności i bezpiecznego skręcania.
- ✓ Układ kierowniczy 360 stopni - do zmiany kierunku jazdy nie potrzeba używać dźwigni kierunku, wystarczy tylko kręcić kierownicą.
- ✓ System Passive Sway Control tłumi każdy ruch ładunku podniesionego powyżej 3m, aby zwiększyć bezpieczeństwo.

NOWY!

**Autoryzowany Dystrybutor
wózków widłowych
Mitsubishi w Polsce**



KUHN Polska Sp. z o.o.
Cząstków Mazowiecki 7
05-152 Czosnów
tel./fax. 22 784 95 34
e-mail: info@kuhn-polska.pl
www.kuhn-polska.pl



FB16ACNT

jakość | niezawodność | opłacalność

MITSUBISHI
FORKLIFT TRUCKS

W kolorze blue

Z Piotrem Skiporem, Branch Managerem oddziału firmy Mainfreight w Polsce – o tym, jaką rolę pełnią ludzie w biznesie logistycznym, i jak ich korzenie tworzą koloryt organizacji globalnej; o rugby, w którym sukces to efekt pracy zespołu, a także jak z koloru blue uczynić element spoiwa, rozpoznawalności i wartości firmy – rozmawiał Krzysztof Pograniczny

Krzysztof Pograniczny: Myśli Pan, że pochodzenie firmy i jej korzenie mają znaczenie w zglobalizowanym świecie? Z jednej strony reprezentuje Pan firmę logistyczną powstałą w Nowej Zelandii, z drugiej – zadowoloną wyraźnie na wszystkich kontynentach, od Ameryki poczynając, na Europie kończąc. To chyba dobra okazja, aby zastanowić się, jaką rolę w biznesie logistycznym odgrywają pierwiastki i cechy narodowe, a na ile logistyka jest uniwersalna i preferuje standard pracy, niezależnie od miejsca działania?

Piotr Skipor: Każdą firmę tworzą ludzie, a ich pochodzenie, korzenie kulturowe czy chociażby styl życia na pewno wpływają na kształt tworzonej organizacji. W innym przypadku wszystkie firmy byłyby budowane na ten sam wzór i niczym by się nie wyróżniały. Mainfreight, organizacja wywodząca się z Nowej Zelandii, charakteryzuje się ogromnym przywiązaniem do wartości, fundamentów stworzonych przez założyciela Bruce’a Plesteda i nazywanych Trzema Filarami. Bruce spisał tam najważniejsze zasady, w oparciu o które wszyscy wewnątrz organizacji funkcjonujemy każdego dnia, poczynawszy od pracy zespołowej i dzielenia się sukcesami, poprzez wspólne spożywanie posiłków, i kończąc na powszechnym szacunku do wszystkich

wokół. Ważne jest zaufanie – decyzje podejmuje się szybko i na każdym szczeblu zarządzania. Na pewno duży wpływ ma na to kultura kraju. Nowozelandczycy darzą się nawzajem wielkim zaufaniem – tam w barach czy restauracjach często rozliczasz się za posiłek bez rachunku z zestawieniem zamówionych potraw. Zazwyczaj płaci się przy kasie, gdzie klient informuje o tym, co zjadł i za co płaci – nikt nie czuje potrzeby tego sprawdzać. Charakterystyczne jest też połączenie luzu i dyscypliny, a raczej samodyscypliny. Nowa Zelandia słynie z drużyny rugby – mieszkańcy tego kraju są bardzo dumni ze swoich reprezentantów, których uznaje się za najlepszych na świecie. A sport to stała praca nad sobą, ciągły rozwój i trening. Sport drużynowy, taki jak rugby, to również współpraca i konieczność polegania na wszystkich w teamie. I tego nasza firma wymaga od członków zespołu – aby pracowali nad sobą, stale myśleli o rozwoju, doskonalili się. I to robimy. I widzimy efekty.

W wypadku Mainfreight daje się zauważyć ekspansywność. Czy to efekt wyspiarskich korzeni i sztuki abordażu (żart)? Rozumiem, że nie to było źródłem obecnego rzemiosła? Od powstania w 1978 r., podbijacie najpierw rynek przez przejęcia – gdzie zdobyliście przyczółki i dlaczego były

ważne, aby zdobyć status globalnego operatora?

-Hmmm... Nowa Zelandia jest chyba krajem wyspiarskim... Cały transport międzynarodowy musi się odbywać drogą lotniczą bądź morską (np. Australia jest oddalona od Nowej Zelandii o ponad 1600 km) i to przyczyniło się do ekspansji na świecie. Eksport stanowi 32% udziału w dochodach



fot.: Mainfreight



ending the mind
ates the most
happiness

Nowa Zelandia słynie z drużyny rugby – mieszkańcy tego kraju są bardzo dumni ze swoich reprezentantów, których uznaje się za najlepszych na świecie. A sport to stała praca nad sobą, ciągły rozwój i trening. Sport drużynowy, taki jak rugby, to również współpraca i konieczność polegania na wszystkich w teamie. I tego nasza firma wymaga od członków zespołu – aby pracowali nad sobą, stale myśleli o rozwoju, doskonalili się.

państwa. Pojawianie się na kolejnych kontynentach było więc naturalnym następstwem konieczności zapewnienia klientom serwisu. Jak już coś przyspłynęło kontenerowcem do USA czy do Europy, należało to jakoś dostarczyć do ostatecznego odbiorcy. A do tego potrzebne były rozwiązania i sieć drogowa. W Europie Mainfreight zdecydował się na zakup dobrze zorganizowanego przedsiębiorstwa holenderskiego (Wim Bosman), które wraz z oddziałami w kilku krajach stało się ważną częścią w globalnym łańcuchu dostaw. A rozwiązania globalne często są „wymuszane” przez klientów, zazwyczaj wielkich międzynarodowych graczy, którzy oczekują, że ich operator zapewni stały, pewny i przewidywalny serwis na całym świecie.

A co do abordażu – jeśli porównać to ze strategią zakupu innych organizacji na nowych rynkach, to na pewno jest to dobry i szybki sposób na pojawienie się na nowym kontynencie. Jest to najprostsze rozwiązanie, ale zarazem kosztowne – dlatego też firma decyduje się na tego typu posunięcia, gdy jest przekonana, że dany podmiot pasuje do niej zarówno pod kątem wielkości, jak i sposobu pracy czy filozofii. Jednak każdy nowo powstający oddział – czy to w Azji, czy w Europie – musi być „blue”, czyli w kolorach Mainfreight. Ta zasada jest niepodważalna i konsekwentnie realizowana – nasze biura wyglądają tak samo na całym świecie – począwszy od koloru wykładzin i tablic magnetycznych używanych do komunikowania codziennych wartości KPI, a kończąc na barwach aut własnych czy współpracujących z nami przewoźników.

Czy oddalenie od Nowej Zelandii i rozłożenie oddziałów na globie wpłynęło na model zarządzania firmą, centrala musiała znaleźć sposób wsparcia i oddziaływania na członków organizacji, ale liczyła się z niezależnością wynikającą choćby z kultury i warunków na lokalnych rynkach? Czy sposobem na integralność były Trzy Filary Mainfreight, dotyczące

Wizja Mainfreight „sto lat do przodu” to nic innego jak patrzenie w przyszłość w momencie podejmowania każdej decyzji. Zaczynając od zatrudnienia – staramy się wynajdywać młode utalentowane osoby, które stają się w przyszłości liderami, a kończąc na budowaniu strategii rozwoju na danym rynku.

kultury, wspólnoty i filozofii firmy? Czy to w ogóle ma wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa i jego zespół?

– Ludzie z Nowej Zelandii są na wszystkich kontynentach. Poznają nas, naszą kulturę. W Polsce na przykład karmimy ich pierogami i żurkiem. Tak jak wspomniałem wcześniej, pracujemy w jednakowo wyglądających biurach, a Trzy Filary w każdym kraju stanowią niepodważalną wartość firmy. Niezmiernie ważny jest odpowiedni dobór pracowników i ich szkolenie – staramy się już na etapie rekrutacji jasno przedstawić naszą firmę, jej sposób działania i filozofię. Chcemy zatrudniać osoby, którym bliskie są nasze wartości, dla których klimat i atmosfera pracy w Mainfreight będą siłą napędową. Gdy zaczynałem swoją przygodę z Mainfreight, pierwsza rzecz jaką usłyszałem, to: „Hej, pozbądź się krawata! I miej radość z pracy i w pracy”. I przyznaję, że mam ☺.

Wydaje się, że zdecydowanie wyprzedziliście to, co dziś nazywa się employer brandingiem – atrakcyjność firmy i zasady turkusowej organizacji razem wzięte? Widzę w tych zapisach duży akcent na „JA”, które jest częścią „MY”. Czy silny pracownik z poczuciem odpowiedzialności i spełnienia równa się silna organizacja?

– Tak! Jak najbardziej. Nie jesteśmy turkusową organizacją, ale chcemy, aby decyzje podejmowane były tam, gdzie się rodzą wyzwania. Upraszczamy nie tylko strukturę, ale i model

podejmowania decyzji w każdym obszarze. W Mainfreight Poland przyświeca nam hasło: „Zatrudnić odpowiednich ludzi i nie przeszkadzać im”. Jeżeli pozwolimy naszym zespołom realizować ich własne plany, nie tylko te dotyczące bieżącej pracy, ale również decydować o kierunku rozwoju firmy, to będziemy mogli się cieszyć ze współpracy z zaangażowanymi osobami, które mają realny wpływ na funkcjonowanie całej organizacji. Mówię tu o współpracy z członkami zespołów (bo tylko w taki sposób mówimy o naszych pracownikach – Team Member), bo chcemy traktować ich jak partnerów. Siła naszej organizacji tkwi w ludziach, to oni tworzą rozwiązania, to oni swoją pasją i zaangażowaniem rozwijają firmę i – co najważniejsze – mają z tego frajdę. Staramy się pracować poza hierarchicznymi strukturami – tu wszyscy jesteście sobie równi, wszyscy mówimy, jak chcemy działać, i słuchamy się nawzajem. I odpowiadając wprost na powyższe pytanie – tak! To równanie jest prawdziwe w 100 procentach.

Porozmawiajmy o trzecim filarze filozofii, który wyraża się w stwierdzeniu „wizja sto lat do przodu”. Jak ta idea się wyraża w codziennej praktyce firmy i zwykłym realizowaniu usług?

– Sto lat do przodu, to nic innego, jak patrzenie w przyszłość w momencie podejmowania każdej decyzji. Zaczynając od zatrudnienia – staramy się wynajdywać młode utalentowane osoby, które stają się w przyszłości liderami (o tym projekcie jeszcze



fot.: Mainfreight

opowiem), a kończąc na budowaniu strategii rozwoju na danym rynku. W Polsce zdecydowaliśmy się na budowanie naszej organizacji, bazując na trzech produktach: transport własny, spedycja całosamochodowa oraz drobni-ca międzynarodowa i nie skupialiśmy się tylko na bieżących potrzebach rynku, ale staraliśmy się patrzeć jak najdalej w przyszłość. I już dziś widzimy pierwsze efekty rozwoju transportu własnego. Teraz firma z własnym taborem

i wyszkolonymi kierowcami to skarb. Rynek europejski cierpi z powodu podwykonawców, rozwiązania bazujące w 100% na przewoźnikach nie dają gwarancji stabilnego serwisu. Oczywiście my również borykamy się z wyzwaniem braku rąk do pracy, ale i tu patrzymy w przód, starając się zapewnić naszym kierowcom godne warunki zatrudnienia i pracy, tak aby związali się z nami na długie lata. Możemy się pochwalić grupą kierowców pracujących dla

Centralnym hubem Mainfreight w Europie jest 's-Heerenberg – niewielka miejscowość w Holandii położna w pobliżu granicy niemieckiej. Ogromny cross-dock spełnia dla nas rolę gateway'a na Zachód, dzięki któremu możemy dystrybuować przesyłki nie tylko na terenie krajów Beneluksu, ale również we Francji czy Wielkiej Brytanii.

nas po kilkanaście lat i spodziewamy się utrzymywać ten trend.

Z jakich kompetencji logistycznych wyrósł Mainfreight i w jakie usługi rynkowe przerobiła je organizacja?

– Mainfreight, rozwijając swoje usługi w Nowej Zelandii, skupił się w pierwszej kolejności na dystrybucji lokalnej, ale następnym krokiem był rozwój firmy w obszarze frachtu morskiego i lotniczego, z czego nasza firma jest znana na całym świecie. Jeśli mówimy o połączeniach morskich czy lotniczych z Nową Zelandią i Australią, w pierwszej kolejności mówimy Mainfreight. W Europie (zresztą jak i na całym świecie) mamy mocną pozycję zarówno w obszarze transportu drogowego, jak i logistyki kontraktowej. Dzięki usługom Air&Sea łączymy przewóz interkontynentalny z lokalnym i zapewniamy tym samym pełen łańcuch dostaw.

Dla jakiego klienta pracuje Mainfreight i co może mu zaoferować z wachlarza swoich usług?

– Pracujemy z bardzo szeroką grupą klientów: od wielkich międzynarodowych organizacji, poprzez małe i średnie firmy dopiero rozwijające swój biznes. Jednym z ciekawych przykładów może być światowy gigant, producent sprzętu rolniczego (i nie tylko, ale firma powszechnie jest znana z zielonych ciągników), dla którego świadczymy serwis w pełnym łańcuchu dostaw, od zatowarowania stoku w Europejskim Centrum Dystrybucyjnym, które wraz z linią montażową zorganizowane jest w naszej siedzibie w 's-Heerenberg, po wszelkie możliwe usługi magazynowe i dystrybucję do finalnego odbiorcy. Obsługujemy producentów niemal wszystkich branż – FMCG, automotive, AGD, odzież, chemia. Różnorodność obsługiwanych firm pozwala neutralizować czasem zgubny wpływ szczytów sezonowych – część naszych klientów przeżywa takowy szczyt latem, część wiosną czy jesienią. Dzięki temu zróżnicowaniu zarówno w obszarze obsługiwanych klientów, jak i świadczonych usług, możemy zapewnić serwis w każdym elemencie łańcucha dostaw. Jesteśmy niemal na całym świecie i wszędzie tam z pełnym zaangażowaniem staramy się sprostać wszelkim oczekiwaniom naszych klientów.

Czy obecnie nadbudową jest zarządzanie łańcuchem dostaw niezależnie od rozmiaru ładunku i form transportu? Jakże narzędzia i technologie pozwalają kontrolować ten proces i dawać

Mainfreight, rozwijając swoje usługi w Nowej Zelandii, skupił się w pierwszej kolejności na dystrybucji lokalnej, ale następnym krokiem był rozwój firmy w obszarze frachtu morskiego i lotniczego, z czego nasza firma jest znana na całym świecie. W Europie mamy mocną pozycję zarówno w obszarze transportu drogowego, jak i logistyki kontraktowej.



foto.: Mainfreight

rzetelną informację, co dzieje się z ładunkiem?

– Mainfreight przewozi ładunki wszelkiej wielkości i bez względu na to, czy to kontener morski, czy paleta w drobnicy międzynarodowej, drogę przesyłki możemy śledzić dzięki autorskiemu rozwiązaniu rodem z Nowej Zelandii – systemowi Mainchain. Ta platforma rozbudowywana jest często pod potrzeby naszych klientów, którzy oczekują nie tylko suchej informacji o dacie zrealizowanej dostawy i podwieszonego dokumentu potwierdzającego ten status, ale również wszelkiego rodzaju raportów, zestawień (czy to w formie dowolnego wykresu, czy samych liczb), archiwum faktur itp. Nasi klienci mogą konfigurować

te raporty w dowolny sposób, a na koniec mogą również sprawdzić prognozę pogody. Oczywiście dostępność danych, z których korzystają nasi klienci, zapewniają nam zintegrowane systemy operacyjne, które stale są doskonałe i aktualizowane o najnowsze rozwiązania, oraz rzetelna praca w każdym obszarze, jak np. w magazynie cross-dockowym, gdzie nasi pracownicy nadają statusy poprzez skanowanie etykiet na przesyłkach, korzystając z nowoczesnego sprzętu, który pozwala na szybkie i precyzyjne przysyłanie informacji, a zarazem dzięki ergonomicznym kształtom nie nadwyrężają nadgarstków.

Firma świadczy codzienny serwis drobnicowy na różnych kierunkach europejskich. Dokąd jadą te ciężarówki? Chodzi mi miejsca, gdzie posiadają Państwo infrastrukturę punktową w Europie, i ich znaczenie dla usług w łańcuchu logistycznym?

– Centralnym hubem w Europie jest 's-Heerenberg – niewielka miejscowość w Holandii, położona w pobliżu niemieckiej granicy. Tam też znajduje się nasze europejskie HQ. Ogromny cross-dock spełnia dla nas rolę gateway'a na Zachód, dzięki któremu możemy dystrybuować przesyłki nie tylko

na terenie krajów Beneluksu, ale również we Francji czy Wielkiej Brytanii. Nie jest to jedyna opcja dystrybucji na Zachodzie, posiadamy własne oddziały np. we Francji, które są częścią świetnie funkcjonującego systemu VOLUPAL – obecnie budujemy regularne codzienne połączenie z Polski, które pozwoli nam na większą elastyczność dla naszych klientów i zwiększy atrakcyjność naszej oferty. Świetnym przykładem dynamicznego rozwoju linii międzynarodowych

w naszej grupie jest Mainfreight Romania. Niemal z miesiąca na miesiąc śledziliśmy ogromną dynamikę i wzrost wolumenu przewożonych przesyłek. Teraz jest to nasz sztandarowy kierunek eksportowy w drobnicy. W krajach, gdzie nie mamy swoich oddziałów (Portugalia czy Hiszpania), współpracujemy z partnerami, którzy w oparciu o swoje rozwiązania obsługują nas oraz naszych klientów w serwisie dostaw i odbiorów.

Z jaką wizją na kolejne 100 lat do przodu firma Mainfreight obchodziła 40-lecie istnienia?

– Oglądamy się za siebie, tylko porównując nasze wyniki w ujęciu rok do roku. I za każdym razem możemy cieszyć się z ogromnych postępów, jakie widzimy. Kolejne 100 lat to dalsza ekspansja – nie ma nas jeszcze w Afryce. W Europie stawiamy przede wszystkim na rozwój linii drobnicowych, które jeszcze przez wiele lat będą jedną z ważniejszych opcji w dystrybucji towarów. Myśląc o przyszłości, mocno pochylamy się nad innowacjami – nieobce nam są testy rozwiązań typu platooning, w Holandii korzystamy z zestawów składających się z dwóch naczep, implementujemy nowe rozwiązania w obszarze IT. Ta 100-letnia wizja przyszłości pojawia się też w jednym z naszych przekonań – jedną z szans na wyprzedzenie konkurencji jest zwiększenie naszej wydajności, a ta bez wdrożenia innowacji nie ma racji bytu. Dlatego też szukamy możliwości uproszczenia procedur, dróg komunikacji czy też sposobu świadczenia serwisu dla naszych klientów w każdym obszarze naszej działalności. I myśl o tym, że firma przetrwa i rozwijać się będzie co najmniej najbliższe 100 lat, a my przyłożymy do tego rękę, zachęca nas i mobilizuje do współuczestniczenia w tej ciekawej podróży. Wspomniałem też o projekcie „Future Leaders”, który polega na wyszukiwaniu i szkoleniu utalentowanych młodych ludzi; grupa przyszłych menadżerów to zespół składający się z przedstawicieli wszystkich krajów, w których działa Mainfreight, i to dzięki nim możemy spokojnie patrzeć w przyszłość – to oni w kolejnych latach będą decydować o kształcie i kierunku rozwoju firmy. I na pewno będą mocno zakorzenieni w Trzech Filarach, będą chcieli pomalować świat na niebiesko.

Dziękuję za rozmowę.



fot.: Mainfreight

Myślimy długofalowo

Z Januszem Aniołem, Dyrektorem Generalnym Raben Logistics Polska – o tym, że logistyka to więcej niż przewóz towaru z punktu A do B i jaka jest tajemnica rozwoju operatora na rynkach europejskich, a także dlaczego ważna jest historia w biznesie – rozmawiał Michał Jurczak

Michał Jurczak: Raben jest w Polsce ponad ćwierć wieku. Na przestrzeni tych lat firma się zmieniała...

Janusz Anioł: Jesteśmy w Polsce od 1991 r. Rzeczywiście zmian było sporo. Firm transportowych jest na rynku wiele, podobnie jak logistycznych. Zdaję sobie sprawę, że marka Raben ciągle kojarzy się wielu osobom wyłącznie z transportem. Ale jesteśmy czymś więcej niż przewoźnikiem. Jesteśmy prawdziwym partnerem logistycznym.

Co to oznacza?

– To partnerstwo, moim zdaniem, powinno oznaczać: stabilność współpracy, wiarygodność, a także wysoką jakość wspólnego produktu. Cały czas rozwijamy serwisy logistyczne, uzupełniając kompleksową obsługę dystrybucyjną o wymianę statusów dostawy w czasie rzeczywistym, natomiast handlingową o e-commerce czy co-packing. tworzymy wachlarz uzupełniających się usług. Wiele z nowych rozwiązań wypracowujemy wspólnie z naszymi partnerami. Twierdzę, że naszą rolą jest też budowanie świadomości, swojej dobrej szkoły logistycznej. Nie chodzi tylko, aby dać klientowi do dyspozycji to, co mamy, wykonać przewóz z punktu A do punktu B, pomóc załadować czy rozładować towar. Chodzi o to, aby jak najlepiej ustawić cały łańcuch dostaw, pomóc w ustaleniu najlepszych dla klienta lokalizacji, zoptymalizować sposób wysyłek. Nie tylko zresztą

na rynku polskim, ale również za granicą. Ponadto staramy się, aby przy współudziale naszych klientów w sposób ciągły zmieniać procesy, racjonalizować je tak, aby w złożonej sytuacji sprostać wymaganiom kosztowym, jakościowym i tym związanym z elastycznością.

Zdarza się słyszeć opinię, że w dzisiejszych czasach wygrywają specjaliści koncentrujący się na jednej gałęzi rynku (np. magazynowaniu czy transporcie), inni twierdzą, że ważna jest umiejętność obsługi całego łańcucha dostaw. Co Pan na to?

– Udało się nam zbudować kilka serwisów podstawowych, w których jesteśmy liderem, np. w zakresie transportu drobnicowego, i to zarówno krajowego, jak i międzynarodowego. W pakiecie serwisów oferujemy także zaawansowane technologicznie usługi logistyki kontraktowej. To wiąże się z naszą strategią europejską, którą Ewald Raben rozwija od prawie trzydziestu lat. Działamy w wielu krajach, ale największy rozwój firmy obserwujemy w Polsce i Niemczech. Budujemy i rozwijamy, obecnie trzecią pod względem rozmiarów, własną sieć drobnicową w Niemczech. „Most dystrybucyjny” między tymi krajami jest dla nas kluczowy.

Co rusz słyszymy o uruchamianiu nowych oddziałów. Z jednej strony tworzenie nowe własne spółki, a z drugiej – ciągle prowadzić akwizycję. Od kilkunastu

lat co pewien czas dowiadujemy się, że Raben przejmuję, a to firmy w Niemczech, a to w Czechach, a to na Słowacji czy we Włoszech. Na ile jest to zaplanowana strategia, a na ile decyzje spowodowane są aktualną sytuacją na rynku?

– Grupa Raben jest obecna na rynku europejskim od ponad 85 lat. Oddziały Grupy zlokalizowane są na terenie: Czech, Estonii, Holandii, Niemiec, Litwy, Łotwy, Polski, Rumunii, Słowacji, Ukrainy, Węgier i Włoch. Nie ma gotowych schematów związanych z tworzeniem kolejnych. To zależy od sytuacji na konkretnym rynku. Jeśli chcemy budować pozycję na danym rynku, to musimy być elastyczni. Struktura naszej firmy temu sprzyja. Kwestie właścicielskie i krótkie drogi decyzyjne sprawiają, że kluczowe decyzje mogą być podejmowane bardzo szybko. Chodzi zarówno o tworzenie nowych oddziałów, jak i o akwizycję. Większość z przejęć miało miejsce w Niemczech, ale akwizycji dokonujemy też w Polsce, np. poprzez pozyskanie w 2011 r. spółki Wincanton, która miała silną pozycję (przejęto wówczas spółki Wincanton w Polsce, w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech, świadczące zarówno usługi logistyki kontraktowej na terenie poszczególnych krajów, jak i transporty w regionie Europy Środkowo-Wschodniej – przyp. red.). Część transakcji dotyczyła niemieckiej sieci drogowej, działającej w oparciu o 16 terminali i oferującej przede wszystkim krajowe i międzynarodowe przewozy



Nasza rola polega na budowaniu świadomości, swoistej dobrej szkoły logistycznej. Nie chodzi tylko, aby dać klientowi do dyspozycji to, co mamy, wykonać przewóz z punktu A do punktu B, pomóc załadować czy rozładować towar. Chodzi o to, aby jak najlepiej ustawić cały łańcuch dostaw, pomóc w ustaleniu najlepszych dla klienta lokalizacji, zoptymalizować sposób wysyłek.

drobnicowe. Przejęcie regionalnych zasobów Wincantona pozwoliło na skokowe zwiększenie wolumenu dystrybuowanych przesyłek i podniesienie efektywności europejskiej sieci dystrybucyjnej Raben.

W każdej rozmowie na temat perspektyw wymiany towarowej czy logistyki pojawia się temat e-handlu. Jak Pan widzi miejsce Rabena w tym specyficznym segmencie rynku?

– Podążamy za e-commerce, ale w nieco odmienny od innych sposób. Nie jesteśmy szczególnie zainteresowani projektami dedykowanymi, szukamy takich, które pasują do naszej pozostałej działalności logistycznej. Najbardziej interesują nas projekty kompleksowe, które dotyczą zarówno tzw. dużej logistyki, jak i transportu drobnicowego.

Nasi obecni klienci przechodzą pewną transformację, od przesyłek całopojazdowych, do paletowych, a nawet paczkowych. Rozwijają kanał B2C (Business to Customer – przyp. red.). My uczestniczymy w tej transformacji. E-commerce to bardzo trudny rynek, jeśli chodzi o profil klientów, elastyczność itp. Nie planujemy, aby stał się przedmiotem naszej odrębnej działalności. W naszych magazynach wykonujemy szereg operacji: przygotowujemy przesyłki paletowe oraz uzupełniamy je o działalność e-commerce, czyli wysyłki sztukowe dla klientów, podobnie jak dynamicznie rozwinęliśmy działalność co-packingową.

Wróćmy do transportu drogowego. Macie swoich pracowników, ale korzystacie również z firm zewnętrznych. Czy, jeśli chodzi

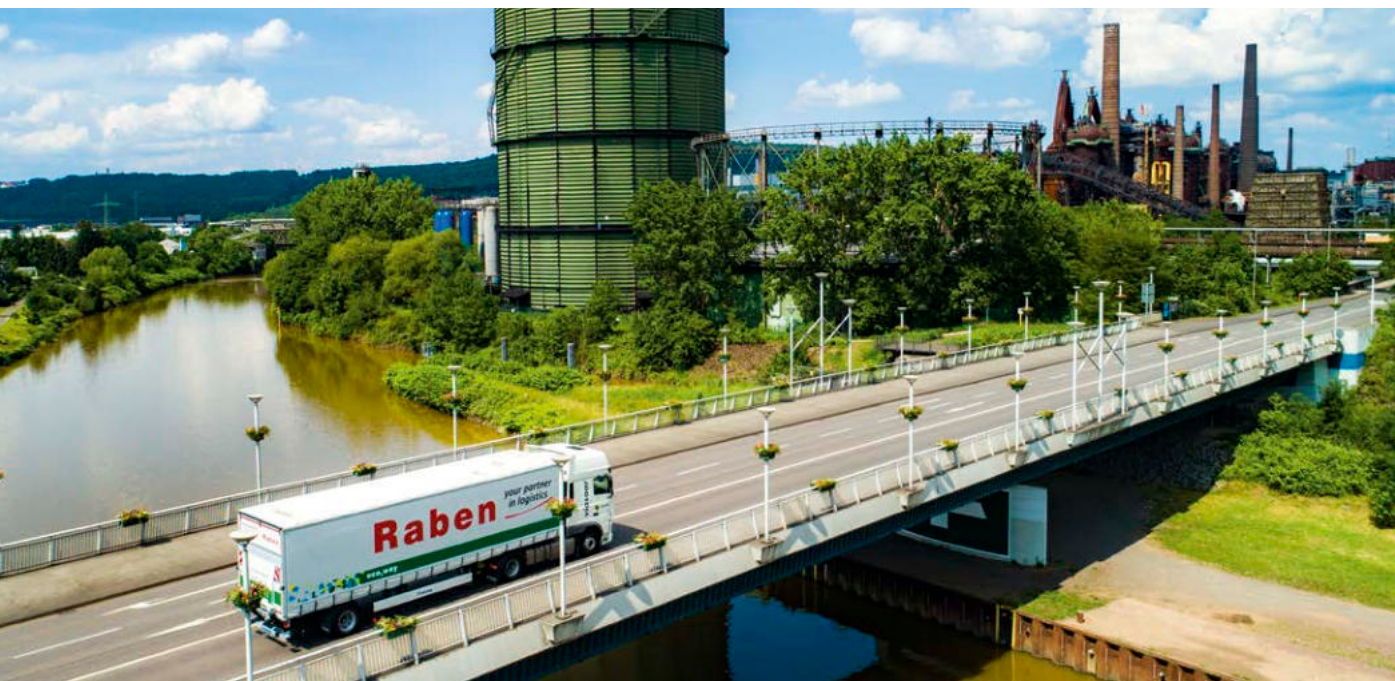
o przewoźników i kierowców, ta dwoistość się sprawdza?

– Nadal mamy własną, wydzieloną spółkę Raben Transport, która posiada swoje pojazdy, swoich kierowców na etatach. W Polsce mamy około tysiąca własnych środków transportu, ok. trzy tysiące samochodów jeździ dla nas z firm zewnętrznych. Ten model sprawdza się od lat. Kierujemy się zasadą, że „zewnętrznych kierowców” traktujemy dokładnie tak samo jak własnych, zatrudnionych przez Raben.

Sporo się mówi o kwestiach zatrudnieniowych. Według niedawnych badań jedna trzecia przewoźników jako największą bolączkę wskazuje właśnie problemy kadrowe. Brak pracowników to kłopot. Jak sobie z tym radzicie?

– Działamy na trudnym rynku, mamy 35 lokalizacji i w poszczególnych regionach sytuacja może się od siebie trochę różnić. Inwestycje w obiekty i infrastrukturę, które poczyniliśmy w ciągu ostatnich dwudziestu lat, teraz procentują poprzez efektywne procesy operacyjne. Naszym zdaniem oferujemy warunki interesujące dla pracowników i firm zewnętrznych (pracownicy magazynowi, kierowcy itp.). Mówię nie tylko o samych stawkach, ale też o dodatkowych

Raben to mocny brand, świetni ludzie. Będziemy podejmowali takie decyzje, aby firma była coraz mocniejsza, niezależnie od warunków zewnętrznych, które dotyczą wszystkie przedsiębiorstwa. Najbliższe lata to czasy sprawdzianu, jaki mamy fundament, jak silne mamy korzenie. To nie będą lata dla słabych.



fot.: Raben

Grupa Raben jest obecna na rynku europejskim od ponad 85 lat. Nie ma gotowych schematów związanych z tworzeniem kolejnych oddziałów. To zależy od sytuacji na konkretnym rynku. Jeśli chcemy budować pozycję na danym rynku, to musimy być elastyczni. Struktura naszej firmy temu sprzyja. Kwestie właścicielskie i krótkie drogi decyzyjne sprawiają, że kluczowe decyzje mogą być podejmowane bardzo szybko. Chodzi zarówno o tworzenie nowych oddziałów, jak i o akwizycje.

korzyściach, tzw. pakietach, które bardzo wzbogacają naszą ofertę. Mamy szeroko rozwinięty pakiet współpracy dla przewoźników, począwszy od stacji paliwowych i oferty paliwowej, realizujemy centralne zakupy i leasing środków transportu dla przewoźników. Krótko mówiąc, środki transportowe mogą oni pozyskiwać taniej niż gdyby działali „na własną rękę”. Oferujemy korzystne formy finansowania. Prowadzimy ciekawe projekty rekrutacyjne. Ostatni z nich nosi nazwę „Pokieruj karierą”, wspieramy naszych przewoźników w naborze kierowców, proponujemy „ścieżki rozwoju” dla pracowników magazynowych, niektórzy z nich chcą bowiem sprawdzić się w nowej roli (także jako kierowcy), a my dajemy im taką możliwość.

Pracodawcy narzekają na to, że pracownicy coraz mniej identyfikują się ze swoim miejscem zatrudnienia, że „gonią za pieniędzmi”, że czasem o kilka złotych wyższa stawka potrafi sprawić, że ktoś rzuci jedną pracę i idzie do drugiej. Czy Pana zdaniem po tych niemal trzydziestu latach na rynku można mówić o przywiązaniu pracowników do marki Raben?

– Myślę, że tak. Adekwatne jest mówienie językiem korzyści dla drugiej strony. W dzisiejszych czasach ważne jest to, z kim się pracuje po drugiej stronie, jaką jego partner ma historię, renomę, jakie

daje perspektywy. Być może Raben jest wymagającym pracodawcą, ale mimo to możemy się poszczycić pokaźną listą jubilatów, również wśród kierowców czy przewoźników, a to o czymś świadczy. W 2018 r. tylko w oddziale w Gądkach 90 osób brało udział w uroczystościach jubileuszowych. Mamy kierowców, pracowników magazynowych czy administracyjnych, którzy pracują u nas 5, 10, 15, 20, a nawet 25 lat. Już wkrótce niektórzy obchodzić będą „trzydziestkę”... Myślę, że to element wspólnej firmy i kultury, którą razem tworzymy.

Ale pewnie nie brakowało pożegnań?

– Tak, nie ukrywam, że były odejścia, a później powroty. Często okazywało się, że „u sąsiadów trawa wcale nie jest taka zielona”. Ale nas to tylko utwierdza w przekonaniu, że musimy od siebie wymagać odpowiedniego przygotowania procesu od wewnątrz. Jeśli kierowca czy pracownik magazynowy pracuje „swoje 8 godzin” w firmie A, B czy C, to w końcu o ocenie decyduje to, jak mu się pracuje: czy jest ład, czy jest określona kultura, czy procesy są poukładane, czy jest bezpiecznie. Nie chodzi o to, czy zapłacimy kilka złotych więcej za godzinę, ale coraz częściej wchodzi w grę kwestie pozafinansowe, np. wzajemne relacje i szacunek. Myślę, że jeśli chodzi o te kwestie, polski rynek pracy bardzo w ostatnich latach dojrzał.

E-commerce to gałąź handlu oparta o urządzenia elektroniczne, trudno dziś sobie wyobrazić pracę bez informatycznego wsparcia. A z drugiej strony, ważne są kwestie bezpieczeństwa.

– W 2018 r., w ramach szerokiego planu poprawy warunków dla kierowców, wprowadziliśmy 3 tys. sztuk nowej generacji urządzeń mobilnych. Otrzymali je nasi kierowcy i stali partnerzy. To są nowoczesne terminale przenośne, zapewniające stałą łączność z kierowcą, umożliwiające m.in. monitorowanie drogi przesyłki. Z drugiej strony, upraszczamy to, co nie jest związane z pracą kierowców. Kierowca chce prowadzić nowoczesną ciężarówkę, nie chce być magazynierem czy księgowym. Wspomniane urządzenia zwiększają bezpieczeństwo, ale też ułatwiają pracę. To urządzenia osobiste, nieco większe od smartfonów, które w sposób zaawansowany wspierają proces dostawy i odbioru: śledzenie przesyłki, dokumentowanie niezgodności/problemów, podpis na ekranie, wykonywanie zdjęć, kontakt z dyspozytorem. Te wszystkie działania dają efekty. Dzięki nim, ale też np. dzięki aktywności funkcjonujących w naszej firmie etatowych koordynatorów do spraw relacji z przewoźnikami i kierowcami, miesięczny wskaźnik rotacji kierowców utrzymuje się poniżej 1%.

Ale ryzyk ciągle jest pewnie sporo?

– Szczegółowo analizujemy ryzyka w naszej działalności, i chodzi nie tylko o to, co na zewnątrz. Wiele zrobiliśmy, by praca była bezpieczna, obiekty są specjalnie przygotowane dla nas, powstały według technologii i koncepcji Raben tak, aby procesy transportu wewnętrznego odbywały się w optymalny dla nas sposób. Już na starcie staramy się w ten sposób eliminować ryzyka. Inwestujemy w środki ochrony osobistej, tak samo traktujemy i dbamy o pracowników stałych, jak tymczasowych. Jak wspomniałem, kierowców „zewnętrznych” traktujemy

Oferujemy warunki interesujące dla pracowników i firm zewnętrznych. Mówię nie tylko o samych stawkach, ale też o dodatkowych korzyściach, tzw. pakietach, które bardzo wzbogacają naszą ofertę. Mamy szeroko rozwinięty pakiet współpracy dla przewoźników, począwszy od stacji paliwowych i oferty paliwowej, realizujemy także centralne zakupy i leasing środków transportu dla przewoźników.

identycznie jak zatrudnionych w Raben na etacie.

A co z bezpieczeństwem systemów informatycznych? Ubiegłoroczne doświadczenia z atakiem hakerskim (program ransomware Petya) także Państwa firmie dały pewnie sporo do myślenia?

– Logistyka składa się z dwóch poziomów: pierwszy to logistyka fizyczna, drugi – wszelka wymiana danych. To ona jest kluczowa, aby nasi klienci mogli prowadzić swoje procesy produkcyjne czy handlowe. W ciągu kilku godzin po informacji o międzynarodowym zagrożeniu wirusowym i tymczasowym wstrzymaniu operacji wszystkie operacje wróciły do normy, co świadczy o tym, że nasze służby działają, że dużo zostało zrobione w zakresie ochrony i stabilności procesów. Ciągłe zresztą Grupa wzmacnia zabezpieczenia oraz procedury. Mamy własne zespoły IT dedykowane dla poszczególnych systemów, na stałe współpracują z nami osoby rozwijające systemy bezpieczeństwa. Chcemy, aby nasi klienci mogli się czuć komfortowo. Dotyczy to wszystkich typów oprogramowania, nie tylko systemów transportowych, magazynowych czy WMS.

Co najbardziej przeszkadza polskim logistykom?

– Obecnie największym ryzykiem dla branży są regulacje unijne związane z zakazami jazdy czy z pracownikami delegowanymi. Ograniczenia administracyjne,

polityczne czy fiskalne (np. podwyższanie Mautu) zmniejszają efektywność i utrudniają planowanie. Przeszkadza nam zmienność i niepewność, sytuacje, gdy plany i budżety są pozamykane, a wchodzi w życie nowy przepis, dotyczący np. sprawozdawczości, czy jakieś obciążenie fiskalne. Przykładem mogą być pewne zmiany dotyczące przesyłek nadzorowanych, wprowadzanie wymagań dotyczących tego, jak je monitorować. Te przepisy w przypadku obsługi drobnicowej nie są jednoznaczne. Tam, gdzie następuje współpraca z podmiotami zagranicznymi, pojawia się problem, nasi zagraniczni partnerzy nie wiedzą, jak sobie z tym poradzić (te przepisy obowiązują w Polsce i na Węgrzech, w innych krajach nie ma takich uregulowań, nasi partnerzy muszą się zatem tego nauczyć). Te rozwiązania, które wchodzi tylko w Polsce, są trudne do wprowadzenia, zwłaszcza gdy brak jest odpowiedniego poprzedzenia.

A co z nowymi projektami lokalizacyjnymi dotyczącymi terminali, magazynów, baz transportowych?

– Nie ma problemów. Jednostki samorządowe są dziś zorientowane na inwestorów.

Czy można mówić o jakimś wspólnym głosie operatorów logistycznych w kluczowych kwestiach?

– Branża jest coraz bardziej aktywna i mówi jednym głosem. Nasza spółka jest członkiem organizacji

TLP (Transport Logistyka Polska), która wspiera te działania. Z punktu widzenia podejmujących decyzje o charakterze globalnym ważne jest, by słuchać tego, co mówią przedsiębiorcy. My staramy się zadbać o to, by na etapie konsultacji liczył się głos branży. Rządzący muszą sobie zdawać sprawę, że Polska jest gigantem transportowym, potentatem logistycznym. Rozwój transportu i logistyki świadczy o rozwoju gospodarki i o naszej pozycji w Unii Europejskiej. Pokazujemy, że rozwijamy się w tempie dwucyfrowym, w Polsce powstają międzynarodowe centra logistyczne. Zaopatrujemy odbiorców aż w Skandynawii, Austrii, krajach Beneluxu... To pokazuje nasz potencjał. Nie mamy kompleksów, jeśli chodzi o technologię. Korzystamy z najnowocześniejszych systemów TMS, WMS, w wielu elementach jesteśmy lepsi od operatorów zachodnich, np. jeśli chodzi o rozwiązania sieci transportu międzynarodowego czy obsługę magazynową i handlingową. A koszty mamy niższe, jesteśmy bardziej elastyczni. Potrzebujemy jednak ciągle lepszej infrastruktury drogowej. Spójrzmy np. na autostradę pomiędzy Strykowem a Warszawą. Praktycznie stoi, a takich „wąskich gardeł”, nawet w przypadku stosunkowo niedawno budowanych dróg, jest więcej.

Czy sądzi Pan, że takim liderem będziemy też za dziesięć, dwadzieścia lat?

– Nie chcę prognozować. Jeżeli chodzi o moją firmę, jestem pewny, że robimy wszystko, aby Grupa Raben była za 10 lat i dłużej liderem rynku, by nie zaprzepaścić kapitału, który zbudowaliśmy. Raben to mocny brand, świetni ludzie. Będziemy podejmowali takie decyzje, aby firma była coraz mocniejsza, niezależnie od warunków zewnętrznych, które dotyczą wszystkie przedsiębiorstwa. Najbliższe lata to czasy sprawdzianu, jaki mamy fundament, jak silne mamy korzenie. To nie będą lata dla słabych.

Dziękuję za rozmowę.

Stale połączenia Polska – Niemcy

Raben

your partner
in logistics

#DELIVEREDbyRABEN

MADE IN
GERMANY



W Bawarii piwo oficjalnie
uważane jest za jedzenie.

BERLIN



Przy autostradach w Niemczech
są 403 punkty wypoczynkowe
oraz 387 stacji paliw.



W Niemczech istnieje
ponad 300 odmian chleba



**Zamek
Neuschwanstein**
Odwiedza go rocznie
ponad 1,3 miliona
turystów. Nazywany
jest "bajkowym
zamkiem".

39
bezpośrednich połączeń

75
codziennych połączeń między krajami

25 000
przesyłek miesięcznie

1 100
międzynarodowych przesyłek dziennie

40
hubów logistycznych

Logistyka w obrazkach

Z Tomaszem Cegielskim, Dyrektorem Zarządzającym Geis PL – o tym, jakie innowacje mogą zmienić obraz współczesnej logistyki, co znaczy w praktyce Logistyka 4.0 w Geis oraz jak ujednolichenie marki operatora wpłynęło na codzienną ofertę usług „z jednej ręki” – rozmawiał Krzysztof Pograniczny

Krzysztof Pograniczny: Co to takiego LogiPICs i czemu może służyć w magazynach?

Tomasz Cegielski: LogiPICs jest niczym innym jak wizualizacją procesów logistycznych mających miejsce w danej lokalizacji. Podstawowym zadaniem wizualizacji jest bardziej wydajne wykorzystanie kurczącego się zasobu, jakim się stała siła robocza w procesach logistycznych. W Geis jesteśmy świadomi faktu, że dobrą wizualizację „logistyki w obrazkach” można stworzyć tylko w środowisku, w którym procesy zostały odpowiednio zmapowane i opisane. Wartość „pisma obrazkowego” jest kluczowa w sytuacji, gdy znaczna część naszej kadry magazynowej pochodzi z zagranicy i czytanie długich instrukcji w obcym języku byłoby dla pracowników pewnym utrudnieniem. Dobra wizualizacja jest językiem uniwersalnym, gwarantującym poprawne zrozumienie i realizację wielu procesów oraz czynności.

Geis utrzymuje specjalne zespoły robocze, które poszukują innowacji w logistyce. Co jest efektem tej pracy poza „logistyką w obrazkach”? Gdzie znajduje się w logistyce sfera o największym potencjale innowacyjnym?

– Największy potencjał innowacyjny tkwi z reguły w tych ogniwach procesu logistycznego, gdzie

znajdują się pokłady czynności zbędnych, niedodających wartości do procesu, takich jak nadmierny ruch, zbyt duże zapasy itp. Upraszczanie i zwiększanie efektywności procesu często następuje na styku wielu procesów, dlatego w Geis często powołujemy interdyscyplinarne zespoły projektowe, których zadaniem jest „wyszczuplenie” procesu (zgodnie z filozofią Lean) i eliminacja wszystkich czynności nieprzynoszących wartości dodanej dla naszych klientów.

Są firmy, które głośno krzyczą o Logistyce 4.0 i nic poza sloganami z tego nie wynika. W Geis nie znajduję takich krzykaczy, ale widzę projekty. Co z tych innowacyjnych pomysłów weszło w obszar zastosowania praktycznego w Geis i jednocześnie bez wahania można uznać za logistykę jutra? Czy

to jest obszar przewagi i konkurencji wnoszący wartość dodaną?

– W Geis staramy się stawiać przede wszystkim na konkretne działania, a nie „szum”, wykorzystywany wyłącznie w celach szeroko rozumianego PR. Dział IT funkcjonuje bardzo blisko procesów logistycznych i podsuwa praktyczne rozwiązania, które szybko usprawniają proces, a ich implementacja jest stosunkowo łatwa. Przykładem może być wdrożenie aplikacji G-Driver, która pozwala naszym kurierom na używanie własnych smartfonów z takim samym rezultatem jak droższych i mniej wygodnych urządzeń mobilnych.

A „egzoszkielet” w Geis to bajka czy rzeczywisty temat wymagający innowacyjnego rozwiązania? Gdzie zauważono problem i co

Wykorzystanie technologii „egzoszkieletu” w procesach logistycznych to z pewnością nie jest bajka, ale realne rozwiązanie chroniące zdrowie pracowników zmuszonych do ręcznego manipulowania cięższymi paczkami. W pierwszej kolejności chcemy zautomatyzować proces tak, aby czynności „ręczne” zastąpić automatyką.



Dobłą wizualizację „logistyki w obrazkach” można stworzyć tylko w środowisku, w którym procesy zostały odpowiednio zmapowane i opisane. Wartość „pisma obrazkowego” jest kluczowa w sytuacji, gdy znaczna część naszej kadry magazynowej pochodzi z zagranicy i czytanie długich instrukcji w obcym języku byłoby dla pracowników pewnym utrudnieniem.

tego rodzaju rozwiązanie może zmienić w pracy magazyniera czy operatora?

– W przypadku gdy nie da się uniknąć procesu manualnego, technologia „egzoszkieletu” zostanie przez nas wypróbowana i w miarę możliwości wykorzystana dla poprawy bezpieczeństwa i komfortu pracy naszych pracowników.

W ciągu ostatnich 2 lat intensywnie inwestują Państwo w infrastrukturę na terenie Polski. Powstały nowe oddziały w Rzeszowie, Gorzowie, Koszalinie – ile łącznie znajduje się ich w sieci, dla jakiego serwisu usług jest to zaplecze i czy to

już koniec planów inwestycyjnych w Polsce?

– Nasze plany inwestycyjne są ściśle związane z potrzebami naszych klientów, więc z pewnością nie będziemy mogli wyznaczyć jednego momentu zakończenia wszelkich inwestycji. Cieszymy się, że stworzyliśmy efektywną sieć 29 terminali paczkowych i 23 terminali drobnicowych, pozwalającą nam na sprawną dystrybucję przesyłek i dającą naszym klientom poczucie naszej stałej obecności na lokalnych rynkach. Dynamiczny rozwój Geis w Polsce sprawił, że oddziały w poszczególnych miastach muszą nadążać infrastrukturalnie za rozwojem wolumenów i w nowym roku 2019

takie przenosiny do nowych lokalizacji również są planowane.

W eter popłynęła informacja, że Geis zakończył proces ujednoliceń marki. Co to oznaczało w praktyce? W jakich przestrzeniach organizacja pracowała w ostatnim czasie, aby zintegrować wewnętrznie firmy przejęte przez Geis w Polsce?

– Celem było stworzenie jednolitej organizacji, która pozwoli naszym klientom na korzystanie z kompleksowej oferty w zakresie przewozu paczek, drobnicy, ładunków całopojazdowych a także usług logistyki kontraktowej. Wszystkie usługi prowadzone są w jednolitej kulturze organizacyjnej, przy wykorzystaniu tych samych narzędzi i standardów operacyjnych. Klienci czują, że współpracują z jednym operatorem logistycznym, a nie kilkoma spółkami oferującymi różne usługi logistyczne i ta opinia naszych klientów jest najważniejszym sygnałem, że niełatwy



foto: Geis

Zakończyliśmy proces ujednolicenia marki Geis. Naszym celem było stworzenie jednolitej organizacji, która pozwoli naszym klientom na korzystanie z kompleksowej oferty w zakresie przewozu paczek, drobnicy, ładunków całopojazdowych a także usług logistyki kontraktowej. Klienci czują, że współpracują z jednym operatorem logistycznym, a nie kilkoma spółkami oferującymi różne usługi logistyczne.

proces integracji wielu spółek pod jedną marką Geis zakończył się powodzeniem.

Czy mieli Państwo okazję sprawdzić rozpoznawalność swojej marki na polskim rynku po przejściach i świadomość kompleksowości serwisu z jednej ręki? Co widzą, wiedzą i mówią klienci na słowo „Geis”?

– Nie przeprowadzaliśmy jeszcze szczegółowych badań rozpoznawalności. Cieszą nas rosnące

wolumeny obsługiwanych przez nas przesyłek i stale powiększające się grono naszych klientów. Dbamy o sprawne brandowanie naszych kolejnych samochodów i naczep, co z pewnością jest widoczne na polskich drogach.

Patrząc na dynamikę e-commerce, chyba jesteście zadowoleni z posiadania sieci serwisu przesyłek ekspresowych? W zasadzie e-handel napędza wszystko: magazynowanie, logistykę kontraktową, transport drogowy, morski,

lotniczy. Zastanawia mnie, co dziś jest kluczem do powodzenia biznesu logistycznego, czy jest to bardziej niszowy, specjalizowany obszar, w którym się działa, czy raczej standard i rozpiętość usług, swego rodzaju „my potrafimy zrobić wszystko, co dotyczy logistyki, bo mamy odpowiednie narzędzia, zaplecze i specjalistów”?

– Rozwój e-commerce na rynku polskim jest z pewnością imponujący i często stanowi o dynamicznym wzroście wolumenów w segmencie B2C. Aby profesjonalnie działać w segmencie B2C, operator logistyczny musi poczynić wiele przygotowań dotyczących metod awizacji przesyłek dla klienta indywidualnego, stworzyć alternatywne punkty dostawy przesyłek, tzw. drop pointy (w przypadku firmy Geis działa specjalna sieć Geis Pointów), a także dostosować posiadaną flotę pojazdów do dostaw, np. na terenie osiedli mieszkaniowych. Chcemy, aby Geis posiadał swoją kompleksową ofertę zarówno w segmencie B2B, jak i B2C tak, aby nasz klient nie musiał się kierować ani typem finalnego odbiorcy, ani też wielkością przesyłki jako wyznacznikami wyboru operatora logistycznego. Wracając do pytania – chcemy oferować rozwiązania kompleksowe wszystkim zainteresowanym podmiotom, nie kierując naszej oferty do poszczególnych nisz rynkowych, ale równocześnie dbamy o to, aby nasza oferta wyprzedzała szybko zmieniające się potrzeby rynku.

Patrząc z punktu widzenia klienta, co Geis potrafi dać takiego, czego nie mają inni w ramach współpracy biznesowej?

– Współpraca z Geis to nowoczesna forma integracji własnego łańcucha logistycznego i wynikających z niego potrzeb z możliwościami operatora logistycznego, który posiada globalną sieć, a także potrafi zapewnić serwis wysokiej jakości, połączony z bliską relacją z klientem typową dla firmy rodzinnej.

Dziękuję za rozmowę.

GRUPA GEIS

➤ USŁUGI KURIERSKIE

Krajowy system transportu przesyłek kurierskich zarówno na adresy firmowe, jak i prywatne.

➤ GEIS POINT

Sieć punktów odbioru paczek ze sklepów internetowych na terenie całej Polski.

➤ PRZESYŁKI PALETOWE

Krajowy i międzynarodowy system transportu palet i przesyłek indywidualnych.

➤ TRANSPORT CAŁOPOJAZDOWY

Krajowy i międzynarodowy transport całopojazdowy (FTL) i doładunkowy (LTL).

➤ LOGISTYKA KONTRAKTOWA

Usługi logistyczne od prostego magazynowania przez usługi VAS do złożonych projektów logistycznych.

➤ OPAKOWANIA

Projektowanie i produkcja specjalistycznych i handlowych opakowań.

➤ TRANSPORT MORSKI I LOTNICZY

Transport morsko-lotniczy, czarterowy, kontenerowy, FCL i LCL.



Stawka rozlokowana

Z Kacprem Gołubowskim, Ekspertem SRW – o dumpingu socjalnym w branży transportowej, osławianiu nerwowości wśród transportowców z powodu wprowadzenia płacy minimalnej oraz tym, co sprawia kierowcom najwięcej kłopotów na co dzień w prowadzeniu firmy – rozmawiał Krzysztof Pograniczny

Krzysztof Pograniczny: Miniony rok upłynął w cieniu dyskusji o potędze polskiego transportu, któremu wszystkie kraje UE starają się utrudnić życie poprzez wprowadzenie rozmaitych zapisów prawnych jeszcze bardziej broniących narodowe interesy. Czy nie ma w tym jakiegoś niepotrzebnego larum – skoro transport jest potężny, to czego branża się obawia? Możemy to jakoś zdefiniować?

Kacper Gołubowski: Cały problem polega na tym, że niestety na Zachodzie uważa się, że Polacy konkurują wyłącznie ceną. Receptą na „dumping socjalny” mają być podwyżki wynagrodzeń kierowców w myśl zasady: gdzie pracujesz, taką pensję otrzymujesz.

Zburzmy te mity, a przynajmniej z nimi powalczmy. Czy z doświadczenia SRW wynika, że polscy kierowcy rzeczywiście mało zarabiają w stosunku do swoich kolegów z branży na Zachodzie, a polskie firmy transportowe pracują na stawkach dumpingowych?

– Średnie wynagrodzenie polskiego kierowcy mieści się w przedziale 6000–8000 zł, dzięki czemu jego praca jest „najlepiej opłacaną pracą fizyczną w Polsce”. Jednakże sprawa ma również drugie dno. Mianowicie około 3/4 zarobków kierowców stanowią wynagrodzenia z tytułu delegacji, które są składnikami nieopodatkowanymi.

Mało tego, w zamyśle przepisów stanowią one rekompensatę za poniesione koszty dodatkowe z tytułu podróży służbowych oraz pogorszenia standardu pobytu. Wracając do pytania, stawki nie są dumpingowe, ale inaczej niż na Zachodzie rozlokowane.

Jak zareagował polski rynek transportowy po wprowadzeniu pierwszych przepisów o stawce minimalnej? Czy pojawiła się kolejka do SRW z pytaniem, co teraz nastąpi? Jakie działania Państwa firma podjęła w tym momencie i jak zdefiniowano problem?

– Wprowadzenie przepisów dotyczących niemieckiej płacy minimalnej (te były pierwsze) zrodziło bardzo dużo nerwowości na polskiej scenie transportu międzynarodowego. Jednakże z czasem, kiedy zaczęliśmy rozbijać problem na czynniki pierwsze, okazało się, że strach ma wielkie oczy. Obecnie za pomocą umiejętnego wykorzystania składników wynagrodzenia zwiększone koszty pracy na terenie Niemiec nie są odczuwalne.

SRW szkoli, rozlicza i wdraża. Czy firmy transportowe chcą się czegoś nauczyć w związku z nowymi sytuacjami prawnymi, czy tylko szukają usługi doradczej i księgowej?

– Firmy transportowe bardzo chętnie korzystają z naszych doświadczeń w zakresie międzynarodowych przepisów prawa pracy.

Nasi eksperci prowadzą szkolenia dla przedsiębiorstw obejmujące pełne spektrum działania firm transportowych.

Zacznijmy od pierwszej kompetencji SRW. Z jakiego obszaru są prowadzone szkolenia, co jest ich przedmiotem, dla kogo i przez kogo są przygotowywane?

– Nasza firma prowadzi szkolenia z szerokiego zakresu, jakim jest czas pracy kierowców. To między innymi tematyka związana z:

- europejskimi płacami minimalnymi,
- rozliczaniem czasu pracy kierowców,
- przepisami dotyczącymi kierowców zawodowych,
- obsługą tachografu,
- szkoleniem z kadr w zakresie prowadzenia akt osobowych,
- właściwym rozliczaniem na liście płac składników wynikających z umów o pracę kierowców,
- zmianami zachodzącymi w przepisach prawa pracy oraz ubezpieczeń społecznych,
- doradztwem z zakresu rachunkowości,

Szkolenia zarówno dla kierowców, jak i działów administracji naszych klientów przeprowadzają eksperci posiadający wieloletnią praktykę w tych dziedzinach.

Drugi obszar usług dotyczy rozliczeń, czy należy SRW utożsamiać z biurem rachunkowym? Jaki zakres obsługi kadrowo-księgowej Państwo prowadzą

Europejska konkurencja nie rywalizuje z polskim transportem za pomocą metod wolnorynkowych, a decyzji administracyjnych. W ostatnich latach polscy przewoźnicy wyrobili sobie markę solidnych partnerów biznesowych.



i dlaczego lepiej, aby przewoźnik nie zlecał takich usług przysłowiowej „pani Basi”?

– Kompleksowe rozliczenie wszystkich obszarów w jednej instytucji gwarantuje pełny nadzór nad dokumentacją, od prawidłowego rozliczenia czasu pracy kierowców przez przeszkolonych specjalistów oraz właściwe jego ujęcie na liście płac, po zaksięgowanie powyższych operacji zgodnie z literą prawa. Dokumentacja transportowa charakteryzuje się szczególnymi zapisami w umowach oraz regulaminach, przez co niekoniecznie jest właściwie rozumiana i rozliczana przez małe nieprzeszkolone w tym obszarze biura rachunkowe. Atutem Spółki SRW jest fakt ustawicznego podnoszenia kwalifikacji swoich pracowników przez liczne szkolenia tematyczne.

Trzeci obszar funkcjonowania SRW jest powiązany z drugim. Nie ma dziś rozliczeń finansowych bez

precyzyjnie pozyskanych danych. Jakie urządzenia wdraża SRW w firmach transportowych i jakiego rodzaju dane są pozyskiwane?

– Aby otrzymać dane źródłowe do naszych rozliczeń, u naszych klientów wdrażamy następujące rozwiązania:

– Aplikacja SRW 561 – klient otrzymuje narzędzie do kontroli bieżących naruszeń 28 dni wstecz od daty odczytu. Umożliwia ona również wgląd do danych z tachografu do 90 dni od daty odczytu.

– Aplikacja SRW BUS – umożliwia rejestrowanie czasu pracy kierowców prowadzących pojazdy, które nie są wyposażone w tachograf. Dzięki temu urządzeniu kierowcy nie muszą wypełniać stert dokumentów dotyczących zarówno czasu pracy, pracy na terenie poszczególnych krajów, jak i przekraczanych granic. Aplikacja umożliwia zarządzającemu transportem bieżącą kontrolę nad kierowcami oraz taborom.

– Urządzenie do zdalnego odczytu danych – umożliwia odczyt karty kierowcy i tachografu niezależnie od tego, gdzie one się aktualnie znajdują. Dane za pomocą aplikacji są przesyłane na serwer wskazany przez klienta, dzięki czemu praca w firmie może przebiegać bez zakłóceń wynikających z obowiązku terminowego odczytu urządzeń rejestrujących.

– Aplikacja Saldeo, która dzięki wbudowanemu systemowi do odczytywania danych z dokumentów (faktur wraz z pozycjami towarowymi, wyciągów bankowych, innych typów) samodzielnie wprowadza je do programu księgowego, systemu ERP lub eksportuje do pliku JPK.

Jest także sfera działalności SRW nazywana pomocą prawną. W jakich okolicznościach firma jest w stanie pomóc przewoźnikowi i kiedy powinien się zwrócić o taką pomoc?

Wprowadzenie przepisów dotyczących niemieckiej płacy minimalnej zrodziło bardzo dużo nerwowości na polskiej scenie transportu międzynarodowego. Jednakże z czasem, kiedy zaczęliśmy rozbijać problem na czynniki pierwsze, okazało się, że strach ma wielkie oczy.

fot.: Adobe Stock



– Spółka SRW zapewnia szeroki wachlarz usług świadczonych dla firm transportowych, dlatego każdy klient, który ma problem związany z prawem, może się do nas zwrócić. Pomagamy w zakresie: dochodzenia roszczeń z tytułu wynagrodzenia (frachtu), porad prawnych z zakresu prawa pracy i prawa transportowego, przekształcenia/fuzji, due diligence prowadzonego przedsiębiorstwa.

Kiedy mówimy o wykroczeniach względem prawa, czy można je ująć w jakiś katalog? Jakie są najczęstsze przewinienia polskich kierowców i nad czym trzeba solidnie popracować?

– O wykroczeniu możemy mówić tylko i wyłącznie w sytuacji, gdy jest to czyn społecznie szkodliwy, zabroniony przez ustawę i zagrożony karą. Te przesłanki muszą zostać spełnione łącznie. Od kilku lat kierowca był zobowiązany prawem do zaznaczania na tachografie kraju rozpoczęcia pracy i jej zakończenia. Jednakże do tego roku taryfikator nie przewidywał sankcji za brak tych danych. Jeżeli zatem kierowca nie wykonywał wymaganych wpisów, to popełniał czyn społecznie szkodliwy i zabroniony, ale bez ostatniej przesłanki, czyli kary, nie było to wykroczenie.

Natomiast katalog wykroczeń jest zależny przede wszystkim od przepisów szczególnych. Istnieją wykroczenia skarbowe, wyborcze, związane z ruchem drogowym czy też transportowe i wiele innych. Polscy kierowcy mają przede wszystkim problemy z obsługą tachografu i prawidłowym zabezpieczeniem ładunku. Co do czasu pracy, dążymy do tego, aby kierowcy przede wszystkim zrozumieli przepisy. Przekroczony czas jazdy czy skrócone odpoczynki nie wynikają z nieznamości prawa, ale z nieprawidłowej interpretacji i stosowania. Słowem-kluczem jest „rozumienie” przepisów i nad tym trzeba jeszcze popracować.

Kiedyś transport był uważany za dziedzinę z dość łagodną barierą dostępu. Czy obecny przewoźnik rozumie, że oprócz ciężarówki jest jeszcze sfera pozatechniczna, obejmująca takie zagadnienia, jak prawo, kadry, know how, równie ważna, a której nie jest w stanie sprostać sam?

– Aby odpowiedzieć na to pytanie, należy spojrzeć na wszystko z innej strony. Jeżeli posiadamy ciężarówkę i jeździmy po całej UE, potrzebujemy paliwa, które kosztuje wszędzie podobnie. Płacimy ubezpieczenia w podobnej cenie, stawki za frachty również

są zbliżone, a leasing i kredyty są nawet droższe niż we Francji czy w Niemczech. Aby zatem skutecznie konkurować, musimy zwiększyć wydajność i szukać nowych rozwiązań. Wyjście i otwarcie się po części na podmioty zewnętrzne i wyspecjalizowane daje nam gwarancję prawidłowego zorganizowania w danej dziedzinie. I przede wszystkim będzie to tańsze, niż byśmy robili to samodzielnie, wewnątrz prowadzonego biznesu. Polscy przewoźnicy zaczynają dostrzegać korzyści wynikające z nowych technologii czy dogłębnej znajomości prawa. Gdy całość rozliczeń kierowcy – od czasu pracy, po wyliczenie wynagrodzeń – jest wykonywana w firmie zewnętrznej, po pierwsze, dochodzi do oszczędności czasu, a po drugie – jest znacznie tańsze niż zatrudnienie kolejnego pracownika i zapewnienie mu oprogramowania. Taka osoba musi znać prawo pracy i transportowe, być zaznajomiona z obsługą nowoczesnych urządzeń w pojeździe, musi potrafić pomóc kierowcy w każdej sytuacji. Natomiast firma rozliczająca skupia wszystkich specjalistów dostępnych cały czas. Daje to oczywistą przewagę nad konkurencją i to nie tylko krajową.

Dziękuję za rozmowę.



S R W

SZKOLENIA
ROZLICZENIA
WDROŻENIA[®]



biuro@srw.com.pl

+ 48 32 888 58 58

www.srw.com.pl

**Kompleksowa analiza
i rozliczanie czasu pracy kierowców
oraz delegacji z uwzględnieniem
europejskich płac minimalnych**

RODO

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

**Pełna obsługa
kadrowo-płacowa
i księgowa**

www.br.srw.com.pl



**Biuro Rachunkowe
SRW**



ksiegowosc@br.srw.com.pl

+ 48 32 888 58 58

Ustanawianie standardów

Z Bartoszem Michalskim, Dyrektorem Developментu SEGRO – o tym, jak zmieniały się potrzeby klientów powierzchni magazynowych, o kreowaniu nowych rozwiązań w budownictwie przemysłowym przez dewelopera i ducha zrównoważonego rozwoju przy realizacji inwestycji – rozmawiał Krzysztof Pograniczny

Krzysztof Pograniczny: Hossa, hossa, hossa. To magiczne słowo charakteryzuje rynek nieruchomości przemysłowych w Polsce. Z raportu CBRE wynika, że w końcu pierwszej połowy 2018 roku odnotowano 45-procentowy wzrost budowanej powierzchni logistycznej, w stosunku do analogicznego okresu roku 2017. Czy wobec tej sytuacji jest miejsce dla pracy działu developментu w SEGRO?

Bartosz Michalski: Wspomniana hossa wiąże się z dynamicznym rozwojem gospodarki oraz rosnącym popytem na powierzchnie magazynowe.

Wzmóżona aktywność deweloperska dotyczy oczywiście również naszej firmy. W 2018 r. zrealizowaliśmy między innymi w SEGRO Business Park Łódź obiekt typu cross-dock dla JAS-FBG o łącznej powierzchni 6600 m². Obok magazynowania budynek pełni także funkcję sortowni przesyłek drobnicowych. Przykładem innego projektu zakończonego w ubiegłym roku przez SEGRO jest obiekt produkcyjno-magazynowy dla Corning Optical Communications na terenie SEGRO Logistics Park Stryków. To drugi budynek, obok powstałego w 2006 r., wybudowany przez SEGRO dla Corning.

Aktualnie w Polsce Centralnej realizujemy kolejne obiekty i rozbudowy, intensywnie budujemy również na Śląsku, zatem dział developментu SEGRO ma aktualnie bardzo dużo pracy.

Czy mamy do czynienia z całkowitym nasyceniem kluczowych dla logistyki obszarów magazynami, czy w planach rozwojowych wciąż widać potencjał dla realizacji nowych obiektów?

– Na pewno nie możemy jeszcze mówić o nasyceniu kluczowych dla logistyki lokalizacji powierzchniami magazynowymi, skoro pod



fot.: SEGRO



Świadomość naszej firmy w kontekście realizacji obiektów w duchu zrównoważonego rozwoju została zbudowana jeszcze na długo, zanim kwestia ta stała się istotna dla naszych klientów. Wynika to z brytyjskiej kultury organizacyjnej, w której działamy, gdzie ekologia jest kluczowym aspektem już od wielu lat.

względem największej aktywności deweloperskiej nadal przeważają okolice Warszawy, Górny Śląsk i obszar Polski Centralnej. Duża liczba zapytań od klientów związanych z realizacją nowych projektów właśnie w tych regionach pokazuje, że nadal cieszą się one powodzeniem i będą się rozwijać. Dowodem na to są również konkretne przykłady z naszego portfela: w ostatnim czasie między innymi w SEGRO Logistics Park Łódź zwiększyliśmy bank ziemi na potrzeby „szytego na miarę” projektu dla klienta produkcyjnego.

Coraz częściej jednak z powodu wyczerpywania się zasobów, głównie siły roboczej, głośno się mówi o konieczności poszukiwania nowych rynków wschodzących przez inwestorów. Które kierunki i regiony można zarekomendować klientom i w zasadzie jak powinni podejść do takiej inwestycji?

– Kwestia zasobów ludzkich jest oczywiście bardzo istotna, niemniej jednak dla klientów parków logistycznych nadal kluczowa pozostaje lokalizacja w pobliżu najważniejszych szlaków komunikacyjnych, która pozwala na optymalizację procesów logistycznych. Równie istotne jest lokowanie się w okolicy największych aglomeracji, będących dla firm zarówno teraz, jak i w przyszłości ważnym rynkiem zbytu, ale także zapleczem kadrowym. Nie bez znaczenia jest również fakt, że w rozwiniętych logistycznie lokalizacjach klienci znajdują się w pobliżu swoich dostawców i kontrahentów, co pozytywnie wpływa na łańcuch dostaw. Taka lokalizacja zapewnia firmom optymalne warunki do rozwoju zarówno teraz,

jak i w przyszłości. Doświadczenie naszych klientów pokazuje, że dobrze przygotowana oferta pracodawcy, ale też zapewnienie pracownikom godnych warunków pracy skutkują mniejszą rotacją personelu i bardziej efektywnym pozyskiwaniem nowych zasobów. Oczywiście nasza firma pozostaje otwarta na nowe lokalizacje, z uwagą przyglądamy się rynkowi, szczególnie w kontekście rozwijającej się infrastruktury drogowej.

Wróćmy jeszcze na moment do regionów obecnie topowych. Czy nie ma Pan wrażenia, że czas jasno powiedzieć o potrzebie zmian jakościowych w budowaniu obiektów magazynowych i wielka rola w tym procesie należy do deweloperów. Chodzi mi o realizację hal, które umożliwią wprowadzenie automatyki w procesach, co dziś w tych standardowych obiektach jest problemem.

– Niezbędne są zmiany związane z rozwiązaniami technicznymi, nie zaś zmiany jakościowe. Naszą firmę, ponieważ jesteśmy zarówno deweloperem, jak i zarządcą nowoczesnych powierzchni magazynowych, cechuje duża elastyczność, która dotyczy jednocześnie dostosowywania istniejących, jak i budowania nowych magazynów. Obiekty SEGRO z założenia pozwalają na wprowadzenie automatyki w procesach, jednak nie ma wątpliwości, że ze względu na uniwersalność realizowanych przez nas powierzchni magazynowych nie możemy konkurować w nasyceniu technologią z obiektami realizowanymi przez wyspecjalizowane branże dla nich samych (build-to-own). Obiekt o większej niż standardowa wysokości już

zawsze będzie obiektem przystosowanym stricte do magazynowania automatycznego, co w przypadku wygaśnięcia umowy najmu będzie stanowić wyzwanie dla dewelopera w kontekście pozyskania kolejnego klienta, który byłby gotowy zapłacić za taką wysokość. W związku z tym większość obiektów realizowanych przez SEGRO to budynki magazynowe o standardyzowanych parametrach: wysokości 10–12 metrów w świetle, z posadzką o nośności 5–7 t czy instalacją tryskaczową.

W pierwszej fazie budownictwa magazynowego deweloperzy zapewnili przede wszystkim standard, którego nie było w Polsce, zmieniła się wysokość składowania towarów – powyżej 8 m. Ten rynek nieustannie czeka na kreowanie nowych rozwiązań. Jak magazyny zmieniły się w ostatnich czasach pod względem technologicznym?

– Standardy SEGRO ewoluowały szczególnie w kontekście dużo wyższej izolacyjności obiektów, co wynika ze zmiany obowiązujących warunków technicznych. Wprowadziliśmy też zmiany związane z oświetleniem – w 2017 roku dokonaliśmy wymiany oświetlenia zewnętrznego na LED we wszystkich parkach logistycznych w całej Polsce. Stopniowo na oprawy LED wymieniane jest również oświetlenie wewnątrz istniejących powierzchni magazynowych. Do tej pory zainstalowano w nich prawie 3000 inteligentnych opraw LED, które pozwalają na ograniczenie zużycia energii elektrycznej o ponad 30%. Co więcej, stosujemy zaawansowane systemy ogrzewania i klimatyzacji oraz instalacje IT, które są nieodzowne w magazynach obsługujących e-commerce. Rosnąca świadomość klientów odnośnie konieczności zapewniania większego komfortu pracownikom skłoniła nas również do wprowadzenia wyższych standardów związanych z użytkowaniem obiektów. Tak było między innymi w przypadku wspomnianego już obiektu produkcyjno-magazynowego zrealizowanego w 2018 r. dla firmy

Nie możemy jeszcze mówić o nasyceniu kluczowych dla logistyki lokalizacji powierzchniami magazynowymi, skoro pod względem największej aktywności deweloperskiej nadal przeważają okolice Warszawy, Górny Śląsk i obszar Polski Centralnej.

Corning Optical Communications na terenie SEGRO Logistics Park Stryków. Zakład o powierzchni 39 200 m² wyznacza nowe standardy dla budynków produkcyjnych z częścią socjalną i biurową. Trzypoziomowe biura posiadają przeszkloną fasadę, w której zastosowano szkło z powłoką antyrefleksyjną zapobiegającą przegrzewaniu. Koncepcja biur powstała na bazie dogłębnej analizy zachowania pracowników przeprowadzonej wewnętrznie przez firmę Corning, której zależało na wygodzie oraz bezpieczeństwie zatrudnionych osób. Zastosowane w części biurowej materiały wykończeniowe dobrano w taki sposób, aby stworzyć jak najlepszy komfort pracy, w tym przyjazną

akustykę. Z uwagi na wyjątkowy kształt elewacji każde miejsce pracy jest bardzo dobrze doświetlone światłem naturalnym.

Czy pamięta Pan pierwsze zapytanie rynkowe o możliwość zrealizowania obiektu w duchu ekologii i zrównoważonego rozwoju?

– Świadomość naszej firmy w kontekście realizacji obiektów w duchu zrównoważonego rozwoju została zbudowana jeszcze na długo, zanim kwestia ta stała się istotna dla naszych klientów. Wynika to z brytyjskiej kultury organizacyjnej, w której działamy, gdzie ekologia jest kluczowym aspektem już od wielu lat. W związku z tym w Polsce dla wszystkich

nowo powstających obiektów SEGRO standardem jest certyfikacja BREEAM. Certyfikat ten określa nie tylko walory ekologiczne budynku, ale również takie obszary, jak: zarządzanie obiektem, komfort pracowników, a także innowacyjność zastosowanych technologii. Normą w naszej firmie jest szacunek dla środowiska naturalnego zarówno podczas świadomego prowadzonego procesu budowlanego, jak i w trakcie późniejszego użytkowania obiektu. Zwracamy uwagę na takie aspekty, jak efektywność energetyczna, wytwarzane zanieczyszczenia, gospodarowanie odpadami czy zagospodarowanie terenów zielonych w pobliżu magazynu, które wpływa na poprawę komfortu pracy personelu.





fot.: SEGRO

Cyfryzacja stanowi słowo-klucz do zrozumienia nowoczesnej logistyki i przemysłu, co jest zrozumiałe. Ukuto również termin „proptech” w odniesieniu do branży deweloperskiej, który opisuje zjawiska cyfrowe dostrzegalne w nowoczesnych obiektach budowlanych. Jak można scharakteryzować i opisać te rozwiązania w budynkach przemysłowo-logistycznych?

– Nowe technologie oraz automatyzacja procesów są coraz częściej wykorzystywane w budynkach przemysłowo-logistycznych. Ich zastosowanie w realny sposób przekłada się na większą użyteczność korzystania z powierzchni magazynowych przez klientów z różnych branż oraz na obniżenie kosztów ich użytkowania. Wśród zyskujących na popularności nowatorskich rozwiązań, które są już wykorzystywane w parkach SEGRO, znajduje się między innymi system kontroli dostępu,

który automatycznie odczytuje tablice rejestracyjne. Zapewnia on większe bezpieczeństwo oraz płynność komunikacyjną pracowników i stałych dostawców. Innym przykładem innowacyjnego rozwiązania jest kompleksowy system monitorowania mediów zastosowany w dziewięciu parkach SEGRO w Polsce. Jego zadaniem jest monitoring w czasie rzeczywistym energii elektrycznej z uwzględnieniem strażnika mocy zamówionej oraz liczników gazu. Dzięki umieszczeniu systemu na dobrze skonfigurowanym i odpowiednio chronionym serwerze użytkownicy mają możliwość wglądu w dane z dowolnego miejsca. Pozwala to na efektywne zarządzanie mediami we wszystkich obiektach jednocześnie. Swoimi działaniami wspieramy również zrównoważony rozwój oraz angażujemy się w działania proekologiczne. We wszystkich nowo powstających obiektach SEGRO standardem jest najwydajniejsze

i najbardziej przyjazne dla środowiska oświetlenie LED, o pięciokrotnie dłuższej żywotności i o połowę większej wydajności niż standardowe oświetlenie.

Myśli Pan, że nadchodzą czasy, gdy rolą dewelopera będzie instalowanie nie tylko elektrycznego szlabanu, ale także infrastruktury do pracy w wirtualnej rzeczywistości czy oprogramowania klasy WMS zarządzającego magazynem?

– Pewne rozwiązania adaptacyjne, które prawdopodobnie w najbliższej przyszłości będą wdrażane w przestrzeniach magazynowych, powinny być realizowane przez operatorów logistycznych. SEGRO skupia się na takich zadaniach, jak zapewnienie infrastruktury do realizacji tych projektów oraz tworzenie najlepszego środowiska pracy dla swoich klientów.

Dziękuję za rozmowę.

Wiedza, potencjał, pieniądze

Z Marcinem Jeziorskim, Prezesem Zarządu TBX – o tym, gdzie tkwią ryzyka transportu w kontrolowanej temperaturze oraz o znaczeniu standardów obsługi, które w tych przewozach są ważniejsze od ceny – rozmawiał Krzysztof Pograniczny

Krzysztof Pograniczny: Trzeba mieć chłodny umysł, by zarządzać firmą transportową, która trudni się przewozem produktów w kontrolowanej temperaturze? Jakie występują tu czynniki ryzyka, które mogą podnieść człowiekowi temperaturę?

Marcin Jeziorski: Przewóz produktów w temperaturze kontrolowanej to złożony proces i wymaga dogłębnej znajomości specyficznych uwarunkowań tej branży oraz umiejętności przewidywania wystąpienia niekorzystnych zjawisk. Zarządzanie łańcuchem

chłodniczym składa się bowiem z wielu oddziałujących na siebie elementów i jednocześnie narażone jest na wystąpienie niepożądanych zdarzeń, które można podzielić na ryzyka zewnętrzne i wewnętrzne. Do grupy ryzyk zewnętrznych, czyli związanych z sytuacją gospodarczą kraju lub branży, należą zatary płatnicze, niewypłacalność klientów, a także wszelkie zmiany dotyczące rynku przewozowego, regulacji prawnych, zmian cen paliw itp. Ryzyka wewnętrzne to zagrożenia odnoszące się do sytuacji przedsiębiorstwa, które mogą wynikać np. z niewłaściwego

wyboru partnerów do współpracy, zarówno klientów, jak i przewoźników, a także na skutek zakłóceń w prawidłowym ułożeniu procesu obsługi zleceń.

Czy TBX od początku swej działalności w transporcie chłodniczym znalazł specjalizację, czy to była droga od tradycyjnego transportu suchego?

– TBX od początku swojej działalności zakładał strategię ukierunkowaną na specjalizację, realizację usług, co do których posiada największe doświadczenie



foto: TBX

Obecnie realizujemy usługi transportu chłodniczego niemal do wszystkich krajów Europy. Dominującymi kierunkami w przewozach są Belgia, Holandia, Francja, Hiszpania i Włochy. W przeważającej większości przewozimy warzywa i owoce, w przypadku których kluczową rolę odgrywa ich sezonowość.

i kompetencje. Pomysł oraz inicjatywa powołania firmy logistycznej silnie ukierunkowanej na obsługę podmiotów z branży produktów chłodniczych były naturalnym krokiem i konsekwencją rozwoju polskiego przedsiębiorstwa Targban (importera i dystrybutora owoców oraz warzyw). Firma Targban, będąc liderem w swojej branży, wyróżniała się dużą skalą działania oraz doświadczeniem, nieustannie poszukując możliwości rozwoju. Dlatego też w 2014 r. jej dział logistyki został przekształcony w niezależny podmiot prawny – spółkę TBX Sp. z o.o., której zadaniem od początku istnienia jest świadczenie wysokiej jakości usług transportu chłodniczego dla firm z branży spożywczej.

Początki istnienia TBX dotyczą realizacji przewozów całopojazdowych na terenie Europy Zachodniej w wybranych krajach – tych, w których od pierwszych miesięcy istnienia firma posiadała największy wolumen ładunków importowych. Pierwsze transporty były realizowane głównie w relacjach import–eksport. Obecnie każdego miesiąca TBX realizuje ponad 1000 zleceń w przewozach drogowych, zarówno międzynarodowych, jak i krajowych.

Jaką barierę podczas wejścia w logistykę zimnego łańcucha musi pokonać firma transportowa? To nie jest obszar dla każdego przewoźnika.

– Każdy biznes, każde przedsięwzięcie wiąże się z możliwością wystąpieniem ryzyka, barier, z którymi trzeba umieć sobie radzić. Podejmując decyzję o świadczeniu

usług przewozu produktów chłodniczych, należy przeanalizować swoje kompetencje, wiedzę oraz posiadane zasoby w trzech kategoriach:

Pierwsza z nich to wiedza – pomijając tutaj wymagania formalne niezbędne do prowadzenia działalności transportowej w przewozach chłodniczych, trzeba ocenić swoje kompetencje i wiedzę dotyczącą funkcjonowania łańcucha dostaw produktów chłodniczych. Niezwykle pomocna może się okazać znajomość wymagań produktowych oraz wiedza dotycząca technologii przewozu. Bardzo ważna jest znajomość branży, w której chcemy działać. Mam tutaj na myśli nie tylko posiadanie wiedzy o sposobie składania zamówień przez ostatecznych klientów, ale także rozpoznanie i znajomość liderów w branży czy świadomość konsekwencji i ryzyka, jakie niosą za sobą nieterminowe dostawy. Istotna jest znajomość rynku przewozów chłodniczych, umiejętność właściwego alokowania środków transportu w odpowiednim miejscu i czasie tak, aby zminimalizować liczbę pustych kilometrów, dni bez pracy, jak również odpowiednią stawkę za fracht. Liczy się także umiejętność efektywnej organizacji pracy, gdyż prawidłowo ułożone, skutecznie działające procesy obsługi zlecenia są obecnie kluczowym czynnikiem sukcesu.

Drugą kategorię zasobów stanowi potencjał produkcyjny i mowa tutaj nie tylko o sprzęcie, urządzeniach czy maszynach, tj. pojazdach. W obecnych czasach dostępność pojazdów na rynku jest bardzo szeroka. Zakup właściwego sprzętu nie stanowi problemu.

Większą uwagę należy przykładąć do współpracy z ludźmi, budowania zmotywowanych zespołów ekspertów, których zadaniem będzie realizacja określonych wymagań klientów.

Oczywiście powodzenie naszego przedsięwzięcia zależy jeszcze od jednego ważnego czynnika, a mianowicie zaplecza finansowego. Rozpoczynając jakąkolwiek działalność, nie tylko transportową, niezbędne do realizacji strategii jest posiadanie kapitału. Branża transportowa charakteryzuje się tym, że najczęściej stosuje odroczone płatności za zrealizowaną pracę. Dlatego kluczowe przy tej działalności jest posiadanie zdolności analitycznych oraz cykliczne raportowanie sytuacji finansowej firmy.

Czy poza transportem drogowym w kontrolowanej temperaturze w ofercie TBX znajdują się inne usługi kontraktowe dla tego rynku?

– TBX jest przede wszystkim ekspertem w dziedzinie przewozów chłodniczych. Od samego początku postawiliśmy na specjalizację w tym obszarze. Wykorzystując nasze wieloletnie doświadczenie i wiedzę, w niedługim czasie zbudowaliśmy efektywną sieć partnerską, pozyskaliśmy odpowiedni tabor, jednocześnie umacniając swoją pozycję rynkową. Dynamicznie się rozwijamy, wciąż pozostając w dziedzinie transportu chłodniczego. Przewozimy produkty sezonowe, jak i całoroczne. Od 2017 roku realizujemy transporty z kilkoma miejscami rozładunków. Dla nas to początek drogi do stworzenia infrastruktury pod sieć dystrybucji krajowej w temperaturze kontrolowanej. Ponadto oferujemy ubezpieczenia w transporcie oraz komunikacyjne, jak również usługi przeładunków.

Jakim zasięgiem pokrywają Państwo Europę?

– Obecnie realizujemy usługi transportu chłodniczego niemal do wszystkich krajów Europy. Dominującymi kierunkami



TBX jest przede wszystkim ekspertem w dziedzinie przewozów chłodniczych. Od samego początku postawiliśmy na specjalizację w tym obszarze.

w przewozach są Belgia, Holandia, Francja, Hiszpania i Włochy, które mają związek z obsługą naszego głównego klienta działającego na tych rynkach. W przeważającej większości przewozimy warzywa i owoce, w przypadku których kluczową rolę odgrywa ich sezonowość. W naszej pracy niezwykle ważne są czas dostawy i zachowanie ciągłości temperatury ze względu na terminy przydatności do spożycia oraz jakość produktów, które ostatecznie mają trafić do naszych domów. Nie możemy więc mówić o wahadłach, jak w przypadku drobnicy.

Transport chłodniczy to w dużej mierze odpowiednia i niezawodna infrastruktura. Jaki jest potencjał TBX – mam na myśli zarówno liczbę i rodzaj zestawów, jak i infrastrukturę magazynową?

– Obecnie większą wagę przykładamy do jakości świadczonych usług niż budowania własnej infrastruktury. Wychodzimy z założenia, że nie jest ważne, kto jest właścicielem danego środka, lecz jak i kto nim zarządza.

Kluczowym czynnikiem są ludzie, którzy dzięki swojej wiedzy właściwie zarządzają środkami i wykonują zadania na rzecz klientów. Obecnie TBX pod swoją kontrolą, posiada 50 pojazdów: ciągniki siodłowe wraz z naczepą typu chłodnia. Infrastrukturę stanowią magazyny w województwie mazowieckim, w których oferujemy usługę magazynowania i przeładunków towarów w temperaturze kontrolowanej.

Gdybym zechciał zostać klientem TBX, co bym od Pana usłyszał? Czy przy rozmowie o kontrakcie argumentem jest dobra cena czy pewność standardu?

– Transport produktów w temperaturze kontrolowanej to głównie produkty spożywcze, leki oraz inne mające wpływ na zdrowie człowieka. Wybór partnera do realizacji zadań logistycznych w tym obszarze nie może zostać sprowadzony jedynie do ceny. Ważniejsze są standardy obsługi. Każdy, kto poszukuje partnera do obsługi łańcucha dostaw produktów w temperaturze kontrolowanej,

musi samodzielnie ocenić ryzyka i zagrożenia, jakie niesie za sobą wybór niewłaściwego partnera, rozważyć prawdopodobieństwo zaistnienia sytuacji kryzysowych i tego, jaki wpływ będą one miały na ostatecznych konsumentów. Chcąc wybrać właściwie, należy mówić otwarcie o swoich oczekiwaniach i szukać wspólnych korzyści wynikających ze współpracy.

W biznesie jesteśmy godnym zaufania i wiarygodnym partnerem, z otwartym elastycznym umysłem, niebojącym się nowych wyzwań i często sięgającym po nietypowe niestandardowe rozwiązania. To nasze przewagi rynkowe. Przed podjęciem pracy z klientem w TBX dokonujemy analizy jego potrzeb, staramy się zrozumieć z czego wynikają oczekiwania i uwarunkowania. Dzięki wiedzy, znajomości branży i wieloletniemu doświadczeniu, zapewniamy klientom niestandardowe unikalne rozwiązania. Podejmując współpracę z klientem, przejmujemy na siebie cały ciężar związany z obsługą.

Dziękuję za rozmowę.



fot.: TBX

RUSZ W DROGĘ

Gdzie pasja łączy się z wiedzą
i doświadczeniem

ROZWIJAJ SIĘ Z NAMI

Wiemy, że sukces naszej firmy i naszych Klientów jest możliwy dzięki efektywnej współpracy z wykwalifikowanymi i rzetelnymi przewoźnikami, którzy każdego dnia realizują dla nas zlecenia. Ze względu na intensywny rozwój naszej firmy, szukamy podwykonawców, którzy chcieliby podjąć z nami współpracę.

tbx logistics

TBX Sp. z o.o.
ul. Posag 7 Panien 1
02-495 Warszawa

+48 22 48 14 900
info@tbxlogistics.com
www.tbxlogistics.com

O TRANSPORCIE
CHŁODNICZYM
WIEMY WSZYSTKO



Czas silnych graczy

Z Pawłem Moderem, CEO/Dyrektorem Generalnym, Członkiem Zarządu LINK Sp. z o.o. – o rozpoznawalności i wiarygodności budowanej przez 30 lat istnienia firmy i tym, co przyciąga do niej ponad tysiąc pracowników – rozmawiał Michał Jurczak

Michał Jurczak: LINK ma niemal 30 lat. Firma jest wyjątkowo konsekwentna w kształtowaniu wizerunku zewnętrznego, jeśli chodzi o ujednolicony wygląd, oznaczenie aut, ustabilizowany logotyp. Dlaczego to takie ważne?

Paweł Moder: Rzeczywiście, w tym roku w grudniu będziemy obchodzić 30-lecie istnienia firmy. Od początku nasze logo ulegało jedynie niewielkim, można powiedzieć kosmetycznym, zmianom. Uważamy, że wizerunek firmy jest jedną z kluczowych cech, jeśli chodzi o jej rozpoznawalność na rynku. W szczególności dla takiego przedsiębiorstwa jak nasze, firmy transportowej, zaufanie to klucz do wiarygodności. Jesteśmy dumni z tych trzech dekad, a niemal

niezmieniane logo podkreśla tylko to, że zawsze chcieliśmy kontynuować dobre tradycje, prezentować pozytywne cechy, z których nasza firma jest znana.

Wspomniał Pan o jakości. Jakiego Pana zdaniem są kluczowe parametry dobrej usługi transportowej?

– Jakość to dość szerokie pojęcie. W moim przekonaniu odpowiednia jakość usług to przede wszystkim dowód i gwarancja właściwego zrozumienia potrzeb klienta. To nie tylko parametry dotyczące terminowości, to też rzetelność rozliczeń, poprawność dokumentacji i innych elementów procesu obsługi. Mówiąc najogólniej, jakość wynika głównie z proaktywnej postawy w stosunku

do klienta. Staramy się taką postawę prezentować.

LINK zatrudnia około tysiąca trzystu pracowników, z czego około tysiąca osób to kierowcy. Jak przy tak dużej liczbie osób utrzymać odpowiednią jakość obsługi, o której Pan mówi?

– To moim zdaniem jedno z największych wyzwań dla każdej nowoczesnej firmy. Przede wszystkim trzeba się starać zrozumieć pracowników, ale też uświadomić im obowiązujące w firmie standardy. I chodzi o standardy różnego typu, a zatem te związane z realizacją konkretnych wymagań stawianych przez klientów, jak i standardy dotyczące szkolenia czy treningu. Naszym zadaniem



W tym roku LINK będzie obchodzić 30-lecie istnienia. W moim przekonaniu odpowiednia jakość usług to przede wszystkim dowód i gwarancja właściwego zrozumienia potrzeb klienta. Trzeba konsekwentnie dbać o to, by wszyscy pracownicy realizowali tę wizję i dbali o wysokie standardy na każdym etapie usług, które oferujemy.



jest przekazanie pracownikom wizji firmy, procedur, według których ona działa. Później trzeba konsekwentnie dbać o to, by wszyscy pracownicy realizowali tę wizję i dbali o wysokie standardy na każdym etapie usług, które oferujemy. Zdaję sobie sprawę, że nie jest to proste, buduje się to dość długo, wymaga czasu. To proces.

W Polsce już teraz brakuje kierowców, również prognozy nie są optymistyczne. W kolejnych latach ma być jeszcze gorzej. Rekrutacja to jedno, ale dziś ważne jest, aby jako pracodawca nie tracić na atrakcyjności. A zatem dlaczego warto zostać kierowcą LINK? Czego można nauczyć się w takiej firmie?

– Jeśli chodzi o generalny problem braku kierowców, to jest

on odczuwany powszechnie, nie mamy na to wpływu. Z drugiej strony, zdajemy sobie sprawę, że to kierowca jest naszym sztagardowym pracownikiem, który reprezentuje nas wobec klienta. Dlatego też tak dużą wagę przywiązujemy np. do całego procesu kształcenia i treningu, który oferujemy młodym ludziom. Dotyczy to zresztą nie tylko kierowców z Polski, ale też pracowników z zagranicy. Zatrudniamy od kilku lat m.in. kierowców z Białorusi i Ukrainy. Sprawdzają się, nie odbiegają od krajowych, zarówno jeśli chodzi o podejście do pracy, jak i ekonomikę i jakość jazdy. Oczywiście ich zatrudnienie wymaga nieco większego nakładu pracy administracyjnej, ale wynika to wyłącznie z uwarunkowań przepisów, jakie w Polsce obowiązują. A wracając do pytania, mamy dobrze opisanym i określonym standard pracy.

Jesteśmy konsekwentni. Warto zostać kierowcą LINK nie tylko dlatego, że jesteśmy stabilną i silną firmą o ugruntowanej pozycji, ale też np. dlatego, że mamy nowoczesną flotę. Generalnie rzecz biorąc, praktycznie na co dzień staramy się też udowadniać, że jesteśmy przyjaźni kierowcom, którzy chcą się czegoś nauczyć, oferujemy pomoc nowoczesnych systemów, kierowcy mają wsparcie w postaci komunikacji dwustronnej. Dodatkowo zapewniamy kierowcom bardzo dobrą organizację pracy, wsparcie operacyjne i odpowiednią komunikację ze strony pracowników centrali. Mamy bardzo profesjonalną obsługę w biurze. Również to, w jakim trybie pracujemy, że można wybierać grupy zadaniowe, świadczy o tym, że na tle innych firm transportowych jesteśmy uznawani za bardzo elastycznych.

Oprócz kierowców zatrudniając Państwo też kilkuset pracowników na innych stanowiskach. Jakie kompetencje i ścieżki zawodowe mogą rozwinąć w takiej firmie jak LINK?

– Nie ukrywam, że nasza firma od wielu lat stawia głównie na młodych ludzi. Dlatego też perspektywy, jakie u nas otrzymają, muszą być interesujące, by zatrzymać ich na dłużej. Oferujemy całą ścieżkę nauki, treningu i rozwijania własnych umiejętności w branży. Mamy ciekawe projekty, szkolenia wewnętrzne, zewnętrzne, bardzo interesujące projekty dotyczące różnych krajów, jak i różnych środków transportu. Oferujemy pracę w międzynarodowym środowisku, przy projektach dających realne możliwości rozwoju wielu kompetencji zawodowych i w przyjaznej atmosferze. Myślę, że wielu młodym ludziom stwarzamy coś w rodzaju wejścia do bardzo ciekawego i dynamicznego świata logistyki.

A właśnie, czy LINK dziś jest firmą wyłącznie transportową, czy może w ewolucyjny sposób zmierza w kierunku kontraktowych usług logistycznych – jako operator?

– Chciałbym podkreślić, że jesteśmy w tej chwili częścią dużej, międzynarodowej grupy, koncernu Waberer's. W samej spółce LINK ciągle najbardziej skupiamy się na transporcie, ale transporcie rozumianym też jako usługi spedycyjne. Chodzi również o realizację drobniejszych usług logistycznych na terenie kraju, w tym przesyłek ekspresowych.

LINK dysponuje liczną własną flotą oraz prowadzi usługi spedycyjne na terenie Europy. Jak Pan ocenia kondycję rynku usług transportowych? Jakie są perspektywy?

– Generalnie rzecz biorąc, nie różnicowałbym rynku polskiego i pozostałych. Myślę, że należy rozpatrywać sytuację w kontekście całego rynku europejskiego. Europejski rynek transportowy nie jest pozbawiony trudności, ponieważ niektóre ważne elementy

Jesteśmy w tej chwili częścią dużej, międzynarodowej grupy – koncernu Waberer's. W samej spółce LINK ciągle najbardziej skupiamy się na transporcie, ale transporcie rozumianym też jako usługi spedycyjne.

kosztowe w naszej działalności znacznie wzrosły. Ponadto niektóre niedawne zmiany w otoczeniu regulacyjnym w krajach Europy Zachodniej spowodowały m.in. nierówne traktowanie przewoźników pochodzących z różnych krajów, np. decyzje ograniczające dostęp do części rynku. Twierdzę, że dopóki tzw. wielka polityka nie przeszkadza, to nasze, polskie firmy są bardzo kreatywne i radzą sobie na zachodnich rynkach bardzo dobrze. Jestem przekonany, że nie wynika to wyłącznie z niższych kosztów funkcjonowania, ale głównie z dynamiki i odwagi w rozwijaniu biznesu, jak również z tego, że nasze floty są bardzo nowoczesne, ekonomiczne. Ponadto nie można zapominać o ogólnej koniunkturze. My, transportowcy, obserwujemy i odczuwamy symptomy z wyprzedzeniem. Ostatnio dostrzegamy pewne spowolnienie.

Czy nie jest trochę tak, że transport w Polsce jest jakby ofiarą swojego sukcesu?

– Owszem, z drugiej strony jednak uprawnione są oczekiwania co do wsparcia branży, która generuje tak duże dochody, która zatrudnia tak wiele osób, która jest tak ważna dla całej gospodarki. Stąd apel do decydentów, aby nie utrudniali naszej działalności, ale by raczej skoncentrowali się na likwidowaniu barier. Weźmy na przykład tak – zdawałoby się – prostą sprawę jak wydawanie zaświadczeń A1, uprawniających kierowców zewnętrznych do pracy na terenie krajów Unii Europejskiej. Obecnie uzyskiwaniu takich zaświadczeń towarzyszą korowody administracyjne; współpracujemy wprowadzić w tym zakresie z jednostkami lokalnymi, jednak bez wsparcia centralnego jest trudno.

W perspektywie mamy Brexit, a przewozy pomiędzy Polską i UK to kierunek, na którym LINK operuje. Jak Pan ocenia sytuację? Czy firma przygotowuje jakieś specjalne scenariusze działań?

– To temat-rzeka, sytuacja ciągle jest bardzo niepewna. Zdecydowanie mogę powiedzieć, że Wielka Brytania potrzebuje dostaw z kontynentu, bowiem jest rynkiem typowo konsumenckim. Jasne jest ponadto, że potrzebuje również płynności tych dostaw. Firmy polskie to bardzo duzi gracze, także dla nas rynek brytyjski jest znaczący. Przygotowujemy się do ewentualnych wydarzeń, ale nikt w tej chwili nie jest w stanie podać pewnego scenariusza, liczymy na rozsądek i ewentualnie rozwiązania przejściowe. Jasne jest, że pewne rzeczy się zmieniają, ale jestem przekonany, że będziemy się w stanie do tego dostosować.

Od lipca 2017 r. właścicielem Spółki LINK jest koncern Waberer's International Nyrt. Co ta fuzja przyniosła firmie i klientom?

– Takich fuzji dokonuje się po to, by szukać nowych rynków, by konsumować efekty synergii. Z punktu widzenia firmy LINK zakres usług się zwiększył, rozwija się potencjał w całym regionie. To jest część strategii, którą rozwijamy i będziemy rozwijać. Nasze działania skupiają się na dostarczaniu rozwiązań transportowych jak najlepiej dopasowanych do potrzeb i wymagań naszych klientów, wiemy, że w ostatnich latach rynek TSL bardzo dynamicznie się zmienia i staramy się być na czele tej transformacji. Obecność w dużej grupie, jaką jest Waberer's, w tym pomaga.

Dziękuję za rozmowę.



International transport

since 1989

Dostarczamy **jakość**



1600

JEDNOSTEK
TRANSPORTOWYCH



DOŚWIADCZENIE
NA RYNKU OD 1989



NOWOCZESNE
SYSTEMY IT



CAŁODOBOWY
MONITORING



NORMY
EURO 6



DEDYKOWANE
ZESPOŁY SPECJALISTÓW

www.linktransport.eu

Optyka klienta

Z Przemysławem Piętakiem, Dyrektorem Zarządzającym HUB logistics, i Marzeną Wal, Dyrektorem ds. Rozwoju Biznesu HUB logistics – o tym, że z zewnętrznej perspektywy lepiej widać potrzeby logistyczne firm, o modelu outsourcingu logistyki, w których współpraca oznacza „ufać i kontrolować” oraz o tym, jaki potencjał Finowie widzą w polskim rynku logistycznym – rozmawiał Krzysztof Pograniczny

Krzysztof Pograniczny: Wydaje się, że mają Państwo duże wyczucie klimatu społeczno-biznesowego, rozpoczynając działalność w Polsce właśnie wtedy, kiedy wszyscy poszukują pracowników do obsługi procesów magazynowych. Czy to przypadek, a może z perspektywy Finlandii lepiej było widać, że za chwilę outsourcing logistyki wewnętrznej będzie nieodzowny dla przetrwania niejednego biznesu?

Marzena Wal: Słusznie Pan określił istotę zagadnienia outsourcingu logistyki na polskim rynku. Obecny rozwój gospodarki wymaga od firm koncentracji na działalności podstawowej. Dotychczasowy model, gdzie wszyscy starają się nadążyć za zamianami w różnych obszarach, jest już niewystarczający, nie mówiąc już o byciu liderem. Rzeczywiście, perspektywa „z zewnątrz”, czyli w tym przypadku z Finlandii, pozwala zobaczyć tę konieczność bardzo wyraźnie. Nie dotyczy ona wyłącznie dość skomplikowanej sytuacji z zapewnieniem pracowników, ale także właściwej uwagi skierowanej na efektywność procesów. Analogicznie chcę tutaj podkreślić znaczenie czynnika obiektywnej oceny „z zewnątrz” także przy podejmowaniu decyzji strategicznych, czy logistyka ma być prowadzona przez firmę zewnętrzną. HUB logistics jako wyspecjalizowany podmiot w outsourcingu logistycznym nie będzie miał ukrytych potrzeb w odniesieniu do

świadczonej usługi poza zapewnieniem najlepszej jakości usług dopasowanych dokładnie do potrzeb klienta w czasie.

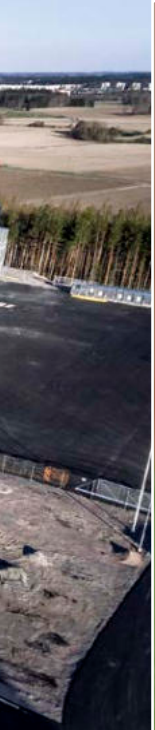
Przemysław Pięta: Nasze obserwacje związane ze współpracą z firmami, które decydują się na samodzielną realizację procesów logistycznych, wielokrotnie wskazują na wyraźne przerosty zatrudnienia, zwłaszcza w magazynach i logistyce produkcji, co najczęściej ma związek z niewystarczającym stopniem optymalizacji tych procesów. Do tego często dochodzą

kwestie związane z nieoptymalnie wykorzystaną powierzchnią magazynową, używaniem przestarzałego sprzętu oraz systemów IT, co nierzadko prowadzi do dużych nieuświadomionych kosztów i frustracji wynikającej z niemożliwości realizacji usług o wymaganej przez klienta końcowej jakości. Oprócz utraconej sprzedaży skutkuje to dodatkowymi kosztami w postaci kar nakładanych przez odbiorców. HUB logistics, jako firma skupiona na logistyce i z doświadczeniem we współpracy z wieloma klientami, posiada możliwości optymalizacji



fot.: HUB

Magazyn automatyczny HUB logistics w Hakkili pod Helsinkami



Często jestem świadkiem schizofrenii w przedsiębiorstwach, gdzie logistyka jest postrzegana jako czynnik, który nie ułatwia realizowania celów produkcyjnych lub sprzedażowych i nikt się nie chce przyznać, że bez niej żaden z tych procesów nie mógłby w ogóle być sfinalizowany.

usług w odniesieniu do wielu podmiotów i tutaj pojęcie synergii nie jest już jedynie marketingowym hasłem, a realnym zyskiem będącym podstawą do podziału w ramach zasady win-win. A właściwie win-win-win, bo jedną z kluczowych wartości HUB logistics zarówno w Finlandii, jak i w Polsce jest dbanie o interesy zarówno naszych klientów, jak i klientów naszych klientów. Dzięki temu zapewniamy, że wspólnie z naszym kontrahentem pracujemy w jednym celu, jakim jest zadowolenie ostatecznego odbiorcy jego produktów ze świadczonej przez nas obsługi logistycznej.

Jaki ma rodowód i jaką drogę przeszła ta forma usług dla logistyki w Finlandii, co było jej bezpośrednim katalizatorem na tamtejszym rynku? Jak i gdzie HUB logistics zaczął działać oraz jakie wartości docenili we współpracy klienci?

P.P.: Historia HUB logistics zaczyna się w 1992 r. – w czasie, gdy w Finlandii zaczynały funkcjonować pierwsze systemy dotyczące jakości. Obecny Prezes Zarządu Aarno Törmälä założył firmę z nadzieją na szerzenie wiedzy, edukację i konsultacje w zakresie systemów jakości dla usług logistycznych. Outsourcing logistyczny został rozpoczęty wraz z wyjściem Finlandii z recesji. Rozwój systemów jakości odwołujących się do poszczególnych procesów wewnątrz przedsiębiorstw spowodował nowe postrzeganie poziomu usług logistycznych w tym kraju. Ze względu na rozwijające się potrzeby klientów od 2000 roku HUB logistics zaczęło świadczyć usługi dla coraz bardziej zróżnicowanych sektorów gospodarki: spedycji, handlu i przemysłu, których dynamiczny rozwój spowodował rosnące zapotrzebowanie na outsourcing w zakresie logistyki wewnętrznej. Dzięki sukcesywnemu spełnianiu potrzeb klientów HUB logistics stało się marką gwarantującą najlepsze praktyki i wysoki poziom świadczonych usług.

HUB logistics nawiązał w Polsce współpracę z firmą konsultingową

Logisys. Jak podzielono role przy obsłudze kontraktów? Państwa firma określa się jako integratora usług outsourcingowych i konsultingowym w obszarze logistyki i łańcucha dostaw – na czym polega ten model działania?

P.P.: HUB logistics postanowił wejść na nasz rynek już w 2015 r., uznając Polskę za kraj o ogromnym potencjale rozwoju dla zaawansowanych i innowacyjnych usług logistycznych. Od początku naszej obecności w Polsce HUB logistics poszukiwał partnerów, w oparciu o których może rozwinąć działalność. W tym samym czasie firma doradcza Logisys, istniejąca w Polsce od 14 lat i będąca liderem konsultingu logistycznego, aktywnie szukała możliwości rozwoju biznesu oraz wejścia na rynki międzynarodowe. Pod koniec 2016 r. rozpoczęły się rozmowy obydwu firm, które w czerwcu 2017 r. zaowocowały prawnym połączeniem obydwu spółek. Obecnie HUB logistics jest zatem pełnoprawnym właścicielem Logisysu. Wspólnie z właścicielami naszej firmy w Finlandii podjęliśmy jednak decyzję, że usługi doradztwa logistycznego będziemy nadal świadczyć pod sprawdzoną i dobrze rozpoznawalną w Polsce marką Logisys, w której ramach od 2005 r. już prawie 200 firmom pomogliśmy usprawnić swoją logistykę. Doradztwo logistyczne w ramach struktur naszej firmy pozostaje również niezależnym działem, a konsultanci Logisys nie angażują się bezpośrednio w sprzedaż i operacyjne zarządzanie usługami outsourcingowymi oferowanymi przez HUB logistics. Dzięki temu nasi obecni i przyszli klienci mogą mieć pewność, że rozwiązania i usprawnienia proponowane przez konsultantów Logisys są oparte wyłącznie na ich eksperckiej wiedzy i długoletnim doświadczeniu. Naszą najważniejszą perspektywą jest zawsze patrzenie na potrzeby logistyczne oczami klienta oraz dążenie do zapewnienia mu możliwie najbardziej kompleksowego wsparcia w zakresie optymalizacji procesów logistycznych. Dlatego klientom naszych usług doradczych jesteśmy gotowi również oferować usługi

outsourcingu procesów logistycznych, ale w każdym przypadku pozostajemy w pełni transparentni co do zakresu oferowanych przez nas usług i dzieje się tak tylko wtedy, jeżeli zarówno nasz klient, jak i HUB logistics uznają, że outsourcing logistyki da naszemu klientowi realną wartość dodaną. Z kolei klientom usług outsourcingowych HUB logistics możemy zagwarantować rozwiązania optymalizacyjne najwyższej jakości, bazując na współpracy z szeroką bazą konsultantów.

Czy nasz rynek jest gotowy mentalnie i finansowo, aby wpuścić na swoje zaplecze zewnętrzną firmę? W jaki sposób rzeczowo i zarazem łagodnie należy przystąpić do negocjowania umowy? Co chcielibyście usłyszeć od klienta, a co zwykle się na początku słyszy, czy dostrzegalne są jakieś obawy w stylu: „a dostanę gwarancję”, „jak na tym skorzystam”?

M.W.: Zwykle tzw. „zaplecze” w firmach jest traktowane jak „chłopiec do bicia”. Często jestem świadkiem schizofrenii w przedsiębiorstwach, gdzie logistyka jest postrzegana jako czynnik, który nie ułatwia realizowania celów produkcyjnych lub sprzedażowych, i nikt się nie chce przyznać, że bez niej żaden z tych procesów nie mógłby w ogóle być sfinalizowany. Firmy bardzo często planują strategiczny rozwój, nie zapraszając do rozmów na ten temat swoich logistyków. Nie mają więc uwzględnionych w planach chociażby kosztów dopasowania planowanych zmian w obszarze magazynowania. Wielokrotnie słyszałam opinie typu: „gdyby nie logistyka, to sprzedalibyśmy dużo więcej”. Odpowiadając wprost na Pana pytanie, nasz rynek nie ma już czasu na frustrację i mentalne wątpliwości. Teraz aby się rozwijać na rynku, na którym zmiany są obrazowane krzywą wykładniczą w zakresie gwałtownego wzrostu wartości, albo skupimy się na tym, co robimy najlepiej, albo wypadamy z gry. Nasza oferta jest kierowana do świadomych sytuacji dyrektorów zarządzających przedsiębiorstwami

Nasze obserwacje związane ze współpracą z firmami, które decydują się na samodzielną realizację procesów logistycznych, wielokrotnie wskazują na wyraźne przestrozy zatrudnienia, zwłaszcza w magazynach i logistyce produkcji, co najczęściej ma związek z niewystarczającym stopniem optymalizacji tych procesów.

i właścicieli firm. Wracając do części pytania związanej z zapewnieniem gwarancji klientowi, HUB logistics wypracował na nie odpowiedź w postaci podziału zysków z optymalizacji. Umowa zawierana jest w modelu gain sharing, zgodnie z którym obie strony dzielą się oszczędnościami wygenerowanymi wskutek naszych usprawnień. Dzięki temu obie strony mają zbieżne cele i tę samą motywację, aby koncentrować się na poprawie efektywności.

Ktokolwiek się zajmował outsourcingiem mówi o tym, jak ważne jest zbudowanie zaufania. Nie od razu wszyscy mają poczucie relacji win-win. Jak do procesu outsourcingu firma powinna się przygotować i w których przestrzeniach musi się odsłonić?

M.W.: Jest takie popularne powiedzenie „ufaj i kontroluj”. Biznes

– w dużym uproszczeniu – to ludzie, działanie, finanse i komunikacja. Czynniki ludzkie są tutaj niezwykle ważne. Istotne jest docenienie fazy przygotowawczej do outsourcingu. Dokładne zrozumienie, w jakiej sytuacji jest klient, na czym mu zależy, jaki konkretny problem możemy mu rozwiązać. Tym, co nas odróżnia na dzień dzisiejszy od maszyn, jest fakt, że nie lubimy być anonimowi. Przechodzimy więc tutaj z modelu B2B (business-to-business) do modelu H2H (human-to-human). W Hub logistics bierzemy indywidualną odpowiedzialność za projekty, które przyjmujemy do realizacji, a optyka klienta jest dla nas jedyną obowiązującą. Zaufania nabieramy do siebie nawzajem nie tylko podczas określania zakresu współpracy, przygotowywania modelu kooperacji, ale szczególnie podczas sprawdzania realizacji założonych wspólnie celów. „Kontroluj” to w moim rozumieniu:

wiedzieć co chcesz osiągnąć, sparametryzuj to, wyciągaj wnioski, nanosząc korekty i kontynuuj w oparciu o twoją najlepszą wiedzę, doświadczenie i zaangażowanie.

Co z usług HUB logistics ma szansę na powodzenie w pierwszym kroku na rynku polskim? Jaki firma wyznaczyła sobie kierunek rozwoju? Jaką mają Państwo strategię na teraz, co jest aktualnym priorytetem?

P.P.: Jednym z moich najważniejszych priorytetów po dołączeniu do zespołu HUB logistics w sierpniu 2018 r. było jak najszybsze zbudowanie doświadczonego zespołu ekspertów z praktyką w zakresie pracy w dużych firmach logistycznych oraz działach logistyki czołowych firm handlowo-produkcyjnych. Bardzo się cieszę, że z początkiem tego roku ten cel mogę uznać za osiągnięty. W ciągu kilku miesięcy do naszego zespołu dołączyła Marzena Wal, z doświadczeniem m.in. w ID Logistics i Makro Cash & Carry, Bogdan Jakubiak, wcześniej pracujący m.in. w Arvato i Eurocash, oraz Benjamin Matecki, który odpowiadał za zarządzanie transportem i logistyką m.in. w VIVE Transport i ET Logistik. Jestem przekonany, że łącząc doświadczenie naszych nowych pracowników z wiedzą i kompetencjami zespołu Logisys w Krakowie, naszych konsultantów w całej Polsce oraz moim osobistym doświadczeniem z 9-letniej pracy w CEVA Logistics, a wcześniej m.in. w Grupie Żywiec, mamy obecnie w Polsce zespół ekspertów, który jest w stanie sprostać nawet najbardziej wymagającym oczekiwaniom naszych obecnych i przyszłych partnerów. W 2018 r. rozpoczęliśmy współpracę z naszym pierwszym klientem w obszarze outsourcingu logistyki magazynowej w Polsce – firmą Harper Hygienics S.A. Myślę, że mogę uchylić już rąbka tajemnicy informując, że już wkrótce w okolicach Warszawy uruchomimy nasz kolejny magazyn dla nowego klienta. Dzięki temu, że do naszego zespołu dołączył doświadczony ekspert transportowy Benjamin Matecki,

Marzena Wal: W Hub logistics bierzemy indywidualną odpowiedzialność za projekty, które przyjmujemy do realizacji, a optyka klienta jest dla nas jedyną obowiązującą. Zaufania nabieramy do siebie nawzajem nie tylko podczas określania zakresu współpracy, przygotowywania modelu kooperacji, ale szczególnie podczas sprawdzania realizacji założonych wspólnie celów.



Magazyn automatyczny HUB logistics w Hakkili pod Helsinkami

fot.: HUB

Przemysław Piętaś: Wierzę, że już w tym roku firma HUB logistics stanie się rozpoznawalną marką na polskim rynku i będzie postrzegana przez klientów jako solidny partner, oferujący ekspercką wiedzę, doświadczenie i innowacyjne podejście do współpracy w obszarze logistyki.

od początku 2019 r. będziemy mogli zaoferować też naszym klientom usługi spedycji krajowej i międzynarodowej. Nasz zespół konsultantów Logisys również stale się rozwija, systematycznie rozbudowując kompetencje zwłaszcza w obszarze automatyki magazynowej i logistyki produkcji. Inwestujemy w nowe narzędzia, np. z zakresu projektowania i wizualizacji magazynów. Naszym absolutnym priorytetem jest teraz rozwój i wzrost. Wierzę, że już w tym roku firma HUB logistics stanie się rozpoznawalną marką na polskim rynku i będzie postrzegana przez klientów jako solidny partner, oferujący ekspercką wiedzę, doświadczenie i innowacyjne podejście do współpracy w obszarze logistyki, z sukcesem wprowadzający w Polsce rozwiązania, które na naszym rodzimym rynku w Finlandii już nieraz umożliwiły nam zdobycie prestiżowego tytułu Operatora Logistycznego Roku.

Czy to ważne, aby logistyka wewnętrzna miała charakter nowoczesny – jak do takiego zagadnienia podejść i właściwie je ocenić? Co jest miarą tej nowoczesności: zakup układnicy czy jakiś szczególnie sposób myślenia o procesie?

M.W.: Nowoczesny oznacza dla mnie dopasowany do potrzeb klienta, które to potrzeby są z kolei wymuszane przez rynek. Postęp jest zmianą sposobów realizacji celów. W kontekście szybko zmieniających się trendów i oczekiwań klientów zmiana jest dziś wręcz nakazem chwili. I nie dotyczy to na wstępie zakupu nowoczesnej automatyki magazynowej, ale zmiany sposobu myślenia o logistyce w ogóle, w kontekście zarządzania, finansowania, rozwiązań systemowych

i technicznych. W logistyce, tak jak i w produkcji, miernikiem nowoczesności jest efektywność i wydajność procesów.

P.P.: Sądzę, że o nowoczesności logistyki wewnętrznej będziemy w pełni mówić wtedy, gdy wspomniany w pytaniu przykładowy „zakup układnicy” będzie zawsze postrzegany jako środek do realizacji celu, jakim jest umożliwienie jeszcze lepszego poziomu obsługi logistycznej zauważalnego dla ostatecznych odbiorców produktów naszych klientów, a nie jako cel sam w sobie. Między innymi dlatego w projektach automatycznych magazynów, których jako Logisys mamy na swoim koncie już wiele, a jako HUB logistics możemy się pochwalić naszym własnym automatycznym centrum logistycznych w Hakkila w Finlandii, dla każdego z elementów systemów automatycznych liczymy indywidualny okres zwrotu, dzięki czemu mamy pewność, że każda inwestycja w ramach całego projektu ma swoje ekonomiczne uzasadnienie. Z tego powodu naszym klientom sugerujemy, aby zamiast o „automatyzacji magazynu”, mówić raczej o „automatyzacji procesów magazynowych”. W ten sposób koncentrujemy uwagę na tym, co najistotniejsze, czyli na procesie. Kolejną zasadą, do której staramy się przekonać naszych klientów, jest „najpierw optymalizuj, potem automatyzuj”. Nieoptymalny proces, jeśli nie zmieniając go, poddamy go automatyzacji, nadal pozostanie nieoptymalnym procesem, nawet jeśli będzie realizować go maszyna, a nie człowiek.

Jesteśmy w silnej fazie presji na koncepcję Logistyki 4.0, każdy

dopasowuje do tego więcej słów niż treści. Jak ten trend wpisuje się w kompetencje HUB logistics – mam na myśli zarówno automatykę w obszarze magazynowym, jak również wsparcie IT? Jakimi narzędziami i kontaktami firma dysponuje, aby móc realizować takie projekty?

P.P.: Logistyka 4.0. jest warunkiem spełnienia się wizji czwartej rewolucji przemysłowej, popularnie określanej jako Przemysł 4.0. Cyfrowa fabryka przyszłości, w której poszczególne urządzenia komunikują się ze sobą dzięki zastosowaniu inteligentnych sensorów, będzie mogła sprawnie funkcjonować tylko wtedy, gdy komponenty do produkcji na takiej „inteligentnej” linii produkcyjnej dostarczy autonomiczny wózek widłowy, który na podstawie informacji o bieżącej produkcji i zapotrzebowaniu będzie mógł samodzielnie, bez konieczności ingerencji człowieka, udać się do właściwej strefy w magazynie, gdzie robot kompletujący uzupełni wymaganą ilość odpowiednich komponentów w pojemnikach, które ów autonomiczny wózek sam dostarczy na właściwą linię. Podobne rozwiązania nie są już tylko pieśnią przyszłości rodem z science fiction, ale na rynku istnieją podmioty, które są w stanie dostarczyć indywidualne komponenty inteligentnego łańcucha dostaw. Naszą ambicją jako HUB logistics jest pełnić funkcję integratora – nie tyle technicznego integratora sprzętu, co logistycznego integratora innowacyjnych usług. Współpracując z szeregiem partnerów i dostawców rozwiązań dla logistyki, chcemy współtworzyć ekosystem, dzięki któremu będziemy mogli łączyć naszych klientów, poszukujących najnowocześniejszych rozwiązań ich logistycznych problemów, z innymi firmami, oferującymi gotowe i sprawdzone rozwiązania, ale często ograniczone do jakiegoś pojedynczego, wąskiego wycinka wyzwań związanych z logistiką. Chcemy pełnić funkcję logistycznego hubu innowacji – stąd, między innymi, nasza nazwa.

Dziękuję za rozmowę.

Po szczepkach

Z Gianlucą Marcattili, Prezesem Zarządu Akala Faraone Sp. z o.o. – o tym, w jaki sposób oliwki przyczyniły się do rozwoju firmy i co wspólnego z jej nazwą ma nie Egipt, lecz Grecja, a ponadto którą prowadzi droga na szczyt bezpieczeństwa oraz dlaczego to nie sprzedaż jest najważniejsza – rozmawiał Łukasz Mikołajczak

Łukasz Mikołajczak: Jest Pan rodowitym Włochem i mówi perfekcyjnie po polsku. Co Pana przyniosło do naszego kraju?

Gianluca Marcattili: To był przypadek. Firma włoska, w której pracowałem w latach dziewięćdziesiątych, miała swoje udziały w polskim przedsiębiorstwie o nazwie Akala. Nazwę firmy wybrano nieprzypadkowo, gdyż spolszczone słowo akala w języku greckim oznacza drabinę (σκάλα). Polacy mieli jednak w ówczesnym czasie problemy organizacyjne. Zwrócono się do mnie z pytaniem, czy nie chciałbym pomóc w zakresie produkcji oraz logistyki, a ja przystałem na tę propozycję. Postanowiłem przyjechać na dwa lata. Po pięciu czy też sześciu miesiącach z powodu rozbieżności w wizji rozwoju firmy pomiędzy ówczesnym prezesem a włoskimi współwłaścicielami, ci ostatni zdecydowali się odkupić resztę udziałów. Mnie z kolei zaproponowano zarządzanie nową spółką Akala Faraone, która powstała w 1994 r. A języka polskiego nauczyłem się sam, bez pomocy podręczników. Wiele dały mi rozmowy z ludźmi i samodzielne pisanie.

Polska czy włoska – jaka jest Pana ulubiona potrawa?

– Z polskich lubię żurek i pierogi. Z włoskich natomiast tradycyjne danie mojego rodzinnego regionu, Abruzji – szaszłyki z baraniną, zwane arrosticini.

Skąd się wzięła nazwa firmy – Akala Faraone, która w Polsce bardziej kojarzy się z Egiptem?

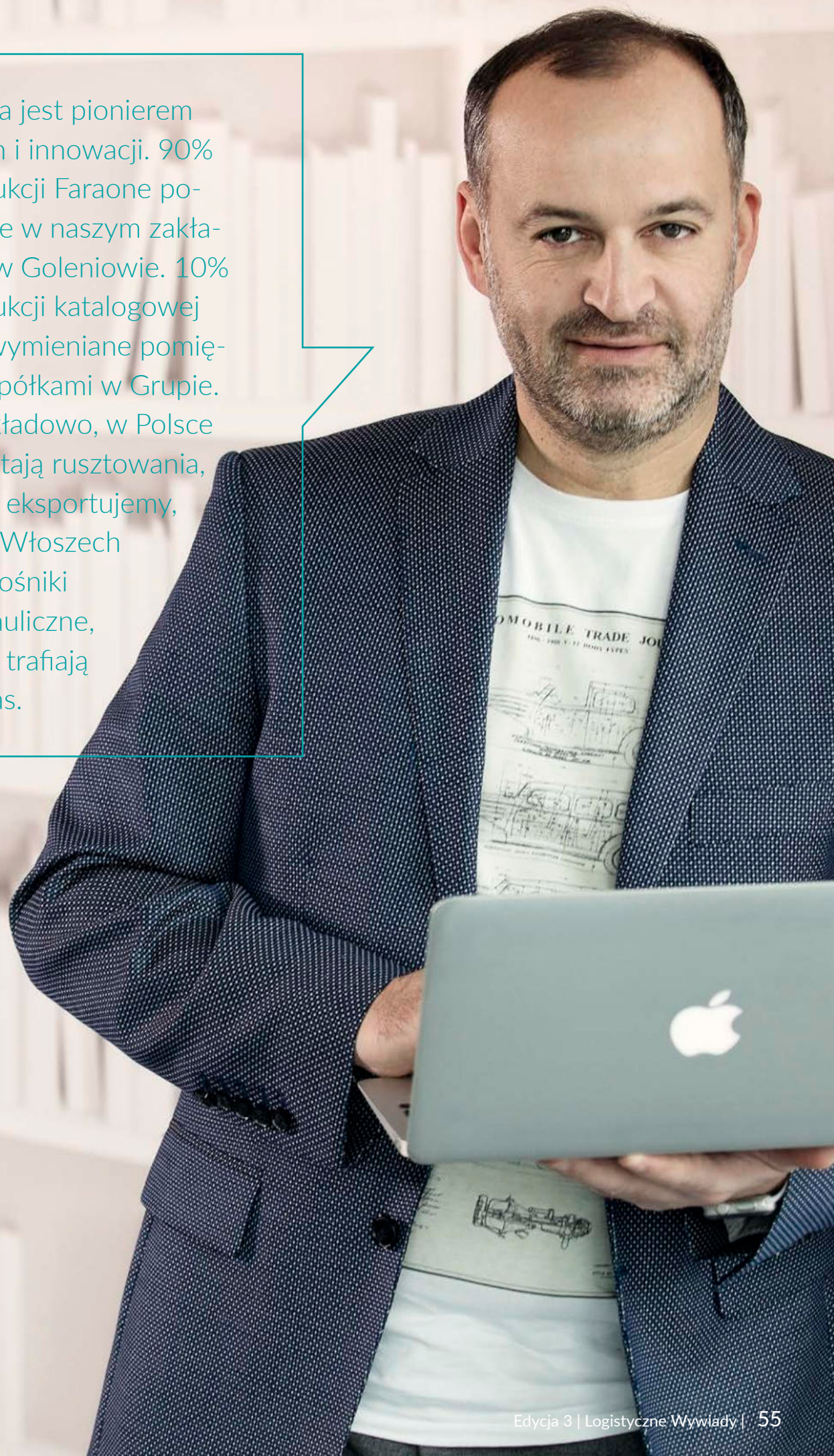
– Od nazwiska właściciela Sabatino Faraone, który w 1969 r. rozpoczął rzemieślniczą produkcję stolarki aluminiowej, głównie okien. Przez lata firma się rozwijała, a w 1979 r. jej działalność została rozszerzona o produkcję

drabin aluminiowych, które w tamtym czasie były zupełną nowością na włoskim rynku. Położenie dużego nacisku na wytwarzanie drabin w Abruzji, gdzie znajduje się centrala firmy, było nieprzypadkowe. W tym rejonie zbiera się sezonowo bardzo dużo oliwek, a przed 1979 rokiem korzystano tylko z drabin drewnianych, które powodowały wiele wypadków.



fot.: Faraone

Polska jest pionierem zmian i innowacji. 90% produkcji Faraone powstaje w naszym zakładzie w Goleniowie. 10% produkcji katalogowej jest wymieniane pomiędzy spółkami w Grupie. Przykładowo, w Polsce powstają rusztowania, które eksportujemy, a we Włoszech podnośniki hydrauliczne, które trafiają do nas.



Większość wyrobów Faraone powstaje w ramach kooperacji z odbiorcą końcowym. Okazuje się, że nasza wiedza w połączeniu z konkretnymi potrzebami klientów to najlepszy przepis na innowacje.

Drabiny aluminiowe znacznie poprawiły bezpieczeństwo pracy. I to właśnie dbałość o kwestie związane z bezpieczeństwem miała niebagatelny wpływ na zaproszenie spółki do prac Komisji Europejskiej, gdy przygotowywano przepisy dotyczące produkcji drabin. Efektem było zdobycie pozycji europejskiego lidera w tym segmencie. Obecnie oprócz Włoch jesteśmy obecni w Hiszpanii i w Polsce.

Czy trudno było zintegrować pod szyldem jednej międzynarodowej firmy trzy kultury oraz jak wzajemnie się one inspirowały z punktu widzenia technologii, ergonomii i spojrzenia na innowacyjność?

– Oczywiście istnieją wzajemne inspiracje. Bez nich nie byłoby rozwoju. W Grupie mamy regularnie spotkania międzynarodowych grup roboczych, które wymieniają między sobą nowe doświadczenia i pomysły. Z dumą mogę powiedzieć, że Polska jest pionierem zmian i innowacji. 90% produkcji powstaje w naszym zakładzie w Goleniowie. 10% produkcji katalogowej jest wymieniane pomiędzy spółkami w Grupie. Przykładowo, w Polsce powstają rusztowania, które eksportujemy, a we Włoszech podnośniki hydrauliczne, które trafiają do nas.

Jakie działania lub produkty są obecnie kluczowym biznesem firmy?

– Od dłuższego czasu koncertujemy się na kwestiach związanych z tzw. bezpieczeństwem na wymiar. Naszą filozofią działania jest wygodność użytkownika i przestrzeganie norm, które idą w parze z wymaganiami klientów. Co to oznacza? Tam, gdzie nasze standardowe produkty nie spełniają oczekiwań, tworzymy rozwiązania „szyte na

miarę”. W praktyce wygląda to tak, że zaczynamy od analizy problemu, który należy rozwiązać. Potem następuje faza projektowa, a po niej przedstawiamy klientowi do zatwierdzenia naszą propozycję. Uzyskawszy akceptację, wykonujemy produkt końcowy, który po zainstalowaniu lub wdrożeniu poddawany jest próbom. Jeżeli potwierdzą one, że początkowy problem został rozwiązany, pozostajemy w stałym kontakcie z klientem, oferując mu swój serwis posprzedażowy.

Realizowanie indywidualnych potrzeb klientów jest bardzo w czasie. Jak to wyglądało z perspektywy Faraone?

– W latach 2007–2008, podczas światowego kryzysu wytwarzaliśmy bardzo dużo produktów standardowych, jednak sprzedaż zaczęła spadać, ponieważ zwracano uwagę na cenę, a nie na jakość. Przez przypadek trafiłem jako prelegent na konferencję, podczas której przedstawiłem naszą ofertę. Po wystąpieniu pojawiły się pytania, czy istnieje możliwość dopasowania poszczególnych rozwiązań do indywidualnych potrzeb. To mnie zastanowiło oraz skłoniło do nakierowania działań firmy w tę stronę.

Czyli w produktach Faraone najważniejsze jest bezpieczeństwo?

– Wszystkie nasze produkty powstają po rozmowach z obecnymi i przyszłymi użytkownikami. Szukamy kompromisu pomiędzy bezpieczeństwem a funkcjonalnością. Produkt musi być bezpieczny, ale i wygodny. Dlatego też staramy się optymalnie dopasować do wszystkich potrzeb i wymagań.

W Polsce obowiązują zasady BHP, ale z ich wdrażaniem bywa

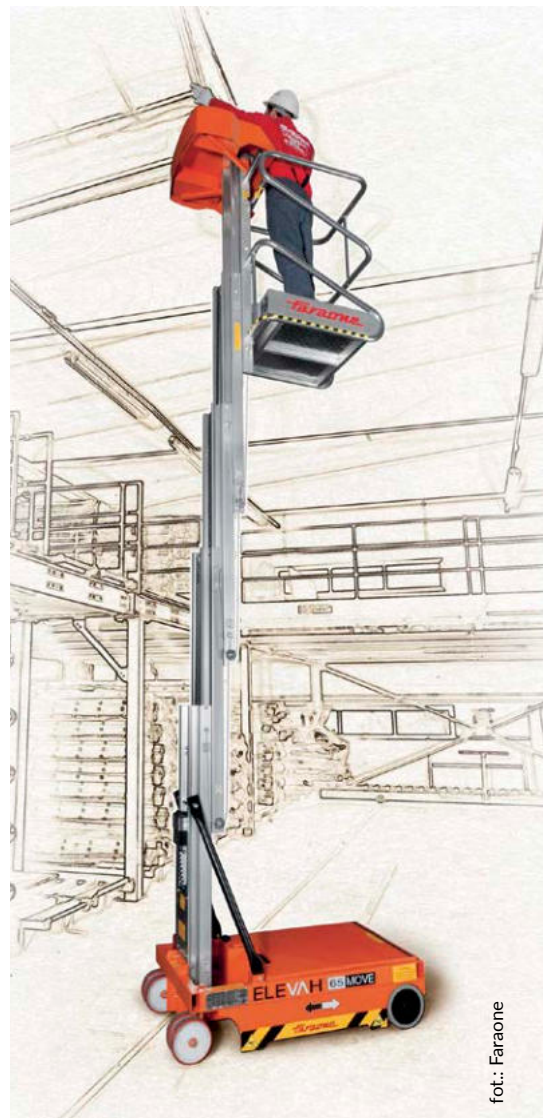


foto: Faraone

różnie. Czy z Pana obserwacji wynika, że w kwestii stosowania zasad bezpieczeństwa sytuacja zmienia się na lepsze?

– Tak, szczególnie jeżeli chodzi o duże firmy. Inaczej jest w przypadku średnich i małych przedsiębiorstw, gdzie bywa różnie. Najwięcej wypadków ma miejsce właśnie tam.

Wynika to z braku pieniędzy, wiedzy czy może świadomości?

– W dużych firmach inwestycje w zapewnienie bezpieczeństwa nie są traktowane jako koszt, lecz jako zysk. Niestety takie podejście nie zawsze ma miejsce w przypadku średnich i małych przedsiębiorstw, w których często słyszę: „cały czas tak robiłem, więc dlaczego ma się zdarzyć cokolwiek złego?”.

Problemem jest wciąż brak odpowiedniej wiedzy odnośnie do możliwych konsekwencji.

Katalog Faraone jest bardzo obszerny, jednak z jakich produktów są Państwo najbardziej dumni?

– Mam nadzieję, że te najlepsze są wciąż przed nami. Cały czas inwestujemy w rozwój, a nasze produkty są nieustannie modyfikowane w celu podniesienia standardów. Cały czas też pracujemy, aby firma osiągała coraz lepsze efekty. Jeżeli miałbym wymienić, to z pewnością byłyby to podnośniki oraz teleskopowa platforma robocza, pozwalająca na prace do wysokości ponad 4 metrów bez żadnych uprawnień.

Jakie są kierunki rozwoju Faraone?

– Inwestujemy w nowy dział projektowy, który jest nastawiony na rozszerzenie portfolio produktów niestandardowych. Od stycznia tego roku pracują w nim kolejne dwie osoby. Dzięki temu chcemy być bliżej klienta, aby projektant miał z nim bezpośredni kontakt, rozpoznając jego potrzeby. Dodatkowo na terenie zakładu budujemy nową halę produkcyjną oraz centrum konferencyjno-szkoleniowe, które jeszcze w tym roku ma zainaugurować swoją działalność. Za jego pośrednictwem chcemy promować bezpieczeństwo.

Czym Faraone wyróżnia się na rynku?

– Jesteśmy blisko klienta. Tworzymy proces, w którego efekcie klient otrzymuje to, czego potrzebuje. Dodatkowo świadczymy szereg usług, poczynawszy od procesów przedsprzedażowych po posprzedażowe. I rzecz najważniejsza – nasze doświadczenie, zdobyte także na innych rynkach. To wszystko sprawia, że oferujemy coś więcej niż zwykłą usługę.

Jakie innowacje można znaleźć w produktach Faraone?

– Współpracując z firmami budowlanymi, które muszą eliminować ryzyko wypadków na

budowie, opracowaliśmy już kilka innowacyjnych projektów, a już wkrótce nastąpi premiera kolejnego. Na chwilę obecną nie mogę nic więcej o nim powiedzieć, ponieważ produkt jest patentowany, ale już niedługo ujawnimy więcej szczegółów. Warto dodać, że większość naszych wyrobów powstaje w ramach kooperacji z odbiorcą końcowym. Okazuje się, że nasza wiedza w połączeniu z konkretnymi potrzebami klientów to najlepszy przepis na innowację.

W jakich obszarach będzie następował rozwój Faraone w najbliższym okresie?

– Z pewnością będziemy kładli duży nacisk na kwestie związane z zapobieganiem wypadkom. Nasza oferta jest kompleksowa i w związku z tym chcemy ukierunkować nasze działania na kompletną obsługę klienta. Dodatkowo każdego dnia otwierają się nowe możliwości i powstają nowe wizje, które chcemy realizować.

Gdzie widzi Pan firmę za 20 lat?

– Pracują u nas głównie młodzi ludzie pełni pomysłów. Życzylbym sobie, aby to, co robimy, pozostało po sobie coś pożytecznego dla przyszłych pokoleń, aby w pozytywny sposób zmieniło nasze nawyki. Nie dążymy do tego, aby być liderem na rynku. To nie jest ważne. Nie ścigam się ze swoją konkurencją na słupki sprzedaży, bo to nie daje satysfakcji. Moim celem jest poprawa komfortu pracy i pozostawienie po sobie czegoś dobrego. Dlatego też, między innymi, założyliśmy Fundację Kultury Bezpieczeństwa. Celem projektu „Polska Kocha Bezpieczeństwo” jest promowanie bezpiecznych zachowań oraz zrewolucjonizowanie sposobu postrzegania bezpieczeństwa, a także własnego zdrowia. Bezpieczeństwo jest dla nas jak dziecko, któremu trzeba pomagać w rozwoju, i my to robimy, głównie poprzez realizację kampanii edukacyjnych. Pierwsza z nich to „112”, promująca bezpieczeństwo w szkołach, druga to „Ergonomia” i trzecia to „Bezpieczna zima” – istotna w kontekście odśnieżania

przez kierowców ciężarówek swoich naczep, aby nie narażać na niebezpieczeństwo innych użytkowników dróg. Fundacja ma niecały rok i dopiero raczkuje, ale jako Faraone nieustannie ją wspieramy.

Wspomniał Pan, że w firmie pracują młodzi ludzie. Wiele się mówi obecnie o rynku pracownika, czy Faraone też tego doświadcza?

– Każdy pracownik jest nie tylko częścią tej firmy, ale jej sercem. Wydaje mi się, że wizja osobistego rozwoju, jaką proponujemy, w połączeniu z dobrymi warunkami płacowymi jest dla pracowników atrakcyjna. Sam nie byłbym w stanie nic zrobić bez moich ludzi. Mój zespół to część mojego życia.

Faraone poza głównym nurtem swojej działalności realizuje bardzo dużo dodatkowych projektów. Chociażby wspomniana Fundacja Kultury Bezpieczeństwa czy też przeprowadzony we Włoszech konkurs plastyczny i rzeźbiarski związany z bezpieczeństwem, który ma być także realizowany w Polsce. Mało Państwo mają pracy?

– Nie, ale z naszego punktu widzenia tego typu działania niekiedy lepiej docierają ze swoim przesłaniem. W Szczecinie niedługo rozpocznie się konkurs fotograficzny związany z bezpieczeństwem, bo widzimy bardzo dobre efekty wcześniejszych działań. Stawiamy na młodych, ponieważ naszym celem jest wykształcenie w nich dobrych nawyków związanych nie tylko z bezpieczeństwem w pracy, ale i w domu czy poza nim. Chcemy, aby kolejne pokolenia uniknęły błędów, które my sami popełniliśmy.

Dziękuję za rozmowę.



Akala Faraone Sp. z o.o.

ul. Prosta 32, Łozienica, 72-100 Goleniów

e-mail: info@faraone.pl, tel.: +48 91 579 03 90

Bezpieczeństwo przede wszystkim

Z Markiem Skowrońskim, Vice Presidentem Land Transport Cluster North East Europe w DB Schenker, o tym jak bezpieczeństwo pojedynczego człowieka wpływa na usługi logistyczne i funkcjonowanie organizacji i jak zmienia się sieć logistyczna po wprowadzeniu systemu transportu w postaci nadwozi wymiennych, rozmawiał Krzysztof Pograniczny.

Krzysztof Pograniczny: -Bezpieczeństwo jest podstawą naszej strategii – czytamy w materiałach Schenkera. Nie podkreślają Państwo ceny, punktualności, własnej wszechwiedzy tylko parametr, jakim jest bezpieczeństwo. Jak go należy rozumieć w kontekście usług logistycznych i dlaczego on jest ważny w dzisiejszym świecie, aby traktować go strategicznie?

Marek Skowroński: -Branża transportowo-logistyczna to dynamiczne środowisko pracy, w którym łatwo o wypadek. Odpowiedzialnością pracodawcy jest więc przede wszystkim dbałość o zdrowie i życie pracowników. Ważne jest również bezpieczeństwo powierzonych nam przesylek czy danych. Im bardziej ugruntowana kultura firmy, tym więcej uwagi przykładamy do bezpieczeństwa. Takie podejście pokazuje, że mówimy o zrównoważonym rozwoju firmy, w którym człowiek jest najważniejszym ogniwem. Priorytetem jest też wspólna praca z klientem nad zapewnieniem bezpieczeństwa i stabilnego rozwoju naszych biznesów.

A gdybyśmy przełożyli bezpieczeństwo na konkrety codziennych operacji, co wynika z takiego podejścia dla klienta ostatecznego?

– W codziennych operacjach najbardziej liczy się utrzymanie

standardów, aby zapewnić powtarzalność i odpowiednią jakość wykonywanych czynności. Ważne jest wyeliminowanie elementów, które z jednej strony są marnotrawstwem, a z drugiej – utrudniają nam pracę. Im lepiej opiszemy rzeczywistość oraz zapewnimy powtarzalność i przewidywalność prowadzonych operacji, tym bardziej ograniczamy przypadkowość, a co za tym idzie – sytuacje niebezpieczne czy wręcz wypadki przy pracy. Dla porównania, rodzajem standaryzacji jest sygnalizacja świetlna w ruchu drogowym. Wyobraźmy sobie, co by się stało, gdyby jednego dnia w Warszawie nagle na wszystkich skrzyżowaniach wyłączyły się światła i nie

było znaków drogowych. Nie trzeba dużo dywagować – efekt byłby katastrofalny. Patrząc z perspektywy klienta, im lepiej opisane i wystandaryzowane procesy oraz operacje, tym większa pewność skutecznego i terminowego doręczenia towarów; im bardziej bezpiecznie zorganizowane miejsce pracy, tym mniejsze prawdopodobieństwo uszkodzenia lub zagubienia przesyłki.

Gdzie są te newralgiczne obszary w operacjach logistycznych z punktu widzenia bezpieczeństwa, nad którymi pracuje Państwa firma? Rozumiem, że nie mówimy tylko o bezpieczeństwie elementarnym, dotyczącym



fot.: DB Schenker

Branża transportowo-logistyczna to dynamiczne środowisko pracy, w którym łatwo o wypadek. Odpowiedzialnością pracodawcy jest więc przede wszystkim dbałość o zdrowie i życie pracowników.

ograniczenia wypadkowości, ale to się w Schenkerze rozciąga na znacznie szersze obszary, nawet tylko pośrednio związane z działalnością, czyli na otoczenie i sąsiadów firmy. Dlaczego ujmujecie ich w swej strategii?

– Elementarne bezpieczeństwo i ograniczanie wypadkowości to podstawa piramidy, koncentracja na jakości i organizacji miejsca pracy w środowisku, w którym następuje wiele interakcji pomiędzy człowiekiem i wózkami widłowymi, samochodami czy innymi zautomatyzowanymi elementami naszych operacji. Mówimy tu zarówno o terminalach, jak i obszarach wokół nich, łącznie z drogami dojazdowymi użytkowymi także przez naszych sąsiadów. Wiemy, że wszyscy musimy być uważni i stosować się do procedur oraz zasad. Ale procedury to nie wszystko. Ważna jest nasza postawa. Dlatego od kilku lat wprowadzamy program „Widzę i Reaguję”, którego celem jest ograniczenie liczby wypadków przy pracy przez podnoszenie świadomości pracowników,

a także minimalizacja zachowań ryzykownych i promowanie tych bezpiecznych, uświadomienie pracownikom, że ich zachowania w bezpośredni sposób wpływają na bezpieczeństwo. To praca nad zmianą nawyków.

Przenosimy nasze terminale i lokujemy je z dala od centrów miast, minimalizując w ten sposób natężenie ruchu na miejskich ulicach, hałas i poziom zanieczyszczenia. Operator logistyczny to niełatwy sąsiad, biorąc pod uwagę na przykład hałas nocnych przeładunków czy wzmożony ruch samochodowy.

Szkolimy naszych kierowców z bezpiecznej i ekonomicznej jazdy. Inni użytkownicy dróg mogą zadzwonić na dedykowaną infolinię i podzielić się z nami swoją opinią na temat jazdy naszego kierowcy. Na tyle pojazdów jest nalepka z pytaniem „Czy jadę bezpiecznie?” i numerem telefonu. Jeśli zdarzają się negatywne telefony, spotykamy się i rozmawiamy z kierowcą, wspólnie analizujemy jego zachowanie.

Czuje Pan presję „eko”, myśląc o swoich ciężarówkach, czy raczej zachowuje Pan spokój?

Nowa technologia przewozów, którą wdrażamy, czyli naczepy wymienne z podwójną podłogą, pozwala na przewóz tej samej masy towarowej przy redukcji ponad 100 kursów każdego dnia. Wykorzystanie zestawu Swap Body oznacza mniej kilometrów, to również optymalizacja połączeń transportowych, krótsze czasy dostaw i mniej przeładunków na długich liniach, dzięki podwójnym obsadom i przepięciu kontenerów w trasie.

Potrzebę redukcji śladu węglowego też trzeba byłoby zaliczyć do sfery bezpieczeństwa? Czy są na tym polu wymierne efekty, w jaki sposób pracują Państwo nad tymi kwestiami?

– Standaryzacja i doskonalenie procesów to również sposób na bardziej efektywne i mądrzejsze wykorzystanie dostępnych zasobów, np. samochodów. Monitorujemy wypełnienie pojazdów, jeden z naszych celów strategicznych dotyczy tego obszaru. W skali tak dużej firmy, jak nasza, odpowiednie wypełnienie przesyłkami ma wpływ na liczbę samochodów na drogach, a co za tym idzie – na skalę emisji zanieczyszczeń. Nowa technologia

przewozów, którą wdrażamy, czyli naczepy wymienne z podwójną podłogą, także niesie ze sobą możliwości lepszego wypełnienia, a więc redukcji emisji dwutlenku węgla. Z drugiej strony, kończymy wymianę wózków widłowych na elektryczne. Rozwiązania zastosowane w naszych terminalach pomagają obniżyć emisję CO₂, zmniejszać pobór mocy czy ograniczać wykorzystanie wody, którą do celów gospodarczych zastępujemy deszczówką.

Czy testy Schenkera i MAN-a w zakresie platooningu cieszą Pana jako szefa biznesu lądowego? Jakich efektów należy się spodziewać, patrząc na próby takich konwojów? I jak musi

się zmienić technicznie firma, aby móc płynnie wejść w nowy system transportu?

– Nowości techniczne w zakresie transportu są w naszej branży potrzebne. Spoglądając z zazdrością na gigantyczny postęp w technologii IT, dynamiczny rozwój w segmencie pojazdów osobowych, rozwiązania hybrydowe, elektryczne, pojazdy autonomiczne itp., mam wrażenie, że transport towarów jest daleko w tyle. Aktualny deficyt na rynku kierowców wymaga od logistyki rozwiązań, więc platooning perfekcyjnie wpisuje się w potrzeby zmian. Problemem jest jednak infrastruktura drogowa. Gęstość sieci autostrad i dróg ekspresowych w Polsce rośnie, jednak ich liczba nadal nie gwarantuje sprawnego szybkiego i – co najważniejsze – bezkolizyjnego połączenia pomiędzy dużymi ośrodkami gospodarczymi. Kolejnym ważnym elementem są wystraszające duże i pojemne parkingi przy autostradach, motele dla kierowców itp. Przed nami również konieczność dopasowania przepisów w zakresie transportu, pracy kierowców, ubezpieczeń komunikacyjnych.

W jakich kategoriach należy rozumieć wdrażany przez Schenkera nowy system transportu oparty o nadwozia wymienne? Jaka jest



fot.: DB Schenker

wizja tego wdrożenia i przewidywane efekty?

– Nieustannie doskonalimy naszą sieć, odnosząc się do wizji, która mówi o stworzeniu sieci opartej na nowoczesnym systemie nadwozi wymiennych, co zapewni nam, naszym klientom i naszym przewoźnikom dalszy rozwój oraz wzrost efektywności, przy jednoczesnym zachowaniu najwyższej jakości świadczonych usług. Mówimy tu o nowoczesnych kontenerach na nowych zestawach, w większości spełniających normę Euro 6. W rezultacie nastąpi zwiększenie potencjału przewozowego, przy jednoczesnej redukcji liczby pojazdów w sieci. Średnia dzienna liczba kursów w sieci DB Schenker w Polsce to 750. Wykorzystanie zestawu Swap Body pozwala na przewóz tej samej masy towarowej przy redukcji ponad 100 kursów każdego dnia. Mniej kilometrów w sieci to także redukcja CO₂. To również optymalizacja połączeń transportowych, krótsze czasy dostaw i mniej przeładunków na długich liniach, dzięki podwójnym obsadom i przepięciu kontenerów w trasie.

Swap Body jest sprawdzonym w DB Schenker w Europie systemem transportu, dedykowanym dla połączeń terminal–terminal w ramach sieci drobnicowej. Dzięki posiadaniu własnych kontenerów wymiennych, ich uniwersalności oraz pełnej wymienności w ramach europejskiej sieci drobnicowej, zyskujemy 100% elastyczności w zakresie przemieszczania towarów w kontenerach w dowolnym kierunku i odległości, bez względu na ograniczenia w ruchu pojazdów oraz czasu pracy kierowców.

Ile tych naczep znajdzie się w systemie transportowym operatora, czy wyeliminują tradycyjne naczepy i czy usługi realizowane za ich pomocą będą jakoś szczególnie zdefiniowane w portfolio Schenkera? Jaką przewagę może widzieć w tym klient?

– Jesteśmy w trakcie wielkiej zmiany. Aktualnie posiadamy



w ruchu krajowym i międzynarodowym 220 kontenerów, do końca 2019 r. planujemy wdrożyć kolejne 600. Stawiając na uniwersalność oraz mając na względzie efektywność procesów transportowych, nasza sieć nadal będzie korzystać z naczep, jednak ich liczba będzie maleć. Swap Body otwiera również nowe możliwości w zakresie powiększania powierzchni magazynowej „magazyn mobilny” czy daje możliwość czasowego składowania nadwyżki towarów poza magazynem w zamkniętym i monitorowanym kontenerze. Wydłuża się również czas załadunku, nie ma konieczności oczekiwania kierowcy i pojazdu.

Takim rozproszonym, poolningowym systemem nadwozi trzeba zarządzać, wiedzieć, gdzie są pojazdy, znać sytuację rozładunku i załadunku. Za pomocą jakich narzędzi IT będzie się to odbywało i czy klient ostateczny będzie miał dostęp do takiej aplikacji, która pozwoli mu na jakąś samodzielność?

– W zarządzaniu siecią nadwozi wymiennych wspierają nas systemy IT. System jest kompatybilny z urządzeniami mobilnymi na terminalach, gdzie każdy za- i rozładunek towaru jest ewidencjonowany poprzez skanowanie etykiety towaru, jak również

numeru kontenera, stąd na każdym etapie transportowym mamy wiedzę, gdzie i w którym z kontenerów znajduje się konkretne opakowanie. Nowoczesne kontenery są wyposażone w GPS ze wsparciem modułów solarnych, co pozwala na pełny 24-godzinny monitoring ruchu każdej pojedynczej jednostki w kraju i Europie. System dodatkowo wspiera zarządzanie flotą kontenerów w zakresie przeglądów technicznych, ewidencji uszkodzeń, napraw oraz okresowej inwentaryzacji.

Klient już obecnie posiada dostęp do wielu narzędzi pozwalających na samodzielne śledzenie przesyłek w transporcie. Pracujemy nad dodatkowymi możliwościami monitorowania zestawów naczep wymiennych, które zapewnią większą precyzję lokalizacji przesyłek w trasie. Pozwoli to również na wyprzedzające reakcje na potencjalne odchylenia w procesie transportowym.

Na koniec chciałbym podkreślić, że od 7 lat świadomie budujemy kulturę Lean, która wspiera rozwój firmy oraz jej pracowników i poddostawców. Dzięki skupieniu na klientach, ich potrzebach i oczekiwaniach, mamy szansę ciągle doskonalić nasze procesy i wspierać klientów w realizacji ich biznesowych celów.

Dziękuję za rozmowę.

Jak w szwajcarskim zegarku

Z Wojciechem Bytnerem, Dyrektorem Generalnym Georg Utz Sp. z o.o. w Polsce – o tym, kiedy menadżer jest użyteczny dla firmy, rodzinności Szwajcarów i tworzywie sztucznym bardziej ekologicznym niż drewno – rozmawiał Krzysztof Pograniczny

Krzysztof Pograniczny: Po raz pierwszy przyjechałem do Kątów Wrocławskich 20 lat temu na otwarcie pierwszej w Polsce hali produkcyjnej szwajcarskiego holdingu Georg Utz. Wówczas poznałem Ciebie i kilku innych pracowników, z którymi utrzymuję kontakt do dziś. Co jest takiego w tej firmie, że przekonuje do siebie ludzi na dwie dekady?

Wojciech Bytner: Wymieniłbym trzy elementy. Wszystkie są ze sobą powiązane. Po pierwsze, ludzie. Większość osób zatrudnionych na kluczowych stanowiskach pracuje tu od lat. To spaja i utrwala. Po drugie, ważna jest stabilność i kondycja organizacji. To daje ludziom poczucie komfortu pracy. Po trzecie w końcu, sama branża jaką jest logistyka wewnętrzna. W Polsce znajduje się ona wciąż w fazie rozwoju, a to daje inspirację do nowych wyzwań. Firma może mieć piękny szyld, ale jeżeli codziennie przychodzi się do niej „z przymusu”, to nie ma w tym żadnej przyjemności. Chodzi o to, aby każdy czuł się tu dobrze.

– Jesteś dyrektorem polskiego oddziału spółki od początku jej działalności – co zatem Szwajcarzy doceniają w Tobie?

– Wydaje mi się, że praca, którą wykonuję, powoduje, że ludzie chcą tutaj pracować, a pracodawca to docenia.

– Kiedy i dlaczego pojawiła się myśl o budowie pierwszego modułu fabryki w Polsce?

– Był to rok 1997. Zacząłem od wyszukiwania gruntów pod inwestycję. Z trzech lokalizacji wybrano właśnie Kąty Wrocławskie. Zadecydowała o tym atrakcyjność logistyczna, dobre nastawienie władz lokalnych i perspektywy dalszego rozwoju w tym miejscu.

Byliśmy pierwszym zagranicznym inwestorem w gminie. I tak się zaczęło. Dopóki nie powstała polska spółka, firma Utz zatrudniała jedną osobę w Niemczech, która sprzedawała poprzez spółkę niemiecką, eksportując produkty do polskich klientów. Firma jednak stwierdziła, że warto być bliżej polskiego rynku i wtedy zapadły decyzje o poszukiwaniu lokalizacji w naszym kraju.



fot.: Georg Utz Sp. z o.o.



W 1958 roku Georg Utz uruchomił pierwszą wtryskarkę, a dwa lata później rozpoczęła się produkcja pojemników z tworzywa sztucznego do magazynowania. Wtedy też przeniesiono środek ciężkości na produkcję w technologii formowania wtryskowego.

– Wygląda na to, że jesteś idealnym menadżerem. Znalazłeś grunt pod budowę, postawiłeś fabrykę, rozbudowujesz ją, stworzyłeś rynek dla sprzedaży. Czyli jesteś pracowitym człowiekiem z punktu widzenia Szwajcarów. Może potrzeba takich właśnie menadżerów, zamiast agresywnych graczy o roszczeniowym podejściu?

– Gdyby rozwój polskiego rynku opakowań oraz logistyki wyglądał inaczej i miał charakter ekspansywny, pewnie wymagałoby to innych działań i innych ludzi. Tymczasem firmy inwestujące w polską intralogistykę potrzebują dokładnie tego, czym my dysponujemy.

– Dodałbym jeszcze, że jesteś specjalistą od finansów. Bo nie tylko reagujesz na bieżące potrzeby rynku, ale też odpowiadasz za inwestycje i naturalnie za rentowność sprzedaży.

– Oczywiście, jeżeli inwestycja w działalność fabryki polskiej nie

byłaby dochodowa, to nie byłoby mowy o rozwoju. Choć na początku nie było łatwo. Początkowo zaplanowane cele biznesowe, które zostały przed nami postawione w 1997 roku na okres pięciu lat, nie zostały zrealizowane. Zajęło nam to kilka lat więcej, ale jak się już udało osiągnąć zaplanowany poziom sprzedaży, to później już poszło.

– A dlaczego Szwajcarzy wybrali Polskę, a nie na Czechy, Słowację czy Węgry, na miejsce realizacji fabryki?

– Zadecydowała wielkość rynku – jego chłonność i potencjał. Duże znaczenie miały również ówczesne niemieckie inwestycje w polski przemysł motoryzacyjny i maszynowy. Od samego początku liczyła się również perspektywa sprzedaży dalej na Wschód – na Ukrainę, Białoruś, Rosję czy Kraje Bałtyckie. Tamtejsi klienci mieli być obsługiwani właśnie z Polski. Do dziś sprzedajemy w tamtym rejonie wyprodukowane u nas produkty, choć

przez ostatnie perturbacje polityczno-gospodarcze nie są to wielkie wartości. Chociaż w wyniku embargo na Rosję widać wyraźne ożywienie tamtejszej produkcji wewnętrznej, która coraz bardziej potrzebuje opakowań, co ma odbicie w sprzedaży produktów Utz.

– Czy firma Georg Utz w sensie właścicielskim jest staromodna, stawiając na relacje i dobrostan pracowników, czy to model powszechny w Grupie?

– Od samego powstania w 1947 roku jesteśmy firmą rodzinną, i jak to w rodzinie bywa, relacje i zadowolenie wszystkich jej członków są najważniejsze. Jesteśmy mocno zdecentralizowani, a to powoduje, że pracownicy są wręcz namawiani do wzajemnej kooperacji pomiędzy poszczególnymi krajami. Eksperti w swoich dziedzinach są członkami międzynarodowych zespołów roboczych. Podczas wzajemnej pracy następuje wymiana doświadczeń, podejmowane są decyzje istotne dla całego holdingu

Utz. Zespoły robocze przekazują wzajemnie impulsy, które są początkiem działań, zmian i innowacji. Lokalne doświadczenia z 8 fabryk zlokalizowanych na świecie przenoszone są na pole międzynarodowe, a to powoduje, że relacje są bardzo bezpośrednie, mniej więcej do szczebla średniego kierownictwa. Struktura firmy jest tak zorganizowana, że wręcz wymaga tego typu kontaktów. To też wpływa na nasz rozwój. W Szwajcarii mamy 60% rynku, a nazwa jednej z naszej grupy produktów – „RAKO” – weszła w tym kraju do potocznego języka, oznaczając po prostu pojemnik z tworzywa, niezależnie od tego, kto jest jego producentem.

– Georg Utz, założyciel firmy, nie zaczynał od pojemników z tworzyw sztucznych. Dlaczego zainteresował się tym materiałem i czy wynikało to z jakichś konkretnych przesłanek, ciągłot do innowacji, intuicji?

– Na samym początku w 1947 roku Georg Utz zaczął od zleceń na budowę form wtryskowych wykorzystywanych w produkcji tworzyw. Następnie w 1953 roku rozpoczął seryjną produkcję elementów do okrętkowych

maszyn do szycia. Jednak w pewnym momencie pojawił się pomysł, że jeżeli przedsiębiorstwo posiada kompetencje w produkcji form, które dalej są sprzedawane, to może warto wykorzystać te umiejętności na własne potrzeby i wytwarzać od początku do końca produkt finalny z tworzywa sztucznego. Stąd w 1958 roku Georg Utz uruchomił pierwszą wtryskarkę, a dwa lata później rozpoczęła się produkcja pojemników z tworzywa sztucznego do magazynowania. Wtedy też przeniesiono środek ciężkości na produkcję w technologii formowania wtryskowego.

– Gdzie obecnie znajdują się ośrodki rozwojowe, które nadają kierunek w obszarze tworzyw sztucznych – czy to jest Szwajcaria?

– Szwajcaria w zakresie przemysłu precyzyjnego i maszynowego jest bardzo mocno rozwinięta. Natomiast naszą branżę napędzają bardziej integratorzy systemów intralogistycznych. Oni mają wymagania, którym my staramy się sprostać.

– A czy tworzywo sztuczne jest jeszcze samo w sobie innowacyjne?

– Jeżeli mówimy o parametrach, to tu wszystko jest znane. Intensywne prace rozwojowe trwają natomiast w innym kierunku, mam na myśli całą branżę tworzyw sztucznych, a więc nie tylko obszar przemysłowy, ale też konsumencki. Chodzi o ograniczenie ilości nowego tworzywa wpuszczanego co roku na rynek, co wiąże się z eliminacją odpadów tego surowca. W mniejszym stopniu dotyczy to opakowań przemysłowych, bo tutaj odzysk jest dużo większy niż w przypadku opakowań konsumenckich. Przyszłością są produkty z tworzywa sztucznego, które będą pochodziły w jak największym stopniu z odzysku. Tego będzie wymagał rynek, klienci i odbiorcy końcowi. Już parę lat temu zrobiliśmy krok w tym kierunku, tworząc markę Utz Industrial Company. Kryje się pod nią surowiec wtórny z tworzyw sztucznych, ale o sprawdzonych i stałych parametrach fizyko-chemicznych. Współpracujemy z kilkoma firmami w Europie, które zajmują się pozyskiwaniem tworzywa sztucznego z surowców wtórnych i przerobem ich na granulaty, możliwy do wykorzystania w procesie produkcji nowych pojemników o takich samych



foto.: Georg Utz Sp. z o.o.

właściwościach, jak w przypadku surowca nowego. W dzisiejszym świecie nie ma dziedziny, w której tworzywo sztuczne nie byłoby wykorzystywane. Pytanie jest tylko o jego rodzaj, a to warunkowane jest przez źródło pochodzenia surowca. Pojawiają się też pomysły, jak skutecznie wykorzystać plastikowe odpady pływające w oceanach. W Polsce mamy za sobą także doświadczenie w wytwarzaniu opakowań z surowca, który pochodzi z odpadu. Takie produkty są tańsze, co ma niebagatelne znaczenie przy rozmowach o cenie ostatecznego wyrobu. Kwestią czasu jest, aby w naszej branży produkt był produkowany w jakiejś części, najlepiej w większej, z surowca odzyskanego.

– Swego czasu była negatywna kampania w stosunku do opakowań z tworzyw sztucznych, a konkretnie palet plastikowych, które nosiły stygmat nieekologicznych w stosunku do wyrobów drewnianych. Czy masz poczucie, że produkty Utz nie są ekologiczne?

– Zdecydowanie uważam, że są one bardzo ekologiczne. Jak wspomniałem, już w tej chwili tworzywo sztuczne daje możliwość wtórnego wykorzystywania. Oczywiście w którymś momencie surowiec wtórny traci swoje właściwości mechaniczne umożliwiające jego ponowne wykorzystanie przemysłowe. Jednak wciąż można go wykorzystać do innych produktów, np. konsumenckich wymagających innych parametrów. Tworzywa wydają się idealne z punktu widzenia zamkniętego systemu obiegu surowca. Kiedy ich właściwości zmieniają się i nie nadają się do produkcji opakowań, można z nich tworzyć inne wyroby, krzesła, szufelki itp. Trzeba mieć na uwadze również taki wskaźnik, jak długość cyklu życia naszych produktów. Oczywiście zależy ona od wielu czynników, jednakże jako przykład mogę podać firmę, która kupiła od nas 100 tys. pojemników, a po rocznym obiegu wymieniła mniej niż 1% produktów. Również ślad węglowy jest wciąż

Od samego powstania w 1947 roku jesteśmy firmą rodzinną, i jak to w rodzinie bywa, relacje oraz zadowolenie wszystkich jej członków są najważniejsze. Jesteśmy mocno zdecentralizowani, a to powoduje, że pracownicy są wręcz namawiani do wzajemnej kooperacji pomiędzy poszczególnymi krajami.



foto.: Georg Utz Sp. z o.o.

redukowany, ponieważ żywotność produktów powstających z tworzywa sztucznego jest bardzo duża w przeciwieństwie do wyrobów z drewna. W przypadku naszych palet wynosi ona nie mniej niż 10 lat. Na marginesie: kilka lat temu nasza spółka w Niemczech ogłosiła konkurs na najstarsze opakowanie, które znajduje się w użyciu u klientów. Ponieważ każdy nasz artykuł ma oznaczony miesiąc i rok produkcji, można to wiarygodnie zweryfikować. Wygrał pojemnik z 1974 roku, który po kilku dekadach nadal był w nienagannym stanie.

– Pamiętam, jak z nadzieją rozmawialiśmy o wydarzeniach, które mogą być stymulatorem dla rynku opakowań z tworzywa:

ustawa o opłacie produktowej, zawirowania z drewnianymi paletami EUR. Nie zmieniły one jednak koniunktury, tak jak się spodziewaliśmy – dlaczego?

– Opłata produktowa była rozczarowaniem dla naszego sektora i mimo że wszystko wskazywało na to, że zaczniemy myśleć przede wszystkim ekonomicznie i zmienimy kartony na trwalsze opakowania wielokrotnego użytku, tak się nie stało. Wciąż nietrwały karton króluje w wielu firmach, sieciach handlowych, branży e-commerce. Prawdopodobnie opłaty nie stały się tak uciążliwym kosztem funkcjonowania firm, jak się spodziewaliśmy, prawdopodobnie obciążenia te przełożono na klientów. Podobnie było w przypadku



fot.: Georg Utz Sp. z o.o.

rosnących gwałtownie cen palet drewnianych. Ostatecznie ich cenę pokrywa kupujący produkty, płacąc kaucję za opakowanie.

– Czy dziś takim stymulatorem może być koncepcja Industry 4,0 i związana z nią automatyzacja oraz załamanie na tradycyjnym rynku pracowniczym?

– Zdecydowanie tak. Tym, co niesie realną nadzieję na przełom w dziedzinie opakowań wielokrotnego użytku z tworzywa, jest Przemysł 4.0. Mam nadzieję, że zmiany związane z demografią oraz rynkiem pracy, szczególnie z dostępem do pracowników, sprawią – i tak zresztą się już dzieje – że

automatyzacja realnie wpłynie na transformację w naszej branży. Robotyzacja, użycie przenośników automatycznych i układnic magazynowych nie jest możliwe bez zastosowania opakowań wielokrotnego użytku z tworzywa. Cała zaawansowana intralogistyka potrzebuje wytrzymałych i powtarzalnych pod względem parametrów fizycznych opakowań. Wręcz są to systemy wzajemnie do siebie dopasowane, ze stałymi miejscami uchwytu dla ramion robotów i manipulatorów, chroniące produkt na każdym etapie operacji w fabryce i magazynie, jak również w transporcie i miejscach odbioru towaru, jak choćby sklepie. Na czas transportu pozwalają

trwale i skutecznie zabezpieczyć towar pokrywą, a nawet założyć plombę.

– Georg Utz należy również do fabrykantów, jak firma będzie się zmieniała technologicznie?

– Na pewno w duchu Przemysłu 4.0, ponieważ rozpoczęliśmy program automatyzacji stanowisk pracy. Gdzie będzie to możliwe, ludzie przy maszynach zastąpią roboty. Co roku jako Grupa wypuszczamy 5 tys. nowych produktów indywidualnych. To pokazuje, że jesteśmy elastyczni i otwarci nie tylko na nowości, ale też na niestandardowe rozwiązania. Dodatkowo, oprócz oferty katalogowej, dysponujemy indywidualnymi ścieżkami produkcji, które są odpowiedzią na konkretne zapotrzebowanie. W każdym z zakładów Grupy Utz, w tym także w Kątach Wrocławskich, klient ma możliwość zaprojektowania opakowania, które uwzględni indywidualne cechy jego produktu. W dalszym etapie powstaje jego prototyp i model w druku 3D. Proces przygotowania pojemnika dotyczy również wytworzenia formy. Narzędzia do produkcji wytłoczek formowanych próżniowo wytwarzamy samodzielnie,

Przyszłością są produkty z tworzywa sztucznego, które będą pochodziły w jak największym stopniu z odzysku. Tego będzie wymagał rynek, klienci i odbiorcy końcowi. Już parę lat temu zrobiliśmy krok w tym kierunku, tworząc markę Utz Industrial Company. Kryje się pod nią surowiec wtórny z tworzyw sztucznych, ale o sprawdzonych i stałych parametrach fizyko-chemicznych.

we własnym dziale budowy form, gdzie frezuje się przyszłe formy produkcyjne z bloków aluminium. Do wtryskarek formy to drogie i skomplikowane podzespoły z własnym systemem chłodzenia, zlecamy ich wykonanie zewnętrznym narzędziowniom.

– Jakie realizacje zapadły w Twojej pamięci na przestrzeni tych dwóch dekad?

– Do takich z pewnością można zaliczyć pojemniki dla dostaw artykułów spożywczych w kanale e-commerce dla brytyjskiego Tesco. Firma zwróciła się do nas z pytaniem o zaprojektowanie i wyprodukowanie produktu, który będzie wykorzystywany w całym łańcuchu logistycznym: począwszy od centrum dystrybucyjnego, gdzie następuje kompletacja zamówienia, do momentu dostarczenia w nim towaru do klienta. Produkt musiał być ergonomiczny dla wszystkich – osób pracujących w centrum dystrybucyjnym, kierowcy oraz dla klienta, który miał otrzymać zamówiony towar w nienagannej jakości, co stanowiło główne wyzwanie.

Mamy za sobą również projekt i realizację pojemników dla Poczty Polskiej. Kilka lat temu stwierdzono, że czas przestać używać prze-

Pojemniki z tworzywa sztucznego są bardzo ekologiczne. Jak wspomniałem, już w tej chwili tworzywo sztuczne daje możliwość wtórnego wykorzystywania. Trzeba mieć na uwadze również taki parametr, jak długość cyklu życia naszych produktów. Firma, która kupiła od nas 100 tys. pojemników, po rocznym obiegu wymieniła mniej niż 1% produktów.

oraz worków listowych. Cel projektu zakładał stworzenie dedykowanego pojemnika pocztowego, który będzie kompatybilny z tymi starymi jednostkami. Zrobiliśmy projekt i wygraliśmy przetarg publiczny, w wyniku którego do dziś jesteśmy dostawcą dla narodowego operatora.

W Polsce dostarczamy również dla jednego z największych producentów żółtego sera pojemniki wykorzystywane na linii produkcyjnej, które wraz z serem w środku trafiają do dojrzewalni. Chodzi o to, aby ser podczas dojrzewania trzymał wymiar, co ma potem niebagatelne znaczenie przy podczas krojenia plastrów, ich pakowania oraz redukcji odpadu.

Natomiast w tym roku do centrum dystrybucyjnego jednej

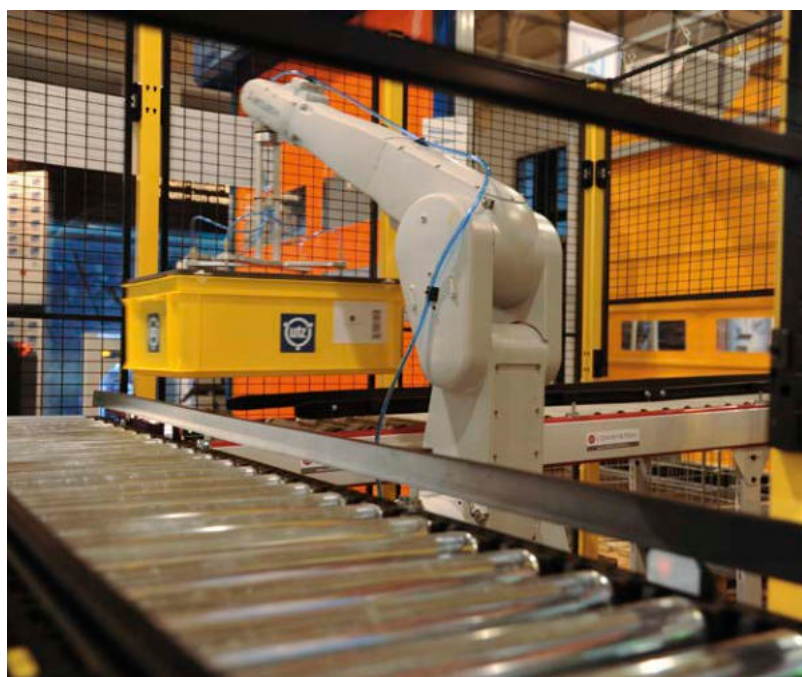
z największych sieci handlowych wyprodukowaliśmy 130 tys. pojemników, które są wykorzystywane w automatycznym magazynie, który realizuje dostawy do całej sieci sklepowej. To prawdopodobnie nasz największy projekt tego typu w Polsce, w tej branży.

Z interesujących zastosowań standardowych rozwiązań warto wspomnieć o realizacji w Rosji. Nasza tamtejsza spółka musiała przystosować pojemnik Poolbox do transportu sztabek złota w kopalni złota na Syberii. Klient szukał produktu, który nie tylko jest solidny, ale też pozwala bardzo dobrze zabezpieczyć zawartość podczas transportu.

– Jak Polska wypada pod względem sprzedaży opakowań na tle rynków Europy Środkowo-Wschodniej?

– Polski rynek jest bardzo różnorodny. Sprzedajemy produkty dla wielu branż. Mamy mocny przemysł spożywczy, motoryzacyjny i elektroniczny. Przykładowo, rynek czeski jest zdominowany przez sektor motoryzacyjny, i to właśnie z nim realizujemy większość transakcji. Podobnie na Węgrzech. Tam też automotive jest branżą wiodącą. Z kolei Rosja mocno rozwija się w ramach sektora spożywczego. Jednak najczęściej sprzedajemy w Polsce, zarówno jeżeli chodzi o strukturę sprzedaży, jak i wartościowo. Skupiamy się na biznesie i – jak widać – są tego efekty.

– Dziękuję za rozmowę.



fot.: Georg Utz Sp. z o.o.

Hossa nam służy

Z Kamilem Szymańskim, Associate Directorem w firmie doradczej Savills, o tym, na czym polega doradztwo logistyczne i jakie korzyści wynikają z niego dla inwestorów, którzy poszukują nieruchomości przemysłowych, rozmawiał Krzysztof Pograniczny.

Krzysztof Pograniczny: -Jeden z parametrów wskaźnika optymizmu dotyczącego prawdopodobieństwa dokonania w ciągu najbliższego roku znacznych nakładów inwestycyjnych związanych z logistyką i łańcuchem dostaw wynosi aż 87%. Czy skoro klienci chcą inwestować, wiedzą też, jak do tego podejść? Gdzie w tym procesie jest obszar pracy dla doradców, takich jak Savills, w zakresie wynajmu, kupna czy realizacji obiektu przemysłowego?

Kamil Szymański: – W Savills nasz dział odpowiada za wsparcie procesu najmu nieruchomości magazynowych i przemysłowych. Jesteśmy doradcami, którzy współpracując ze wszystkimi kluczowymi deweloperami działającymi na rynku, są w stanie w profesjonalny sposób pomóc najemcy we wszystkich aspektach związanych z najmem oraz zakupem nieruchomości. Dotyczy to poszukiwania nowej powierzchni pod zaplecze logistyczne, renegotiacji obecnej umowy najmu czy też wszystkich elementów wpływających na optymalizację procesów logistycznych, które są związane z lokalizacją nieruchomości.

To prawda, że na rynku odczuwalny jest duży optymizm. Wynika on z twardych danych, które świadczą o bardzo dobrej kondycji sektora nieruchomości magazynowych i przemysłowych. W 2018 r. w dalszym ciągu obserwowaliśmy hossę na rynku powierzchni magazynowych i przemysłowych w Polsce. Aktywność, zarówno deweloperów, jak i najemców była

bardzo wysoka. W ciągu samych tylko trzech pierwszych kwartałów 2018 r. wynajęto około 3 mln m², co stanowiło rekord popytu brutto odnotowywanego historycznie w okresie od początku stycznia do końca września. Na koniec września 2018 r. stopa pustostanów spadła o 120 punktów bazowych, porównując rok do roku, i wyniosła 4,3%, co było drugą najniższą wartością w historii. Rynek rozwija się, a naturalną konsekwencją tego jest wzrost zapotrzebowania na profesjonalne usługi doradcze.

Co może pójść nie tak w takim procesie? Czy właśnie optymizm nie jest najbardziej zgubny przy wyborze nieruchomości? Czy może Pan dookreślić, gdzie tkwią kluczowe błędy, które bez opieki doradcy można popełnić, kierując się optymizmem?

– Duży optymizm na rynku, przekładający się na wysoki popyt, powoduje jednocześnie, że spada stopa pustostanów. Oznacza to, że do procesu poszukiwania powierzchni magazynowo-przemysłowej trzeba się bardzo dobrze przygotować, bo w innym wypadku pojawia się ryzyko popełnienia błędów, często o bardzo poważnych konsekwencjach. Dużo trudniej jest też przez to przeprowadzić ten proces bez wsparcia doświadczonego doradcy, który posiada przegląd całego rynku i wie, kiedy zwolnią się powierzchnie lub gdzie powstaną nowe obiekty, przez co jest w stanie zaproponować klientowi rozwiązania, których ten nie byłby świadom, próbując realizować wszystko na własną rękę. Dotyczy to zarówno wynajmu powierzchni w parkach magazynowych, jak i budowy obiektów BTS,



A man with short brown hair and a light beard, wearing a dark blue suit, white shirt, and dark tie, stands in front of a background featuring large, stylized, metallic-looking letters. The letters are partially visible and appear to be part of a larger word or phrase. The man is looking directly at the camera with a slight smile.

Jesteśmy doradcami,
którzy współpracując
ze wszystkimi kluczo-
wymi deweloperami
działającymi na rynku,
są w stanie w profesjo-
nalny sposób pomóc
najemcy we wszystkich
aspektach związanych
z najmem oraz zakupem
nieruchomości.

przy których również doradzamy, rekomendując zarówno grunt, jak i dewelopera, który byłby w stanie zrealizować taki projekt.

Jednym z najczęstszych błędów jest złe oszacowanie czasu potrzebnego na przejście przez cały proces najmu. Najwięcej możemy zyskać, rozpoczynając współpracę z doradcą jak najwcześniej i wspólnie z nim ustalając cały harmonogram. W innym wypadku może się okazać, że obecna umowa najmu dobiegnie końca w momencie, kiedy nie mamy jeszcze możliwości przeprowadzenia się do nowego obiektu. Zostając na dotychczasowej powierzchni, narażamy się na wysokie kary umowne, ale co gorsza – uciec na tym może współpraca z naszymi kontrahentami, gdyż w proces zmiany lokalizacji wpisane są też kontrakty z klientami oraz harmonogram zatowarowania.

Jedną z największych korzyści płynących ze współpracy z doradcą jest możliwość korzystania z jego doświadczenia i wiedzy rynkowej, co pozwala uniknąć błędów, a także zaoszczędzić czas oraz pieniądze. Zdarza się, że firmy starają się przeanalizować rynek na własną rękę, tracąc czas, gdyż opierają się o błędne założenia wynikające właśnie z nieznamomości realiów tego sektora. Klienci zwykle doskonale znają się na swojej działalności, ale niekiedy potrzebują wsparcia, by przełożyć tę wiedzę na specyfikację

Profesjonalny doradca to gwarancja oszczędności, choć wiążą się one nie tylko z negocjacjami warunków komercyjnych, ale również szeregiem innych czynników, które przekładają się potem na aspekty finansowe.

techniczną, niezbędną do stworzenia profesjonalnego zapytania ofertowego dla dewelopera. Co więcej, tracą przy tym również pieniądze, bo wszelkie zmiany w już przekazanym przez wynajmującego obiekcie są niezwykle kosztowne. My jesteśmy od tego, by pomóc klientowi sprecyzować jego oczekiwania i dostosować je do realiów rynkowych. Bywa, że np. firma, która dopiero wchodzi do Polski, zakłada, że zaadaptuje u nas jeden do jednego rozwiązania, które stosuje w innych krajach. Może to dotyczyć czysto prozaicznych rzeczy, jak np. budowy na wynajętej powierzchni na własną rękę antresoli czy infrastruktury do składowania towarów. Ze względu na przepisy budowlane, przeciwpożarowe oraz inne przyjęte u nas normy i regulacje może się to okazać niemożliwe lub zająć więcej czasu, niż wcześniej zakładano.

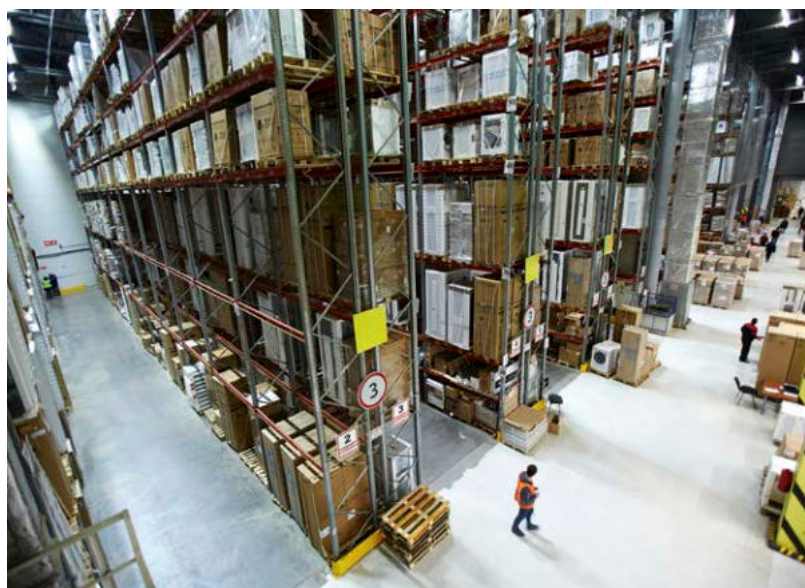
Planując przedłużenie umowy najmu, relokację lub poszerzenie zaplecza magazynowego o nową lokalizację, trzeba myśleć

długoterminowo i przewidywać zapotrzebowanie na ekspansję. Teoretycznie może się wydawać, że najemcy kierując się optyimizmem mogą przyszacowywać to zapotrzebowanie. W praktyce się to jednak nie zdarza. Pomimo dobrych nastrojów rynkowych firmy nadal podchodzą bardzo ostrożnie do tej kwestii, co być może jest lekcją, jaką wielu przedsiębiorców wyciągnęło po ostatnim kryzysie finansowym.

Celowo nie użyłem dotychczas słowa „negocjacje”. Czy i co podlega negocjacji i ile w efekcie może zyskać inwestor, którego interesy przed deweloperem reprezentuje Savills?

– Negocjacom podlega chociażby właśnie wspomniana ekspansja. Istnieją dwie podstawowe metody zabezpieczenia sobie powierzchni na przyszłość, które sprawiają, że wyeliminujemy ryzyko, że zbyt mały magazyn zastopuje rozwój naszej firmy. Możemy więc zdecydować się na tzw.





fot.: Adobe Stock

prawo pierwonajmu powierzchni „za ścianą”, w ramach tego samego parku logistycznego, najlepiej w tej samej hali. W takim wypadku właściciel obiektu zgłasza się do nas, jeśli pojawi się chętny na tę powierzchnię, a nam przysługuje wówczas prawo do wynajęcia jej w pierwszej kolejności. Należy sobie jednak zdawać sprawę z tego, że przy obecnej koniunkturze na rynku takie wakaty wynajmują się bardzo szybko i chętny na naszą powierzchnię może znaleźć się dosłownie kilka miesięcy po wprowadzeniu się przez nas do obiektu, kiedy nie potrzebujemy jeszcze dodatkowej przestrzeni. Z pomocą przychodzi tu drugie rozwiązanie, czyli twarda gwarancja, gdzie z góry deklarujemy się, że po określonym czasie, np. po roku, dobierzemy daną ilość powierzchni.

Wracając jednak do negocjacji, niekiedy rzeczywiście można spotkać się ze stereotypowym rozumieniem roli agenta nieruchomości i sprowadzaniem jego zadań do wynegocjowania jak najniższego czynszu. To prawda, że profesjonalny doradca to gwarancja oszczędności, choć wiążą się one nie tylko z negocjacjami warunków komercyjnych, ale również szeregiem innych czynników, które przekładają się potem na aspekty finansowe. Uniknięcie błędów na etapie planowania, odpowiednie przygotowanie specyfikacji technicznej czy wreszcie wybór optymalnej z punktu widzenia

prowadzonych operacji lokalizacji, blisko naszych kontrahentów bądź z dostępem do kadry pracowniczej – to wszystko oznacza realne oszczędności.

Pamiętajmy, że na czynsz efektywny składa się wiele elementów, na które mogą liczyć zwłaszcza wielkopowierzchniowy najemcy wynajmujący obiekt na długi okres. Są to m.in. zwolnienia z czynszu czy zachęty pozaczynszowe, które można przeznaczyć np. na pokrycie kosztów przeprowadzki czy aranżacji powierzchni. Wyposażenie magazynu to coś, co bardzo często pojawia się przy stole negocjacyjnym. Obniżenie samego czynszu transakcyjnego jest jednak często niemożliwe, m.in. ze względu na bardzo wysoki popyt na powierzchnie i niski poziom pustostanów. Oczywiście zawsze staramy się poruszać w ramach budżetu, jaki jest w stanie przeznaczyć na dany cel klient, szukając najatrakcyjniejszego kosztowo obiektu, jednakże oprócz samego czynszu, trzeba pamiętać o wszystkich wspomnianych czynnikach, które na końcu i tak odbijają się na wydatkach danej firmy.

Czy wśród oferowanych usług Savills posiada również renegocjacje umów? Czy te renegocjacje dotyczą wyłącznie cen za metr kwadratowy czy też „repertuar” przetargowych korzyści może być większy?

– Wbrew pozorom renegocjacja umów to proces, który nie różni się zbytnio od sytuacji, w której z góry zakładamy poszukanie nowej lokalizacji, gdyż – równolegle z negocjowaniem z obecnym właścicielem – analizuje się również alternatywy w postaci innych obiektów. Daje to porównanie i pozwala wybrać optymalne rozwiązanie.

Podczas renegocjacji umowy, oprócz stawki czynszu za metr kwadratowy, rozmowy toczą się np. na temat modyfikacji wielkości powierzchni, czyli jej zwiększenia lub zmniejszenia w zależności od potrzeb najemcy, jak również prac, jakie właściciel przeprowadzi na powierzchni, by podnieść jej standard. Umowy najmu podpisywane są na długie okresy, w których trakcie, oprócz naturalnego zużycia niektórych elementów, zmianie mogą ulec pewne rozwiązania technologiczne. Bywa, że w celu zapewnienia najemcom komfortu użytkowania obiektu na następne lata właściciele nieruchomości godzą się zmodernizować powierzchnię, np. pod kątem oświetlenia czy innych usprawnień w części biurowej lub magazynowej. Wpływa to zwykle pozytywnie na efektywność energetyczną i ciepłą budynku, co jest niezwykle ważne w kontekście redukcji wysokości kosztów eksploatacyjnych oraz minimalizowania wpływu na środowisko naturalne. Często takie prace są elementem polityki samego dewelopera, który chce uzyskać certyfikat ekologiczny dla obiektu lub po prostu uczynić nieruchomość bardziej „zieloną”, zgodnie ze swoją strategią społecznej odpowiedzialności biznesu.

Savills ma 160 lat tradycji w doradztwie. W Polsce funkcjonuje od 2004 r., a na przełomie 2016 i 2017 roku uruchomił linię biznesową dedykowaną nieruchomościom magazynowym. Skąd pomysł, by się na to zdecydować i jak oceniają Państwo okres, który minął od tego czasu?

– To prawda, Savills to firma o długiej tradycji, bardzo rozpoznawalna, zwłaszcza w Wielkiej

Brytanii, skąd się wywodzi i gdzie kojarzona jest głównie z sektorem mieszkaniowym. W Polsce w tym roku obchodzimy nasze 15-lecie. Rozwijamy się niezwykle dynamicznie, podwajając niedawno zarówno nasze przychody, jak i liczbę pracowników. W ślad za tym w 2016 r. została również podjęta decyzja o uruchomieniu linii biznesowej dedykowanej wynajmowi nieruchomości magazynowych i przemysłowych.

Dołączając ponad dwa lata temu do Savills, podjęliśmy się fascynującego wyzwania, jakim jest budowa takiej struktury od podstaw. Nasz zespół to połączenie doświadczonych ekspertów, mających za sobą pracę w innych największych agencjach działających na naszym rynku, jak i nowych, dynamicznych osób, które charakteryzuje olbrzymia pasja i energia do działania. Mieliliśmy świadomość, że marka Savills nie była wcześniej kojarzona z rynkiem logistycznym, ale z perspektywy tych dwóch lat widzę, jak dużą satysfakcję daje fakt, że to się zmienia. Dzięki naszej pracy jesteśmy utożsamiani z wysoką jakością i tym, że jesteśmy w stanie w efektywny sposób pomóc naszym klientom rozwiązywać ich realne problemy.

Rynek zmienia się tak dynamicznie, że nawet w ciągu tych dwóch lat zaobserwowaliśmy pewne procesy, które odmieniły jego oblicze. Z pewnością rośnie zapotrzebowanie na usługi „szyte na miarę”, na indywidualne doradztwo i dedykowane rozwiązania. Tego oczekują dzisiaj klienci. Wychodząc im naprzeciw, rozwijamy nasze usługi o nowe specjalizacje w ramach naszego sektora. Tak więc pod koniec zeszłego

Doradztwo logistyczne to jedna z usług, która wyróżnia Savills na rynku i która jest odpowiedzią na to, czego coraz częściej potrzebują klienci. Nierzadko prowadzą oni pewne procesy oddzielnie, nie mając świadomości korzyści, jakie wynikają z ich integracji. My je łączymy.

roku w dziale doradztwa inwestycyjnego w Savills powstał nowy zespół zapewniający wsparcie dla inwestorów zainteresowanych kupnem lub sprzedażą nieruchomości logistycznych jako produktu inwestycyjnego. Bardzo dobra kondycja rynku najmu przekłada się bowiem na optymizm również wśród inwestorów. W 2018 r. odnotowano wzrost wartości transakcji inwestycyjnych w tym sektorze aż o 83%, a cały rok zakończył się rekordowym wolumenem 1,84 mld euro.

Savills jest zatem w stanie zaoferować pełne wsparcie wszystkim podmiotom działającym na rynku nieruchomości magazynowych i przemysłowych w niemal każdym aspekcie związanym z wynajmem powierzchni, zarządzaniem procesem jej aranżacji, zarządzaniem samym budynkiem, wyceną nieruchomości oraz doradztwem w procesie finansowania inwestycji oraz kupna i sprzedaży nieruchomości.

Dojrzelismy w Polsce już do tego, aby korzystać z usług doradztwa logistycznego? Jakich obszarów dotyczy optymalizacja wykonywana przez konsultantów

Savills i jak po takich pracach zmienia się wydajność obiektu?

– Doradztwo logistyczne to jedna z usług, która wyróżnia nas na rynku i która jest odpowiedzią na to, czego coraz częściej potrzebują klienci. Nierzadko prowadzą oni pewne procesy oddzielnie, nie mając świadomości korzyści, jakie wynikają z ich integracji. My je łączymy, na co pozwala nam współpraca z naszymi partnerami wyspecjalizowanymi w doradztwie logistycznym. Łączymy tym samym wiedzę o procesach logistycznych z wiedzą o nieruchomościach, co pozwala wybrać nam najlepszą lokalizację dla danej firmy, biorąc pod uwagę takie elementy, jak koszt najmu i dostęp do pracowników oraz optymalizując czas i koszt dostaw.

Decydując się na połączenie wiedzy logistycznej z wiedzą o rynku powierzchni magazynowych, klient może uzyskać w ramach jednego procesu odpowiedź m.in. na pytania: gdzie ulokować magazyn lub magazyny, jak dużą powierzchnią powinien dysponować nowy obiekt oraz jakie rozwiązania zastosować wewnątrz, aby procesy były jak najbardziej optymalne. To oczywiście jest tylko niewielki wycinek naszych usług z zakresu doradztwa logistycznego i tego, co dzięki takiemu kompleksowemu podejściu zyskuje klient. Powiedzieć jednak, że rynek do takiego podejścia dojrzał, to za mało. To już niemal konieczność, a firmy, które o to nie zadbają, mogą się narażać na straty lub przegrać w wyścigu ze swoją konkurencją.

Dziękuję za rozmowę.



foto: AdobeStock

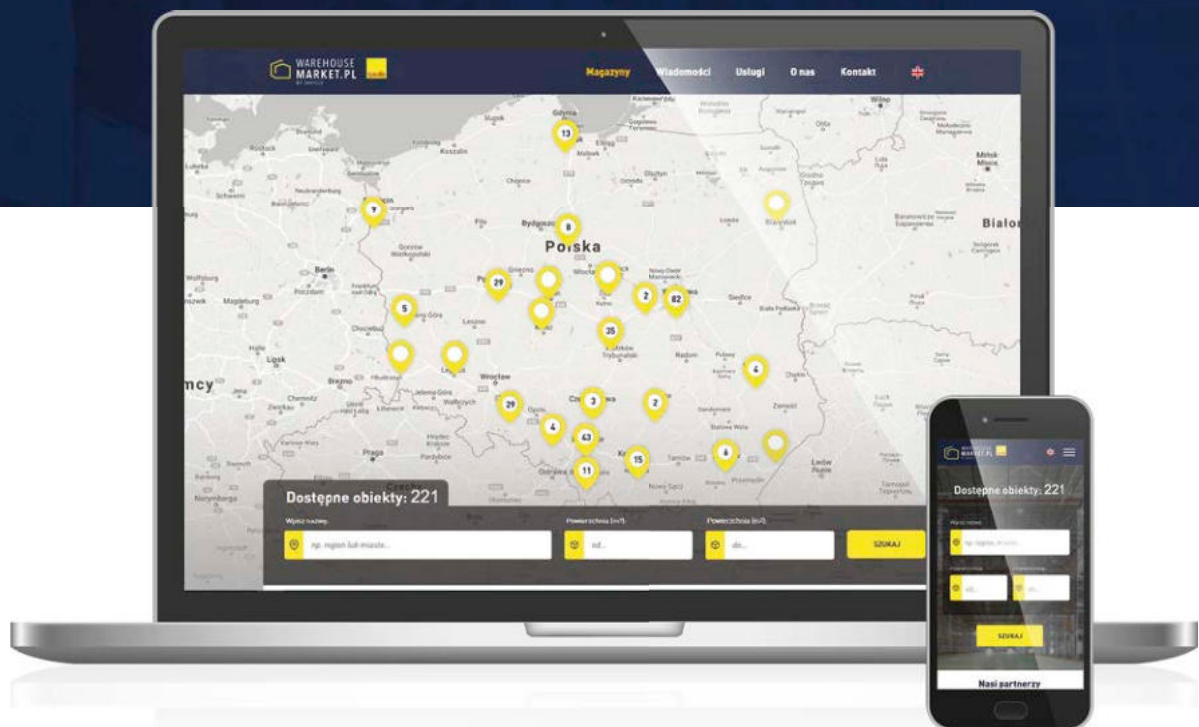


WAREHOUSE
MARKET.PL
BY SAVILLS

TWÓJ PIERWSZY KROK NA DRODZE DO NOWEGO MAGAZYNU

Wyszukiwarka powierzchni magazynowych
i przemysłowych

warehousemarket.pl



Darmowe i wiarygodne źródło informacji przygotowane przez ekspertów rynkowych
z firmy doradczej Savills

Złoty wiek rozwoju

Z Jerzym Holcem, Prezesem Zarządu EMTOR – o programie robotyzacji, geolokalizacji i autonomicznych wózkach, które dla Yale są elementem rozwoju technologii transportu wewnętrznego, a nie marketingu – rozmawiał Krzysztof Pograniczny

Krzysztof Pograniczny: Ostatnio rozpoczęliśmy od Hitchcocka, to teraz dla odmiany od Wyspiańskiego: „Chińczycy trzymają się mocno...” Coraz więcej w branży wózków widłowych dostarczanych z udziałem kapitału chińskiego, który stał się właścicielem europejskich marek. Czy do Yale też ktoś puka? Czy Amerykanie, nie zważając na globalizację, są nieugięci i patriotycznie nastawieni do swoich produktów?

Jerzy Holc: Yale jest najstarszym producentem wózków widłowych na świecie. Zawsze się trzymał dobrze, więc i teraz nie sądzę, aby miało się to zmienić.

Mówi się, że patrzy Pan przychylnym okiem na Wschód i wypatrzył świetne baterie litowo-jonowe u Rosjan...

– Baterie litowo-jonowe są przyszłością zasilania wózków. Kupujemy tam, gdzie jest dobra jakość, a cena przystępna, ale nie potwierdzam, że jest to tylko Wschód. Wschód jest jedynie drobną częścią zamówień.

Trzymając się wątku elektromobilności, to już od kilku dobrych lat widzimy ten trend w obszarze napędów wózków widłowych. Czy tradycyjny silnik Diesla przegrał już walkę o byt w transporcie wewnętrznym i jak te proporcje – elektryki vs. diesle – wyglądają w sprzedaży Yale?

– Należy potwierdzić, że silniki Diesla stały się już raczej napędem przeszłości, a sprzedaż wózków z nimi to niewielka część w całości zamówień sprzedaży wózków marki Yale. Według mnie przyszłość stanowią wyłącznie wózki elektryczne.

Czy można powiedzieć, że baterie litowo-jonowe przestały być już nowinką technologiczną w zasilaniu wózków widłowych? I czy same wózki muszą się jakoś zmienić, aby korzystać z tych ogniw? Czy z takim zjawiskiem mamy do czynienia w wypadku wózków Yale?

– Myślę, że same wózki niekoniecznie muszą się zmieniać. Zmienić się musi podejście klienta do obsługi urządzeń z bateriami litowo-jonowymi i przystosowanie

całego procesu do ładowania tych wózków.

We wrześniu w Niemczech odbyła się prezentacja produktów Yale pod hasłem „To jest Yale”. Zaprezentowano podczas niej wózek Veracitor VX Gold Edition z informacją, że klienci chcą produktów, które znają i sprawdzili ich niezawodność. Co w tym wózku jest takiego niespotykanego pod względem technicznym, że klienci po niego wracają? W co doposażono edycję Gold?

– Wózki widłowe od wielu lat stanowią integralne ogniwo logistyki towarów i z pewnością będą pracować w tym segmencie jeszcze wiele lat. Spośród szerokiej gamy producentów i modeli dostępnych na rynku, tylko naprawdę sprawdzone konstrukcje odnoszą sukces i są rozpoznawalne jako niezawodna marka. Wózki YALE Veracitor VX™ należą właśnie do tego wąskiego grona maszyn, które udowodniły swoje najwyższe walory użytkowe u klientów. Pragnąc uhonorować sukces modelu Veracitor VX™ producent wprowadził do sprzedaży złotą edycję tej serii wózków z wyposażeniem najbardziej popularnym i pożądanym przez użytkowników, zwiększającym komfort, bezpieczeństwo i wydajność. Co bardzo istotne - wyposażenie to jest oferowane bez dodatkowej dopłaty i stanowi dużą wartość dodaną do wózka. Są to między innymi: komfortowy fotel operatora z pneumatyczną amortyzacją, regulacją i pasem

Pragnąc uhonorować sukces modelu Veracitor VX™, Yale wprowadziło do sprzedaży złotą edycję tej serii wózków z wyposażeniem najbardziej popularnym i pożądanym przez użytkowników, zwiększającym komfort, bezpieczeństwo oraz wydajność.

Autonomiczne wózki widłowe to już nie mrzonka konstruktorów, ale aktualna rzeczywistość w przemyśle. Yale jako jeden z liderów światowego rynku wózków widłowych dostarcza rozwiązania AGV zaprojektowane wraz z liderem technologii geonawigacyjnej do wózków widłowych – firmą Balyo.



bezpieczeństwa, wysokiej klasy oświetlenie robocze wykonane w technologii LED, funkcja hasła operatora – możliwość uruchomienia wózka tylko przez uprawnione osoby, światło ostrzegawcze typu BlueSpot, panoramiczne lusterko wsteczne czy funkcja pionowania masztu. Dodatkowo w wersjach wózka Veracitor VX™ wyposażonych w najwyższej klasy przekładnię Techtronix™ klienci otrzymują bez dopłaty system ochrony układu napędowego eliminujący prawdopodobieństwo poważnych uszkodzeń oraz ogranicznik prędkości jazdy wózka programowalny co 1km/h w szerokim zakresie nominalnej prędkości.

Niż demograficzny powoduje duże problemy na rynku logistyki. Kto ma operatora, ten ma bezpieczny proces magazynowy, ale dane statystyczne nie dają dobrej perspektywy. W czasie prezentacji pokazano wózki autonomiczne Yale, m.in. ciągnik do zestawów transportowych w przemyśle. Co to za technologia, ponieważ z tego, co wiem, nie wymaga sterowania w postaci pętli indukcyjnej?

Autonomiczne wózki widłowe i ciągniki holownicze „bez operatora”, czyli AGV, to coraz częstszy temat pytań klientów chcących optymalizować koszty logistyki wewnętrznej.

– Częściowa automatyzacja procesów logistycznych z wykorzystaniem wózków widłowych czy ciągników holowniczych to oczywisty krok w kierunku poszukiwania oszczędności w procesie logistyki towaru. Autonomiczne wózki widłowe i ciągniki holownicze „bez operatora”, czyli AGV, to coraz częstszy temat pytań klientów chcących optymalizować koszty logistyki wewnętrznej. Technologia sterowania wózkami i ciągnikami elektrycznymi Yale opiera się na nowoczesnych systemach skanowania laserowego do nawigacji – LIDAR (ang. Light Imaging Detection and Ranging). W dużym uproszczeniu można by powiedzieć, że wózki bez operatora nawigują samodzielnie, używając do orientacji w przestrzeni charakterystycznych cech konstrukcyjnych budynku, takich jak ściany,

kolumny czy regały. Tych punktów orientacyjnych używają do ustalenia własnej lokalizacji i transportowania ładunków w różne obszary magazynu czy hali produkcyjnej. Technologia ta nie wymaga stosowania żadnych dodatkowych systemów wspomagania starszej generacji, takich jak pętla indukcyjna, magnesy, reflektory, lusterka, przewody itp. Olbrzymią zaletą tego rozwiązania jest również fakt, że możemy w każdej chwili „nauczyć” wózek wykonywania czynności w dowolnym innym obszarze magazynu czy produkcji. Dodatkowo możemy włączyć tryb manualny, w którym maszyną steruje bezpośrednio operator, tak jak standardowym wózkiem czy ciągnikiem.

Innowacją, nad którą poważnie pracuje Yale, jest wózek paletowy z przeciwwagą Yale MC15,



Program Yale Robotyka to nie tylko chęć stworzenia pokazowej maszyny dla celów marketingowych, ale prawdziwy i realny proces budowy kompleksowego rozwiązania automatyzacji procesów logistycznych charakteryzujących się powtarzalnością zadań, a realizowanych za pomocą wózków widłowych czy ciągników holowniczych.

wyposażony w technologię geonawigacyjną Balyo. Firma wchodzi w te rozwiązania na dobre, czy to tylko pokaz dla prasy? Czy są już pierwsze wdrożenia i co o tym kierunku rozwoju mówią klienci?

– Autonomiczne wózki widłowe to już nie mrzonka konstruktorów, ale aktualna rzeczywistość w przemyśle. Yale jako jeden z liderów światowego rynku wózków widłowych dostarcza rozwiązania AGV zaprojektowane wraz z liderem technologii geonawigacyjnej do wózków widłowych – firmą Balyo. Program Yale Robotyka to nie tylko chęć stworzenia pokazowej maszyny dla celów marketingowych, ale prawdziwy i realny proces budowania kompleksowego rozwiązania automatyzacji procesów logistycznych charakteryzujących się powtarzalnością zadań, a realizowanych za pomocą wózków widłowych czy ciągników holowniczych. Wdrażając maszyny autonomiczne do floty wózków widłowych, klienci mogą liczyć na obniżenie kosztów

eksploatacji, wzrost wydajności operacyjnej wraz z ograniczeniem uszkodzeń towarów czy wypadków. Autonomiczne rozwiązania Yale funkcjonują już u klientów, a kolejne są w trakcie procesu wdrażania i na obecną chwilę opinie klientów są bardzo pozytywne.

Bohaterem spotkania „This is Yale” był również najnowszy wózek z aktualnie najwyższą zdolnością udźwigu 16 t. Co to za konstrukcja i z myślą o jakim odbiorcy przygotowana?

– Wychodząc naprzeciw potrzebom i oczekiwaniom klientów, marka Yale wprowadziła na rynek wózek GDP160EC12 o udźwigu nominalnym 16 t na środku ciężkości 1200 mm, co oznacza, że jest to maszyna o znacząco większych możliwościach od wózków oferujących udźwig 16 t, ale na środku ciężkości 600 mm. Wózek ten powstał w głównie mierze na bazie niezawodnego modelu Yale GDP160EC, dzięki czemu został

zachowany bezproblemowy dostęp do pełnej gamy części zamiennych występujących jednocześnie w obu modelach. Naturalnym środowiskiem pracy tego nowego modelu są: obsługa i przeładunek towarów w portach morskich, przemysł stalowy i przetwórstwa ciężkiego, transport elementów ze sprężonego betonu, branża ciężkich konstrukcji drewnianych i tarcicy czy recykling. Kluczowymi elementami nowego modelu są niska emisja i niższe koszty eksploatacji dzięki zoptymalizowanej integracji pomiędzy silnikiem napędowym, przekładnią i układem hydraulicznym. Wózek ten posiada również innowacyjne ustawienia mocy High Performance (HiP) lub tryb Eco (eco-eLo), pozwalające na optymalne dopasowanie mocy do aktualnych potrzeb, a także układ hydrauliczny z inteligentnym zarządzaniem przepływem i ciśnieniem, „na żądanie” optymalizującym wydatek energetyczny niezbędny do zasilenia funkcji hydraulicznych wózka.

Obchodzili Państwo 30. rocznicę pracy jako EMTOR. Składam serdeczne gratulacje z tej okazji. Z Pana perspektywy czego dziś potrzebuje rynek w obszarze wózków widłowych i jak te potrzeby się zmieniały na przestrzeni trzech dekad?

– 30 lat temu w Polsce prawie 100% wózków było produkcji bułgarskiej – w większości były to maszyny z napędem Diesla, a częściowo elektryczne, które posiadały wyłącznie silniki prądu stałego. Od tamtej pory nastąpiła rzeczywistość rewolucja w obszarze zasilania i napędu wózków. W chwili obecnej praktycznie nie spotyka się już silników na prąd stały – są to rozwiązania niszowe, w bardzo małych wózkach. Jak wspominałem wcześniej, również wózki z napędem wysokoprężnym są w zdecydowanej mniejszości. Myślę, że przyszłe procesy logistyczne w magazynach i zakładach produkcyjnych będą się opierały głównie na wózkach autonomicznych i autonomicznych.

Dziękuję za rozmowę.

EMTOR i wszystko *się uклада*

Gold
Veracitor VX



GDP/GLP 20-35 **VX**

Wózki widłowe z **napędem spalinowym** Diesel lub LPG z **2 letnią gwarancją**, bez limitu godzin!

W wersji **Gold** wyposażenie standardowe zostało wzbogacone o następujące elementy:



Hasło operatora –
indywidualny dostęp
do wózka



Pionowanie masztu –
szybsze pobieranie ładunku



Pneumatyczna
amortyzacja fotela –
wygoda i komfort pracy



Światła LED – dobra
widoczność w każdych
warunkach



Światło BlueSpot™ LED –
zwiększone bezpieczeństwo
pieszych



Panoramyczne lustro
wsteczne – zwiększone
bezpieczeństwo jazdy

Promocja trwa do 31 marca 2019. Więcej informacji uzyskacie Państwo, kontaktując się z doradcą techniczno-handlowym lub wysyłając zapytanie na adres: promocja@yale.emtor.pl

Holistyczne ujęcie przemysłu

Z Joanną Kucharską, Dyrektorem targów ITM Polska – o tym, dlaczego poznańskie targi Innowacje, Technologie, Maszyny są obowiązkowym punktem w kalendarzu dla firm poszukujących innowacji i zoptymalizowanych rozwiązań – rozmawiał Krzysztof Pograniczny

Krzysztof Pograniczny: Z jednej strony słyszymy o cyfryzacji przemysłu, z drugiej mamy tradycyjny model marketingu, którym są targi. Czy to jakiś paradoks, że w dobie internetowej poznańskie targi przemysłowe ITM są bezsprzecznie największą imprezą branży w tej części Europy?

Joanna Kucharska: ITM Polska to czołowe targi w Europie Środkowo-Wschodniej, kompleksowo prezentujące ofertę polskiego i światowego przemysłu, którego produkty i usługi są zgodne z ideą Industry 4.0. Edycja ITM Polska 2018 była bardzo udana – na 25 000 m² powierzchni wystawienniczej w 10 pawilonach swoją ofertę zaprezentowało 1000 wystawców z 28 państw. Ekspozycję przez cztery dni odwiedziło łącznie 17 090 profesjonalnych zwiedzających z branży przemysłowej. Jestem przekonana, że w nadchodzącym wydarzeniu uda się nam osiągnąć jeszcze lepsze wyniki.

Uczestnictwo w targach ITM Polska stwarza znakomite możliwości: z jednej strony do zaprezentowania nowych produktów i udoskonalonych rozwiązań, z drugiej – do zapoznania się z szeroką ofertą firm z branży i aktualnymi trendami. Ponadto dynamiczny rozwój branży generuje wprowadzanie istotnych zmian w przedsiębiorstwach produkcyjnych, a dobre praktyki najlepiej obserwować

w Poznaniu, właśnie na targach Innowacje, Technologie, Maszyny ITM Polska.

– Jakimi argumentami kierują się wystawcy i zwiedzający, którzy przyjeżdżają w czerwcu do Poznania na targi ITM?

– Wdrażanie nowoczesnych rozwiązań i podnoszenie konkurencyjności produkcji już od pewnego czasu jest wymogiem na rynku, a czwarta rewolucja przemysłowa sprawiła, że proces stałego dostosowywania się przedsiębiorstw do zmian technologicznych jest bardziej dynamiczny. Warunkiem koniecznym, by nie przespać szansy na odniesienie sukcesu na rynku, jest uważne śledzenie zmian w technologii i w zachowaniach klientów, a co za tym idzie – obecność na najważniejszych i największych targach przemysłowych – ITM Polska 2019.

– Rozwijając skrót, ITM to Innowacje, Technologie oraz Maszyny. Czy odnosi się to do wszystkich dziedzin przemysłu, jakbyś zdefiniowała, dla kogo te targi są w zamierzeniu?

– Zdecydowanie atutem czerwcowego wydarzenia jest organizacja w jednym czasie targów Innowacje, Technologie, Maszyny ITM Polska; Targów Logistyki, Magazynowania i Transportu

Modernlog; Targów Kooperacji Przemysłowej Subcontracting oraz Targów Druku i Skanu 3D – 3D Solutions. Te cztery imprezy wspólnie tworzą blok poznańskich targów przemysłowych. Ich zadaniem jest holistyczne ujęcie przemysłu jako gałęzi gospodarki z ogromnym potencjałem, który umożliwiając przenikanie się wielu branż, zmienia naszą rzeczywistość.

Światowej klasy wystawcy, profesjonaliści z zakresu automatyzacji produkcji, logistyki przemysłowej, technologii addytywnych metalurgii i obróbki metali, nowoczesne maszyny i technologie, bogaty program wydarzeń towarzyszących, niepowtarzalna atmosfera – to wszystko sprawia, że czerwcowe targi ITM Polska są obowiązkowym punktem w kalendarzu dla firm poszukujących innowacji i zoptymalizowanych rozwiązań.

– Jako dyrektor nadajesz ITM od kilku lat kierunek, znasz też potrzeby rynkowe tej branży. Jak z wieloletniej obserwacji można określić ewolucję przemysłu w Polsce?

– Wiele się dziś mówi o Przemśle 4.0 i perspektywie automatyzacji wszystkich procesów, których głównym celem jest rozwój i podniesienie wydajności przedsiębiorstwa. Obserwuje się



Cztery imprezy wspólnie tworzą blok czerwcowych targów przemysłowych w Poznaniu. Ich zadaniem jest holistyczne ujęcie przemysłu jako gałęzi gospodarki z ogromnym potencjałem, który umożliwiając przenikanie się wielu branż, zmienia naszą rzeczywistość.

stały wzrost sprzedaży robotów przemysłowych oraz zwiększające się zainteresowanie robotami współpracującymi. Roboty zaczynają odgrywać rolę współpracowników, których potencjał jest wykorzystywany przez ludzi. Procesy stają się tańsze i bardziej efektywne, a produkty oraz czynności lepiej wykonywane, niż gdyby zrobił to człowiek. Kooperacja ludzi z robotami rozwija przedsiębiorstwa, otwiera nowe szanse i wpływa na wzrost poziomu wiedzy, bo w obliczu zachodzących zmian praca ludzka staje się bardziej wymagająca i wartościowa. Robotyzacja

jest obecna niemal w każdej branży: rozwija produkty, wpływa na wizerunek firmy, jej konkurencyjność, elastyczność oraz bezpieczeństwo. Wszystkie te czynniki mają bardzo duże znaczenie nie tylko w kontekście rozwoju przemysłu, ale i całego społeczeństwa.

– Czy Poznań bierze pełnoprawny udział w rewolucji Industry 4.0 i prezentuje rozwiązania technologiczne w tym duchu na ITM?

– Polskie przedsiębiorstwa i firmy produkcyjne, chcąc nadążyć za zmianami wynikającymi

z rozwoju gospodarki, nie unikną inwestycji w innowacyjne technologie i nowoczesne maszyny. W czerwcu w Poznaniu skupimy się na upowszechnianiu idei czwartej rewolucji przemysłowej – w centrum uwagi znajdują się digitalizacja, integracja i automatyzacja procesów technologicznych, a wystawcy targów ITM Polska zaprezentują maszyny, urządzenia, rozwiązania technologiczne i oprogramowanie działające zgodnie z koncepcją Przemysłu 4.0. Założenia rewolucji 4.0 mówią o komunikujących się między sobą systemach, które optymalizują funkcjonowanie głównych obszarów działalności przedsiębiorstw. W tym rozumieniu roboty i automaty są jednym z głównych fundamentów systemu przepływu informacji. Bez ich systematycznego rozwoju trudno sobie wyobrazić pełne wdrożenie idei Przemysłu 4.0.

– Czy wśród tematów tegorocznej edycji ITM jest miejsce na robotyzację, co przygotowujecie pod tym względem?

– Nowoczesne technologie odgrywają współcześnie istotną rolę we wszystkich niemal obszarach działalności człowieka. W przemyśle jednym z ważniejszych elementów rozwoju jest automatyzacja procesów produkcyjnych. Roboty są doskonałym narzędziem w rękach człowieka, który wie, jak je wykorzystać, by dostarczać konsumentom produkty, jakich oczekują. Robotyzacja produkcji jest jednym z najbardziej widocznych trendów w polskim przemyśle na przestrzeni ostatnich lat. Roboty przemysłowe pojawiają się w nowych obszarach i są wykorzystywane do coraz większej liczby zadań, dotychczas realizowanych przez człowieka. Oczywiście w naszej ofercie targowej nie zabraknie ekspozycji, w których ramach liderzy branży zaprezentują innowacyjne rozwiązania i technologie związane z robotyzacją i automatyzacją przemysłu.

– Oprócz samych targów przygotowujecie część konferencyjną, czego dotyczą tegoroczne plany?

– Jako organizatorzy nie ustajemy w poszukiwaniu coraz to nowych rozwiązań i ciekawych tematów, które mogą zainteresować profesjonalistów. Wiele wydarzeń zaplanowanych na tegoroczną edycję targów ITM Polska będzie się odbywać pod hasłem „Smart”. Pracujemy nad przygotowaniem

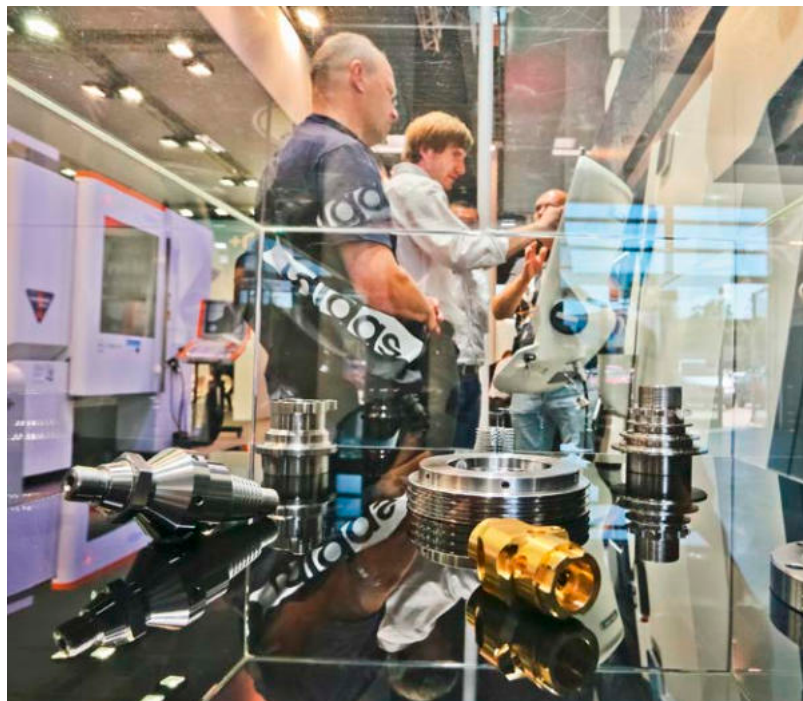


foto.: ITM Polska

przestrzeni specjalnej – Smart Factory, której celem jest pokazanie procesu produkcji w inteligentnych fabrykach (IoT, digitalizacja, robotyzacja). Ponadto, w ramach targów Modernlog, chcemy zorganizować Smart Warehouse – konferencję kompleksowo prezentującą kluczowe zagadnienia Logistyki 4.0. Kolejną nowością będzie konferencja Smart Poznań Manufactory Meeting, czyli wydarzenie dedykowane przedstawicielom branży utrzymania ruchu, dające możliwość pozyskania wiedzy, inspiracji, dobrych praktyk z zakresu zarządzania obszarem maintenance. W roku bieżącym kontynuowana będzie także inicjatywa „ścieżki zwiedzania”, w której ramach grupy pod opieką merytoryczną przewodnika

będą odwiedzały wybrane stoiska targowe, zapoznając się z tematami: Przemysł 4.0, Druk 3D oraz Logistyka 4.0.

– Czy tegoroczna wystawa pobije dotychczasowy rekord, kto już zapowiedział swą obecność?

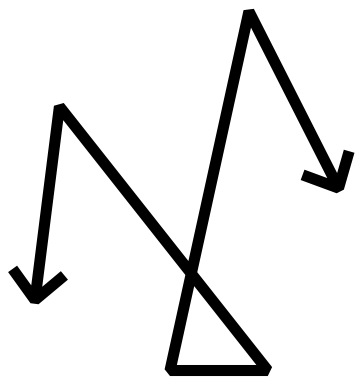
– Choć do targów ITM Polska 2019 zostało jeszcze pięć miesięcy, to cały czas możemy mówić o dużym zainteresowaniu ofertą. Śmiało można stwierdzić, że zapowiada się rekordowa edycja! Do dziś swój udział potwierdziło blisko 700 firm, wciąż zgłaszają się nowi uczestnicy.

Poznań od lat przyciąga liderów rynku i przez cztery dni staje się stolicą przemysłu maszynowego, automatyzacji, jak również robotyzacji, a targi Innowacje, Technologie, Maszyny ITM Polska są wyznacznikiem zmian, trendów oraz kierunku rozwoju branży. Również w tym roku nie zabraknie oferty najbardziej liczących się firm na rynku, m.in.: DMG MORI, FANUC, Siemens, Kuka, Autodesk, TRUMPF, GF Maschinig, Europa Systems, Sandvik, Remmert czy Yaskawa.

Serdecznie zapraszam do Poznania w dniach 4–7 czerwca 2019 r.

– Dziękuję za rozmowę.

Podczas targów ITM Polska skupimy się na upowszechnianiu idei czwartej rewolucji przemysłowej – w centrum uwagi znajdą się digitalizacja, integracja i automatyzacja procesów technologicznych, a wystawcy zaprezentują maszyny, urządzenia, rozwiązania technologiczne oraz oprogramowanie działające zgodnie z koncepcją Przemysłu 4.0.



MODERNLOG
Targi Logistyki,
Magazynowania
i Transportu

4-7 CZERWCA 2019

POZNAŃ



Międzynarodowe
Targi Poznańskie

ZAPRASZA
mtp
GRUPA



ZAKRES TEMATYCZNY

- › MAGAZYN PRZYSZŁOŚCI
- › NOWOCZESNE SYSTEMY TRANSPORTU
- › ROZWIĄZANIA DLA E-COMMERCE I OMNICHANNEL
- › BUDOWNICTWO MAGAZYNOWO-PRODUKCYJNE

**TARGI
LOGISTYKI
4.0**

www.modernlog.pl

W TYM SAMYM CZASIE



Jesteśmy na 



3D SOLUTIONS



SUBCONTRACTING
TARGI KOOPERACJI PRZEMYSŁOWEJ

1,4 MLN M²

WYJĄTKOWYCH MOŻLIWOŚCI



nowoczesne powierzchnie
magazynowe



powierzchnie produkcyjne



najwyższa jakość
obsługi



partnerskie relacje
z Klientami

Już niemal od stu lat SEGRO jest wiodącym właścicielem, zarządcą i deweloperem nowoczesnych powierzchni magazynowych oraz produkcyjnych w Europie. Najwyższa jakość usług i trwałe relacje z Klientami budują silną pozycję spółki na rynku. Dziś portfolio dewelopera w Europie Centralnej to ponad 1,4 mln m² powierzchni, która odpowiada na potrzeby setek firm, pozwalając im się stale rozwijać i zwiększać efektywność.

U podstaw każdego sukcesu leżą partnerskie relacje. Żeby je zbudować, potrzebna jest przestrzeń, która daje wyjątkowe możliwości. Taką przestrzeń tworzy SEGRO.