



**Poznajmy
Polskie Firmy TSL**



Pracuj w logistyce PDF



PRZEGLĄD TYGODNIOWY AKTUALNOŚCI INFORMACJE WYDARZENIA piątek 8 listopada 2013 **Nr 16 (54)**



Rozmowa z Marcinem Bąkiem prezesem zarządu Spedimex Sp. z o.o.

Spedimex specjalizuje się w obsłudze branży fashion, która nie należy do najłatwiejszych, skąd wziął pomysł na taką specjalizację?

– Pomysł, jak i historia obsługi tej branży w zasadzie rozpoczęły się wraz z powstaniem spółki. 20 lat temu w Polsce produkowano, jak i eksportowano duże ilości odzieży na rynki Europy Zachodniej. Szwalnie sprowadzały z zagranicy do Polski tkaniny oraz inne dodatki do jej produkcji. Zaczęliśmy więc transportować tkaniny z Europy Zachodniej, a z powrotem dostarczać gotową już odzież. W tym segmencie działaliśmy do chwili obecnej. Tyle, że rynek Fashion znacząco się zmienił. Dzisiaj to w znacznym stopniu obsługa sieci retail. Organizacja dostaw skupia się głównie na dostarczaniu odzieży do galerii handlowych. Równoległe sam proces uległ skomplikowaniu. Poza transportem, to także obsługa transferów między sklepami, odbiór zwrotów, pomoc przy rozładunku, dostawy nocne czy dostawy na określoną godzinę. Oprócz odzieży, specjalizujemy się również w obsłudze produktów DIY (do it yourself, dot. art. dom i ogród), AGD, artykułów sportowych, dziecięcych, dry food oraz innych branż.

cd. na str. 3



Rozmowa z Andrzejem Celejem prezesem zarządu, dyrektorem naczelnym ZTE Radom Sp. z o.o.

Jak Pan ocenia obecną sytuację na rynku przewozów ponadnormatywnych?

– Zarówno transport ponadnormatywny jak i cała branża transportu drogowego w Polsce jest niedoceniana. Mam wrażenie, że politycy i administracja państwowa próbują „dobić leżącego”, obarczając działalność przewozową coraz większym fiskalizmem. Z kolei słabością przedsiębiorców jest to, że nasze środowisko nie jest skonsolidowane, jest mocno rozdrobnione i nie mówi jednym głosem. Stąd nikt dzisiaj nie liczy się ani w rządzie, ani w gospodarce z polskim przewoźnikiem, który zresztą ma kilkuprocentowy udział w polskim PKB.

cd. na str. 7

W NUMERZE:

Rozmowa z Marcinem Bąkiem, prezesem zarządu Spedimex Sp. z o.o.	str. 3
Optifuel Training + Optifleet = małe spalanie i szybka jazda	str. 5
Rozmowa z Andrzejem Celejem prezesem zarządu, dyrektorem naczelnym ZTE Radom Sp. z o.o.	str. 7

Od 12 lat z kartami DKV...	str. 9
Sprawdź nowe możliwości giełdy Teleroute!	str. 9
Rozmowa z Bartłomiejem Tulejko logistic managerem	
Central-East Europe JYSK Poland Sp. z o.o.	str. 10
Kupować czy budować kompetencje pracowników?	str. 12
Zwolnienie pracownika – jak dobrze rozstać się?	str. 15

POJAZD CIĘŻAROWY PRZYNOSI ŻYSK

RENAULT
TRUCKS
DELIVER

NOWA GAMA
RENAULT TRUCKS



renault-trucks.pl

Renault Trucks SAS z kapitałem 50 000 000 € - 954 506 077 RCS Lyon
Zdjęcia udostępnione przez: © Renault Trucks - 05/2013.



Specjaliści w obsłudze sieci retail



Rozmowa z **Marcinem Bąkiem** prezesem zarządu Spedimex Sp. z o.o.

Wróćmy do historii firmy, która zaczęła się w roku...

– 1993. Zaczynaliśmy od usług transportu drogowego, tak jak już wspominałem wyrobów tekstylnych i odzieży wiszącej. Założycielem firmy był mój tata, Czesław Wojciech Bąk i do dzisiaj Spedimex pozostał firmą rodzinną.

Pan jest drugim pokoleniem, które rozwija Spedimex. Czy trudno było przejąć stery po założycielu firmy?

– Przyznam, że nie było to łatwe. Droga do przejęcia sterów organizacji trwała kilka lat – do roku 2002, kiedy to formalnie objąłem stanowisko Prezesa Zarządu. Przez ten czas wiele się nauczyłem i musiałem dojrzeć do roli menedżera. Przeszedłem niemal wszystkie szczeble w organizacji rozpoczynając od stanowiska spedytora, przez koordynatora logistyki i agencji celnej, do dyrektora logistyki. Oczywiście różnica pokoleń w postrzeganiu biznesu pozostanie zawsze, a praca z rodzicami jest trudna. Każda wolna chwila dedykowana jest dyskusjom na tematy zawodowe. Ale od samego początku miałem i nadal mam ogromne wsparcie w moich rodzicach, a od 11 lat zarządzam już samodzielnie całą organizacją. To był długotrwały proces i musiało zajść sporo mentalnych zmian, aby zakończyć go powodzeniem. Cały proces przekazania firmy był planowany przez moich rodziców przez wiele lat.



Od jakich, ważnych projektów rozpoczął Pan pracę w Spedimex-ie?

– Otrzymałem zadanie uruchomienia terminalu tekstylnego o powierzchni 5 tys. m.kw. To nie był duży magazyn, ale jak dla początkującego logistyka, było to spore wyzwanie. Byłem wtedy odpowiedzialny za wdrożenie projektu dla nowego klienta, implementację wszystkich procesów i procedur. Dzięki temu zdobyłem nieocenione doświadczenie. W ciągu 11 lat odkąd objąłem zarządzanie, spółka urosła kilkukrotnie. Zmieniliśmy wiele w samej organizacji, zarządzamy po-

wierzchnią ponad 170 tys. m.kw., znacząco zwiększyliśmy zatrudnienie, pozyskaliśmy wielu nowych klientów. Najwięcej jednak zadziało się w ostatnich dwóch latach. Wówczas to zaczęliśmy uruchamiać oddziały dystrybucyjne w całej Polsce i podwoiliśmy obroty. Wymagało to ogromnego nakładu pracy, którego wykonanie było możliwe dzięki ambitnemu i zmotywowanemu zespołowi pracowników.

Wspomniał Pan o obsłudze dostaw sprzętu AGD i produktów DIY, czy wiążecie z tymi branżami jakieś większe plany rozwoju?

– Tak, oczywiście. W ostatnich dwóch latach poczyniliśmy ogromne nakłady w rozwój sieci dystrybucji, co wymagało rozbudowy infrastruktury technologicznej oraz systemów IT. Ta inwestycja oraz uruchomienie nowych terminali umożliwiła nam pozyskanie klientów w tych obszarach, gdzie wcześniej nasz potencjał był ograniczony. Dzisiaj mamy większe moż-

Spedimex w liczbach

Spółka Spedimex została założona w roku 1993 przez Czesława Wojciecha Bąka.

Początkowo działała w obszarze transportu i agencji celnej. Pierwszy magazyn otworzyła w roku 1999. Dzisiaj firma dysponuje 14 oddziałami w całej Polsce, powierzchnią magazynową ponad 170 tys. m², zatrudnia blisko 800 osób, korzysta systemów IT klasy WMS, TMS.



Więcej na: www.spedimex.pl

cd. na str. 4

cd. ze str. 3

liwości operacyjne, aby świadczyć konkurencyjny cenowo i jakościowo serwis. Posiadamy silne portfolio usług – logistykę, która jest trzonem naszej organizacji oraz rosnące w siłę: sieć drobnicową i transport całopojazdowy.

Z sektorem DIY współpracujemy już od wielu lat. Specjalizujemy się w obsłudze towaru o niestandardowych wymiarach, wielu indeksach asortymentowych, a także towaru o dużej sezonowości dostaw, co jest charakterystyczne dla sektora „dom i ogród”. W ostatnim czasie włączyliśmy do oferty tzw. home delivery, dostawy adresowane dla branży RTV/AGD. Dostarczamy produkty do mieszkania klienta z wniesieniem i dodatkowymi usługami jak np. odbiór opakowań czy zużytego sprzętu, wymiany gwarancyjne oraz inne.

Jakie ma Pan ambicje w zakresie ekspansji terytorialnej spółki, czy Spedimex stanie się firmą globalną?

– Obecnie koncentrujemy się na rynku europejskim. Chociaż współpracujemy z partnerami na całym świecie, póki co nie mamy ambicji aby uruchamiać oddziały na innych kontynentach. Choć oczywiście nie zamykamy się na takie możliwości, nasza droga pokazuje, że nie ma rzeczy niemożliwych.

Niemalże od samego początku, postawił Pan na nowoczesne technologie? Co dzięki temu osiągnęła firma?

– Kiedy rozpoczynał się kryzys w roku 2008, wiele firm przeinwestowało w tabor, a my pozbyliśmy się go całkowicie. Kapitał lokowaliśmy w nowoczesne technologie, zwiększając dzięki temu efektywność oraz elastyczność procesów, co po-



SPEDIMEX jako pracodawca

Lukasz Sychalski, menedżer departamentu rozwoju i wdrożeń w Spedimex od 11 lat – Moja przygoda z firmą Spedimex rozpoczęła się w 2003 roku. W ciągu tych 11 lat praca w obszarze logistyki spełniła moje oczekiwania towarzyszące budowaniu własnej kariery zawodowej oraz wykonywaniu ciekawych i ambitnych zadań. Zaczynałem jako analityk ds. IT, ponieważ obszar moich szczególnych zainteresowań związany jest z nowoczesnymi technologiami i systemami informatycznymi. Spółka Spedimex umożliwiła mi dalsze rozwijanie moich pasji oraz rozpoczęcie ścieżki zawodowej w tym kierunku. Począwszy od koordynowania projektów IT, aż do mojego obecnego stanowiska, które związane jest z planowaniem i wdrażaniem systemów logistycznych. Dzięki programom szkoleniowym zdobyłem cenne, miękkie umiejętności w zakresie zarządzania zespołem w różnych jego aspektach, ale również te techniczne związane z zarządzaniem projektami. Choć od 11 lat pracuję w jednej firmie, nie mam poczucia że stoję w miejscu. Wręcz przeciwnie, ponieważ spółka dynamicznie się zmienia odczuwam satysfakcję z możliwości wpływania na jej kształt w przyszłości. To na co stawiam to również atmosfera w pracy, a dzięki zgranemu i zaangażowanemu zespołowi, ta satysfakcja jest tym większa.

zwoliło nam przetrwać trudny okres spowolnienia gospodarczego. Cały czas pracujemy nad doskonaleniem rozwiązań IT, bo w tym zakresie jest ciągle coś do zrobienia i jest to nieustający proces zmian, za którym podążamy.

Większość Państwa klientów to firmy zagraniczne, jak Pan postrzega konkurencję polskiej firmy w stosunku do zagranicznej o tym samym profilu działalności?

– Konkurencja jest silna, szczególnie w obszarze dystrybucji, ale każdy ma do siebie szacunek. Wszyscy staramy się pozyskać tego samego klienta, dla którego liczy się przede wszystkim jakość, terminowość i cena. Szczególnie istotne jest to w retail-u, gdzie okna czasowe dostaw są bardzo wąskie i nawet minimalne opóźnienie przekłada się na sprzedaż klienta. Wymagania w tym zakresie są bardzo wysokie i ważne jest, aby im sprostać.

Co jest najsłabszym ogniwem w obsłudze sieci retail i branży Fashion?

– Czynnikiem krytycznym jest czas. Mamy niekiedy tylko 12 godzin na odbiór towaru z magazynu i dostarczenie do sklepu. Wszystkie procesy są napięte, a każde potknięcie na drodze powoduje

ciąg negatywnych zdarzeń. Liczba klientów tego sektora i ich pozytywne rekomendacje świadczą o tym, że doskonale sobie z tym produktem radzimy.

Jak postrzegacie rozwój e-commerce w kontekście obsługi retail? Jako szansę czy zagrożenie?

– E-commerce traktuję raczej w kategoriach szansy niż zagrożenia. Zaczęliśmy już obsługę klientów internetowych, zarówno w dystrybucji, jak i w procesach magazynowych, więc powoli zaczynamy rozwijać i ten obszar. To jest wyzwanie dla logistyki. Dzisiaj sprzedaje się już niemalże wszystko w internecie, nawet bramę garażową. Natomiast, czy Polacy zaakceptują tę formę zakupów, czas pokaże. Na pewno, tak szybko nie wyprze ona handlu tradycyjnego z sieci handlowych, choć jej potencjał dynamicznie rośnie.

Co jest Pana ulubionym obszarem działalności w firmie?

– Z racji tego że jestem analitykiem, pasjonują mnie technologie i praca na liczbach. Ale to co jest naprawdę przyjemne, to praca z ludźmi, kiedy widzę w nich ogromną siłę i energię budowania tego co wspólnie tworzymy.

Dziękujemy za rozmowę,

Beata Trochymiak
Anna Galewska

Optifuel Training + Optifleet = małe spalanie i szybka jazda

Renault Trucks pomaga użytkownikom swoich ciężarówek oszczędzać pieniądze za pomocą nowoczesnych rozwiązań skupionych pod nazwą Optifuel. To programy szkoleniowe dla kierowców, a także specjalne usługi serwisowe oraz system zarządzania flotą Optifleet.

Główne hasło Renault Trucks brzmi: „Pojazd ciężarowy przynosi zysk”. By jednak tak się działo potrzebne są dwa elementy: nowoczesne, przemyślane konstrukcje pojazdów i dobrze przygotowani kierowcy. To z myślą o klientach chcących jeszcze bardziej ograniczyć koszty eksploatacji pojazdu, także dla typoszeru dystrybucyjnego Renault Trucks opracowało program Optifuel. Wykorzystanie oprogramowania do monitorowania i analizy zużycia paliwa Optifuel Infomax w połączeniu z opracowanym przez Renault Trucks szkoleniem kierowców w zakresie ekonomicznej jazdy, umożliwia oszczędzanie nawet do 15 proc. paliwa.

Kursy Optifuel – dobra inwestycja w kierowców

Żadna ciężarówka nie pojedzie bez drugiego ważnego składnika przyczyniającego się do uzyskiwania profitów z działalności transportowej – kierowcy. A ten powinien się znać na swoim zawodzie. Żeby tak było warto popracować nad jego profesjonalizmem. To dobra inwestycja. Jak pokazują obliczenia instruktorów Optifuela, zainwestowane w dokształcanie kierowców pieniądze zwracają się już po dwóch miesiącach, a w kolejnych uzyskiwane oszczędności w znaczący sposób zwiększają zyski przedsiębiorców transportowych. I trudno się z nimi nie zgodzić patrząc na to, jak zmienia się sposób pracy szoferów przetrenowanych przez instruktorów Renault Trucks. Każdy litr „urwany” ze średniego zużycia paliwa jest cenny, bo przelicza się go na pieniądze, które zostają w kieszeni przewoźnika. A je-



śli do tego przemnożymy ten nadzwyczajny zysk przez liczbę eksploatowanych pojazdów, widać, że jest o co walczyć.

Optifleet – optymalne zarządzanie i większe oszczędności

To system telematyczny oferowany przez Renault Trucks, umożliwiający zarządzanie flotą z jednego miejsca. Łatwy w obsłudze, Optifleet, pomaga szybko podejmować decyzje i efektywnie zarządzać flotą. W obecnej rzeczywistości staje się niezbędnym narzędziem w rękach właścicieli i szefów firm transportowych, menedżerów flot i kierowców.

– W naszej firmie, koszty paliwa stanowią 60 proc. ceny kosztu operacyjnego za kilo-



metr – mówi Fanny Heimst, Manager liczącej 200 pojazdów floty SITA Nord. – Po wdrożeniu systemu Optifleet, firma odnotowała oszczędności na poziomie 6l/100 km. – dodaje Fanny Heimst.

Jak działa Optifleet?

Optifleet umożliwia zlokalizowanie całej floty lub pojedynczego pojazdu, pobór danych technicznych, usprawnia komunikację z kierowcami, kontroluje ich czas pracy, analizuje styl jazdy oraz poziom zużycia paliwa w poszczególnych pojazdach i przez danego kierowcę. Celem tego narzędzia jest podniesienie wydajności floty oraz zredukowanie kosztów operacyjnych. W praktyce, Optifleet to połączenie elektronicznego komputera zainstalowanego w pojeździe systemu telekomunikacyjnego przekazującego dane i strony internetowej gromadzącej te dane. System składa się z 4 modułów, dzięki czemu może być dostosowany do potrzeb małych i dużych firm. Pierwszy moduł „MAP” posiada funkcję geolokalizacji (w oparciu o Google MapAPI), lokalizuje pojazd w czasie rzeczywistym i analizuje historię trasy. Umożliwia zoptymalizowanie przejazdów, zmniejszenie pustych przejazdów



dów i np. ku lepszemu zadowoleniu klienta daje możliwość ustalenia dokładnego terminu dostawy. Drugi moduł „CHECK” dostarcza danych technicznych, monitoruje zużycie paliwa w poszczególnych pojazdach (również w różnych markach) i przez danych kierowców, co pozwala zoptymalizować koszty. Optifleet daje też możliwość stworzenia raportów dla klienta nt. zanieczyszczenia środowiska (np. emisji NO_x i CO₂).

Trzeci moduł „DRIVE” umożliwia kontrolę pracy kierowcy, poprzez zapisanie historii z tachografu i karty pracy kierowcy, wszelkich naruszeń czasu jazdy/odpoczynku.

Czwarty moduł „LINK” to możliwość komunikacji właściciela pojazdu/ zarządzającego flotą z kierowcami w czasie jazdy dzięki interfejsowi w tablicy rozdzielczej, wyposażonemu w bezprzewodową klawiaturę i przeglądarkę. W tym module tablicy dostępny jest „wirtualny instruktor nauki jazdy”.

Renault Trucks proponuje zryczałtowany abonament 15 euro/miesiąc za każdy moduł i za każdy pojazd, od dwóch modułów na czas nieokreślony. Optifleet jest dostępny we Francji, Turcji, Czechach, Słowacji i na Węgrzech. W najbliższym czasie zostanie wprowadzony w Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, na Ukrainie, we Włoszech, Belgii, Holandii i w Polsce.

Renault Trucks dzięki swoim dwóm uzupełniającym się ofertom Optifleet i Optifuel Infomax jest jedynym producentem, który dostarcza klientom narzędzia do pomiaru, analizy i zarządzania dostosowane do każdego typu klienta, zarówno do małych jak i dużych flot. Narzędzia te doskonale sprawdzają się w różnych branżach; budowlanej, dystrybucyjnej czy też dalekobieżnej.

Sprawdź szczegóły na:

<http://www.renault-trucks.pl/>

(źr. Renault Trucks)

Pokażemy Ci jak zwiększyć zyski korzystając z giełdy transportowej

Zmniejsz puste przebiegi o 43%

Koniec z pustymi ciężarówkami: jedno kliknięcie pozwoli Ci znaleźć lub zamieścić ofertę ładunku i dzięki temu zwiększyć wydajność pojazdu.

- ✓ Stała miesięczna opłata za korzystanie z naszej giełdy online
- ✓ Ponad 200.000 ofert ładunków i pojazdów dziennie
- ✓ Program Bezpieczna Giełda- zapewnia 99,99% bezpiecznych transakcji



Polska nie docenia branży transportowej



Poznajmy
Polskie Firmy
TSL

Rozmowa z **Andrzejem Celejem**

prezesem zarządu, dyrektorem naczelnym ZTE Radom Sp. z o.o.

cd. ze str. 1



A jeśli chodzi o sam transport ponadnormatywny, przecież to nisza, której to działalności nie każdy jest w stanie się podjąć?

– Jeszcze kilka lat temu to były usługi niszowe. Wraz z rozwojem inwestycji budowlanych w Polsce obecnie obserwujemy nadpodaż tych usług i taboru, gdyż firmy budowlane inwestowały w ciężki sprzęt i dzisiaj jest on do dyspozycji klientów z zewnątrz. Konkurencja na rynku zaostriżyła się i jest coraz trudniej. ZTE Ra-

dom znany niegdyś prawie wyłącznie z usług transportu ponadgabarytowego, obecnie świadczy go w niewielkim procencie w porównaniu do pozostałych usług transportowych i spedycyjnych, które wykonuje. Transport ten jest częścią uzupełniającą naszej głównej działalności, jaką są przewozy całopojazdowe. Nasi klienci oczekują od nas zwiększania ilości pracy przewozowej w transporcie zwykłym. A w transporcie ciężkim jest coraz mniejsze obłożenie. Ale jestem optymistą i ciągle walczymy o ten rynek ponadgabarytów.

Jak kształtuje się sytuacja na rynku europejskim w transporcie ponadnormatywnym?

– Konkurencja jest spora i na rynku ciASNIO, nie każdy też jest w stanie zawalczyć o duże kontrakty. Przedsiębiorcy z Europy Zachodniej pilnują własnego „podwórka”, potrafią zatrzymać u siebie gestię transportową, więc polskim firmom nie jest łatwo się przebić w gronie tak silnej konkurencji. Zdradzę, że obecnie walczymy o zdobycie globalnego partnera, do-



starzającego urzędzenia dla branży energetycznej, z której to się wywodzimy. Zamierzamy świadczyć swoje usługi w całej Europie i dzięki temu rozwijać nasz potencjał.

Próbowaliście sił w innych usługach – obsłudze przesyłek drobnicowych, ale zrezygnowaliście z nich, czemu?

– Nie mając tradycji w określonym obszarze działalności, trudno jest ją rozwinąć od zera do poziomu, który miałby sens ekonomiczny. Próbowaliśmy wejść w obsługę przesyłek drobnicowych w ramach Polskiego Systemu Dystrybucji i naszym celem była obsługa rynku lokalnego. Niestety w Radomiu i jego okolicach nie ma rozwiniętego przemysłu, który generowałby odpowiednią ilość ładunków. Stąd nasza decyzja o wyjściu z PSD i zaniechaniu rozwoju tego typu usług, ale w przyszłości kto wie, może powrócimy do tematu.

A co ze spedycją?

– To jeden z trzonów naszych usług, również w transporcie ciężkim. Mając tak dużą flotę pojazdów ciężarowych, skupiamy się głównie na dużych partnerach, bierzemy udział w przetargach i oferujemy dobrą jakość usług. W przypadku przewozów ponadnormatywnych, obsługa spedyc-

Historia spółki ZTE Radom



Początki działalności firmy sięgają roku 1973. Powołana

została przez Dyrektora Wschodniego Okręgu Energetycznego do obsługi wszystkich zakładów funkcjonujących w ramach tego Okręgu i całej energetyki krajowej w zakresie przewozów ciężkich i ponadgabarytowych takich jak: transformatory blokowe, turbiny, generatory, itp. W 1989 roku nasza firma dysponowała 1500 pojazdami silnikowymi i zatrudniała 1500 pracowników. Przez prawie 13 lat prowadzono ciągłą restrukturyzację, by w roku 2001 firmę sprywatyzować. Dziś firma należy do rodzinnych udziałowców i zatrudnia 300 pracowników. Działalność firmy: 30 proc. usług to przewozy ponadgabarytowe na rzecz całej gospodarki, 70 proc. stanowią usługi transportu uniwersalnego i spedycji na rzecz umownych – dużych podmiotów gospodarczych.

Więcej na: <http://www.zteradom.pl>

cd. na str. 8

cd. ze str. 7

cyjna to robota wręcz inżynierska. Przygotowanie trasy pod transport dużych ładunków wymaga wielu obliczeń i wyobraźni technicznej. Na przykład ostatnio przewoziliśmy 15 dużych zbiorników z udziałem barek rzecznych. Przygotowanie takiego transportu trwało kilka miesięcy.

Czy myśleliście o zainwestowaniu w barki i zwiększeniu udziału w transporcie rzeczonym?

– Nie, bo jest to nieopłacalne. Całkiem niedawno przymierzaliśmy się do wykorzystania koryta Wisły przy jednym ze zleceń, a przy okazji chcieliśmy sprawdzić nowe możliwości. Jednakże wycofaliśmy się z tego zlecenia z uwagi na duże ryzyka, które mogliśmy napotkać po drodze, łącznie z terminami płatności. Trzeba było wykonać przyczółki na Wiśle, ponieść nakłady na renowacje nabrzeży, wręcz ogromne inwestycje. Nie udźwignęlibyśmy tego finansowo. W polskich warunkach



transport rzeczny nie jest możliwy na masową skalę. Jego uruchomienie wymagałoby zbudowania całej infrastruktury oraz udroźnienia koryt rzecznych, co raczej długo nie nastąpi.

Czy trudno jest pozyskać kadry i specjalistów do transportu i spedycji ładunków ponadnormatywnych?

– Nie jest łatwo, chociaż nam udało się stworzyć zespół bardzo dobrych pracowników i specjalistów. Chętnie też sami

szkolimy, zarówno spedytorów jak i kierowców. Niestety młodzi ludzie są dzisiaj coraz słabiej przygotowani do rynku pracy i zawodu, a wymagania mają duże. Jednakże zawsze jesteśmy otwarci na tych, którzy chcieliby spróbować swoich sił w naszym przedsiębiorstwie i mają pomysł na siebie i swój rozwój zawodowy.

Dziękuję za rozmowę,

Beata Trochymiak



You drive, we care. 

Ostatni dzwonek na rejestrację w systemie Ecotaxe!

Zamów urządzenie pokładowe DKV Box, aby mieć dostęp do korzystnych warunków rozliczeń.

Zarejestruj się już teraz. Urządzenie DKV Box pozwala regulować opłaty **Ecotaxe z prowizją 0%***. Zapewnia wygodę rozliczeń dzięki jednoczesnej obsłudze dwóch systemów: Ecotaxe i TIS PL. Korzystaj z inteligentnych narzędzi online dedykowanych Ecotaxe. Przygotuj się na nową jakość zarządzania flotą!

Zadzwoń pod bezpłatny numer: **801 002 358**

Sprawdź ofertę dostępną poprzez rejestrację online: www.dkv-ecotaxe.com



* dotyczy opłat Ecotaxe, obowiązujących na drogach krajowych we Francji, rozliczanych za pomocą nowego urządzenia DKV Box

Od 12 lat z kartami



ZTE Radom w opinii licznych partnerów biznesowych to firma rzetelna i wiarygodna, która bardzo precyzyjnie kalkuluje ponoszone koszty. Nie dziwi tym samym fakt, że w przypadku rozliczania opłat drogowych w Europie poszukiwała ona sprawdzonego pośrednika, który będzie gwarantował przejrzystość rozliczeń przy jednoczesnym niewysokim poziomie pobieranej prowizji. Tak oto 12 lat temu wybór padł na firmę DKV Euro Service z centralą w Niemczech, z którą ZTE Radom do dziś sprawnie rozlicza myto w Europie, w tym opłaty w niemieckim systemie TollCollect. Wybór o tyle naturalny, że DKV na swym rodzimym rynku zapewnia wygodny sposób rozliczania opłat w oparciu o odroczoną płatność, a przy tym bez pobierania żadnej dodatkowej prowizji w przypadku opłat TollCollect.

Dlaczego pośrednictwo DKV?

Największą korzyść to fakt, że firma ZTE Radom, dzięki pośrednictwu DKV przy rozliczaniu w Niemczech myta poprzez urządzenie pokładowe, otrzymuje od DKV faktury nie obciążone żadną dodatkową prowizją. Zasada ta dotyczy w takim samym stopniu wszystkich klientów DKV, którzy zdecydują się na tryb rozliczeń post paid opłat TollCollect. Wystarczy zamontować w pojazdach urządzenia pokładowe, które automatycznie rejestrują przejechane odcinki drogi i na tej podstawie wyliczają opłatę.

Kolejną ważną korzyścią jest wydłużony termin płatności, który w przypadku DKV wynosi aż 21 dni od momentu wystawienia faktury. Pozwala to ZTE Radom elastycznie planować wydatki i polepsza płynność finansową firmy. Jest to najszybsza i najprostszą metoda rozliczeń, dzięki której wszystkie opłaty zestawione zostają na jednej fakturze od DKV wystawianej dwa razy w miesiącu w PLN lub EUR.

Nie do przecenienia jest również wygodna konsolidacja rozliczeń: jeśli za pośrednictwem jednego operatora karty paliwowej rozliczamy opłaty drogowe w wielu krajach, mamy jednego partnera odpowiedzialnego za wszystkie faktury i kontrolę płatności. Dokładnie tak jest w przypadku firmy ZTE Radom, która za pośrednictwem DKV rozlicza dodatkowo myto we Francji, Hiszpanii, Polsce oraz opłaty w czeskim systemie Premid. Oznacza to, że np. na trasie Polska-Niemcy-Austria-Czechy, firma ZTE Radom na jednej fakturze otrzymuje w pełni zebrane koszty za Toll Collect, Go Maut, MYTO CZ oraz viaTOLL.

Integracja rozliczeń myta w Europie

Dynamiczny rozwój firmy transportowej idący w parze z rosnącą w ostatnich latach ilością płatnych dróg w Europie, wiązał się z coraz większą listą wymogów oraz

formalności, jakie trzeba było spełnić aby swobodnie przemieszczać się po Europie. W przypadku firmy ZTE Radom nieoczekiwane w obecnych realiach jest pośrednictwo międzynarodowego operatora kart paliwowych jakim jest DKV Euro Service, który już dawno przestał oferować jej jedynie możliwość zakupu paliwa.

DKV nie tylko przejął na siebie ciężar wszelkich formalności związanych z rejestracją do poszczególnych systemów myta, ale przede wszystkim uprościł późniejsze rozliczenia poniesionych w trasie opłat oraz zagwarantował dostęp do szeregu usług dodatkowych, takich jak: narzędzia online czy możliwość odzyskiwania zagranicznego VAT. Dziś ZTE Radom,



poza ujednoliconym i przejrzystym systemem rozliczania większości kosztów związanych z transportem, ma również gwarancję, że wszystkie transakcje, formalności oraz ewentualne reklamacje realizowane będą przez jednego partnera, czuwającego nad ogółem rozliczeń.

Więcej na www.dkv-euroservice.com

Sprawdź nowe możliwości giełdy Teleroute® !

Wolters Kluwer Transport Services (WKTS), do której należy m.in. Giełda Transportowa Teleroute, wprowadza na rynek europejski wiele innowacyjnych rozwiązań przeznaczonych dla branży TSL. Jednym z nich jest **FreightCentral** – oprogramowanie **przeznaczone dla średniej wielkości firm transportowych**. Drugim nowym rozwiązaniem dla branży transportowej jest **twCost** – **oprogramowanie do zarządzania kosztami w firmie**

transportowej. Prócz tego wprowadzane są obecnie także inne przełomowe rozwiązania, które pomogą naszym obecnym i przyszłym Klientom podnieść rentowność. Istotne jest również to, że produkty i usługi WKTS są rozwiązaniami systemowymi, co umożliwi z jednej strony rozwiązywanie kompleksowych problemów, a z drugiej strony pozwala naszym Klientom na osiągnięcie szybkiego zwrotu z inwestycji.

FreightCentral: nowy panel zarządzania zleceniami transportowymi

WKTS wprowadza na rynek swoją najnowszą innowację: nowy panel FreightCentral – moduł do zarządzania zleceniami transportowymi. FreightCentral jest szczególnie polecany średnim firmom transportowym, aby pomóc im

cd. na str. 10

cd. ze str. 9

zarządzać zleceniami transportowymi oraz zapewniać wyższą jakość obsługi ich klientów.

Planowanie i optymalizacji z Transwide

Transwide, marka WKTS znana z systemów zarządzania transportem (systemy klasy TMS), oferuje system twOptimize, nowe oprogramowanie do planowania i optymalizacji transportu. **Moduł twOptimize umożliwia spedytorom i przewoźnikom planowanie swoich frachtów w najbardziej opłacalny sposób, zapewniając dzięki temu szybki zwrot z inwestycji.** Warto nadmienić, że twOptimize firmy Transwide jest jedynym dostępnym na rynku rozwiązaniem klasy TMS oferującym taką funkcjonalność. Transwide przedstawi również online rozwiązanie o nazwie twSlot Partner Page służące do planowania spotkań, oraz oprogramowanie twCost służące do zarządzania stawkami i kosztami transportowymi.

Społeczność

– Użytkownicy giełdy to generalnie dwie strony rynku transportowego: spedytorzy poszukujący transportu dla swoich ładunków oraz przewoźnicy poszukujący zleceń dla swojego taboru samochodowego. Idea giełdy

transportowej została wymyślona blisko 30 lat temu przez założyciela Teleroute. Zakłada ona, że łączymy te dwie społeczności i pomagamy im rozwijać swoją działalność w przyjaznym i bezpiecznym otoczeniu. Aby sprostać potrzebom rynku i oczekiwaniom naszych Klientów, systematycznie zabiegamy o podnoszenie poziomu świadczonych przez nas usług oraz wzrost poziomu bezpieczeństwa. W praktyce oznacza to, że nasz zespół konsultantów może wspierać Klientów w kilkunastu językach obcych. W zakresie bezpieczeństwa obrotu poczyniliśmy poważne inwestycje, aby jeszcze dokładniej sprawdzić firmy, które chcą uzyskać dostęp do naszej giełdy. Jako jedyni nie udzielamy też próbnego dostępu do giełdy – wszystko to robimy po to, aby maksymalnie uszczelnić nasz system. Każdy, kto jest lub chce być naszym Klientem, musi sprostać naszym wysokim standardom jakościowym. Dbamy o to, by Klienci byli zadowoleni i chcieli zostać z nami na długie lata – mówi Govert Versluis, dyrektor zarządzający odpowiedzialny za Giełdę Transportową Teleroute w krajach Europy Wschodniej.

– Z naszej perspektywy obserwujemy wzrost zainteresowania wśród przewoźników naszą ofertą. Zarówno z analizy wskaźników ma-

kroekonomicznych jak i z rozmów z naszymi Klientami wynika, że sytuacja ekonomiczna nie jest korzystna dla branży TSL. Większość Klientów doświadcza spowolnienia gospodarczego a w konsekwencji zmniejszonego zapotrzebowania na transport. Dodatkowo pro-



blemem jest też niski poziom stawek oferowanych firmom transportowym. To wszystko sprawia, że konieczne jest szukanie nowych zleceń i nowych Klientów. Giełda Transportowa Teleroute świetnie się zatem wpisuje w te potrzeby biznesowe, bo pozwala szybko szukać dodatkowych ładunków i nawiązywać cenne kontakty biznesowe – mówi Paweł Bombola, dyrektor zarządzający odpowiedzialny za Giełdę Transportową Teleroute w krajach Europy Wschodniej.

Aby uzyskać więcej informacji, odwiedź nową stronę WKTS

www.wktransportservices.com

i/lub śledź aktualizacje aktywności grupy w czasie rzeczywistym poprzez nowe konto na twitterze: [www.twitter.com/WK_TS](https://twitter.com/WK_TS).

O wyzwaniach logistycznych JYSK

Rozmawiamy z **Bartłojem Tulejko** logistic managerem Central-East Europe JYSK Poland Sp. z o.o.



Centrum dystrybucji JYSK w Radomsku, istnieje od 2006 r., wcześniej znajdowało się Mszczonowie. Co zdecydowało o nowej lokalizacji?

– Korzystne położenie w pobliżu głównego szlaku komunikacyjnego północ-południe zapewniającego dostęp do portów

morskich a także dostępność gruntu pod inwestycję, wyposażonego w bocznicę kolejową. To były główne powody przeniesienia centrum dystrybucji do Radomska. Około 8 tysięcy kontenerów rocznie jest dostarczane do centrum dystrybucji na platformach kolejowych z portów w Gdyni i Gdańsku. Wymaga to infrastruktury punktowej w postaci wewnętrznego terminalu kontenerowego. Jak wspominałem, na terenie centrum dystrybucji mamy bocznicę kolejową, która jednak nie jest obecnie wykorzystywana. Zamiast tego, korzystamy z usługi operatora logistycznego – Loconi, który zdecydował się na inwestycję w Radomsku. Istnienie infrastruktury terminalowej w bezpośredniej bliskości Centrum, jest warunkiem koniecznym do tego,

aby intermodalny transport mógł konkurować cenowo z samochodowym.

W jaki sposób zapewnacie obsługę transportu samochodowego, czy również korzystacie z pomocy operatorów, czy sami już zarządzacie dystrybucją?

– Centrum dystrybucji w Radomsku dostarcza towary do sklepów JYSK zlokalizowanych w 11 krajach Europy Centralnej. Współpracujemy z kilkoma operatorami i dzielimy wolumen na kilka firm. Powody są przynajmniej dwa: żaden z operatorów nie byłby w stanie obsłużyć samodzielnie tak dużej ilości wysyłek a po drugie firma świadomie dywersyfikuje

cd. na str. 11

cd. ze str. 10

ryzyko. Operatorzy logistyczni zajmują się planowaniem tras, konsolidacją wysyłek i organizacją transportu do sklepów w Polsce, Czechach, Węgrzech, Słowacji, i do krajów Bałkańskich, a także od tego roku do Rumuni, Bułgarii i Ukrainy.

Czy trudno obsłużyć się rynek wschodni?

– Jeżeli myślimy o Ukrainie, to oczywiście bariery celne i biurokracja stanowią ograniczenie, które ma wpływ na przykład na koszty. Istnieją możliwości uproszczeń celnych i JYSK chce z nich korzystać. Organizacja JYSK jest na Ukrainie bardzo dynamiczna, ludzie są otwarci, a sklepów przybywa bardzo szybko.

Sieci handlowe, muszą reagować elastycznie na popyt rynkowy, jak udaje się to w JYSK przy sprowadzaniu towarów z krajów Dalekiego Wschodu, dosyć długą, drogą morską?

– Trzeba przyznać, że model łańcucha dostaw JYSK jest bardzo ciekawy. Średni lead time od złożenia zamówienia u dostawcy, do momentu dostarczenia go do odbiorcy wynosi od 4 do 6 miesięcy. Gdyby więc nie bufor w postaci potężnego magazynu na 170 tysięcy palet, niemożliwe byłoby elastyczne reagowanie na popyt na rynku. Centrum dystrybucji utrzymując odpowiedni poziom zapasów redukuje czas dostawy do sklepów, który wynosi już od kilku do kilkudziesięciu godzin od momentu złożenia zamówienia przez sklep. Istotnym elementem zarządzania Centrum jest sezonowość. O ile jesteśmy w stanie dość dobrze przewidzieć popyt miesięczny, to jest bardzo trudnym przewidywanie co przyniesie jutro. A jutro może się okazać, że skumulowane zamówienia sklepowe będą dwukrotnie wy-



ższe niż dziś. Na te wahania trzeba reagować elastycznie. I to stanowi duże wyzwanie – szczególnie przy tak dużej skali.

Jak to wygląda kosztowo – elastyczność, kontrola jakości, codzienne dostawy, zwroty – jak sobie z tym radzicie?

– Mówiąc o wartościach bezwzględnych, to są to ogromne kwoty. Natomiast jeżeli mówimy o kosztach logistyki w stosunku do jednostkowej wartości towaru, to są one stosunkowo niskie. Nasze towary nie są drogie, i to, że koszty dystrybucji udaje nam się utrzymać na bardzo niskim poziomie, jest efektem przemyślanej strategii logistycznej.

Co jest wąskim gardłem, co stwarza największy problem?

– Dynamic capacity, czyli możliwość zwiększenia (lub zmniejszenia) mocy przerobowych z dnia na dzień. Aby to zapewnić, zespół ludzi pracujących w Radomsku musi mieć świadomość specyfiki branży i być gotowym na pracę w elastycznych systemach. Wszystkie okresy przedświąteczne, długie weekendy, generują spiętrzenie zamówień i zazwyczaj konieczność pracy w wydłużonym czasie.

Przed podjęciem pracy w JYSK pracował Pan po stronie operatora logistycznego, co było największym wyzwaniem po przejściu na stronę Klienta?

– Operator logistyczny to firma, która sprzedaje usługi a logistyka jest źródłem przychodów. Inaczej w sieci handlowej. Dział logistyki nie generuje przychodów, ale stanowi pozycję kosztową tzw. cost center. Z tego faktu bierze się zasadnicza różnica. Dla mnie, dobrze zorganizowana logistyka to także źródło przewagi rynkowej przedsiębiorstwa. Cele kosztowe są oczywiście bardzo wyśrubowane i precyzyjnie określone. Oczywiście przewagę kosztową osiąga się nie tylko poprzez proste cięcie wydatków, ale także w średnim i długim okresie, poprzez ciągłe usprawnianie procesów i innowacje.

Czy trudno jest motywować zespół w kontekście cięcia kosztów?

– Motywacja pracowników jest istotnym elementem zarządzania. W CD Radomsko automatyka zastąpiła pracę ludzi w części procesów związanych ze składowaniem. Natomiast sam proces kompletacji (inaczej niż w magazynach JYSK w Danii i Szwecji) nie został w tej fazie projektu zautomatyzowany. Istotną implikacją takiego rozwiązania jest mniejsza powtarzalność czynności, większa złożoność zadań i większe znaczenie wyszkolenia pracowników oraz ich motywacji. Paradoksalnie, myślę, że praca jest przez to ciekawsza – mniej powtarzalna i bardziej wymagająca. Sam system wynagrodzenia uwzględnia element osobistej odpowiedzialności za wyniki pracy zespołu. Dla większości pracowników operacyjnych premia nie jest uzależniona od wyników indywidualnych, ale od wyników osiąganych przez centrum jako jednostkę

cd. na str. 12

cd. ze str. 11

organizacyjną. To model skandynawski, w którym istotne jest współdziałanie. Ten system każe nam inaczej patrzeć na rolę pracownika, od którego oczekuje się większego zaangażowania, zrozumienia jakie cele stawia sobie firma. Tworzymy dobre warunki pracy, zapewniamy dostęp do lekarza, dofinansowaną w lwiej części stołówkę, odzież roboczą dobrej jakości, podmiotowe traktowanie pracowników.

Kto ma szansę na pracę w centrum dystrybucji JYSK, czy absolwenci również?

– Zdecydowana większość pracowników w CD to pracownicy magazynu. Jednak JYSK w Radomsku buduje konsekwentnie Centrum Usług Wspólnych. Procesy typu back-office są transferowane z Danii do Polski. Mówimy tu o wsparciu IT, procesach finansowych, odprawach celnych, utrzymaniu baz danych referencyjnych. Dodatkowo wraz z uruchomieniem sprzedaży e-commerce JYSK w Radomsku przejął zadania związane z call center (Customer help desk). Prowadzimy zatem rekrutację na stanowiska gdzie absolwenci są bardzo mile widziani. Staramy się także nawiązywać współpracę z uczelniami wyższymi zlokalizowanymi w najbliższych okolicach (Łódź, Częstochowa). Proponujemy np. warsztaty logistyczne typu case study połączone z wizytą w CD. Jesteśmy gotowi poświęcić swój czas i podzielić się wiedzą – przy jednoczesnym zaangażowaniu pracowników dydaktycznych uczelni,

tak by praca wykonana przez studentów mogła stanowić element zaliczenia przedmiotu. Liczymy że znajdą się nauczyciele zainteresowani taką współpracą.

JYSK angażuje się we wsparcie lokalnej społeczności, jakie działania konkretnie wykonuje?

– Uczniowie z klas trzecich Zespołu Szkół Drzewnych i Ochrony Środowiska mają możliwość uzyskania uprawnień operatora wózka widłowego i odbycie trzytygodniowej praktyki w zawodzie technik logistyk w Centrum Dystrybucji JYSK w Radomsku – to efekt współpracy nawiązanej przez firmę JYSK i radomszczańską ZSDiOŚ. Centrum Dystrybucji jako pierwsza firma w Radomsku daje możliwość zdobywania zawodowych szlifów dla uczniów radomszczańskich szkół w tak dużym zakresie. Pracownicy JYSK angażują się chętnie w różne akcje na rzecz miejscowej społeczności.

Najbardziej popularny jest chyba kiermasz organizowany corocznie, gdzie można kupić nasze artykuły bo bardzo atrakcyjnych cenach. Uzyskane pieniądze ze sprzedaży podczas tego kiermaszu przekazujemy na różne cele charytatywne. Pomagamy także podopiecznym miejscowego Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wy-



chowawczego. Odbywają u nas cotygodniowe praktyki, wykonując pod okiem opiekunów czynności związane z kontrolą jakości towarów. Wspólnie organizujemy warsztaty plastyczne dla dzieci. Prace plastyczne które powstają w SOSW mają rzeczywiście wysokie walory estetyczne. Zakupiliśmy dla ośrodka pomoce szkolne. Wraz z Michałem Bąkiewiczem, siatkarzem AZS Częstochowa i wieloletnim reprezentantem Polski uruchomiliśmy w Radomsku szkołę siatkarską, która ma zachęcać dzieci do uprawiania sportu. W tym roku zorganizowaliśmy także zbiórkę krwi na terenie naszego centrum. Zainteresowanie przekroczyło nasze oczekiwania i możliwości techniczne. Zaangażowanie pracowników w te akcje jest także elementem budowania wspólnoty i więzi opartej na pozytywnych celach.

Dziękujemy za rozmowę,

Opr. Beata Trochymiak
Anna Galewska

Kupować czy budować kompetencje pracowników?



Wdobrze trudności w pozyskiwaniu pracowników, pracodawcy mają często dylemat – jaką przyjąć strategię, aby zapewnić przewagę konkurencyjną firm na lata? Opracowanie eksperckie ManpowerGroup Solutions przedstawia analizę tego zagadnienia i próbę odpowiedzi na pytanie, które nurtuje coraz więcej

przedsiębiorców na całym świecie – pozyskiwać kandydatów z rynku czy rozwijać umiejętności pracowników z potencjałem?

Zarządzający firmami, praktycznie w każdej branży, są dziś zaniepokojeni brakiem kandydatów o poszukiwanych przez nich

kwalifikacjach. Jak to możliwe, że 200 milionów ludzi szuka pracy (International Labour Organization (ILO), Global Employment Trends 2013: „Recovering from a Second Jobs Dip”), podczas gdy 35 proc. firm na świecie i 32 proc. w Pol-

cd. na str. 13

cd. ze str. 12

sce (Wyniki 8. edycji globalnego badania „Niedobór talentów”, ManpowerGroup, czerwiec 2013 r.) ma trudności ze znalezieniem pracowników o odpowiednich kompetencjach? Odpowiedź jest prosta: popyt na wykwalifikowanych specjalistów znacznie przekracza podaż. Jednocześnie na rynku pracy jest wielu kandydatów o niskich kwalifikacjach, a tych z pożądanymi umiejętnościami i wykształceniem trudno pozyskać. W ujęciu globalnym zmniejsza się populacja ludzi w wieku produkcyjnym, a zwiększa liczba emerytów. Wygląda na to, że w najbliższej przyszłości utrzymywać się będzie sytuacja, w której jest większy popyt pracodawców niż podaż talentów.

– Rosnący w skali globalnej problem niedoboru talentów zmusza przedsiębiorców do stworzenia efektywnej strategii pozyskania i rozwoju pracowników. Na współczesnym rynku pracy, gdzie coraz częściej konkurencyjność firm zależy od ludzi, strategiczną staje się decyzja – kiedy kupić talenty a kiedy lepiej jest je budować – komentuje Paweł Hajduk, menedżer odpowiedzialny w ManpowerGroup Solutions za Recruitment Process Outsourcing. – Najbardziej skutecznym rozwiązaniem na przyszłość jest śledzenie ogólnoswiatowych trendów w zarządzaniu, analiza specyfiki rynku i branży, potrzeb i kultury organizacyjnej firmy oraz dostępność kandydatów. W przypadku firm poszukujących ludzi o rzadkich kompetencjach, jednym ze skuteczniejszych rozwiązań jest zatrudnianie osób z podstawowymi kwalifikacjami na danym stanowisku i potencjałem, które będą mogły rozwinąć się w danej organizacji. Ten model elastycznego dopasowania od lat rekomenduje ManpowerGroup – dodaje Paweł Hajduk.

Metoda elastycznego dopasowania – Teachable Fit

Wsparciem pracodawców w skutecznej rekrutacji jest metoda elastycznego dopasowania – Teachable Fit. Polega ona na zatrudnianiu kandydatów, którzy posiadają kompetencje miękkie i odnajdą się w danej kulturze organizacyjnej, pod warunkiem, że kompetencje twarde są do wyuczenia w ramach wykonywania pra-

Na co zwrócić uwagę wybierając strategię:	... budować	... kupować
Historia firmy	Dojrzałe firmy dysponują odpowiednimi zasobami, aby decydować się na rozwój talentów	Młode firmy potrzebują doświadczonych pracowników od zaraz
Historia branży	W branżach istniejących od dłuższego czasu łatwiej jest przewidywać potrzeby oraz zmiany	W branżach, gdzie zmiany zachodzą szybko (np. w branży technologicznej)
Długo i krótkofalowe potrzeby	Firma planuje pod kątem długofalowych potrzeb rekrutacyjnych	Nagła potrzeba konkretnych kompetencji nie może być zaspokojona wewnętrznie przy zachowaniu efektywności finansowej
Partnerzy	Partnerzy w sektorze edukacji lub publicznym, którzy mogą wesprzeć program szkoleń	Nie są dostępni potencjalni partnerzy
Rynek kandydatów	Na rynku brakuje dostępnych talentów oraz przewiduje się, że taki trend będzie trwał	Dostępne są talenty – kandydaci o pożądanym poziomie kompetencji
Zaangażowanie firmy	Firma dysponuje budżetem, zasobami i kulturą, na której oprócz można środowisko rozwoju talentów	Firma nie jest jeszcze gotowa na wdrożenie kompleksowego programu rozwoju talentów
Zasoby odpowiedzialne za rekrutację	Firma ma dostęp do własnych lub zewnętrznych zasobów, które efektywnie zajmują się rekrutacją, szkoleniem i zatrzymywaniem pracowników, tak aby sprostać długoterminowym celom	Z różnych powodów (np. ciągłość procesów, potrzeby produkcyjne, wymagania prawne) wewnętrzne i zewnętrzne zasoby muszą skupić się na bieżących rekrutacyjnych potrzebach

cy na danym stanowisku. Duże, systemowe braki talentów najłatwiej wypełnić korzystając z czterech potencjalnych źródeł; chodzi o kandydatów otwartych na: relokację, wejście do nowej branży, zmianę stanowiska wewnątrz firmy oraz wchodzących na rynek pracy. Kiedy określimy już pulę potencjalnych kandydatów, zastosowanie podejścia elastycznego dopasowania umożliwi nam oszacowanie wyzwania, jakim będzie uzupełnienie braków w ich kwalifikacjach. Wymagania na dane stanowisko można uporządkować w czterech kategoriach: wiedza, umiejętności, wartości i postawa oraz osobowość i inteligencja. Każdą z tych kategorii rozpatrujemy z dwóch punktów widzenia: „jak bardzo jest to ważne?” i „czy jest to do nauczenia?”.

Strategia budowania konkurencyjnego zespołu

Budowanie zespołu, który pozwoli firmie zachować konkurencyjność w dalszej perspektywie, to skomplikowany proces, na który wpływa wiele powiązanych ze sobą

czynników. Jest jednak kilka podstawowych zasad, które pozostają niezienne, niezależnie od wielkości firmy, lokalizacji czy branży. Doświadczenie ManpowerGroup Solutions w roli dostawcy outsourcingu procesów rekrutacyjnych – Recruitment Process Outsourcing, pozwala dokładnie rozumieć kluczowe czynniki pozyskiwania i zatrzymywania na dłużej talentów. Najważniejsze z nich to:

- Poznanie i zrozumienie rynku na który wchodzi lub na którym działa firma
- Planowanie – strategii budowania konkurencyjnego zespołu
- Rozpoznawanie i rozwijanie potencjału pracowników
- Nieustanny rozwój pracowników
- Strategia budowania zaufanego zespołu i zatrzymania pracowników na lata.

Kluczowe zagadnienia w kwestii budować czy kupować

Przy określaniu najlepszej strategii pozyskiwania talentów przedsiębiorcy rozwa-

cd. na str. 14

cd. ze str. 13

zają wybór pomiędzy budować a kupować. W tej kwestii należy zacząć od odpowiedzi na fundamentalne pytania związane z potrzebami, strukturą, zasobami i oczekiwaniami pracodawcy. Odpowiedzi na nie rzucają nowe światło na wybór właściwej drogi.

Do najważniejszych pytań należą:

- Czy firma dysponuje budżetem, zasobami i kulturą organizacyjną, aby wspierać środowisko rozwoju?
- Czy kadra kierownicza jest zaangażowana w tworzenie środowiska, w którym budowanie talentów to długofalowa strategia?
- Czy firma ma czas na długofalowe inwestycje czy potrzebuje natychmiastowych działań?
- Czy firma ma odpowiednio ustawione procesy, które wesprą nas w pozyskiwaniu talentów, rozwoju pracowników oraz zagwarantowaniu realizacji celów biznesowych?
- Czy mamy wystarczająco duży zespół do rekrutacji?

Budowanie konkurencyjności na lata

Niezależnie od obranego podejścia – budowanie talentów, kupowanie ich czy rozwiązanie mieszane – przyciąganie i zatrzymywanie wykwalifikowanych kadr to klucz do sukcesu. Niedobór talentów nie zniknie z dnia na dzień, więc pracodawcom potrzebne są dziś nowe sposoby dbania o pracowników. Błędem jest zakładanie, że talent zawsze można kupić, ponieważ oznaczałoby to, że podaż kandydatów nigdy nie będzie za małą, a oni

Branża TSL – kupuje czy buduje kompetencje?



Anna Galewska project manager Pracujwlogistyce.pl

– Branża TSL jest zdecydowanie nastawiona na kupowanie kompetencji. Niedobór kandydatów do pracy o odpowiednich kompetencjach jest bardzo widoczny. Brak kompetencji oznacza tu przede wszystkim brak doświadczenia i praktycznej wiedzy na stanowiskach specjalistycznych. Kandydaci są poszukiwani i oceniani przez pryzmat doświadczenia, znajomości produktów i rynku. Sektor firm transportowych i spedycyjnych jest zdominowany przez firmy małe i średnie, które nie mają często świadomości, odpowiedniej organizacji i narzędzi do zatrudniania „talentów”, które można rozwijać. Firmy średnie i duże chętnie sięgają po studentów i absolwentów oferując im staże i zatrzymując najlepszych, ale w niektórych przypadkach nisko płatny staż jest traktowany jak narzędzie obniżające koszty wynagrodzenia utalentowanego pracownika. Do wyjątków należą przypadki zatrudniania specjalistów czy menadżerów z doświadczeniem z innej branży, niestety na to rozwiązanie firmy TSL są bardzo odporne. Nawet duże organizacje posiadające ustrukturyzowane działy HR są zamknięte dla talentów z zewnątrz – jest to głównie wynikiem mentalności i nastawienia kadry kierowniczej na otrzymanie gotowego kandydata ze ściśle określonym doświadczeniem i wiedzą. Należy jednak podkreślić, iż te firmy, które podejmują wysiłek znalezienia osób z potencjałem i zainwestowania w nauczenie ich specyfiki branżowej są potem bardzo zadowolone z efektów i to dzięki „talentom” z zewnątrz powiększają swoje szanse na budowanie przewagi konkurencyjnej.

sami będą sprawdzać się w różnych środowiskach pracy, niezależnie od warunków. Jednocześnie nie można zakładać, że talent zawsze da się „stworzyć” – jest to niemożliwe, jeśli nie stoi za tym kompletne środowisko wspierania rozwoju pracowników. Stworzenie efektywnej strategii pozyskiwania kadr to niełatwe zadanie. Potrzeba do niego czasu i doświadczenia, jest też zależne od kontekstu gospodarczego, trendów w branży i dynamiki rynku. Często oznacza to, że aby rozwiązać problem niedoboru talentów – kupując czy

budując – najlepszym rozwiązaniem jest skorzystanie z usług doświadczonych partnerów. Nic nie wskazuje na to, aby sytuacja w ujęciu globalnym miała się poprawić. Najwyższy czas obrać właściwą strategię na przyszłość.

(opr. na podstawie opracowania eksperckiego pt. „Kompetencje pracowników zapewniające przewagę konkurencyjną firm: budować czy kupować?” ManpowerGroup Solutions, światowego lidera w dostarczaniu innowacyjnych rozwiązań dla rynku pracy)






MIĘDZYNARODOWE TARGI TRANSPORTU I LOGISTYKI

26 – 28 LISTOPADA 2013
WARSZAWA
 trans-poland.pl

Zwolnienie pracownika – jak dobrze rozstać się?

Zwolnienie pracownika jest jednym z trudniejszych zadań, z którym prędzej czy później musi się zmierzyć prawie każdy menadżer. Jak twierdzą eksperci ManpowerGroup, sposób przeprowadzenia rozmowy z odchodzącą z pracy osobą nie tylko przyczynia się do jej późniejszej opinii na temat byłego już pracodawcy, ale również wpływa na czas poszukiwania przez nią nowego zatrudnienia. Warto zatem przygotować się do niej prawidłowo.

Na rynku pracy w Polsce wciąż część menadżerów nie do końca jest świadoma jakie konsekwencje dla zwalnianego pracownika ma forma przeprowadzenia zwolnienia. Tymczasem warunki w jakich następuje rozstanie się z pracodawcą wpływają nie tylko na samopoczucie pracownika, ale również mogą przyczynić się do jego podejścia do szukania kolejnego zatrudnienia, a przez to i czasu znalezienia nowej pracy.

– *Kwestia zwolnienia z pracy nie jest łatwa dla żadnej ze stron w niej uczestniczących. Do pracodawcy należy zadbanie, by proces ten przebiegał prawidłowo i w możliwie jak najmniej bolesny dla pracownika sposób* – komentuje **Hanna Więcewicz**, Kierownik ds. Zmian Kariery w agencji zatrudnienia ManpowerGroup. – *Dobrze przekazany komunikat o zwolnieniu oznacza mniejsze naruszenie u pracownika poczucia własnej wartości, co zapewnia mu potem więcej sił do poszukiwania nowego miejsca pracy. To również ważna informacja zwrotna na temat jego umiejętności i sposobu wykonywania pracy. Właściwe przeprowadzenie tego procesu skutkuje także lepszym postrzeganiem przez zwolnionego pracownika jego byłego pracodawcy i przeciwdziała późniejszemu wypowiedaniu się o organizacji w negatywny sposób* – komentuje ekspert ManpowerGroup.

Każde zwolnienie pracownika powinno być poprzedzone bardzo rzetelnym przygotowaniem się do rozmowy z nim i wcześniejszym podsumowaniem treści, które

przełożony chce przekazać. Powinny być one pozbawione subiektywnych ocen, oparte na faktach, które należy zakomunikować w możliwie jak najbardziej delikatny sposób. Bardzo ważne jest by pracodawca poświęcił na taką rozmowę odpowiedni czas, wykazał się empatią wobec odchodzącej osoby i udzielił jej obiektywnej informacji zwrotnej na temat jej oceny jako pracownika. Powody, dla których pracownik zostaje zwolniony zawsze powinny być uzasadnione i udokumentowane.

Należy wyjaśnić, co pracownik powinien poprawić w wykonywanej przez siebie pracy, ale również jakie są jego mocne strony, które powinien eksponować przed przyszłymi pracodawcami. Warto podkreślić też, że sytuacja nie ulegnie zmianie i jest to decyzja ostateczna. Istotna jest zarówno treść komunikatu przekazywanego przez przełożonego, jak sposób jego przekazania, odpowiedni dobór słów, właściwa intonacja.

Jeśli zwolnienie następuje nie z winy pracownika, ale np. konieczności redukcji etatów, niezwykle istotne jest jasne wyjaśnienie tej sytuacji. Ważne jest podkreślenie w rozmowie, że przełożeni są bardzo zadowoleni z jego pracy i osiągniętych wyników. Taki komunikat warto powtórzyć kilka razy. Emocje towarzyszące sytuacji zwolnienia powodują iż wiele słów umyka i pracownik niektórych treści może nie usłyszeć lub nie zapamiętać. Jeżeli sytuacja dotyczy większej liczby pracowników w kraju lub zagranicą warto o tym wspomnieć. Należy też dać zwalnianemu pracownikowi czas na reakcję. Niezwykle ważna jest tu możliwość pożegnania się ze wszystkimi kolegami z pracy, uporządkowanie swoich spraw i przeżycie tej chwili.

– *Duże firmy, najczęściej korporacje o zagranicznych korzeniach, przykładają zwykle należytą wagę do tego, w jaki sposób przeprowadzać rozmowę o tym nietłumym temacie i jak prawidłowo go komunikować. Nieco większy problem jest w przy-*

padku mniejszych organizacji – stwierdza Hanna Więcewicz. – Często nie chodzi tu o brak chęci i empatii wobec pracownika, ale brak informacji, wiedzy na temat odpowiednich schematów, według których pracodawcy powinni postępować. Dlatego też tak ważne jest by menadżerowie nie bali się poszukiwać informacji na ten temat i sięgać po poradę u wyspecjalizowanych agencji doradztwa personalnego.

W sytuacji zwolnienia nie wynikającego z winy pracownika firmy w Polsce coraz chętniej stosują wewnątrz organizacji działania mające na celu wsparcie odchodzącej osoby w znalezieniu nowego zatrudnienia. Istotnym elementem staje się również coraz częstsze sięganie po przeprowadzane przez agencje zatrudnienia programy outplacementowe, których czas trwania uzależniony jest od formy, w której występują. W ich skład może wchodzić m.in. przeprowadzenie warsztatów pomagających w umiejętnym poruszaniu się po rynku pracy, nauka prawidłowego przygotowania CV oraz listu motywacyjnego, a także odpowiedniego zachowania się podczas rozmów kwalifikacyjnych i spotkań z konsultantem kariery. Stanowi to niezwykle cenne wsparcie dla pracowników, zwłaszcza w przypadku osób, które z koniecznością szukania pracy nie miały do czynienia od dłuższego czasu.

(AG/na podst. inf. ManpowerGroup)

Redakcja:

Beata Trochymiak – redaktor/wydawca portalu
e-mail: redakcja@pracujwlogistyce.pl
tel. +48 535 44 85 44

Dział marketingu i reklamy:

e-mail: reklama@pracujwlogistyce.pl
tel. +48 535 44 75 44

Dział techniczny:

e-mail: techniczny@pracujwlogistyce.pl

Dział reklamacji:

e-mail: reklamacje@pracujwlogistyce.pl

adres redakcji:

ul. Pułtуска 12/14 lok. 2, 04-331 Warszawa