



**Poznajmy
Polskie Firmy TSL**



Pracuj w logistyce PDF



PRZEGLĄD TYGODNIOWY AKTUALNOŚCI INFORMACJE WYDARZENIA piątek 13 września 2013 Nr 12 (50)

ZETTRANSPORT®

Your logistic partner

Rozmowa z Janem Załubskim
prezesem zarządu
ZET Transport Sp. z o.o.

Polski transport, pomimo najwyższej pozycji pod względem przewiezionych ładunków w UE, nie stał się „transportowym tygrysem Europy”, co jest tego przyczyną?

– Od lat próbuje się ograniczyć rozwój transportu drogowego w Polsce np. w imię ekologii. Nawet organizacje zrzeszające przewoźników drogowych dążą do zaostrzenia warunków dostępu do zawodu przewoźnika. Uważam, że to poważny błąd i niezrozumiałe jest, dlaczego w Polsce nie promuje się i nie wspiera branży, która przynosi prawie 10 proc. PKB. Czemu ograniczać coś, co dobrze nam wychodzi? Przecież polskie firmy transportowe posiadają jedną z najnowocześniejszych flot w Europie, więc wystarczyłoby stworzyć lepsze warunki do rozwoju i jesteśmy w stanie zostać „transportowym tygrysem Europy”. Niestety nasi politycy nie chcą dostrzec, że powoli zaczynamy tracić przewagę konkurencyjną na rynku. Nie promuje się też świadomości polskiej gestii transportowej w gospodarce. Gdyby polski producent zadbał o to, aby transport powierzać przewoźnikowi polskiemu, na pewno rynek transportowy funkcjonowałby o wiele lepiej. W innych krajach Europy, przedsiębiorcy dbają o zatrzymanie gestii transportowej w swoich rękach. U nas brakuje tej świadomości, dlatego jeździmy dużo po Europie, ale najmniej zarabiamy.

cd. na str. 3

SM LOGISTIC®

Rozmowa ze Zdzisławem Potempą
prezesem zarządu
oraz z Ryszardem Budą
wiceprezesem zarządu
SM Logistic Sp. z o.o.

Jeśli porównacie Panowie początki firmy i czasy obecne, czy zaczęlibyście jeszcze raz?

Zdzisław Potempa – Trudno powiedzieć. Przy dzisiejszej biurokracji, obciążeniach fiskalnych i przy ciągle zaostrzającej się konkurencji, pewnie byśmy trzy razy dłużej zastanawiali się nad podjęciem działalności transportowej. W latach 90., kiedy firma stawiała pierwsze kroki było łatwiej. Nie było tak dużej konkurencji i popyt na usługi stale rósł wraz z rozwojem polskiej gospodarki. Jeśli od samego początku ktoś stawiał na jakość swoich usług, tak jak w naszym przypadku, dosyć łatwo można było przekonać klienta do siebie. Z racji tego, że prowadziliśmy już wcześniej inną firmę, mieliśmy też doświadczenie w zarządzaniu ludźmi i dzięki temu udało się stworzyć dobrą organizację w SM Logistic. Oczywiście skala naszej działalności, wówczas też była mniejsza – kilka pojazdów.

cd. na str. 8

W NUMERZE:

Rozmowa z Janem Załubskim prezesem zarządu

ZET Transport Sp. z o.o. str. 3

Rozliczenia via TOLL. Rok 2013 pod hasłem post-paid str. 5

Pojazd ciężarowy musi przynosić zysk,
szczególnie w dystrybucji str. 6

Rozmowa z zarządem SM Logistic Sp. z o.o. str. 8

Nowe rozwiązania i nowe możliwości

– Teleroute dla firm TSL str. 10

Kobiety w Logistyce – Rozmowa z Katarzyną Kowalską
dyrektorką logistyki Leroy Merlin Polska str. 12

Błędne koło rekrutacji w branży TSL str. 13

Jakie były wynagrodzenia w branży TSL w 2013 roku? str. 14

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.



Działamy w oparciu o kilka dywizji, które są jak małe firmy w jednej organizacji



Rozmowa z Janem Załubskim prezesem zarządu ZET Transport Sp. z o.o.



Polski transport, pomimo najwyższej pozycji pod względem przewiezionych ładunków w UE, nie stał się „transportowym tygrysem Europy”, co jest tego przyczyną?

– Od lat próbuje się ograniczyć rozwój transportu drogowego w Polsce np. w imię ekologii. Nawet organizacje zrzeszające przewoźników drogowych dążą do zaostrzenia warunków dostępu do zawodu przewoźnika. Uważam, że to po-

ważny błąd i niezrozumiałe jest, dlaczego w Polsce nie promuje się i nie wspiera branży, która przynosi prawie 10 proc. PKB. Czemu ograniczać coś, co dobrze nam wychodzi? Przecież polskie firmy transportowe posiadają jedną z najnowocześniejszych flot w Europie, więc wystarczyłoby stworzyć lepsze warunki do rozwoju i jesteśmy w stanie zostać „transportowym tygrysem Europy”. Niestety nasi politycy nie chcą dostrzec, że powoli zaczynamy tracić przewagę konkurencyjną na rynku.

Nie promuje się też świadomości polskiej gestii transportowej w gospodarce. Gdyby polski producent zadbał o to, aby transport powierzać przewoźnikowi polskiemu, na pewno rynek transportowy funkcjonowałby o wiele lepiej. W innych krajach Europy, przedsiębiorcy dbają o zatrzymanie gestii transportowej w swoich rękach. U nas brakuje tej świadomości, dlatego jeździmy dużo po Europie, ale najmniej zarabiamy.

Co ta sytuacja oznacza dla takich firm, jak ZET Transport?

– To, że mając potencjał, nigdy nie będziemy w stanie rozwinąć się na skalę globalną, tak jak to zrobiły rodzinne firmy niemieckie, czy francuskie. Przecież wiele dzisiejszych globalnych logistycznych graczy z Zachodniej Europy też wyrosło z małych, rodzinnych firm, gdyż miały szansę rozwinąć się w warunkach sprzyjających gospodarczo i wsparcie od swoich rządów. Dzięki temu mogły dokonać ekspansji na inne rynki. Polskie firmy transportowe takiego wsparcia nie mają. Oczywiście wstąpiliśmy do Unii Europejskiej, otwarto nam granice, ale też naraziliśmy się na to, że na nasz rynek weszły firmy mocniejsze kapitałowo, które mają czasami lepsze wsparcie od naszego rządu, jako kapitał zagraniczny, niż rodzimi przedsiębiorcy. Oczywiście na tym polega też konkurencja, ale czy nie można by zrobić czegoś dla własnego kapitału?

Jaka jest historia firmy ZET Transport i jak wygląda sytuacja firmy „wczoraj” i „dzisiaj”?

– Sytuacja na rynku transportowym jest trudna, co nie znaczy, że sobie w niej nie radzimy, ale jest ona inna niż kiedyś. ZET Transport jest firmą rodzinną, założoną przez mojego tatę, który był kierowcą i zarejestrował swoją działalność, mając jeden pojazd. Po kilku latach, razem z bratem postanowiliśmy do niego dołączyć, było to jeszcze podczas studiów. Pierwszą ciężarówkę kupiliśmy za pieniądze zarobione na malowaniu domów w Szwecji. Niestety zabrakło nam na naczepę, ale mimo to dostaliśmy stałe zlecenia w jednej z niemieckich spedycji. Zatrudniliśmy kierowcę i spokojnie

**ZET Transport Sp. z o.o.
w liczbach**

ZETTRANSPORT®
Your logistic partner

Spółka powstała w roku 1993 z siedzibą w Nowym Sączu. Obecnie flota ciągników siodłowych firmy liczy 130 pojazdów (Volvo, Mercedes i Renault Trucks), 150 naczep (Koegel). Zatrudnienie na koniec 2012 r. wynosiło w firmie 179 osób, z tego ok. 150 kierowców. ZET Transport pracuje w oparciu o własny system informatyczny SOFTTrans, korzysta z kart paliwowych Shell, Orlen, E100 (na Wschód). Posiada wdrożony certyfikat zarządzania jakością ISO 9001:2000 oraz certyfikat AEO w odniesieniu do bezpieczeństwa i ochrony. Główną działalnością firmy są usługi transportowe międzynarodowe, które stanowią ok. 70 proc. w całej działalności, ok. 30 proc. to usługi spedycyjne i logistyka.

www.zettransport.pl

cd. na str. 4

cd. ze str. 3

kończyliśmy studia. Po ich ukończeniu wróciliśmy do Nowego Sącza i zaczęliśmy rozwijać firmę. Udało się zakupić dodatkowe pojazdy oraz pozyskać pierwszy kontrakt na obsługę kontenerów na Ukrainę. Pamiętam, z portu Hamburg woziliśmy dodatki do produkcji odzieży, a z Ukrainy zabieraliśmy gotową odzież do portu Bremerhaven. Potem uruchomiliśmy transport do Włoch, i tak dalej. Przez cały czas inwestowaliśmy w tabor, infrastrukturę i kadry, pozyskiwaliśmy nowe kontrakty, np. Nowy Styl Krosno (jednego z największych producentów krzeseł i mebli biurowych). W zeszłym roku uhonorowali oni naszą firmę statuetką „Najlepszy dostawca usług transportowych”.

Na jakiej strategii oparliście rozwój firmy i zarządzanie?

– Od początku naszej działalności staraliśmy się realizować trzy strategiczne obszary działania – transportowy, spedycyjny i serwisowy. Tabor podzieliliśmy na dywizje, które od strony operacyjnej samodzielnie zarządzają swoją pracą, tak jak małe firmy w jednej organizacji. Obsługą klienta zajmuje się dział spedycji i to spedytorzy troszczą się o dobre relacje z klientami. Głównie obsługujemy trasy na Europę Zachodnią (Niemcy, Francja, Hiszpania), Południe Europy (Włochy, Austria, Słowenia, Chorwacja) i Wschód, czyli Ukraina, Białoruś, Rosja, Kazachstan, Azerbejdżan. Mamy też własną agencję celną. 12 lat temu utworzyliśmy też odrębną spółkę Truck Partner, która serwisuje naszą flotę, a także

świadczy usługi serwisowe na zewnątrz. To wynikało z tego, że kiedyś kupowaliśmy wyłącznie używane pojazdy i dopiero od roku 2003 zaczęliśmy kupować nowe. Oczywiście przy nowych pojaz-



dach, pierwszy rok ich użytkowania to obsługa przez ASO, ale potem serwisujemy auta u siebie. Posiadamy wysokiej klasy sprzęt, w tym do autoryzacji tachografów.

Skupiacie się wyłącznie na usługach transportowych i spedycyjnych?

– Póki co, tak. Nie ukrywam, że zabrakło nam i czasu i kapitału, aby rozwinąć na szeroką skalę usługi logistyczne.

Sytuacja na rynku transportowym nie wygląda najlepiej, trwa walka cenowa, co zrobicie jeśli w tej walce dojdziecie do przysłowiowej „ściany” i nie będziecie już w stanie obniżyć cen?

– Musimy znaleźć jakieś rozwiązanie, aby przetrwać na tym rynku. Znając wyzwania, szukamy optymalizacji i nie mówię tu o oszczędzaniu, ale o nowoczesnym zarządzaniu, stałej obserwacji rynku zewnętrznego i dobrze prowadzonym biznesie. Niestety, tragiczne jest to, że na wielu

trasach opłaca nam się bardziej sprzedać zlecenie, niż jechać własnym transportem. Klient nie docenia nakładów na rozwój i niestety liczy się cena. Zastanawiam się tylko, kiedy klienci zaczną zadawać sobie pytanie – czy, to co kupujemy jest warte tej ceny? tej bardzo niskiej ceny? W wielu innych obszarach gospodarki już mieliśmy tego typu reakcje i powrót do realnych stawek. Mam nadzieję, że w transporcie też to nastąpi.

Jakie trasy będą bardziej przyszłościowe dla polskich przewoźników, wschodniej czy zachodniej Europy?

– Patrząc na rynek Europy Zachodniej, jest on już w pełni rozwinięty, ale cała ściana wschodnia jest do zagospodarowania i możemy tam właśnie upatrywać szansy dla polskiego transportu. My też mocno rozwijamy się na tych kierunkach i stawiamy na kraje Europy Wschodniej.

Z ostatniego raportu Deloitte, wynika że polskie firmy są mało innowacyjne, na ile można być innowacyjnym w transporcie?

– Zależy jak mamy definiować innowacyjność. Z jednej strony widzimy jak ten rynek funkcjonuje i na jakim etapie jest technologia, więc nie wiem czy mamy ciągnąć dwie naczepy, czy poszukiwać alternatywnych paliw? Natomiast jest dużo do zrobienia od strony informatycznej i biurokratycznej. Można np. uprościć nadzór administracyjny nad niektórymi procesami, chociażby wprowadzając elektroniczne karty kierowcy i czasu pracy. Chcemy to zrobić we własnym zakresie i już pracujemy nad tym rozwiązaniem z jednym z Partnerów. Dążymy również do tego, aby bez wzrostu obsługi administracyjnej móc w każdej chwili powiększyć tabor np. o 100 ciężarówek. Pracujemy też na własnym systemie operacyjnym – SOFT-Trans. Jeśli to wszystko można zaliczyć do innowacyjności, to właśnie w takich obszarach transport może być innowacyjny.

Dziękujemy za rozmowę

Beata Trochymiak
Anna Galewska



Rozliczenia viaTOLL. Rok 2013 pod hasłem post-paid

Na przykładzie firmy ZET Transport przyjrzymy się, jak można zorganizować rozliczenia opłat drogowych, aby odciążyć firmę od formalności i uprościć rozliczenia. Przeanalizujemy metodę finansowania i kontrolowania opłat w rodzimym systemie – viaTOLL.

W celu rozliczania polskiego myta ZET Transport nawiązał współpracę z operatorem kart paliwowych DKV. Firma poszukiwała operatora, który przy minimalnych kosztach zapewni dostęp do rozliczeń w trybie post-paid. DKV Euro Service jako jedyny operator opłat drogowych oferuje fakturowanie opłat viaTOLL bez konieczności ponoszenia żadnych opłat dodatkowych. Co więcej, nie stawia wymogu zamawiania karty paliwowej ani korzystania z innych produktów emitenta. Jest to szczególnie istotne dla firm, które korzystają już z innych kart paliwowych i nie chciałyby mnożyć wydatków.

Dlaczego post-paid?

Dziś priorytetem dla przewoźników jest możliwość uruchomienia rozliczeń viaTOLL w trybie post-paid. Przypomnijmy, że metoda ta polega na opłacaniu myta na podstawie faktur z wydłużonym terminem płatności. W przypadku DKV wynosi on 21 dni. Faktury wystawiane są dwa razy w miesiącu, a ich wysokość zależy wyłącznie od tego, ile kilometrów płatnych dróg przejechał w danym okresie konkretny pojazd. W przeciwieństwie do metody pre-paid, nie ma tu więc konieczności robienia przedpłat, które mogą być szybko wykorzystane przez kierowców. Nie ma też potrzeby ciągłego kontrolowania stanu konta, aby uniknąć ryzyka naliczenia kar pieniężnych za brak środków na rachunku viaTOLL. Jak pokazała burza wokół systemu viaTOLL w latach 2011–2012, to właśnie uciążliwe doładowywanie konta było główną przyczyną naliczania astronomicznych kar dla przewoźników. Ryzyka tego można było łatwo uniknąć, rejestrując się w trybie post-paid – tutaj nie ma fizycznej możliwości niedopłaty na rachunku, gdyż wszystkie koszty są sumowane i fakturowane już po fakcie.

Masowe zainteresowanie zmianą trybu rozliczeń z pre-paid na post-paid obserwujemy od końca 2012 roku. Skala zjawiska jest duża, ponieważ w pierwszym okresie działania systemu viaTOLL, zdecydowana większość przewoźników zdecydowała się na przedpłat. Powodem był chaos informacyjny wokół systemu. Dziś przyszła pora na kalkulację kosztów, stąd rośnie zainteresowanie post-paid.

Koszty pośrednictwa

Problemem, jaki mogą napotkać przewoźnicy przy rejestracji post-paid, są wysokie koszty początkowe. Ci, którzy próbują zarejestrować się na post-paid bezpośrednio w viaTOLL, muszą wpłacić wysoką kaucję. Dla 10 pojazdów jej koszt to ponad 20 tys. zł. Rozwiązanie problemu zaoferował operator kart DKV, który umożliwił bezpłatną rejestrację do rozliczeń post-paid wraz z wysyłką urządzenia viaBOX. Co prawda DKV nalicza prowizję od późniejszego fakturowania opłat viaTOLL, ale jest ona kalkulowana na minimalnym poziomie – wynosi 1–2,5 proc. wartości transakcji. Z dwuletnich obserwacji wynika, że średni miesięczny koszt na pojazd wśród klientów DKV to tylko 70 groszy. Potwierdzają to przykłady flot różnej wielkości, np. dla floty 50 samochodów miesięczny koszt prowizji dla operatora kart wynosi 38 zł. Za tę cenę firma ma zapewnione bezpieczeństwo finansowania e-myta, ponieważ

Jak zmienić pre-paid na post-paid?

Procedura zmiany trybu rozliczeń nadal sprawia trudności, a to dlatego, viaTOLL komplikuje formalności, aby zatrzymać jak najwięcej klientów na bezpośrednich rozliczeniach. Są jednak duże szanse, że w 2014 r. część trudnień zniknie. Dziś najprościej, aby przewoźnik zainteresowany zmianą na rozliczenia fakturowe, zgłosił się do operatora kart paliwowych – ten gładko przeprowadzi go przez całą procedurę. W przypadku usług DKV szczegółowy opis formalności znajduje się na portalu www.info-myto.pl. Co ważne dla codziennej pracy firmy, przejście na tryb rozliczeń post-paid nie pociąga za sobą zmian w rozkładzie ruchu pojazdów. Konieczna jest jedynie wymiana urządzenia viaBOX. Po odbiorze nowego urządzenia viaBOX działającego w systemie post-paid, wystarczy zamontować je w miejsce poprzedniego. Stare urządzenie należy oddać w punkcie obsługi viaTOLL, rozwiązując przy tym umowę pre-paid. Na tej podstawie wszystkie nie wykorzystane środki z rachunku pre-paid oraz kaucja za urządzenie zostaną zwrócone.

Europa pod kontrolą

Kluczową zaletą korzystania ze wsparcia operatorów kart paliwowych do rozliczania e-myta jest uproszczenie kontroli i fakturowania tych wydatków. Firma transportowa ma jednego partnera, który załatwia wszystkie formalności, łącznie fakturuje opłaty z różnych państw i systemów. Partner taki jak DKV ma wynegocjowane ze spółkami autostradowymi rabaty za rozliczenia przy pomocy swoich kart – i przenosi na klientów pełną wysokość tych upustów. Pomocą są też programy internetowe do planowania, a następnie kontroli wydatków na opłaty drogowe w trasie. DKV uruchomił ostatnio kalkulator, który pozwala z bardzo dużą dokładnością wyliczyć łączną wysokość myta na dowolnym, zaplanowanym odcinku. Uwzględni przy tym takie parametry, jak: DMC, liczba osi oraz klasa emisji zanieczyszczeń. Aplikacja obejmuje większość obowiązujących w Europie systemy myta, w tym wprowadzany wkrótce francuski podatek Ecotaxe.

Opr. DKV



DKV przejmuje na siebie całą odpowiedzialność zarządzania rachunkiem – nie ma ryzyka kar finansowych, klient otrzymuje faktury z długim terminem płatności, a płatność z dołu umożliwia też łatwą analizę wydatków.

Pojazd ciężarowy musi przynosić zysk, szczególnie w dystrybucji

Nowa gama pojazdów dystrybucyjnych Renault Trucks – seria D – mimo że nowe bazuje na wcześniejszych modelach firmy, stanowi bardziej konsekwentną propozycję rynkową, obejmującą jeden typoszereg z czterema modelami pojazdów zdolnymi spełnić wszystkie potrzeby klientów.

Pojazd ciężarowy przynosi zysk

Klienci zajmujący się transportem dystrybucyjnym w mieście podlegają wielu ograniczeniom, które negatywnie oddziałują na ich wydajność. Podczas prac na nową gamą Renault Trucks D w pełni uwzględniono potrzebę redukcji kosztów eksploatacji przez klientów. Nowe silniki DTI 5 i DTI 8 zostały opracowane z wykorzystaniem wypróbowanych i niezawodnych technologii, dostosowanych do specyfiki użytkowania pojazdu na obszarach miejskich. Spełniają normę emisji spalin Euro 6, odznaczając się wysokimi osiągnięciami i niezawodnością. Jednocześnie charakteryzują się równie doskonałą ekonomią paliwową, jak jednostki napędowe poprzedniej generacji. Maksymalny moment obrotowy dostępny już od 900 obr/min oznacza, że kierowca nie musi wykorzystywać pełnego zakresu prędkości obrotowych silnika, co z kolei skutkuje niższym zużyciem paliwa. Duża moc nowej jednostki czterocylindrowej, porównywalna z wydajnością silnika sześciocylindrowego, umożliwia zwiększenie

ładowności pojazdu.

Renault Trucks stosuje zautomatyzowane skrzynie biegów, zapewniające oszczędność paliwa, ochronę podzespołów układu napędowego, niższe koszty obsługi technicznej i możliwość koncentrowania się kierowcy wyłącznie na kierowaniu pojazdem. Wiele podzespołów w Renault Trucks D

i D Wide zostało zmodernizowanych pod kątem zmniejszenia kosztów i ułatwienia obsługi technicznej. Z myślą o klientach chcących jeszcze bardziej ograniczyć koszty eksploatacji pojazdu, także dla typoszeregów D i D Wide przewidziano 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 do 15 proc. paliwa.

Niezawodność

Pojazdy Renault Trucks D są przygotowane do najtrudniejszych warunków użytkowania. Posiadają m.in. stalowe zderzaki i inne elementy ochronne. Renault Trucks może dostarczyć pojazdy specjalnie przygotowane do zabudów specjalistycznych m.in. śmieciarką, zamiataarką, nadwoziem pożarniczym, cysterną itp. Kabinę poddano wyjątkowo wymagającym testom zderzeniowym i wytrzymałościowym. Charakterystyczną cechą Renault Trucks D jest także doskonała zwrotność, umożliwiająca dotarcie do najbardziej trudno dostępnych miejsc. Sprzyjają



temu mała średnica zawraca, krótki przedni zwis i kompaktowe kabiny pojazdów. Za pośrednictwem swojej sieci 1600 stacji obsługi na całym świecie, Renault Trucks jest w stanie szybko udzielić klientowi pomocy. Ponad 80 proc. usterek zdarzających się w drodze jest diagnozowanych w czasie krótszym niż 30 minut, co pozwala do minimum skrócić czas przestoju pojazdu.

Pojazd ciężarowy powodem do dumy dla kierowców

Wszystkie Renault Trucks D pojazdy współdzielą motyw trapezowej kraty wlotu powietrza w kształcie symbolu „π” i światło kierunkowskazu doskonale widoczne dla kierowców pojazdów nadjeżdżających przodu i z tyłu. Ekspresyjny wygląd potęguje wrażenie wytrzymałości i podkreśla dumę, jaką odczuwają kierowcy. Powodem do dumy dla kierowców jest komfortowe wnętrze kabiny. Kierowca ma do swojej dyspozycji wiele schowków, które pomieszczą wszystko, co potrzebne do sprawnego wykonania zadania transportowego. Ergonomiczna deska rozdzielcza, regulowane w dwóch płaszczyznach koło kierownicy z pneumatyczną blokadą, duży cyfrowy wyświetlacz, radio z odtwarzaczem płyt CD, plików MP3 i obsługą technologii Bluetooth – ułatwiają kierowcy pracę. Nowe ergonomiczne fotele zapewniają większy kom-

cd. na str. 7



cd. ze str. 6

fort i są pokryte nowym rodzajem tapicerki tekstylnej. Dzięki cichobieżnym silnikom Euro 6, poziom hałasu w kabinie D Wide zmalał 35 proc., czyli o niemal 2 dB, w porównaniu z pojazdami poprzedniej generacji.

Pojazd ciężarowy chroni interesy firmy transportowej

W obszarze bezpieczeństwa czynnego, Renault Trucks oferuje w standardzie układ stabilizacji toru jazdy ESP. Z kolei bezpieczeństwo bierne zwiększono poprzez wzmocnienie podłogi kabiny i oparcie foteli, dzięki czemu fotele skuteczniej chronią w czasie zderzenia. We wszystkich pojazdach nowej gamy są stosowane czerwone pasy bezpieczeństwa. Renault Trucks D Access Euro 6 jest dostępny w wersji z skrętną oś tylną (wleczoną lub pchaną) sterowaną elektronicznie, polepszającą zwrotność pojazdy przy małych prędkościach oraz większą sta-

Serię D Renault Trucks tworzą obecnie trzy modele: Renault Trucks D (DMC od 10 do 18 t), Renault Trucks D Wide (DMC od 16 do 26 t) i Renault Trucks D Access (DMC od 18 do 26 t). Wkrótce zostanie ona uzupełniona o pojazd w klasie DMC od 3,5 do 7,5 t. Pojazdy Renault Trucks D są napędzane nowymi silnikami spełniającymi normę emisji spalin Euro 6: sześciocyndrowym DTI 8 lub czterocyndrowym DTI 5. Jednostka DTI 5 w wersji o mocy 240 KM jest najmocniejszym na rynku silnikiem czterocyndrowym.

teczność kierunkową przy dużych prędkościach jazdy. Dzięki elementom, takim jak szyby w dolnych częściach drzwi pasażera i kierowcy, panoramiczna szyba czołowa (pole widzenia w Renault Trucks D Access wynosi niemal 220°), dzielone lusterka wsteczne i szyba w tylnej ścianie kabiny, kierowca Renault Trucks D ma doskonałą widoczność w każdych warunkach. Wszystkie te elementy ograniczają do minimum martwe pola, co ułatwia kierowcy dostrzeżenie pieszych, rowerzystów, motocykli czy samochodów osobowych. Pojazdy Renault Trucks D są standardowo wyposażone w hamulec wydechowy i mogą być wyposażone w hamulec silnikowy Opti-

brake. Posiadają elektroniczne sterowany układ hamulcowy EBS, układ antypoślizgowy ASR, funkcję hamowania awaryjnego, funkcję wspomagania przy ruszaniu pod górę (Hill Start Aid) oraz wskaźnik zużycia klocków hamulcowych. W Renault Trucks D jest dostępna funkcja hamowania awaryjnego, skracająca drogę hamowania w niebezpiecznych sytuacjach, oraz funkcja wspomaganie przy ruszaniu pod górę (Hill Start Aid), aktywowana przyciskiem na desce rozdzielczej. Dostępna jest także funkcja monitorowania zużycia klocków hamulcowych.

(żr. Renault Trucks)



You drive, we care.

DKV

Ecotaxe już jesienią 2013 r.

Jedno urządzenie DKV Box do rozliczania opłat Ecotaxe i TIS PL

Francja zapowiedziała wprowadzenie w 2013 r. nowego podatku w formie opłaty drogowej o nazwie Ecotaxe. Już teraz możesz zarezerwować urządzenie DKV Box obsługujące dwa systemy: Ecotaxe i TIS PL.

» 0 zł prowizji za rozliczanie opłat

Więcej informacji: info-vtpl@dkv-euroservice.com
www.dkv-ecotaxe.com



Jedyna, bezkonkurencyjna polska firma transportowa



Poznajmy
Polskie Firmy
TSL

Rozmowa ze **Zdzisławem Potempą**
prezesem zarządu oraz z **Ryszardem Budą**
wiceprezesem zarządu SM Logistic Sp. z o.o.

W pewnym okresie SM Logistic był jedną z wielu polskich firm w transporcie chłodniczym, a dzisiaj...?



Ryszard Buda – Dzisiaj chyba jesteśmy jedyną o tak dużej skali działalności. Naszym kluczem do sukcesu jest konsekwencja oraz ciągle inwestowanie w rozwój. To co nas wyróżnia, to dobra organizacja fir-

my, ciągle inwestycje w tabor, w jakość i kadry. Tworzenie też dobrej historii współpracy z klientami od samego początku. Jesteśmy wiarygodni, rzetelni i dbamy też o swoich podwykonawców. Najważniejsze to ciężka praca, terminowość i uczciwość.

Liczba pracowników wynosi blisko 400 osób. Okolice Andrychowa nie są regionem, w którym dominują zawody logistyczne, jak zatem udało się zbudować profesjonalny zespół?

Ryszard Buda – Oczywiście, nie wszyscy są z Andrychowa, część osób jest np. z Górnego Śląska. Do pewnego etapu rozwoju firmy wystarczało nasze doświadczenie oraz dobrzy kierowcy, ale chcąc dalej rozbudowywać spółkę, musieliśmy sięgnąć po kadrę menadżerską z doświadczeniem. Pozyskaliśmy więc z rynku kilku dobrych menadżerów. Przyjęliśmy też zasadę, że kadra dyrektorska powinna być mądrzej-

sza od właścicieli spółki. Im lepsi menadżerowie, tym rozwój firmy będzie szybszy i zapewni to wyższą jakość usług. Taką zasadę stosujemy do dzisiaj. Od menadżerów wymagamy też, aby byli mentorami swoich zastępców i dokonywali awansów wewnętrznych. Wspieramy ludzi ambitnych, dajemy im możliwości rozwoju, szkolimy ich, bo zdajemy sobie sprawę z tego, że im lepsi i bardziej zadowoleni pracownicy, tym lepiej identyfikują się z firmą i szybciej ją rozwijają.

A jak postrzegacie Panowie przyszłość rynku i swojej firmy w najbliższych czasach?



Zdzisław Potempa – Jakie będą czasy, chyba nikt nie jest w stanie tego przewidzieć. Obserwując jednak rynek, to chyba następuje odbicie od dna i transport powoli łapie oddech. Natomiast, to co nas niepokoi, to że cały czas transportowcy „stawiani się pod ścianą” i zastanawiają się gdzie tu jeszcze optymalizować koszty, aby nie stracić klienta. Kiedy mówimy

SM Logistic w liczbach



SM Logistic Sp. z o.o. powstała w 1992 r., dysponując wtedy 3 samochodami ciężarowymi. Siedziba firmy znajduje się w Wieprzu k. Andrychowa. Pierwszy kontrakt firma uzyskała w 1996 r. z firmą Ahold Polska, dysponując już wtedy 10 ciągnikami i 8 naczepami. W 2003 r. firma uruchomiła dział transportu międzynarodowego i posiadała już 75 ciągników oraz 50 naczep. Obecnie firma dysponuje ok. 500 ciągnikami siodłowymi (z czego 200 własnych) oraz 300 naczepami 24 t. (w tym 200 własnych). Ponadto posiada 20 samochodów ciężarowych oraz 15 dostawczych. Obroty jakie uzyskała spółka w 2012 r. sięgają 140 mln zł. SM Logistic zatrudnia obecnie 385 osób, w tym 250 kierowców, 20 magazynierów, 25 mechaników, 50 spedytorów/dyspozytorów, 40 pracowników administracji. Świadczy usługi transportu towarów spożywczych i przemysłowych w kraju i na obszarze UE, usługi logistyczne, co-packingu, a specjalizacją jest transport artykułów spożywczych w temperaturach kontrolowanych. Do grona głównych klientów należą: Tesco, Kaufland, Carrefour, Auchan, Intermarche, Stokrotka, Black Red White, Unilever.

www.smlogistic.com.pl

cd. na str. 7

cd. ze str. 6

naszym zagranicznym kolegom, za jak niskie stawki jeździ polski przewoźnik, to łapia się za głowę. Jak długo to będzie trwało? Miejmy nadzieję, że wkrótce sy-

SM Logistic działa w oparciu o zintegrowany system jakości ISO 22000, w zakresie: kompleksowa obsługa logistyczna krajowa i międzynarodowa z uwzględnieniem przewozów ładunków spożywczych w temperaturze kontrolowanej z zagwarantowaniem bezpieczeństwa zdrowotnego transportowanych produktów spożywczych.

tuationa zacznie wracać do normy. Niektórzy klienci, mają politykę negocjacji cen, tak jak negocjuje się ceny np. cukru. To również niepokoi, bo zawężają wycenę usług transportowych tylko do podstawowych kosztów. Można powiedzieć, że dają



przewoźnikowi przeżyć, ale nie zarobić. SM Logistic zakończyło ubiegły rok pozytywnie, osiągając niewielki próg rentowności, więc będziemy powiększać potencjał naszej floty i usług. Chcemy też rozwinąć usługi serwisowe dla naszych podwykonawców, aby zapewnić im naprawy pojazdów, możliwość tankowania i terminowe płatności. W dużej mierze, przy-

szłość zależy od tego, w jakim stanie będzie cała gospodarka.

A nie zamierzacie rozwijać usług logistycznych i magazynowych, które są o wiele bardziej dochodowe niż sam transport i spedycja?

Zdzisław Potempa – Myślimy o tym, zwłaszcza że prowadzimy platformy prze-



Rozmowa z Rafałem Potempą,
dyrektorem rozwoju SM Logistic Sp. z o.o.

**Tajemnica wygranych przetargów
SM Logistic w sieciach handlowych, to...**

Po pierwsze...

– Jakość taboru i doświadczenie. W swojej flocie posiadamy wysokiej jakości naczepy i 3-, 4-letnie ciągniki. Tabor jest na bieżąco odnawiany. Do tego szkolenia kierowców i pracowników z obsługi klienta, inwestycje w systemy IT oraz w GPS. Ale najważniejsza jest terminowość i dostępność pojazdów, zwłaszcza w okresach wzmożonego ruchu towarów, czyli w okresach przedświątecznych.

Po drugie...

– Trzeba zaoferować coś, co wyróżni nas spośród dziesiątek ofert. W 2004 r. startując w jednym z pierwszych przetargów zaproponowaliśmy dobrą jakość w stosunku do oczekiwanej ceny (co nie oznacza najniższej) i dzięki temu pozyskaliśmy firmę Tesco, z którą pracujemy blisko 10 lat, obsługując na wyłączność magazyn tej sieci w Teresinie, który zaopatruje sklepy w Północnej i Środkowej Polsce.

Po trzecie...

– Kultura organizacji i współpracy. Nie ukrywam, że korzystamy z doświadczeń naszych wieloletnich klientów, dzięki temu też wzmacniamy kulturę swojej organizacji. Chcąc współpracować z globalnymi korporacjami i przystępując do przetargu, należy zdać sobie z tego sprawę, że to też jeden z elementów oceny i trzeba być przygotowanym do współpracy i pod tym kątem.

Po czwarte, do przetargów startujemy tam, gdzie...

– Możemy wykazać się naszym potencjałem i doświadczeniem, a specjalizujemy się w obsłudze sieci handlu detalicznego. W naszej flocie dominują chłodnie i transport w temperaturach kontrolowanych i w tym obszarze oferujemy usługi. Naszym głównym klientem jest Tesco Polska, a także takie sieci jak: Kaufland, Intermarche, Carrefour, Auchan. W transporcie niechłodzonym głównym klientem jest producent mebli Black Red White. Mając doświadczenie w ich obsłudze, chcemy wchodzić we współpracę z kolejnymi największymi sieciami handlowymi i producenckimi. Już staramy się o nowe kontrakty.

ładunkowe, które obsługują firmę Carrefour. Nie planujemy natomiast rozwijać logistyki na dużą skalę, bo też nie mamy takiego potencjału, aby konkurować z największymi operatorami logistycznymi. Raczej przyjmujemy politykę rozwoju na zasadzie „małej łyżeczki”, krok po kroku. Mamy stałych, solidnych klientów, dla których pracujemy od wielu lat, więc skupiamy się bardziej na zwiększaniu z nimi obrotów i pozyskaniu nowych. Duże inwestycje i skoki na głęboką wodę są dzisiaj zbyt ryzykowne, bo czasy są nieprzewidywalne. Nie wiadomo, czy VAT nie wzrośnie, czy jakieś dodatkowe obciążenia fiskalne nie dojdą przedsiębiorcom, etc. Zagrożeń jest masa, więc ostrożnie podchodzimy do nowych obszarów usług.

Dziękujemy za rozmowę,

Beata Trochymiak
Anna Galewska

Nowe rozwiązania i nowe możliwości – Teleroute® dla firm TSL

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 zarządzać zleceniami transportowymi oraz zapewniać wyższą jakość obsługi ich Klientów.

Nowe rozwiązanie planowania 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** jest jedynym dostępnym na rynku rozwiązaniem klasy TMS oferującym taką funkcjonalność. Transwide przedstawi również wkrótce on-lineowe rozwiązanie o nazwie **twSlot Partner Page** służące do planowania spotkań, oraz oprogramowanie **twCost** służące do zarządzania stawkami i kosztami transportowymi.

Spółeczność

Użytkownicy **Giełdy Transportowej Teleroute** 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 bez-

obcych. W zakresie bezpieczeństwa obrotu poczyniliśmy poważne inwestycje, aby jeszcze dokładniej sprawdzać 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 makroekonomicznych 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 problemem jest też niski poziom stawek ofe-



Wolters Kluwer
Transport Services

piecznym otoczeniu. Aby sprostać potrzebom rynku i oczekiwaniom naszych Klientów, systematycznie zabiegamy o podnoszenie poziomu świadczonych przez nas usług oraz wzrost poziomu bezpieczeństwa na naszej giełdzie. Nasz zespół konsultantów może wspierać telefonicznie Klientów w kilkunastu językach

rowanych 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.

Aby uzyskać więcej informacji, odwiedź nową stronę WKTS www.wktransportservices.com i/lub śledź aktualizacje aktywności grupy za pośrednictwem twittera: www.twitter.com/WK_TS. Więcej informacji o Giełdzie Transportowej Teleroute można znaleźć na stronie www.teleroute.pl.

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



O dystrybucji produktów DIY



KOBIETY W LOGISTYCE

Rozmawiamy z **Katarzyną Kowalską**, dyrektorką logistyki Leroy Merlin Polska

Które produkty, albo dział jest najtrudniejszy pod względem obsługi logistycznej sieci DIY*?

– Zdecydowanie produkty budowlane, bo są duże, ciężkie, i najczęściej dosyć tanie w stosunku do kosztów logistycznych jakie generują. Optymalność ich dostaw zależy od wypełnienia środka transportu, czyli od masy towarów dostarczonych w jednym czasie, co przy bardzo szerokiej ofercie i ograniczonym miejscu nie zawsze jest najlepszym rozwiązaniem. Dodatkowo część produktów jak ceramika łazienkowa, czy oświetlenie to produkty delikatne i wrażliwe, więc należy je odpowiednio zabezpieczać. Inne, jak płyty konstrukcyjne, meble i sprzęt ogrodowy lub meble kuchenne są bardzo trudne w manipulacji ze względu na kształt lub wymiary i wymagają zastosowania dedykowanych rozwiązań do składowania lub transportu, szczególnie na ostatnich metrach, czyli w dostawie do klienta. Wyzwaniem w logistyce DIY jest też utrzymanie optymalnego zapasu bardzo szerokiej gamy produktów, przede wszystkim tych mniej masowych, oryginalnych wzorniczo lub o nietypowych wymiarach czy zastosowaniu, które sprzedają się stosunkowo rzadko. Poza tym logistyka sieci DIY charakteryzuje się dużą sezonowością sprzedaży zależną od pory roku lub pogody, co wymaga doskonałej elastyczności łańcucha dostaw. Aby sprostać tym wyzwaniom projektujemy odpowiednie rozwiązania logistyczne, dzięki którym właściwy towar znajdzie się we właściwym miejscu i czasie, zgodnie z życzeniem klienta, i niekoniecznie musi to być zawsze półka marketu budowlanego, ale coraz częściej dom klienta lub łatwo dostępny punkt odbioru gdzieś w mieście.

Co bardziej się opłaca – centralizacja, czy logistyka rozproszona, pozostająca po stronie producenta?

– To zależy od wielu czynników, które są przedmiotem analizy logistycznej. Zwykle lepsza jest centralizacja logistyki, która w odpowiedniej masie prawie zawsze daje przewagę korzyści nad kosztami. W niektórych wypadkach jednak bardzo dobrze sprawdzają się dostawy organizowane przez producentów. Rynek pol-

ski jest bardzo konkurencyjny, w związku z czym mamy wyjątkowo sprawnych dostawców, którzy świetnie radzą sobie z obsługą logistyczną sieci handlowych.

Jakie wymagania stawiacie podwykonawcom, którzy chcą z współpracować z Leroy Merlin?

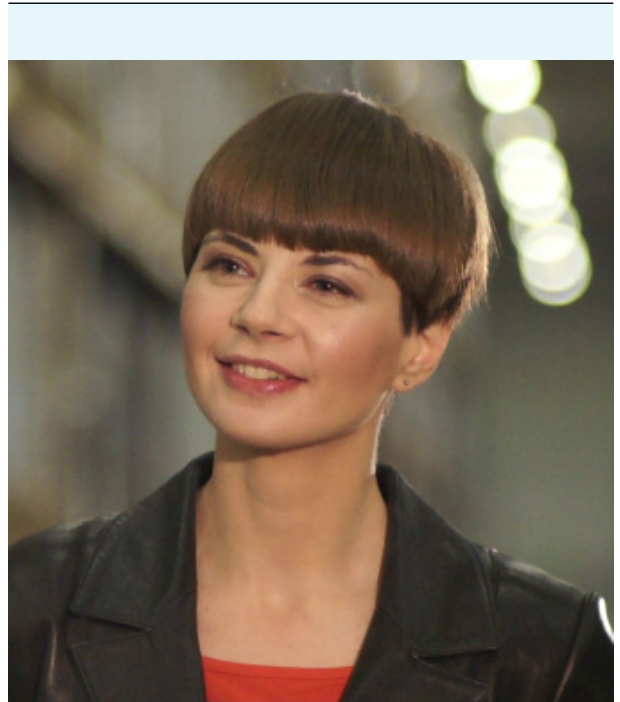
– Na pierwszym miejscu stawiamy na solidność i rzetelność. Podejmując współpracę z operatorami logistycznymi zwracamy uwagę na ich reputację, stabilność finansową i jakość usługi. Musi być ona zgodna ze wskaźnikami jakościowymi, które mierzymy na bieżąco. Oczywiście cena ma też duże znaczenie, bo jest dzisiaj jednym z obszarów konkurencji. Ważna jest dla nas również elastyczność i kreatywność. W bieżącej współpracy kluczowe jest, aby operator „łapał w lot” o co chodzi w naszym biznesie i dobrze czuł nasze potrzeby. Dlatego też najbardziej liczą się ludzie, z którymi współpracujemy – wybieramy firmy o podobnej kulturze organizacyjnej, o spójnym z naszym, rozumieniu biznesu i wysokich standardach etycznych.

Co w procesie logistycznym jest najsłabszym ogniwem?

– Niestety najczęściej ludzie i systemy informatyczne. Jeśli chodzi o ludzi, to trzeba odpowiednio dobierać kompetencje, liczy się też rzetelność i, jak już wspomniałam, nastawienie na cel i kreatywność. Z drugiej strony systemy IT, które muszą zachowywać niezbędną elastyczność w zakresie przepływu informacji, wymagają przez szybko zmieniający się rynek.

Czy dostawy produktów DIY mają jakąś swoją specyfikę, do której sieć musi się dostosować?

– Najważniejsza to sezonowość meteorologiczna, tak bym ją nazwała. Dotyczy produktów, na które popyt gwałtownie rośnie przy



intensywnej pogodzie. Np. w czasie upałów nasi klienci masowo poszukują klimatyzatorów i basenów ogrodowych, w czasie silnych opadów śniegu – odśnieżarek, łopat do śniegu i soli do sypania chodników, a podczas deszczów – urządzeń odpompowujących wodę. Różne bywają również regionalne preferencje klientów, np. związane z innymi warunkami zagospodarowania przestrzennego lub innymi rozwiązaniami popularnymi w różnych częściach kraju. Dlatego też strategię logistyki dostaw dostosowujemy lokalnie, a chcąc rozszerzyć jeszcze bardziej dostęp do naszych produktów rozwijamy sprzedaż internetową. Jesteśmy pierwszą siecią DIY na rynku polskim oferującą pełną gamę produktów w sprzedaży on-line.

Jak długo Pani pracuje w sieci Leroy Merlin i czy od początku w logistyce?

– W Leroy Merlin pracuję od 16 lat. Tuż po maturze rozpoczęłam studia na kierunku handel zagraniczny, ale szukałam pracy dorywczej, aby dorobić sobie na wydatki studenckie. Znalazłam weekendowe zatrudnienie

* DIY (ang. do it yourself) – zrób to sam

cd. na str. 13

cd. ze str. 12

w sklepie Leroy Merlin, jako pracownica punktu informacyjnego. Spodobało mi się, więc zaważyłam o pracę bardziej związaną z moimi zainteresowaniami – przy obsłudze importowej dostaw. Wówczas, kilkanaście lat temu, odprawa celna dostawy mogła trwać nawet kilka dni, więc było sporo pracy w wyjaśnianiu zagranicznym dostawcom naszych polskich wymogów celnych. Tak trafiłam do logistyki. Po otwarciu drugiego sklepu Leroy Merlin, zdecydowałam się przejść na cały etat, a studia dzienne skończyłam już w trybie zaocznym. Potem otwieraliśmy kolejne sklepy i nasze

potrzeby w zakresie organizacji logistycznej rosły: od platformy konsolidacyjnej we Francji, po platformy cross-dockingowe w Polsce aż po magazyn centralny. Obecnie mamy już w pełni dobrze działający system logistyczny i duże centrum dystrybucyjne, a konkurencja podąża naszymi śladami.

Co uważa Pani za swój największy sukces?

– Stworzenie organizacji logistycznej od podstaw i zespołu wspierających ludzi działu logistyki.

Jak dużo jest kobiet w Pani zespole?

– Mniej więcej połowa zespołu to kobiety, które często są wprost stworzone do pracy w lo-

gistyce. Nie chciałabym generalizować i umacniać stereotypów, jednak kobiety w moim zespole są dokładne, nastawione na realizację usługi zgodnie z potrzebami klienta, myślą w kategoriach ekonomicznych i interesu wspólnego, a ich największą zaletą jest to, że są wielozadaniowe i solidne i dokładne. Mężczyźni mają inne zalety. Najważniejsza jest różnorodność w zespole, bo wtedy najłatwiej zapewnić najszerszy zestaw kompetencji.

Dziękuję za rozmowę,

Beata Trochymiak

Błędne koło rekrutacji w branży TSL



Patrząc na wskaźniki raportów na temat prognoz zatrudnienia i rynku pracy, branża TSL znajduje się ciągle w czołówce rankingu „optymistów” w zakresie zatrudniania oraz wykazuje stały wzrost nowych miejsc pracy. Nasze obserwacje rynku pracy na przestrzeni ostatnich trzech lat, potwierdzają tę tezę, bo ofert pracy w szeroko rozumianej logistyce nie brakuje – począwszy od magazyniera i kierowcy, a skończywszy na stanowiskach kierowniczych. Jednakże pojawia się inny problem – coraz trudniej jest znaleźć odpowiednich kandydatów na wolne wakaty, gdyż branża oczekuje ludzi z „pakietem kontaktów” do klientów. A tych obecnie na rynku pracy, jak na lekarstwo...

Największe zapotrzebowanie na kandydatów w zakresie pracy umysłowej, stanowią nieustająco specjaliści średniego szczebla tacy jak: spedytorzy i handlowcy. Co jest tego przyczyną – rozwój usług, nowa oferta, nowe możliwości? Otóż nie. Jeśli przyjrzymy się bliżej wymaganiom pracodawców na tego typu stanowiska, odkryjemy, iż potrzeba rekrutacyjna jest związana dopiero z planowanym rozwo-

jem. W tym wypadku pozyskanie nowych pracowników jest po prostu środkiem do pozyskania klientów. Większość firm poszukuje spedytorów lub handlowców, którzy dopiero mają przynieść firmie wymierne korzyści w postaci nowych zleceń i kontraktów. Niewiele jest ofert pracy dla spedytorów, które dotyczyłyby konieczności zatrudnienia w sytuacji zwiększającej się liczby zleceń i wolumenów ładunków – dopiero zatrudniony spedytor będzie miał za zadanie te zlecenia wykreować i pozyskać.

Wyścig się rozpoczyna

Zbliżają się „żniwa w logistyce” – jesień i początek zimy to okres przedświąteczny, czas największych dostaw, ale też i walki o nowe kontrakty na następny rok. Więc w drugiej połowie tego roku „głód” klientów będzie coraz większy – zostały już tylko 4 miesiące do realizacji celów budżetowych, koniunktura jest obiecująca, a okres świąteczny to peak zleceń transportowych, które każda firma chce maksymalnie wykorzystać. Każdy zastanawia się jak dotrzeć do klienta, jak wyprzedzić konkurencję, jak zdobyć nowe zlecenia. Wiele firm

robi to poprzez zatrudnianie nowych handlowców, od których oczekuje głównie, wypracowanych relacji z klientami i przeniesienia ich w bardzo krótkim czasie do siebie. W zderzeniu z rzeczywistością, okazuje się to niemożliwe, a często bardzo kosztochłonne, o czym już pracodawcy zapominają. Po pierwsze czas i koszty związane ze znalezieniem takich kandydatów, a po drugie czy pozyskanie klienta zależy wyłącznie od jego kontaktów i relacji z handlowcem? Kolejne pytania, które tutaj się nasuwają, to czy dobry handlowiec, mający dobre warunki pracy szuka nowej? Na ile wszelkie środki stosowane przez pracodawców, które mogą go skusić do zmiany, przyniosą zwrot i w jakim czasie?

Od dawna obserwujemy, po stronie potencjalnych kandydatów na handlowców i spedytorów, zwiększoną ostrożność i niechęć do zmiany pracy. Rozmawiając z HR-managerami i patrząc na zabiegi PR-owe, niektórych agencji zatrudnienia starających się zwrócić uwagę na przedstawiane oferty pracy w TSL, „gołym okiem” widoczne jest to, że znacznie spadła liczba osób odpowiadających na ogłoszenia o pracę. Niektórzy nazywają to wręcz „błędym kołem” rekrutacji w logistyce. Bo, po pierwsze grono kandydatów stale się zawęża. A po drugie, jeśli nawet ktoś zdecyduje się na zmianę miejsca pracy, to poszukuje go z dużą rozważą i bez pośpiechu. Najchętniej wybierającymi ofertami są te związane z polepszeniem wynagrodzenia lub awansem.

Barometr Manpower Perspektywy Zatrudnienia dla IV kwartału 2013 r. wykazuje, że już drugi kwartał z rzędu pracodawcy przejawiają umiarkowany optymizm, jeśli chodzi o tworzenie nowych miejsc pracy w nadchodzących miesiącach. Najlepsze perspektywy zatrudnienia odnotowano dla sektorów Budownictwo, Handel detaliczny i hurtowy, a także Transport/Logistyka/Komunikacja. Spośród 750 badanych pracodawców, zwiększenie całkowitego zatrudnienia przewiduje 12 proc. firm, 9 proc. zamierza zredukować etaty, a 74 proc. nie planuje zmian personalnych.

cd. na str. 14

cd. ze str. 13

Kogo znajdzie najszybciej pracodawca?

Na pewno ludzi do prac administracyjnych, fizycznych, i tych wszystkich, którzy nie mają bezpośredniego wpływu na zwiększenie biznesu. Natomiast, na rynku pracy obserwuje się też nadpodaż osób z doświadczeniem i kompetencjami odpowiadającymi stanowiskom dyrektorskim. Wiele z tych osób pozostaje bez pracy już kilka miesięcy. Zjawisko to jest związane z coraz liczniejszymi redukcjami w firmach, które szukając oszczędności, zwalniają osoby najlepiej wynagradzane, zastępując je o połowę tańszymi (i często młod-

szymi) pracownikami. Niestety, tacy managerowie słabą radzą sobie na rynku pracy i nie wykorzystują szansy na założenie własnej działalności i spróbowanie swoich sił we własnym biznesie. A szkoda, bo wieloletnie doświadczenie, wyważenie i znajomość rynku mogłyby przyczynić się do faktycznego rozwoju branży. Tymczasem, nowe firmy są często domeną młodych i ambitnych pracowników korporacji, co oczywiście jest godne podziwu, bo odchodzą oni z własnymi pomysłami (i klientami) zakładając własne przedsiębiorstwa spedycyjne czy transportowe. Tyle że, brak doświadczenia i konkurowanie ceną, co często się zdarza przy tego typu przedsięwzięciach, doprowadzają do psucia branży, psucia rynku

i w efekcie zniechęcania też klientów, nie wspominając już o specjalistach, których można by pozyskać z innych branż do logistyki.

No cóż, można powiedzieć „takie czasy” i niemalże ten problem dotyka każdą z firm. Na pewno w najbliższym czasie, nie ma co spodziewać się polepszenia tej sytuacji, bo tzw. talentów i osób o odpowiednich kompetencjach jest coraz trudniej znaleźć i to nie tylko w usługach TSL. Ciekawi tylko, jak sytuacja ta wpłynie na sam rynek, na kwestie postrzegania branży TSL przez klientów i zmiany w relacjach pracodawca – pracownik.

Opr. Anna Galewska

Karolina Cisoń konsultant – kierownik projektu (sektor TSL) HRM partners

Jakie były wynagrodzenia w branży TSL w 2013 roku?

Z najnowszej Rynkowej Analizy Wynagrodzeń dla sektora TSL firmy HRM partners* wynika, że w 2013 roku średnie wynagrodzenie całkowite w sektorze wzrosło o 2,6 proc. z poziomu 4262 złotych w 2012 roku do poziomu 4374 złotych brutto. Zbliżony wzrost przeciętnego wynagrodzenia brutto (2,5 proc.) w sektorze transportu i gospodarki magazynowej wynika również z danych za I kwartał 2012 i 2013 roku prezentowanych przez GUS (z poziomu 3345 do 3429 złotych brutto).

HRM partners podaje, że średnie wynagrodzenie na stanowiskach specjalistycznych (5447 złotych) jest prawie dwukrotnie wyższe niż na stanowiskach operacyjnych (3025 złotych), zaś na stanowiskach menedżerskich – trzykrotnie (9357 złotych). Jedynie w przypadku stanowisk menedżerskich średnie wynagro-

dzenie całkowite wzrosło w porównaniu do wyników ubiegłorocznej edycji, w pozostałych przypadkach są one nieznacznie niższe.

Z analizy zmian stawek w poszczególnych grupach stanowisk w firmach z branży TSL wynika, że osoby zatrudnione na stanowiskach menedżerskich oraz specjalistycznych otrzymały około 4 proc. podwyżki, w przypadku stanowisk – niewiele ponad 3 proc. Średnio największe podwyżki wśród specjalistycznych stanowisk branżowych miały miejsce w przypadku pracowników działu spedycji.

Jak kształtowały się wynagrodzenia w różnych regionach Polski?

Raport płacowy HRM partners pokazuje, że zróżnicowanie wynagrodzeń w poszczególnych województwach jest duże. Osoby zatrudnione

na stanowiskach menedżerskich nadal najlepiej zarabiają w województwie mazowieckim. W przypadku stanowisk specjalistycznych, najniższe przeciętne wynagrodzenie całkowite występuje w województwie lubelskim, jest aż o 28 proc. niższe niż przeciętne wynagrodzenie w tej grupie stanowisk w Polsce. Pracownicy zatrudnieni na stanowiskach operacyjnych mogą liczyć przeciętnie na najwyższe wynagrodzenia w województwach mazowieckim, pomorskim i dolnośląskim, zaś na najmniejsze – w województwie podlaskim i świętokrzyskim.

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. Pułtuską 12/14 lok. 2, 04-331 Warszawa

	Średnia zmiana stawki zasadniczej
Stanowiska menedżerskie	4,15 proc.
Stanowiska specjalistyczne	4,00 proc.
Stanowiska operacyjne	3,17 proc.

* W Rynkowej Analizie Wynagrodzeń firmy HRM partners dla sektora TSL w 2013 roku wzięło udział 26 firm, łącznie ponad 27 tysięcy pracowników. Raporty płacowe przedstawiają precyzyjne dane o wynagrodzeniach na stanowiskach występujących w branży.