



**Poznajmy
Polskie Firmy TSL**



Pracuj w logistyce PDF



PRZEGLĄD TYGODNIOWY AKTUALNOŚCI INFORMACJE WYDARZENIA piątek 13 października 2013 **Nr 14 (52)**



**Rozmowa
z Andrzejem Szymańskim
dyrektorem
zarządzającym
Dartom Sp. z o.o.**



**Poznajmy
Polskie Firmy
TSL**

**Dartom niedawno obchodził
20-lecie istnienia, z jakiego puła-
pu wyszedł i jaki potencjał osiągnął?**

– Początki firmy, były typowe, jak sądzę dla większości firm w Polsce. Dwóch wspólników kupiło jedną ciężarówkę i założyli spółkę w 1990 r. Po kilku latach zakupili kolejne pojazdy i tak krok po kroku, doszło aż do ponad 170 własnych pojazdów i 160 kontraktowych na chwilę obecną. Na początku był to wyłącznie transport chłodniczy oraz transport międzynarodowy, a z czasem serwis rozwinął się do przewozu różnych grup towarowych, w tym na plandekach i kontenerach. Specjalizujemy się w transporcie całopojazdowym i realizujemy dedykowane połączenia drobnicowe. Od 6 lat firma rozwija usługi krajowe. Obecnie krajówka, zarówno transport jak i spedycja, jest głównym obszarem rozwoju działalności Dartom.

cd. na str. 3



**Rozmowa z Markiem Eronem
prezesem zarządu
ERONTRANS Sp. z o.o.**

Historia firmy zaczęła się od roku...

– 1989. Udziałowcami, wówczas spółki cywilnej, był mój ojciec, ja i mój brat. Oczywiście szefem i całym „motorem” firmy był mój ojciec i tak było przez długie lata. Zaczynaliśmy od jednego ciągnika siodłowego bez naczepy. W roku 1991 byliśmy już jednym z podwykonawców dużej firmy spedycyjnej i równolegle zaczęliśmy oferować nasze usługi bezpośrednio klientom. Wtedy też podpisaliśmy pierwszy kontrakt, o czym przeważał zakup telex-u komputerowego, który na ówczesne czasy dawał ogromną przewagę nad konkurencją, gdyż umożliwiał szybką komunikację z zagranicą, a więc dostęp do rynku, do spedytatorów, do klientów i ładunków. Oczywiście pomogła nam w rozwoju znajomość języków obcych, niemieckiego i angielskiego. W 1993 r. dysponowaliśmy już flotą 8 pojazdów oraz grupą stałych podwykonawców w liczbie 16 i w miarę rozwiniętym działem spedycji. W tym czasie zaczęliśmy realizować pierwsze przewozy na Wschód m.in. dla Bartimpexu. W 1994 roku dysponowaliśmy już flotą 36 ciągników, i co najmniej dwukrotną liczbą podwykonawców. W roku 1998, rozwinęliśmy tabor oraz uruchomiliśmy obsługę klientów na kierunkach skandynawskich. W tym też czasie dobraliśmy partnerów i zaczęliśmy wchodzić w aliance partnerskie, dzięki czemu dzisiaj nasza sieć transportowa praktycznie pokrywa wszystkie trasy w Europie.

cd. na str. 7

W NUMERZE:

Rozmowa z Andrzejem Szymańskim dyrektorem zarządzającym Dartom Sp. z o.o.	str. 3
Planowanie przez klikanie – narzędzia online do zarządzania flotą	str. 5
Nowa gama Renault Trucks w świetle reflektorów!	str. 6
Rozmowa z Markiem Eronem prezesem zarządu ERONTRANS Sp. z o.o.	str. 7

Teleroute oferuje nowe rozwiązania i nowe możliwości dla firm TSL – sprawdź jak to działa!	str. 8
Rozmowa z Katarzyną Gutowską-Witek Supply Chain&Purchasing Manager Albéa	str. 10
Kobiety w Logistyce – Rozmowa z Agnieszką Błaszczuk-Dąbrowską Dyrektor Marketingu i Sprzedaży, DHL Global Forwarding Polska ...	str. 12
Pracownik do wynajęcia od zaraz	str. 13
Jak rozliczać faktoring?	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.



Stawiamy na zaawansowane systemy informatyczne i transport krajowy



Rozmowa z **Andrzejem Szymańskim** dyrektorem zarządzającym Dartom Sp. z o.o.

Wszyscy stawiają na trasy zagraniczne, a Dartom na krajówkę, czemu?

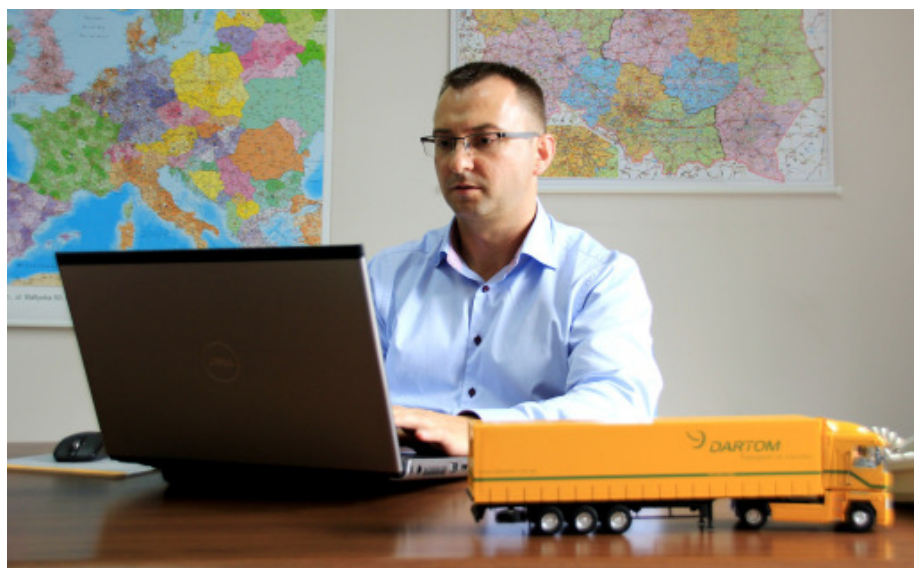
– W kraju jest zapotrzebowanie na wysokiej jakości usługi transportowe, co oznacza zagwarantowanie pewnych ilości mocy przerobowych, elastyczność, punktualność i profesjonalną obsługę. W transporcie międzynarodowym poziom obsługi był zawsze wyższy. W związku z tym, że Dartom, przez kilkanaście lat rozwijał głównie transport międzynarodowy, to zarząd firmy postanowił wypracowany standard przenieść na poziom krajowy, co spotkało się z bardzo dobrym odbiorem ze strony klienta.

Na jakie grupy klientów stawiacie?

– Nie mamy specjalizacji. Współpracujemy z tymi klientami, którzy poszukują dobrej jakości usług, niekoniecznie najtańszych.

A jak z płynnością finansową i płatnościami? Gdzie jest lepiej, na krajówce czy międzynarodówce?

– Średni termin płatności w przewozach krajowych jest krótszy niż w transporcie międzynarodowym, ale ściągłość należności jest gorsza. W transporcie międzynarodowym terminy płatności są nieco



wydłużone, ale za to terminowe. Tutaj trzeba dobrze dobrać partnerów, zwłaszcza firmy spedycyjne, wśród których w Polsce działa wiele tzw. spedycji kanałowych, ale z tymi staramy się nie współpracować. Stawiamy na bezpośrednią współpracę z klientem i to najlepszy sposób na zarządzanie płynnością finansową.

Czy zdaniem Pana rynek usług spedycyjnych powinien być lepiej uregulowany, np. ustawowo?

– Działamy na wolnym rynku, jedne firmy znikają, a drugie się pojawiają na ich miejsce i to jest niebezpieczne, ale czy to się da uregulować, wątpię. Być może przydałaby się jakaś regulacja prawna, ale chyba trudno wymyślić dobrą ustawę. Na



DARTOM w liczbach

Założycielami spółki Dartom byli Dariusz Szumacher i Tomasz Bielecki, firma powstała w roku 1990. Siedziba firmy znajduje się w Grodzisku Mazowieckim. Dartom posiada 5 oddziałów w: Grodzisku Maz. (siedziba główna), Gdańsk, Poznań, Wrocław i Chorzów. Flota pojazdów własnych liczy 170, w 95 proc. są to ciągniki Renault. Firma korzysta z rozwiązań i systemów Transics, Marcos, a także z kart paliwowych. Jest obecna na giełdach ładunków: Trans, Timocom i Teleroute.



www.dartom.com.pl

pewno dobrze się stało, że dostosowano polskie przepisy do wymogów UE, ograniczono dostęp do zawodu przewoźnika, zaostrożono prawo, co w żaden sposób nie wpływa na działalność rzetelnych firm, a jedynie utrudnia dostęp do rynku tym nieuczciwym. Myślę, że to w zupełności wystarczy.

cd. na str. 4

cd. ze str. 3

Jakie jest zaufanie klientów do polskich firm transportowych?

– Jak dotąd nie spotkałem się z ograniczonym zaufaniem, zwłaszcza że, tak jak już wspominałem świadczymy usługi na bardzo wysokim poziomie. Postawiliśmy na rozwój taboru i systemów informatycznych. Właśnie wdrożyliśmy rozwiązanie, dzięki któremu możemy zaliczać się do czołówki europejskiej. Jest to zintegrowany system TMS + telemetria do planowania i kontroli pojazdów. Wszystkie operacje dotyczące obsługi zlecenia transportowego dokonujemy automatycznie. Zlecenie jest obsługiwane przez system praktycznie bez udziału spedytora. Po wprowadzeniu go do systemu jest wysyłane do kierowcy łącznie z wyzna-



DARTOM jako pracodawca

Pracuję w firmie Dartom od 6-ciu lat, dlatego mogę już wydać obiektywną opinię na temat pracy w tej firmie. Dartom jest firmą rodzinną. Atmosfera panująca w każdym dziale jest bardzo dobra, nieważne czy jest to dział spedycji, faktur, czy dział techniczny. Kadra kierownicza utrzymuje bardzo dobre relacje z pracownikami, jednocześnie wyznacza sztywne zasady pracy, które stosujemy, aby utrzymać wysoką jakość świadczonych usług oraz szybki rozwój firmy. Mam wrażenie, że Zarząd firmy Dartom działa zgodnie z mottem Richard'a Branson'a: „The way you treat your employees is the way they will treat your customers”. Od początku mojej kariery w firmie zauważyłem, że Dartom stawia na inwestycje w rozwój pracowników, na nowe rozwiązania oraz wysoką jakość świadczonych usług. Wszelkiego rodzaju szkolenia, złożony system motywacyjny oraz możliwość rozwoju sprawiają, że pracownicy są bardzo związani z firmą. Takie inwestycje szybko się zwracają i przynoszą obopólne korzyści. Pracownik będący na stanowisku Spedytora ma dużą swobodę podczas wykonywania swoich obowiązków. Doświadczeni Spedytorzy na podstawie opracowanych procedur są odpowiedzialni za kontakt z Klientem, podejmują decyzję dotyczące planowania, doboru firm zewnętrznych, rozwiązywania trudnych problemów oraz wiele innych. Oczywiście każdy pracownik ma wsparcie w swoim przełożonym, który zawsze służy pomocą i ogromnym doświadczeniem – mówi jeden z pracowników Dartom, pragnący zachować anonimowość.

cenieniem trasy i godzin załadunku oraz krytycznymi punktami kontroli, gdzie pojazd musi się znaleźć o danej porze, aby dostawa była zrealizowana na czas. Jeśli pojawia się jakiś problem, dyspozytor oraz klient otrzymują informację, dzięki czemu można szybko reagować i np. zmienić trasę, albo czas rozładunku.

Na ile, taki system obniża koszty transportu?

– Sądzymy, że nawet o kilka procent, gdyż system pozwala na analizę czasu i kosztów pracy, dzięki czemu możemy sprawdzić, w jakich obszarach jest źle wykorzystany ten czas. Badamy też ekonomiczność jazdy kierowców. Analizujemy te dane i jeśli jest potrzeba, wdrażamy szkolenia, aby kierowcy osiągnęli jak najlepsze rezultaty. To jest chyba, obecnie najnowocześniejszy system do zarządzania transportem. Oprócz tego inwestujemy w tabor, regularnie wymieniamy ciągniki, ale nie zwiększamy już ich liczby. W naszej flocie najstarsze



pojazdy mają 3 lata i spełniają normę Euro5.

A co z pozostałymi kadrami, na ile ważny jest ich rozwój?

– Kadry w usługach są najważniejsze, bo klient wyrabia sobie opinię na temat firmy przez kontakt z jej pracownikami. Obecnie zatrudniamy ok. 230 osób. Tutaj mogę się pochwalić, że pracownicy są bardzo związani z firmą, o czym świadczy chociażby minimalna rotacja. Wielu pracowników wykształciliśmy własnymi siłami. Poza kompetencjami zawsze szukamy odpowiednich osobowości. Stale też zwiększamy zatrudnienie. W tym roku zaplanowaliśmy otwarcie trzech biur, w zachodniopomorskim, podlaskim i podkarpackim, w których zatrudnimy nowych ludzi.

A jak Pan ocenia rynek, jeśli chodzi o konkurowanie o klienta?

– Raczej walka o klienta jest zaostrzona i kto tańszy ten wygrywa. Polak wyniszcza Polaka. Patrząc chociażby na naszych sąsiadów np. na rynku węgierskim, czy czeskim, takiej sytuacji już nie ma. Jeśli cena w ofercie jest zaniżona, to Czech, czy Węgier odrzuci taką ofertę. W Polsce musielibyśmy zmienić mentalność ludzi. Szkoda też, że opinia o polskim transporcie jest lepsza w krajach zachodnich, niż nasza własna o nas samych. Dopóki nie dotrze do ludzi, że warto zapłacić parę groszy więcej i mieć pewność jakości usługi, to nic się nie zmieni. Dużą rolę w psuciu rynku odgrywają właśnie te kanapowe spedycje, które za wszelką cenę pozyskują klienta, a potem przewoźnika. Ale tutaj wina leży tylko po stronie przewoźników, bo godzą się na takie warunki.

Dziękuję za rozmowę.

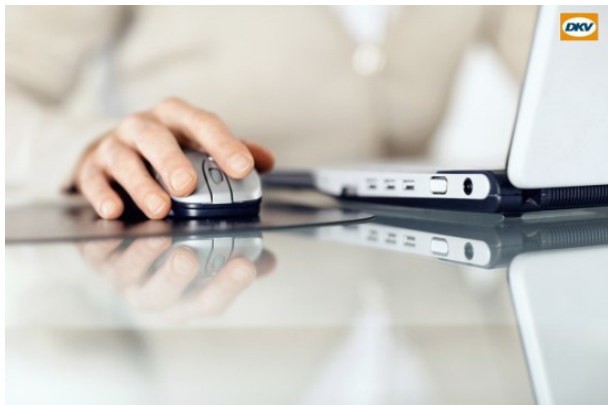
Beata Trochymiak

Planowanie przez klikanie

– narzędzia online do zarządzania flotą

Zlecenie przyjęte. Pora na wybór jednego z trzech wariantów dojazdu do celu. Rzecz jasna z uwzględnieniem pełnej kalkulacji myta za przejazd preferowanym odcinkiem. Jeszcze tylko szybki rzut oka na ostatnie zestawienie transakcji poniesionych w trasie oraz aktualną listę najtańszych stacji i można już zamykać przeglądarkę internetową. Dziś narzędzia online to podstawa zarządzania flotą i musi to wiedzieć każda firma transportowa.

Trudno uwierzyć, że jeszcze kilka lat temu internet w firmach transportowych służył tylko



do wymiany maili. Dziś narzędzia online to podstawa zarządzania flotą i służą do śledzenia pojazdów, monitoringu transakcji czy kalkulacji kosztów transportu. Ich podstawową zaletą jest fakt, że są dostępne o dowolnej porze, z dowolnego komputera. Tym tropem poszli także operatorzy kart paliwowych, którzy oferują pokaźny pakiet usług online. Są one najczęściej bezpłatne, a ich celem jest ułatwienie planowania i kontroli kosztów generowanych przez kierowców. Narzędzia udostępniane przez nich w sieci możemy podzielić na kilka kategorii. Pierwszą grupę stanowią różnego typu kalkulatory i zestawienia (np. cen paliwa czy łącznych opłat drogowych na danej trasie), drugą – wielofunkcyjne nawigatory mapowe i usługi śledzenia pojazdów, trzecią – serwisy zapewniające bieżący dostęp do transakcji dokonywanych przez kierowców. Boom na rynku aplikacji online dla transportu jest efektem zmiany jakościowej w zarządach firm przewozowych. Zdaniem Tomasza Majchrowicza z firmy DKV Euro Service, firmy

transportowe kierowane dziś są przez zupełnie nową generację ludzi. Są młodzi, dynamiczni i świadomi możliwości, jakie niosą ze sobą nowoczesne technologie. Oczekują nowatorskich metod zarządzania flotą. Na porządku dziennym są pytania typu: czy można dokonać płatności przez smartfon albo jakie aplikacje mobilne dla kierowców zostaną uruchomione.

Do 10 proc. mniej za paliwo

Ważną korzyścią usług online jest ograniczenie wydatków na tankowania. W firmach zajmujących się transportem niemal połowę wszystkich kosztów stanowi paliwo. Narzędzia dostępne poprzez internet umożliwiają planowanie tras na podstawie rozmieszczenia najtańszych stacji. Rozwiązanie takie pozwala oszczędzić na paliwie do 10 proc. Służą temu takie serwisy, jak np. „DKV Station Finder”, który pozwala analizować sytuację na ponad 3,4 tys. stacjach różnych marek w Polsce i ponad 54 tys. stacji w całej Europie.

Nowa era opłat drogowych

Wkracamy w epokę, w której opłaty drogowe i wszelkie inne należności w trasie naliczane są elektronicznie. Kolejne kraje, w tym Polska, decydują się na zastąpienie winiet systemami korzystającymi z technologii satelitarnej lub mikrofal. A to oznacza także łatwiejsze planowanie i monitorowanie kosztów myta na terenie Europy. Prym w kalkulacji opłat drogowych wiodą operatorzy kart paliwowych. A to dlatego, że jako jedyni integrują rozliczanie i fakturowanie tego typu należności. Za integracją danych idą bardzo praktyczne narzędzia online. Z jednej strony informują przewoźnika o wszelkich nowościach, jak np. niedawny wzrost kosztów myta we Włoszech o 2,91 proc., czy okresowe zamknięcia tuneli we Francji. Z drugiej, pozwalają w każdym momencie sprawdzić dokładną wysokość opłat w każdym kra-

ju i w każdym systemie. Nowatorskie rozwiązanie w tym zakresie uruchomił niedawno operator kart paliwowych DKV. Udostępnił on internetowe narzędzie, które pozwala ustalić przebieg, łączny koszt opłat drogowych oraz przewidywane czasy trwania jazdy dla 3 różnych tras z punktu A do punktu B. Kalkulator uwzględnia całą Europę oraz bierze pod uwagę wszelkie parametry pojazdu, jak np. DMC, liczbę osi czy klasę emisji zanieczyszczeń.

Usługi lokalizacji

Ciekawe zapowiada się nowa usługa śledzenia pozycji pojazdu, która zadebiutuje przy okazji wprowadzenia w styczniu 2014 r. przez Francję nowej opłaty drogowej o nazwie Eco-tax. Aby móc ją rozliczać, konieczne będzie zamontowanie w pojeździe specjalnego urządzenia pokładowego wyposażonego w moduł GPS. Oprócz naliczenia samej opłaty za przejazd wybranym odcinkiem, urządzenie pozwoli również na precyzyjne ustalenie pozycji pojazdu. Wykorzystując ten fakt operatorzy będą mogli zaproponować specjalne usługi polegające na śledzeniu, co istotne w czasie rzeczywistym, wszystkich pojazdów wyposażonych w urządzenia pokładowe do naliczania Eco-tax. Dostępność tego typu usługi o zasięgu europejskim zapowiedział już m.in. operator kart DKV. Mowa tu o usłudze geolokalizacji dedykowanej głównie do małych i średnich flot. Ich właściciele unikali do tej pory wysokich kosztów jakie wiązały się z zakupem zaawansowanych narzędzi do śledzenia pojazdów. Tego typu usługi pozwolą na precyzyjne śle-

transakcje		DKV eReporting		DKV	
dane klienta					
numer klienta:	327735				
klient:	Firma Transportowa X ul. Spedycyjna 120 02-570 Warszawa				
liczba kart serwisowych:	150				
nr. rej.	Opłaty drogowe	Paliwo	Mytina	Akcesoria	Kraj serwisowy
WN3499	120 €	130,61 €	5,50 €	12,40 €	DE
	80 €	80,02 €	-	-	AT
	100 €	110,3 €	-	10,80 €	HU

dzenie pojazdów poprzez specjalny serwis internetowy, z dowolnego miejsca i o każdej porze.

(opr. DKV)

Nowa gama Renault Trucks w świetle reflektorów!

W drugiej połowie września br. w Warszawie odbyła się polska premiera nowej gamy Renault Trucks, w której udział wzięło blisko 1200 osób. Premierę tę wyróżniał fakt, że zaprezentowano pełną całkowicie odnowioną gamę pojazdów francuskiego producenta, co w świecie motoryzacyjnym zdarza się niezwykle rzadko.

Zgromadzonych gości powitał Tom Jörning (prawe górne zdjęcie) Dyrektor Zarządzający Rynku Europy Centralno-Wschodniej w Volvo Group Trucks oraz Bruno Blin, Prezydent Renault Trucks. Część artystyczną poprowadzili Tomasz Kammel i Marek Sierocki. Goście mieli okazję obejrzeć m.in. występ akrobatów, tancerzy, muzyków oraz efektowny pokaz gry świateł. Zwieńczeniem wieczoru było odsłonięcie

pojazdów i koncert grupy Bajm. Zaprezentowane pojazdy ciężarowe, charakteryzuje nowoczesna stylistyka nadwozia oraz innowacyjne rozwiązania techniczne. Wszystkie zostały wyposażone w silniki spełniające normę Euro 6 i względem poprzedniej gamy, zużywają 5 proc. paliwa mniej. Oprócz tego, zmienione zostało nazewnictwo w poszczególnych segmentach pojazdów: Gama T – pojazdy dalekobieżne, Gama D – pojazdy dystrybucyjne, Gama C – pojazdy budowlane, Gama K – pojazdy budowlane ciężkie.

Nowe nazwy nawiązują do oznaczeń pojazdów marki Berliet z lat 50-tych. Prace nad nową gamą Renault Trucks trwały ponad 7 lat, a zaangażowanych w nie było ok. 5 tys. osób. Szczegóły dot. poszczególnych pojazdów znajdują Państwo na stronie www.renault-trucks.pl



Chcemy być uczestnikiem globalnych sieci, układów partnerskich i aliansów



Poznajmy
Polskie Firmy
TSL

Rozmowa z **Markiem Eronem** prezesem zarządu ERONTRANS Sp. z o.o.



Erontrans jest jedną z największych polskich spółek spedycyjno-transportowych, kiedy stanie się firmą globalną?

– W naszych planach rozwoju nie mamy takiego celu. Natomiast chcemy być uczest-

nikiem globalnych sieci, układów partnerskich oraz aliansów, które umożliwią swobodę działalności we wszystkich obszarach usług, które świadczymy i na różnych szerokościach geograficznych.

Czy polskiej firmie, trudno jest wejść w globalne aliansy, jakie warunki musi spełnić?

– Tak, coraz trudniej. Przyznam, że kiedyś było to łatwiejsze. Obecnie rynek jest już mocno ukształtowany, wiele sieci ma już stałych partnerów i trudno jest do nich dołączyć. Trzeba wykazać się wysoką jakością usług, a do tego dysponować odpowiednim potencjałem kadrowym i narzędziami. Konieczne też jest wsparcie informatyczne, również na bardzo wysokim poziomie. Obecnie jesteśmy na etapie wymiany naszego systemu informatycznego i wkładamy dużo wysiłku, aby dotrzymać kroku naszym partnerom w aliansach.

Jest Pan inicjatorem powołania jednej z polskich grup partnerskich – Polskiego Systemu Dystrybucji, trudno było utworzyć ten alians?

– Nie było łatwo, a pierwsze podejście skończyło się fiaskiem. Jednakże, po kilku latach

starń udało się stworzyć grupę partnerską, której celem jest obsługa ładunków drobnicowych i tworzenie linii drobnicowych na terenie kraju i Europy. Idea PSD sprawdziła się i działa z powodzeniem już od kilku lat. Natomiast polski rynek chyba nie dojrzał jeszcze do tego, aby tworzyć tego typu sieci. Nie wiem, może to wynika z naszej polskiej mentalności i oporu do działania w grupie. Trudno skupić kilka firm konkurujących ze sobą w jednej spółce, ale jest to możliwe, czego przykładem jest PSD.

Jaka jest strategia rozwoju firmy Erontrans na najbliższe lata?

– Rozwój usług transportowych, spedycyjnych oraz intermodalnych w zakresie krajowym jak i globalnym. Mam tu na myśli rynki Dalekiego Wschodu, Ameryki Południowej, gdzie chcemy być obecni właśnie poprzez sieci partnerskie. W najbliższym czasie zamierzamy rozszerzyć transport drobnicy drogą morską, a także spedycję lotniczą w imporcie oraz eksporcie. Dzięki naszym partnerom jesteśmy obecni już na głównych lotniskach Europy, jak Frankfurt, czy Wiedeń. Poszukujemy też nowych nisz, które możemy zagospodarować, gdzie konkurencja jest słabsza a poziom kapitałochłonności wyższy.

Wspomniał Pan o rozwoju przewozów intermodalnych, czy upatrujecie przyszłości w tym obszarze usług?

– To już nie jest przyszłość, ale teraźniejszość. Tę szansę wykorzystaliśmy stawiając pierwszy terminal intermodalny w Radomsku w roku 2011, skąd uruchomiliśmy pierwsze regularne

połączenia kolejowe. Obecnie realizujemy 10 takich połączeń tygodniowo, na trasach – Gdynia Radomsko, Gdańsk Radomsko, Gdynia Kobylnica, Gdańsk Kobylnica, Gdynia Kalisz. Niestety rozwój intermodalu w Polsce jest ograniczony wieloma czynnikami, głównie infrastrukturalnymi.

A jak Pan ocenia świadomość klientów na temat intermodalu?

– Klienci są zainteresowani tego typu usługami, ale na razie płacić za to nie chcą. Konku-



rencją nadal jest transport samochodowy, w którym zresztą, w dużej mierze sami uczestniczymy. Z drugiej strony, mając tak szeroki wachlarz usług jesteśmy bardziej elastyczni w obsłudze klienta, dzięki czemu w oparciu o własny serwis możemy oferować najbardziej optymalne rozwiązania transportowe.

Czy w związku z tak dużym rozwojem różnych obszarów usług, zamierzacie zmienić wizerunek firmy z transportowej na...

– Nie, raczej pozostaniemy firmą transportową, ale chcemy bardziej podkreślić inny charakter naszego serwisu, w tym oczywiście transport intermodalny.

W oparciu o jaki model i wartości działa firma Erontrans?

– Wdrażając certyfikację ISO nie tylko uzyskaliśmy dokument, ale przebudowaliśmy całą strukturę organizacji. Wszystkie elementy tej certyfikacji wdrożyliśmy i stosujemy na co dzień,

ERONTRANS w liczbach

Firma została założona w roku 1989. Główna siedziba firmy znajduje się w Pruszczu Gdańskim. Filie w kraju to: Gdynia, Gdańsk, Kielce, Bielsko Biała, Wrocław, Rzepin Bydgoszcz, Kalisz. Obecnie flota pojazdów własnych liczy kilkadziesiąt ciągników z naczepami, Erontrans obecnie zatrudnia około 470 pracowników, w tym 180 kierowców. Firma posiada o certyfikaty: ISO 9001, 140, 1901.



www.erontrans.pl

cd. na str. 8

cd. ze str. 7

dzięki czemu mamy dobrze uporządkowaną strukturę. Wykonując usługi kierujemy się zasadą „wszystko jest możliwe” i staramy się nadszyc za naszymi klientami, czerpiąc wzorce również z modeli ich organizacji. Nie mieliśmy „starszego barta”, jak wiele spółek z kapitałem zagranicznym, które weszły na polski rynek z rozwiniętą już kulturą organizacji, tylko zbu-

dowaliśmy wszystko od zera i na bazie własnych doświadczeń. Proces kształtowania modelu organizacyjnego jest procesem ciągłym.

Czy Erontrans nadal jest firmą rodzinną?

– Tak, strukturę właścicielską tworzą nadal wyłącznie członkowie rodziny Eron.

A co z najmłodszym pokoleniem, czy dołącza do firmy i jak postrzega ten biznes?

– Moja najstarsza córka pracuje już w dziale spedycji morskiej. Czasami żałuję, że ją w ten zawód wciągnęłam, bo nie jest to łatwy biznes, obarczony dużym stresem i trzeba trochę włożyć zaangażowania oraz poświęcić sporo swojego wolnego czasu, aby osiągnąć sukces.

Dziękuję za rozmowę,

Beata Trochymiak

Teleroute® oferuje nowe rozwiązania i nowe możliwości dla firm TSL – sprawdź jak to działa!

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,



Wolters Kluwer
Transport Services

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:

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.

Planowanie i optymalizacja 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 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 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 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 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 za pośrednictwem twittera:
[www.twitter.com/WK_TS](https://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



W produkcji opakowań punktem krytycznym jest zawsze termin dostawy

Rozmowa z Katarzyną Gutowską-Witek Supply Chain&Purchasing Manager Albéa

Co jest specyfiką łańcucha dostaw w produkcji opakowań?

– Opakowania wychodzące z naszej fabryki nie są towarami masowymi. Produkujemy je pod konkretne zamówienia z logotypem i nadrukiem klienta i nie utrzymujemy stock'ów, chociaż z częścią klientów mamy podpisane umowy na magazynowanie. Opakowania są produktem raczej tanim i przestrzennym, stąd koszty logistyki stanowią znaczny udział w całkowitych kosztach ich produkcji. W związku z tym dużą uwagę przywiązujemy do optymalizacji kosztów transportu i staramy się ustalać z klientami taki rodzaj palet, które możemy piętrować. W negocjacjach z dostawcami ważną rolę odgrywają warunki logistyczne – termin składania zamówień, termin potwierdzania, lead-time, składowanie, MOQ (minimum order quantity). Czasami klient zmienia prognozy i prosi o wyprodukowanie danej partii za 2 miesiące. W takim przypadku wolimy, żeby komponenty produkcyjne były składowane u dostawcy niż w naszym magazynie zewnętrznym.

Jakie są największe wyzwania w logistyce produktów Albéa?

– Wyzwaniem niezmiennie jest praca z klientami. Mamy dużych globalnych klientów, którzy oczekują od nas dostosowania się do ich potrzeb, czyli produkcji w jak najkrótszym czasie (lead-time) i w takich ilościach jakich potrzebują. Krytyczny jest termin dostawy. Klienci oczekują od nas dużej elastyczności, trzymania wolnych mocy, które możemy szybko uruchomić pod ich potrzeby. Jest to bardzo trudne, bo przeważnie kiedy rynek rośnie, to wszyscy klienci zwiększają swoje zamówienia. Większość projektów, które obecnie prowadzimy jest z nakierowaniem na skrócenie lead-time'ów i jak najlepsze dopasowanie się do wymagań klientów.

Co można zaliczyć do najważniejszych projektów, które realizuje dział Supply Chain w Albéa?

– Głównie skupiamy się nad lead-time'm dla klientów, tak aby dostarczyć klientowi towar w jak najkrótszym terminie. Jeśli klient wyma-

ga, aby wyprodukować i dostarczyć towar w 4 tygodnie, a nasz krytyczny komponent – nakrętka jest dostępny w 5 tygodni, to musimy tak dopracować cały proces rezerwacji na naszych liniach i na liniach naszych dostawców, żebyśmy mogli rzeczywiście zrealizować te potrzeby w tak krótkim okresie. Brzmi to może prosto, ale jest bardzo pracochłonne i wymaga wielu ustaleń. Rynek kosmetyczny bardzo się zmienia. Kiedyś żywotność produktów wynosiła nawet kilka lat, obecnie jest mnóstwo sezonowych produktów, np. krem specjalnie na Boże Narodzenie. Jest dużo produktów tzw. „life-limited”, które wchodzi na rynek w małych partiach i już się do nich nie powraca. Jednym z ważniejszych projektów jest standaryzacja kartonów w ramach całej grupy, co pozwala na lepsze zarządzanie transferami produktów pomiędzy fabrykami oraz dla klienta. Pracujemy również cały czas nad optymalizacją i stabilnością planowania. Komponenty muszą być u nas na czas. Nie może zdarzyć się sytuacja kiedy na przykład jest produkcja wyznaczona na pojutrze, a tu się okazuje, że nie mamy zakrętek. Pracujemy nad takim dopracowaniem procesów, które pozwala nam zachować pewność tego, co robimy.

W ramach planowania na szczeblu europejskim standaryzujemy wybór dostawców komponentów. Poszczególni dostawcy są wybierani przez kupców na poziomie europejskim. Taka standaryzacja pomaga nam też w ten sposób, że ewentualne nadwyżki surowców możemy przetransferować do naszych fabryk poza Polską. Jesteśmy w procesie „continuous improvement”, kiedy jeden obszar wydaje się być dopracowany, bierzemy się za drugi i te doskonalenie procesów jest ciągłe.

Na ile logistyka opakowań jest czynnikiem warunkującym przewagę konkurencyjną?

– Na globalnym rynku ceny opakowań są podobne u różnych producentów. Często nasi



klienci mówią, że wybierają producenta opakowań w oparciu o kryterium czasu – czyli jak szybko dostawca jest w stanie zareagować na zmianę potrzeb. Wydaje mi się, że w branży kosmetycznej łańcuch dostaw jest bardzo istotny i widzimy, że nasze projekty są głównie nakierowane na skracanie czasu dostaw i odchudzanie procesów.

Czy outsoursujecie jakieś procesy logistyczne?

– Transport i magazynowanie – zarówno po stronie zaopatrzenia, jak i dystrybucji. W Polsce mamy pełną decyzyjność i współpracujemy z jedną firmą transportową. Kupujemy komponenty w Europie i również nasi klienci są tu zlokalizowani, więc korzystamy wyłącznie z transportu drogowego. Realizujemy od 600 do 1000 zamówień miesięcznie, są to przesyłki od jednej do kilkudziesięciu palet. Nasz towar nie może być nigdzie przeładowywany z uwagi na ryzyko uszkodzenia i wchłonięcia „obcych” zapachów, musi być

cd. na str. 11

cd. ze str. 10

przewożony z neutralnymi towarami w schludnych warunkach.

Czy odczuliście Państwo kryzys?

– Nie. Pracujemy na pełnym obłożeniu, brakuje nam 8. dnia w tygodniu. Popyt na rynku dóbr szybko zbywalnych nie słabnie. Można nie kupić lepszego samochodu, ale trzeba umyć zęby i posmarować się kremem. Dzięki rozwojowi sieci supermarketów i drogerii konsumpcja kosmetyków horrendalnie wzrosła.

Kto może pracować w dziale Supply Chain Albéa?

– Najważniejsze są predyspozycje osobowości. Sięgamy po praktykantów i stażystów ze szkół wyższych, zatrudniamy osoby bez doświadczenia, na przykład w przypadku czasowych zastępstw. Po pierwszych dwóch, trzech miesiącach widać, czy ktoś się do tej pracy nadaje czy nie. Praca w logistyce wymaga z jednej strony bardzo szybkiej reakcji, a z drugiej dużej dokładności. Nie można się pomylić i zamówić czegoś za dużo lub za mało, w przypadku zmiany zamówień klienta trzeba szybko reagować z dostawcą, pilnować czasów

Grupa Albéa jest największym producentem tub na świecie, w Europie ma 5 fabryk, na świecie 46. Wytwarza opakowania głównie dla przemysłu kosmetycznego, niewielką część tub sprzedaje też dla branży chemicznej i spożywczej. Zakład w Polsce istnieje już 20 lat, powstał jako polska firma w 1994 r. Pierwsze inwestycje, na bazie których ruszyła produkcja opakowań, to zakup bardzo wysłużonych maszyn od Włochów. Dzięki sprzyjającej koniunkturze i dokapitalizowana firma z funduszu PHARE, zakład rozwijał się i produkcja z roku na rok dynamicznie rosła. W 1998 r. partner francuski przejął 51 proc. udziałów. Od 1999 roku zakład funkcjonuje w Łódzkiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej. Po zmianach własnościowych fabryka znalazła się w Grupie Albéa, która należy do amerykańskiego funduszu Sun Capital. Z fabryki zatrudniającej 15 osób produkującej ok. 5 milionów tub rocznie firma stała się nowoczesnym zakładem zatrudniającym 300 osób i wytwarzającym rocznie 200 mln sztuk opakowań. W dziale logistyki pracuje 12 osób. Zakład pracuje prawie cały rok, również w weekendy i święta linie produkcyjne działają 24h/dobę. Udział w rynku sprzedaży tub polietynowych sięga 50 proc. jeśli chodzi o sprzedaż do lokalnych polskich producentów, a zakład wytwarza ok. 80 proc. wszystkich tub produkowanych w Polsce. Wszyscy najważniejsi klienci firmy posiadają zakłady produkcyjne w Polsce tj. Oriflame, Beiersdorf, Avon, L'Oréal, Cuzzons, i wiele innych. Fabryka w Polsce może się poszczycić najlepszymi wskaźnikami wśród wszystkich fabryk europejskich – w obszarze jakości, logistyki, bezpieczeństwa i wydajności.

dostaw, przewidywać pewne rzeczy. Trzeba mieć cały czas oczy dookoła głowy i być wszechstronnym. Pewne osoby po prostu nie mają predyspozycji do takiej pracy, tu nie można pracować wolniej czy mniej dokładnie. Znaczenie ma także asertywność i umiejęt-

ność budowania relacji, tutaj trzeba pogodzić interesy produkcji z interesami klientów i dostawców.

Dziękuję za rozmowę,

Anna Galewska



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

O skutecznej **KOBIETY** W LOGISTYCE sprzedaży frachtu

Rozmawiamy z **Agnieszka Błaszczuk-Dąbrowską**
Dyrektor Marketingu i Sprzedaży, DHL Global Forwarding Polska

Polski Dział Sprzedaży otrzymał nagrodę jako Najlepszy Zespół Sprzedaży na świecie w DHL Global Forwarding za rok 2012, co złożyło się na ten sukces?

– Na pewno intensywna i pełna zaangażowania praca całego zespołu. Dodam, że nie jest to jedyna nagroda naszego teamu. Pierwszą otrzymaliśmy za rok 2011 na region EMEA (region ten obejmuje Europę, Środkowy Wschód oraz Afrykę), a dopiero w 2012 r. dostaliśmy drugą, o zasięgu globalnym – Sales Team of the Year Globally. Dział Sprzedaży w polskim oddziale DHL Global Forwarding został zbudowany właściwie od zera a proces zmian rozpoczął się w 2009 roku. Nasz sukces zawdzięczamy głównie liniowym managerom sprzedaży. To właśnie wybór odpowiednich, kompetentnych liderów w ramach poszczególnych zespołów w naszym dziale umożliwił zbudowanie prężnego teamu. Efektywne zarządzanie ludźmi, rodzinne relacje wewnątrz działu, a z drugiej strony wyznaczanie granic w tych relacjach w zakresie oczekiwań pracodawcy przyniosło i nadal przynosi oczekiwane rezultaty. Konsekwentnie utrzymujemy się w czołówce 5 najlepiej performujących krajów z regionu EMEA a wiadomo, że potencjał biznesowy mamy zdecydowanie inny jako Polska niż Niemcy, Francja czy Włochy.

Jaką zmianę w strukturach sprzedaży wprowadziła Pani w ciągu ostatnich lat?

– Przede wszystkim zmianę mentalności. Jako dyrektor Działu Sprzedaży zdecydowałam się nie wdrażać standardowych, sztywnych procesów postępowania, ale wybrałam dłuższą drogę, jaką jest praca nad mentalnością ludzi, ich podejściem do samej sprzedaży, do klienta i do usług, które oferujemy w branży. Zbudowaliśmy profesjonalny i zgrany zespół, w którym praktycznie nie ma rotacji a dopływ „świeżej krwi” wynika z rozwoju zawodowego i promowania obecnych członków zespołu. Ludzie chętnie angażują się w nowe inicjatywy i pomysły, co jest bardzo cenne dla rozwoju całej firmy oraz samej sprzedaży. Jednak tym, czym wyróżniamy się spośród innych firm logistycznych, jest fakt, iż zatrudniamy ludzi z pasją, najlepszych ekspertów na rynku, których wiedzę i umiejętności systematycznie

szkolimy i rozwijamy. Skupiamy się na budowaniu długotrwałych relacji z naszymi partnerami biznesowymi. Każdy klient ma dedykowanego opiekuna handlowego, w zależności od specyfiki jego biznesu, potrzeb, czy branży w jakiej pracuje. W strukturach działu posiadamy specjalistów do obsługi klientów międzynarodowych, lokalnych jak również dedykowanych do rozwoju konkretnych rynków międzynarodowych oraz dedykowany mniejszym klientom zespół sprzedaży telefonicznej.

A jakie zmiany zachodzą w dzisiejszej sprzedaży patrząc na rynek globalnie, czy nastąpiło jakieś przewartościowanie?

– W ciągu ostatnich lat mogliśmy zaobserwować wiele zmian, często diametralnych, rynek rozwija się coraz szybciej, jednak wyzwania, dla każdej branży, są takie same. Dzisiaj klient ceni sobie ponad wszystko zaufanie i profesjonalizm, bo te dwa czynniki wpływają na komfort pracy, a w efekcie sprawne zarządzanie kosztami. Żeby zbudować zaufanie trzeba mieć dobry zespół pracowników, dojrzałych biznesowo i zaangażowanych, z dużą wiedzą rynkową. Proszę zauważyć, że największe firmy z rynku oferują bardzo podobne usługi, na podobnym poziomie jakościowym. Dlatego to, że klient zdecyduje się na konkretną firmę musi wynikać z czegoś dodatkowego – z wartości dodanej, jaką jest między innymi zaufanie. Dzisiaj stabilność, merytoryka i partnerstwo w Działach Sprzedaży, to cechy które popłacają. Nie sztuką jest bowiem sprzedać ofertę i dostać zlecenie – taka forma sprzedaży jest krótkotrwała. Sztuką jest znaleźć odpowiednie rozwiązanie dla klienta, wykonać zadanie na odpowiednim poziomie zarówno jakościowym, jak i cenowym. Działy Sprzedaży muszą stawiać na rozwijanie procesów komunikacyjnych wewnątrz swoich organizacji. To jest chyba największa zmiana na rynku. Oznacza ona przemodelowanie funkcji działu sprzedaży, który ma nie tylko przynosić biznes, ale także dostarczać wiedzę o aktualnych potrzebach rynku oraz konkretnych



klientów. Firmy muszą słuchać swoich salesmanów, którzy obserwują i analizują reakcje rynku na zmiany, tak aby jak najtrafniej prognozować i dostosowywać ofertę usług do jego potrzeb.

Jakie ma Pani plany rozwoju zarówno co do swojego zespołu jak i swojej osoby?

– Przede wszystkim kontynuować i pogłębiać to, co dotychczas udało się zbudować w zespole, a także wprowadzać kolejne zmiany, które przyczynią się do naszego rozwoju. Już teraz przenosimy nasze najlepsze praktyki na inne rynki oraz oddziały DHL GF na świecie. To ciekawe, że dawniej uczyliśmy się od Francuzów, Holendrów, czy Niemców, a tym razem Polska jest źródłem dobrych praktyk powielanych na świecie przed wszystkim w zakresie zarządzania procesem sprzedaży, doboru pracowników i efektywnego zarządzania portfelem klientów. Jako DHL Global Forwarding dzielimy się z innymi krajami swoimi doświadczeniami i wdrożonymi usprawnieniami skupionymi nie tylko na sprzedaży i zwiększaniu wolumenu ale przede wszystkim na tym, żeby być rzetelnym partnerem i doradcą klienta. Z sukcesu jaki osiągnęliśmy cieszę się niezmiernie, tym bardziej że do działu sprzedaży przesłam z działu Human Resources, którym w DHL Global Forwarding zarządzałam od

cd. na str. 13

cd. ze str. 12

roku 2007. Nie ukrywam, że było to wielkie ale i pasjonujące wyzwanie. Uczyliśmy się wszystkiego od nowa zarówno od siebie nawzajem, jak i od rynku. Mój zespół jest dosyć młody, ale jak widać po otrzymanych wyróżnieniach, dzięki zaangażowaniu i pracy dość szybko znalazł się na podium w strukturach Deutsche Post DHL.

Co jest głównym kryterium, doboru pracowników do Pani zespołu?

– Podstawową zasadą, którą się kieruję to profesjonalizm czyli „nie rób czegoś, jeśli masz to zrobić miernie”. Mimo szeroko panującej opinii sprzedaż nie jest sztuką, tylko matematyką, rządzi się logicznymi zasadami. Szukam ludzi, którzy charakteryzują się lojalnością, szczerością i uczciwością, a przede wszystkim wysokim poziomem energii i zaangażowania we wszystko, co robią. Myślenie przyszłościowe, kwestionowanie rzeczywistości to klucz do ciągłego rozwoju własnego i organizacji. Potencjał rozwojowy kandydata/pracownika jest dla nas zawsze najważniejszy bo warunkuje jego przyszły sukces, a suma sukcesów moich ludzi to sukces działu i firmy. Każdego można nauczyć wszystkiego, jeżeli tylko ma on potencjał i determinację w dążeniu do celu.

Stanowisko Dyrektora ds. Marketingu i Sprzedaży pełni Pani od czwartego kwartału 2009, a więc nie tak długo. Była to jednak dosyć duża zmiana, po wieloletniej pracy w działach HR. Czy dzisiaj po tych kilku latach, czuje się już Pani jak prawdziwy handlowiec?

– Pytanie jaka jest definicja tego „prawdziwego”? Myślę, że każdy ma własną i każda branża również. W głębi duszy jednak zawsze będę HR-owcem i na swojej wiedzy HR-owej oparłam budowę zespołu i współpracę z klientem – ludzie w biznesie są najważniejsi. Wierzę w to co robię, podoba mi się ta zmiana i czerpię satysfakcję z tego jak rozwija się nasz zespół i organizacja. Znalazłam swoją ścieżkę rozwoju, bardzo cenię swój zespół jak również kulturę organizacyjną firmy. Metabolizm naszej firmy jest bardzo szybki ale zawsze można tu liczyć na wsparcie, pomocną dłoń współpracowników, którzy bardzo pomogli mi zwłaszcza na początku mojej przygody z Działem Sprzedaży. Oczywiście pierwsze spotkania z klientami, kiedy dopiero uczyłam się wszystkiego z moimi ludźmi, nie były łatwe. Musiałam szybko znaleźć sposób, jak przełamać przyzwyczajenia i barierę przejścia z działu HR do sprzedaży. Pomógł mi w tym wówczas nasz country manager Piotr Iwaniuk, który bardzo mnie wspierał. Dobry ale i wymagający mentor do podstaw. Pomyślałam,

że tak jak w HR-ze rekrutuje się kandydata, tak samo mogę rekrutować klienta. Proces jest podobny, zwłaszcza że szukamy wiarygodnych i lojalnych klientów. Takie podejście okazało się trafne oraz oryginalne ale przede wszystkim skuteczne. Trzeba jednak pamiętać, że w sprzedaży rekrutacja to proces bardziej dwustronny bo to jednak przede wszystkim klient rekrutuje usługodawcę.

Można powiedzieć, że w strukturach Polskiej DHL GF osiągnęła Pani praktycznie maksimum, jeśli spotkamy za rok, będzie to Polska, czy...?

– Trudno jest mi prognozować. W DHL Global Forwarding nie ma przestrzeni na rozmyślanie bo organizacja jest bardzo dynamiczna i wiele rzeczy po prostu się dzieje. Jednak na pewno, bez względu na to, gdzie firma czy też los mnie rzuci, sercem zawsze pozostanę w Polsce. Nie ukrywam też, że już zaczynam próbować czegoś więcej poza granicami kraju, w ramach nominacji do globalnego programu rozwoju sił sprzedaży DHL Deutsche Post – pierwsze szkolenia poza Polską przeprowadzę już w październiku tego roku w Czechach i w Rosji, co będzie dalej czas pokaże.

Dziękuję za rozmowę,

Beata Trochymiak

Pracownik do wynajęcia od zaraz

W ramach oszczędności w firmach coraz częściej praktykuje się „wynajmowanie” pracowników innym pracodawcom – jest to zjawisko tzw. leasingu pracowniczego. Na jakich zasadach ono funkcjonuje i jakie możliwości stwarza stronom stosunku pracy tłumaczy ekspert, Kamil Jabłoński, aplikant radcowski w TGC Corporate Lawyers.

Do nowego pracodawcy

Przed wszystkim, aby mogło dojść do „wynajęcia” pracownika, pracodawca musi uzyskać od niego pisemną zgodę na wykonywanie pracy w innej firmie. Porozumienie zawarte między pracodawcami powinno zawierać określenie okresu, na jaki podwładny zostanie „wypożyczony”. Należy w nim również zawrzeć rodzaj pracy, który pracownik ma wykonywać na rzecz innego pracodawcy oraz ewentualnie jego wynagrodzenie. Warto pamiętać o tym, że treścią takiego porozumienia jest wykonywanie pracy przez zatrudnionego, zatem do tego stosunku pracy zastosowanie znajdują również

przepisy Kodeksu pracy. Dotychczasowy stosunek pracy ulega zawieszeniu. Podwładny nawiązuje z nowym pracodawcą kolejny stosunek pracy, zatem powinna też zostać zawarta między nimi umowa o pracę. Może mieć ona charakter terminowy, co oznacza, że obowiązuje przez określony czas, który odpowiada długości udzielonego urlopu bezpłatnego. Innym rozwiązaniem jest umowa bezterminowa – w sytuacji, gdy urlop został udzielony na czas nieokreślony. Wątpliwości może budzić zawarcie umowy na czas wykonania określonej pracy, bowiem w takim przypadku trudno jest wyznaczyć jej końcową datę. Strony mają prawo autonomicznie ustalić jej treść, ta zaś może różnić się od poprzedniego zatrudnienia, a nawet być mniej korzystna dla pracownika. Należy pamiętać jedynie o generalnej zasadzie, zgodnie z którą nowa umowa o pracę nie może naruszać obowiązujących, minimalnych standardów prawa pracy. Na nowym pracodawcy ciąży obowiązek wynikający z Kodeksu pracy, jak choćby obowiązek skierowania pracownika

na badania lekarskie, wypłata wynagrodzenia, czy udzielenie urlopu wypoczynkowego za czas u niego przepracowany.

Urlop wliczony do stażu pracy

Odmienne niż ma to miejsce w przypadku zwykłego urlopu bezpłatnego, okres urlopu udzielonego w celu wykonywania pracy u innego pracodawcy wlicza się do stażu pracy „wypożyczanego”. Od okresu zatrudnienia zależą uprawnienia pracownicze u dotychczasowego pracodawcy.

WAŻNE! Instytucję tzw. „leasingu pracowniczego” określonego w Kodeksie pracy należy odróżnić od pracy tymczasowej wykonywanej na podstawie Ustawy z 9 lipca 2003 r. o zatrudnieniu pracowników tymczasowych. W takich przypadkach pracodawcą jest agencja pracy tymczasowej, która jedynie „deleguje” pracownika tymczasowego do pracy na rzecz pracodawcy-użytkownika. W przypadku leasingu pracowniczego opartego na przepisach Kodeksu pracy, dotychczasowy pracodawca wyjątkowo kieruje pracownika do innej firmy, która staje się nowym pracodawcą wobec zatrudnionego.

Jak rozliczać faktoring?

Jak pokazują dane Polskiego Związku Faktorów (PZF), w ostatnim roku wartość obrotów na rynku faktoringu wyniosła ponad 100 mln zł i w porównaniu do poprzedniego (tj. 2011) wzrosła o ponad 20 mln zł. Świadczy to o coraz większym zainteresowaniu tą formą finansowania działalności gospodarczej.

Podatki transakcyjne

Wedle ustawy o VAT, liczne rodzaje usług związanych z pośrednictwem finansowym korzystają ze zwolnienia z VAT. Zwolnienie ma zastosowanie również w przypadku, gdy dane usługi są właściwym i niezbędnym elementem innej, zwolnionej z VAT usługi a jednocześnie same stanowią odrębną całość. Zwolnienia te nie mają jednak zastosowania do czynności ściągania długów, w tym do faktoringu – zatem **podlegają one stawce podstawowej VAT, czyli obecnie 23 proc.**

Poprzednie podejście

Do 2011 roku przyjmowano, że opodatkowane przy usłudze faktoringu było przede wszystkim nabycie wierzytelności handlowej przez faktora od przedsiębiorcy (faktoranta). Podstawę opodatkowania stanowiła zatem różnica pomiędzy wartością nominalną wierzytelności a wartością, którą faktor zapłaci wierzycielowi pierwotnemu (faktorantowi). Jeżeli w związku z ich nabyciem w ramach umowy faktoringu wynagrodzenie (poza albo zamiast dyskonta) wypłacane było także w formie odsetek, przyjmowano, że nie stanowią one osobnej usługi pośrednictwa finansowego, która korzystałaby ze zwolnienia z VAT. Organy podatkowe podkreślały, że takie odsetki stanowiły element wynagrodzenia za usługi faktoringu i z tego powodu podlegają podatkowi VAT.

Tak jest obecnie

Podejście to uległo jednak zmianie po wyroku Trybunału Sprawiedliwości UE (TSUE) z końca 2011 roku w sprawie GFKL Financial Services AG C-93/10. TSUE uznał, że o ile ustalona przez strony umowy cesji cena sprzedaży wierzytelności jest niższa od jej wartości nominalnej i jednocześnie różnica między nimi,

odzwierciedla rzeczywistą ekonomiczną wartość wierzytelności w chwili sprzedaży, nie możemy mówić o odpłatnym świadczeniu usług. Jednak sprzedaż wierzytelności nabytej od pierwotnego wierzyciela (faktoranta), będzie już mogła stanowić, co do zasady, czynność podlegającą VAT. Odsetki (poza karnymi), czy też inne opłaty ustalone pomiędzy stronami jako wynagrodzenie za usługi faktoringu, nadal będą podlegały stawce 23 proc., ale już nie samo dyskonto. W konsekwencji powołanego wyroku



TSUE, cesja wierzytelności w wykonaniu umowy faktoringu może podlegać podatkowi od czynności cywilnoprawnych. Będzie tak, o ile zostanie ona dokonana w formie jednej z umów wymienionych w ustawie o PCC, np. umowy sprzedaży. W odmiennym wypadku, PCC nie będzie należne. Momentem powstania obowiązku podatkowego w VAT przy usługach faktoringu co do zasady jest wykonanie usługi, czyli zakup wierzytelności. Jednakże, jeżeli wynagrodzenie za faktoring nie byłoby uiszczane w formie dyskonta przy nabyciu wierzytelności, lecz w innej formie już po jej zakupie, to wydaje się, że dopiero wówczas powstawałby obowiązek podatkowy w VAT. Jeżeli dostawcą usług dla polskiego podatnika VAT jest podmiot niezarejestrowany na potrzeby VAT w Polsce, wówczas nabywca dokonuje rozliczenia tych usług, na zasadzie odwrotnego obciążenia. Wykazuje on VAT należny i naliczony w deklaracji za miesiąc powstania obowiązku podatkowe-

go. Jeżeli kupujący wykorzystuje usługi na potrzeby czynności podlegających podatkowi VAT, wówczas może odliczyć podatek VAT naliczony od podatku VAT należnego od dostawy usług.

Podatki dochodowe

Po cesji wierzytelności faktorant będzie mógł obniżyć swoje zobowiązania podatkowe o dyskonto lub odsetki oraz ewentualnie inne opłaty przyjęte pomiędzy stronami. Sama zapłata wierzytelności przez faktora, nie będzie stanowiła przychodu przedsiębiorcy (faktoranta), o ile rozpoznał on ten przychód wcześniej i do tej pory nie dokonał w tym zakresie korekty. Dla faktora, przychodem w tej sytuacji będzie należność otrzymana w wyniku windykacji lub zbycia wierzytelności oraz odsetki i inne opłaty. Kosztem uzyskania przychodów będą natomiast wydatki na jej nabycie. **W przypadku polskich podatników CIT dochody wynikające z faktoringu będą opodatkowane na zasadach ogólnych, czyli z zastosowaniem stawki 19 proc.** Jeżeli któraś ze stron umowy faktoringowej będzie podmiotem zagranicznym, zastosowanie może znaleźć umowa o unikaniu podwójnego opodatkowania. Na jej gruncie przede wszystkim należy zbadać, czy w danym przypadku możliwe jest zastosowanie zwolnienia lub obniżonych stawek.

Opr. Wojciech Garczyński,
doradca podatkowy w Baker Tilly Poland

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