



21. EDYCJA RANKINGU FIRM TSL



PARTNER MERYTORYCZNY



Poniedziałek

27 CZERWCA 2016 NR 122 (4269)

Wyniki 21. Rankingu Firm TSL dostępne również na: www.gazetaprawna.pl

Rynek powierzchni magazynowych eksplodował

MAGAZYNY Boom w logistyce kontraktowej. Padają rekordy budowy i najmu. Klienci korzystają z tzw. paradoksu niskich czynszów. A dodatkowym bodźcem do wzrostów jest rozwój handlu internetowego

Konrad Majczyk
konrad.majczyk@infor.pl

W pierwszych trzech miesiącach tego roku najemcy podpisali umowy na 680 tys. mkw. powierzchni magazynowej. Jak wynika z raportu JLL i Prologis, to najlepszy wynik od 10 lat. A już 2015 r. był pod względem popytu na magazyny rekordowy. Wtedy przybyło prawie milion metrów kwadratowych, z czego większość w Warszawie, Poznaniu, na Górnym i Dolnym Śląsku, chociaż deweloperzy prętnie działali też w Lublinie, Rzeszowie i Szczecinie. Jak podaje Colliers International, w ubiegłym roku najemców znalazło o 100 tys. mkw. więcej nowych magazynów niż w r. 2014. Znosi się na to, że w tym będzie jeszcze więcej.

Przebiliśmy 10 milionów

Łącznie w Polsce jest już 10,3 mln mkw. nowoczesnej powierzchni magazynowej. To najwięcej w Europie Środkowo-Wschodniej. – Liczba magazynów i zapotrzebowania na wynajem powierzchni rosną w sposób bezprecedensowy. Ta tendencja może dziwić, jeśli weźmiemy pod uwagę, że producent zazwyczaj nie lubi wytwarzać na skład, a woli raczej produkować na zamówienie – mówi prof. Halina Brdulak z SGH w Warszawie. – Jednym z powodów dużej dynamiki rynku magazynowego jest rozwój e-commerce. Dostawca

chce być blisko klienta, żeby dostarczyć towar najszybciej, jak to tylko możliwe – dodaje.

Najbardziej aktywnym deweloperem w branży jest Panattoni Europe, który w ubiegłym roku wybudował prawie 450 tys. mkw., w wyraźny sposób wyprzedzając Go-dmana, który zajął drugie miejsce.

– Spodziewam się, że tempo rozwoju utrzyma się na obecnym poziomie. Sama podaż nowoczesnej powierzchni magazynowej w Polsce w ciągu najbliższej dekady powinna się podwoić, na co wskazuje rosnący popyt. Polska w dalszym ciągu jest obiektem dużego zainteresowania biznesu z Zachodu – twierdzi Robert Dobrzycki, prezes Panattoni Europe.

Jak podaje CBRE, najbardziej rozwiniętą lokalizacją na magazynowej mapie Polski jest region Warszawy, który skupia prawie jedną trzecią całkowitej podaży powierzchni (przypada na niego 3,1 mln mkw.). Inne dobre lokalizacje dla logistyki kontraktowej to: Górny Śląsk (1,8 mln mkw.), Poznań (1,5 mln mkw.), Wrocław (1,4 mln mkw.), a także Polska Centralna bez Warszawy (1,3 mln mkw.).

– Magazyny powstają blisko miejsc, w których jest skoncentrowany popyt, czyli w rejonie dużych aglomeracji. To wpisuje się w światowy megatrend: rośnie liczba osób mieszkających w miastach i w

ciągu 10 lat będzie ona stanowiła 70 proc. ludności – mówi prof. Halina Brdulak. – Rozrastanie się miast to wyzwanie przed firmami logistycznymi. Z jednej strony muszą liczyć się z utrudnieniami we wjeździe do centrów. Ale z drugiej, e-commerce wymusza konieczność szybkiego dostarczenia towaru, co napędza popyt na magazyny – podkreśla.

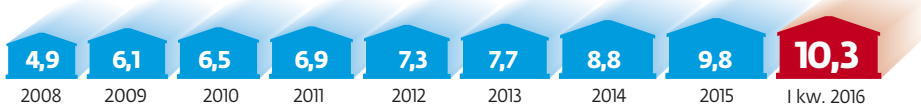
– Boom w segmencie handlu internetowego generuje popyt na powierzchnie magazynowe. Nawet 700 tys. mkw. mogą przynieść ze sobą do 2020 r. nowe umowy najmu zawarte przez firmy obsługujące e-commerce – twierdzi Paweł Sapek, wiceprezes Prologis w Polsce. – Dostępność kadr, a zwłaszcza atrakcyjne koszty pracy i relatywnie niskie koszty wynajmu nieruchomości dają Polsce szansę na przyciągnięcie nowych graczy z branży e-commerce. Do tego dochodzi organiczny rozwój firm już tu obecnych – dodaje.

Jego firma prowadzi obecnie w Polsce budowę trzech nowych obiektów magazynowych (w Piotrkowie, Strykowie i Chorzowie), a łącznie ma już 2,2 mln mkw., na co składa się 110 budynków w 23 parkach logistycznych.

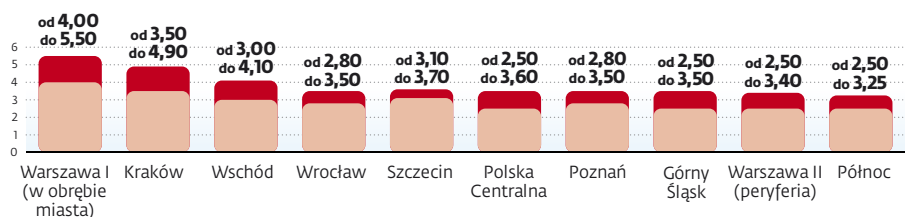
– Aktywność najemców na rynku powierzchni przemysłowych, a przez to i deweloperów, w dużej mierze jest podyktowana rozwojem e-commerce. Dla handlu internetowego grupą docelową

Rozwój magazynów w Polsce

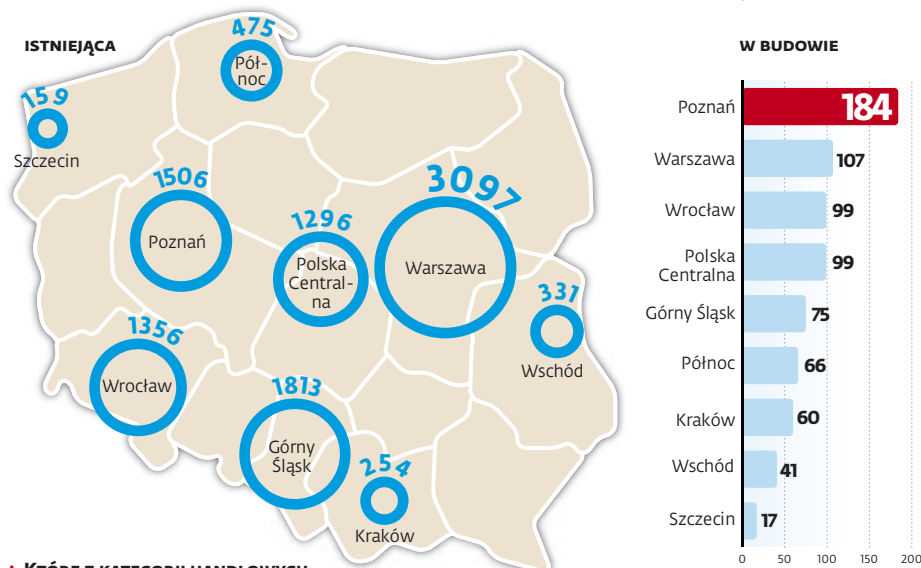
✦ **PODAŻ POWIERZCHNI MAGAZYNOWEJ W POLSCE** (w mln mkw.)



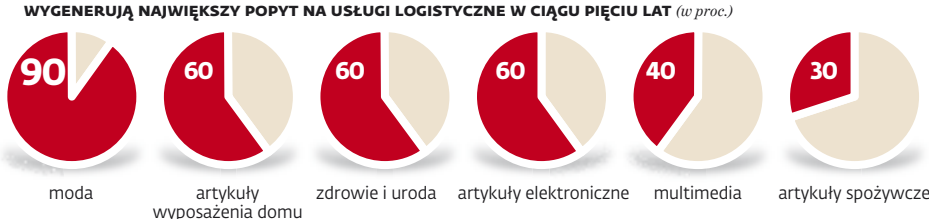
✦ **MIESIĘCZNE STAWKI ZA WYNAJEM POW. MAGAZYNOWEJ** (dane za I kw. 2016, w euro/mkw.)



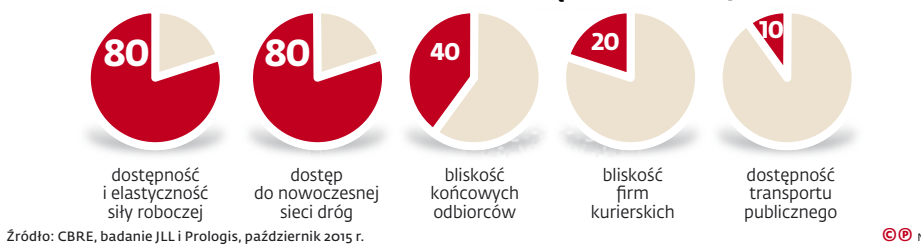
✦ **POWIERZCHNIA MAGAZYNOWA WEDŁUG REJONÓW GEOGRAFICZNYCH** (dane za I kw. 2016, w tys. mkw.)



✦ **KTÓRE Z KATEGORII HANDLOWYCH WYGENERUJĄ NAJWIĘKSZY POPYT NA USŁUGI LOGISTYCZNE W CIĄGU PIĘCIU LAT** (w proc.)



✦ **NAJWAŻNIEJSZE CECHY MAGAZYNOWE DLA E-COMMERCE POD WZGLĘDEM LOKALIZACJI** (w proc.)



Źródło: CBRE, badanie JLL i Prologis, październik 2015 r.

jest już nie tylko polski, ale także zachodni konsument, i dobra kondycją sektora produkcyjnego – mówi Robert Dobrzycki z Panattoni.

Polska znalazła się na celowniku dużych graczy z branży e-commerce. W ciągu ostatnich dwóch lat duże

centra logistyczne w Polsce uruchomił amerykański gigant Amazon, a także np. Home24, sprzedawca mebli i artykułów wyposażenia wnętrz. Są też liczne polskie firmy e-commerce, np. 12 tys. mkw. powierzchni magazynowej wynajęła spółka Oponeo,

czyli internetowy sprzedawca opon. Ekspert zwraca uwagę, że rynek magazynowy w Polsce jest silnie napędzany także przez firmy z branży sprzedaży internetowej, które przenoszą tu działalność z Niemiec i Skandynawii.

dokończenie na str. 2

Już nie trzeba czekać
cały dzień na kuriera!

Elastyczna dostawa dzięki usłudze Predict.

oferta.dpd.com.pl/oferta



precyzyjny
przedział czasu
dostawy



możliwość zmiany
daty dostawy



imię i numer
telefonu
do kuriera



Predict

REKLAMA

Rynek powierzchni magazynowych eksplodował

dokończenie ze str. 1

– Wśród naszych najemców od lat dominują firmy logistyczne i handlu detalicznego, które łącznie odpowiadają za jedną trzecią całego popytu. Jednak udział firm z branży handlu detalicznego, w tym e-commerce, wśród największych najemców powierzchni magazynowych na pewno będzie dynamicznie

rósł – przewiduje Paweł Sapek z Prologis.

Jak wyliczył JLL, wartość polskiego e-commerce będzie rosła w tempie 15 proc. rocznie. A to oznacza potencjalne wydatki deweloperów na nowe powierzchnie na poziomie 64 mld zł.

– Jeśli chodzi o ceny najmu, to polski rynek cechuje swoisty paradoks: z jednej strony

mamy niski poziom pustostanów, a jednocześnie historycznie niskie ceny czynszów najmu – zwraca uwagę Paweł Sapek. Jak wyjaśnia, polska gospodarka świetnie się rozwija na tle innych krajów europejskich. A zależność jest taka, że wzrost gospodarczy wspiera rozwój sektora logistycznego. – Przy tak niskim stanie pustostanów i ograniczeniu podaży ceny czynszów na dojrzałym rynku, a taki jest polski, powinny iść w górę. W Polsce tak się na razie nie dzieje. Z dużym prawdopodobieństwem można stwierdzić, że w przyszłym roku czynsze powoli zaczną rosnąć – ocenia ekspert.

– Rynek powierzchni przemysłowych w Polsce rozwija się w bardzo szybkim tempie i właściwie w każdym kwartale osiąga rekordowe wyniki. Obecnie czynsze bazowe pozostają na niezmiennym poziomie, a ich wartość zależy od specyfiki konkretnych lokalizacji – mówi Robert Dobrzycki.

Paradoks niskich czynszów

Pod względem podaży powierzchni magazynowej Polska zmniejsza dystans do Niemiec. Tam wynosi ona 24 mln mkw., czyli jest już niepełna 2,5 razy większa. To niedużo, biorąc pod uwagę, że Niemcy to kraj znacznie bogatszy, a ponadto jeden z największych eksporterów świata. Wy tłumaczenie tego zaburzenia proporcji jest takie, że logistyka kontraktowa w Polsce obsługuje nie tylko rynek wewnętrzny.

Jako kraj obsługujemy zachód Europy od strony produkcyjnej i logistycznej, co jest możliwe m.in. dzięki rozbudowanej infrastrukturze drogowej, dla której paliwem są unijne dotacje. Budowa nowych dróg szybkiego ruchu dała impuls całemu sektorowi do dynamicznego rozkwitu.



Autostrady i trasy ekspresowe, których łączna długość przekroczyła już 3,1 tys. km, to jednak nie wszystko. Gracze z rynku logistyki kontraktowej zwracają uwagę na inne atuty Polski w oczach biznesu logistycznego: oprócz odpowiedniej infrastruktury drogowej cały czas są u nas tańsi pracownicy, korzystniejsze regulacje dotyczące pracy sezonowej i nieco niższe czynsze.

To daje szansę na przyciągnięcie nowych graczy z branży e-commerce. Do tego dochodzi organiczny rozwój firm już obecnych w Polsce.

– Przyrost powierzchni magazynowej na przestrzeni ostatniego roku był w Polsce bardzo dynamiczny. Jednak przyszła dynamika podaży nieruchomości magazynowych w Polsce może być nieco ograniczona – ostrzega Paweł Sapek. – Powodem jest brak dostępności gruntów inwestycyjnych. Moim zdaniem, choć

tendencja zwykła będzie się nadal utrzymywać, to już nie na takim wysokim poziomie jak w ciągu ostatnich dwóch lat – przewiduje.

Dyrektor generalny Raben Transport Paweł Trębicki zwraca uwagę na różnice w podejściu do logistyki kontraktowej między Polską a niektórymi rozwiniętymi krajami zachodniej Europy. – Kiedy w starej UE stosuje się już na coraz szerszą skalę automatyzację obsługi magazynów, my zastanawiamy się nad tym, czy znajdzie się klient, który za to zapłaci. Na Zachodzie magazyny buduje się w wyższym, u nas wszędzie, czyli na dużej powierzchni – dodaje.

Atrakcyjna stopa zwrotu

Ekspert zwraca uwagę, że rynek musi poczekać na efekty nowej ustawy o obrocie ziemią, która może nieco utrudnić dostęp do nie-

ruchomości inwestycyjnych i zwiększyć ich ceny. Jeśli tak, może się okazać, że magazyny „rosnące w górę” pojawiają się też w Polsce.

Kalkulacje rynkowe inwestorów są takie, że budowa magazynów będzie oznaczać atrakcyjną stopę zwrotu.

– Obserwuję stale zainteresowanie rynku kapitałowego, który bardzo pozytywnie ocenia obiekty magazynowe klasy „A” w Polsce. Wynika to głównie z wysokiego popytu, niskiego poziomu pustostanów, szybkiego rozwoju branży, ale także z poziomów stawek kapitalizacji zwrotów – wylicza Robert Dobrzycki. Jego zdaniem w przypadku logistyki kontraktowej jest ona wyższa, niż notuje handel i rynek biurowy. – Wygląda na to, że doczekaliśmy się momentu, w którym poza powierzchnią przemysłową nie ma lepszej alternatywy dla inwestycji – twierdzi.



Boom się utrzyma, ale nadpodaż jeszcze na razie nam nie grozi

EMILIA FILIMONIUK

dział doradztwa i badań rynku w CBRE

Polski rynek powierzchni magazynowych rozwija się bardzo dynamicznie. W ciągu ostatnich dwóch lat rynek powiększył się o ponad 2 mln mkw. nowej powierzchni. Bieżący rok rozpoczął się bardzo obiecująco: w pierwszym kwartale 2016 r. deweloperzy dostarczyli na rynek ok. 440 tys. mkw. Kolejnych 750 mkw. obecnie znajduje się w budowie. Większość tej powierzchni powinna być dostarczona klientom przed końcem roku. Obecnie aktywność deweloperska jest ściśle skorelowana z dużym zapotrzebowaniem zgłaszanym przez najemców. Wysoki popyt sprawia, że nowo powstająca powierzchnia zostaje szybko wynajęta, najczęściej jeszcze na etapie budowy. Poziom pustostanów wciąż utrzymuje się na niskim poziomie. Średni wskaźnik powierzchni niewynajętej dla Polski wyniósł na koniec pierwszego kwartału zaledwie 6,2 proc. Warto zaś podkreślić, iż czynsze umowne pozostają na stabilnym poziomie. Natomiast zauważalna jest istotna różnica pomiędzy stawkami czynszów umownych i efektywnych. Wynika ona z atrakcyjnych zachęt oferowanych przez deweloperów.

Co do wzrostu polskiego rynku magazynowego będzie zapewne przebiegał dwutorowo. Z jednej strony systematycznie powinno przybywać obiektów w już sprawdzonych lokalizacjach, czyli np. w Warszawie, na Górnym Śląsku, w Poznaniu i we Wrocławiu. A z drugiej strony, deweloperzy będą – pod wpływem zapotrzebowania od najemców – poszukiwali nowych możliwości inwestycyjnych na tzw. rynkach wschodzących, np. w Bydgoszczy, Szczecinie, Lublinie i Rzeszowie. Ważną zaletą tych lokalizacji jest większa dostępność pracowników, a jednocześnie niższe koszty pracy.

Bardzo ważną rolę w strukturze popytu na rynku magazynowym pełnią też klienci z tej branży, a ich udział również systematycznie wzrasta. To efekt zmian nawyków zakupowych konsumentów, którzy coraz chętniej korzystają w tym celu z internetu. Wśród najemców nowych magazynów istotną część stanowią firmy z sektorów logistyki, motoryzacyjnego i FMCG, czyli tzw. produktów szybkozbywalnych, np. spożywczych.

REKLAMA



Cargo Logistics

A leading automotive logistics company

Dystrybucja krajowa



Spedycja krajowa i międzynarodowa



Logistyka komponentów do produkcji



TopCAT dostawy ekspresowe



Transport międzynarodowy przesyłek drobnicowych



Logistyka magazynowa



Transport intermodalny



BikeCAT logistyka jednośladow



Transport morski i lotniczy



www.groupecat.pl

REKLAMA

CZAS: TO 525 600 MINUT W CIĄGU ROKU, W CZASIE KTÓRYCH PAŃSTWA LOGISTYKA MUSI DZIAŁAĆ NIEZAWODNIE

CZAS TO WSZYSTKO

GO!

EXPRESS & LOGISTICS

SKORZYSTAJ Z ROZWIĄZAŃ LOGISTYCZNYCH „SZYTYCH NA MIARĘ” PROPONOWANYCH PRZEZ GO! EXPRESS & LOGISTICS POLSKA Sp. z o.o.
ul. Czeresniowa 40a, 02-456 Warszawa,
tel. 22 534 50 00, warszawa@general-overnight.pl

Stan równowagi (nierównowagi?) europejskiej i polskiej gospodarki

RANKING Kryzys w latach 2007–2008 spowodował, że do dnia dzisiejszego gospodarka światowa nie odzyskała tempa wzrostu i normalizacji sprzed tego okresu. Wzrosty gospodarcze osiągnano przede wszystkim dzięki programom polityki pieniężnej, wdrażanym jako reakcja na zaburzenia rynków finansowych



HALINA
BRDULAK

profesor w szkole
Głównej Handlowej
w Warszawie,
instytut Międzynaro-
dowego Zarządzania
i Marketingu,
kolegium Gospodarki
Światowej

Według oceny jednej grupy ekonomistów światowa gospodarka znajduje się obecnie w stanie głębokiej nierównowagi, ponieważ kolejne wstrząsy utrudniają przeprowadzenie zmian strukturalnych. Z kolei inne grono ekonomistów ocenia, że gospodarka znajduje się w nowej fazie równowagi, który charakteryzuje się powolnym wzrostem. Nowy stan równowagi (nierównowagi?) powoduje, że trudno jest rozpoznać tendencję i fazę cyklu, w jakim znajdują się gospodarka globalna, europejska czy polska. Generalnie wzrost gospodarczy jest słabszy niż w poprzednich okresach, a w przypadku strefy euro od 1970 r. zmalał dwukrotnie (średnio z 2 proc. do 1 proc.). Natomiast podwoiła się długość i liczba recesji. Skutki powyższych tendencji nie są do końca identyfikowane w dłuższym okresie. Recesja zwykle pogłębia nierówności społeczne, powoduje wzrost bezrobocia, bankructwa i skutkuje również wzrostem napięć politycznych.

Sytuacja w gospodarce

Stopień powiązania polskiej gospodarki z gospodarką światową jest obecnie wyższy niż w okresie ostatniego kryzysu. Odnosząc się do stanowisk obu grup ekonomistów w większym stopniu skłaniałabym się do stwierdzenia, że poziom równowagi nie został osiągnięty. Świadczą o tym ciągle zawirowania odnoszące się do korelacji między wskaźnikami makroekonomicznymi, które wskazują na zmianę dotychczasowych tendencji. Przykładowo wzrost poziomu optymizmu i zaufania w stosunku do trendów gospodarczych w przyszłości (wskaźnik PMI) nie jest obecnie pozytywnie skorelowany ze wskaźnikiem inwestycji, podejmowanych przez przedsiębiorców.

Ostatnie dane GUS wskazują na znaczny spadek inwestycji, przy utrzymującym się ponad 3-procentowym tempie wzrostu gospodarczego i PMI na poziomie ponad 50 proc. Barometr optymizmu firm z branży TSL wskazu-

je również, że przedsiębiorcy oceniają perspektywy dotyczące przyszłości własnej firmy jako pozytywne, przy dość negatywnej ocenie perspektyw dla polskiej gospodarki. Wzrost PKB w Polsce jest obecnie w znacznej mierze zdeterminowany dodatnim saldem handlu zagranicznego oraz rosnącą konsumpcją, będącą również efektem wprowadzonego programu dofinansowania rodzin z dziećmi. Tak więc można uznać, że jest to właśnie wskazywany przez ekonomistów program polityki pieniężnej, którego celem jest doraźna poprawa sytuacji gospodarczej, z nieznanym efektem na przyszłość.

Stopień wahań popytu w poszczególnych branżach jest wysoki, w niewielkim stopniu przewidywalny, co wpływa również na ocenę niskiej stabilności gospodarczej w Polsce. Dodatkowo utrzymuje się deflacja, przy wzrastającym poziomie zatrudnienia. Z danych GUS wynika, że liczba zatrudnionych wyniosła 8,7 mln na koniec 2015 r. Oznacza to wzrost o 1,2 proc. w porównaniu z 2014 rokiem. O 0,3 punkty procentowe zwiększył się udział pracujących w sektorze prywatnym (z 65 proc. do 65,3 proc.). Mimo spadku stopy bezrobocia prawie połowa mieszkańców Polski ocenia sytuację na rynku pracy jako złą (badania CBOS z marca 2016 r.).

Negatywne postawy przejawiają we wszystkich grupach społeczno-demograficznych. Szczególnie krytyczne są jednak kobiety (powyżej 50 proc. negatywnych opinii) osoby w wieku powyżej 45 lat, mieszkańcy wsi i małych miast, bezrobotni (72 proc.), robotnicy niewykwalifikowani (58 proc.) oraz emeryci i renciści (59 proc.). Największymi optymistami są firmy i osoby, które dobrze sobie radzą na rynku pracy jak przedsiębiorcy i osoby pracujące na własny rachunek, spośród których aż 43 proc. postrzega sytuację na rynku pracy jako dobrą.

Zatrudnienie rośnie również w krajach Unii Europejskiej, jednak tempo wzrostu jest nadal niskie. Wśród pracowników firm, które optymistycznie postrzegają perspektywy rynku pracy, wzrasta poziom zaangażowania (według firmy Ann Hewitt), mierzony trzema postawami: pozytywne wyrażanie się o firmie, chęć pozostania w firmie i działanie na rzecz sukcesu organizacji.

W stosunku do 2006 r. wskaźnik wzrostu w 2015 r. o 5 punktów procentowych i wynosi obecnie 52 proc. W przypadku krajów Unii Europejskiej wskaźnik ten wynosi średnio 57 proc. i jest stabilny od kilku lat. Natomiast globalnie jego wartość wyniosła 62 proc. i w szybkim tempie rośnie.

Największym problemem w Polsce i w innych krajach europejskich jest budowanie kultury informacji zwrotnej, która wymaga rozwijania miękkich kompetencji menedżerów, takich jak szybko udzielać informacji zwrotnej i jak powinien być zbudowany komunikat kierowany do pracownika. W związku ze wzrostem udziału pokolenia Y i Z, które wychowało się już w kulturze mediów społecznościowych, z pełnym dostępem do internetu szybka informacja zwrotna jest postrzegana jako naturalny komponent dobrej pracy. Wśród kluczowych czynników budujących zaangażowanie pracowników w Polsce w 2015 r. najczęściej pojawiają się: orientacja na ludzi, adekwatność płacy, uznanie i reputacja pracodawcy. W stosunku do 2014 r. zmniejszyło się znaczenie kariery, co pozytywnie koreluje z trendem wchodzenia na rynek pracy osób z pokolenia Z.

Internet zyskuje na znaczeniu

Dla młodych ludzi zagadnienia związane z funkcjonowaniem w sieci są naturalnym środowiskiem działania. Zważywszy na znaczącą wartość światowego rynku internetowego (na koniec 2015 r. – ok. 1,5 bln euro) i systematyczny dwucyfrowy wzrost w skali roku warto tym zagadnieniom poświęcić więcej uwagi w ramach omawiania trendów, które w najbliższym czasie będą zyskiwały na znaczeniu.

Tempo wzrostu internetowego rynku w Europie w 2015 r. wyniosło 13,3 proc., a w 2016 r. oczekiwane jest przekroczenie wartości 500 mld euro przy 12 proc. wzroście. Gdy w Europie Zachodniej, do której zaliczane są takie kraje jak Belgia, Francja, Irlandia, Luxemburg, Holandia i Wielka Brytania tempo wzrostu wyniosło 12,9 proc. w 2015 r., a wartość rynku wyceniana była na ponad 250 mld euro, to w Europie Centralnej tempo wzrostu przekroczyło 14 proc., a wartość rynku szacowana była na prawie 90 mld euro.

dokończenie na str. 6

Raben

*your partner
in logistics*

Dwudziestopięciolecie działalności Grupy Raben w Polsce to okazja, by wyrazić wdzięczność za zaufanie, którym obdarzają nas Klienci, Pracownicy i Dostawcy usług.



Myślimy jednak o przyszłości. Nic nie jest dane raz na zawsze, dlatego ten okrągły jubileusz stanowi dla nas również mobilizację do jeszcze wytrwalszej pracy, która pozwoli nam rozwijać się przez następne lata. Naszymi drogowskazami będą firmowe wartości, a celem na kolejne lata misja, by budować przewagę konkurencyjną naszych Klientów, poprzez efektywność kosztową, wysoką jakość i przyjazną obsługę.

www.raben-group.com

REKLAMA

ENJOY
YOUR LOGISTICS!

ASSTRA
ASSOCIATED TRAFFIC AG

Poznajcie nowe możliwości z Asstra

Stale rozwijamy kierunki łączące Europę, WNP i Azję. Na jednej trasie proponujemy kilka rozwiązań logistycznych. My proponujemy - Wy wybieracie.



LICZNE BIURA
NA ŚWIECIE



KORZYSTNE
WARUNKI
WSPÓŁPRACY



INDYWIDUALNE
PODEJŚCIE



OPTYMALNE
ROZWIĄZANIA
LOGISTYCZNE



asstra.pl
office@asstra.pl

Ranking firm TSL według wartości przychodów z działalności TSL

Miejsce w rankingu (przychody TSL w 2015)	Nazwa firmy	Przychody 2014 (w tys. zł)	Przychody 2015 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2014 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2015 (w tys. zł)	Liczba usług oferowanych w ramach TSL	Główne źródło przychodów z działalności TSL	Zasięg działalności TSL	Wykorzystywane gałęzie transportu						Kapitał	Udział kapitału zagranicznego	Kraje pochodzenia kapitału zagranicznego
									drogowy	kolejowy	lotniczy	morski	żegluga śródlądowa	kombinowany szynowa-droga			
1	Grupa Raben®	2 019 164	2 144 406	2 019 164	2 144 406	7	logistyka	tylko Europa	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Holandia
2	Schenker Sp. z o.o.	1 428 485	1 480 771	1 426 239	1 478 340	8	logistyka	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski		
3	DPD Polska sp. z o.o.	852 624	1 189 398	836 204	1 163 591	1	usługi kurierskie	również poza Europą	tak		tak				zagraniczny	100%	Francja
4	LOTOS Kolej Sp. z o. o.	601 356	671 508	600 669	669 438	3	transport	tylko Europa		tak					polski		
5	ROHLIG SUUS Logistics S.A.	574 710	604 529	573 000	601 059	7	logistyka	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	tak	polski		
6	PEKAES	722 013	706 419	575 622	555 489	9	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	63%	Luksemburg
7	DSV	514 633	544 033	514 633	544 033	9	logistyka	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Dania
8	Kuehne + Nagel	446 985	502 852	446 985	502 852	8	logistyka	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Austria
9	Jas-Fbg S.A.	457 265	473 245	445 351	462 822	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski		
10	Panalpina Polska Sp. z o.o.	392 652	376 496	392 652	373 946	7	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	tak	zagraniczny	100%	Szwajcaria
11	DHL Global Forwarding Sp. z o.o.	376 968	361 334	376 968	361 334	5	transport	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak		polski		
12	OMEGA Pilzno ITIS Godawski & Godawski Sp.z o.o.	333 792	374 529	316 740	344 566	6	logistyka	również poza Europą	tak	tak		tak			polski		
13	Fresh Logistics Polska sp. z o.o.*	288 420	310 639	288 420	310 639	4	transport	tylko Europa	tak						zagraniczny	100%	Holandia
14	Hellmann Worldwide Logistics Polska sp. z o.o. sp.k.	280 525	305 439	280 525	305 439	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Niemcy
15	Rhenus Logistics S.A.	238 261	295 442	238 261	295 442	7	spedycja	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	99%	Niemcy
16	DACHSER Sp. z o.o.	245 569	290 862	245 510	290 801	6	logistyka	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	100%	Niemcy
17	LINK sp. z o.o.	247 844	288 723	242 707	285 321	6	transport	tylko Europa	tak					tak	polski		
18	GEODIS Polska Sp. z o.o.	240 545	269 821	240 545	269 821	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	tak	zagraniczny	100%	Francja
19	Yusen Logistics (Polska) Sp. z o.o.	208 101	262 606	208 101	262 606	6	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Japonia
20	VGL Group	b.d.	b.d.	212 185	261 228	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski		
21	Grupa Delta Trans	324 954	313 589	252 081	245 106	7	transport	tylko Europa	tak						zagraniczny	20%	Niemcy
22	OMIDA GROUP	193 486	240 363	193 486	240 363	7	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski		
23	CAT LC Polska Sp. z o.o.	209 214	220 250	209 214	220 250	8	transport	również poza Europą	tak		tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Francja
24	PPT PKS Gdańsk-Oliwa SA	186 733	219 719	180 487	217 801	4	spedycja	tylko Europa	tak		tak	tak			polski		
25	BATIM Transport Międzynarodowy i Spedycja Sp.J. Barbara Edelmuller Generaux, Janusz Rembilas	195 966	205 083	192 966	205 083	4	transport	również poza Europą	tak						polski		
26	CEMET S.A.	192 214	194 400	191 611	193 940	4	transport	tylko Europa	tak	tak				tak	polski		
27	Mexem Sp. z o.o.	201 487	198 275	196 081	192 302	5	spedycja	tylko Europa	tak			tak		tak	polski		
28	SM LOGISTIC Sp. z o.o.	206 571	195 322	170 039	164 647	2	transport	tylko Europa	tak						polski		
29	Solid Logistics Sp. z o.o.	211 368	193 719	184 985	163 528	7	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski		
30	Spedimex Sp. z o.o.	167 378	163 883	165 844	161 533	7	transport	tylko Europa	tak						polski		
31	Optima Sp. z o.o.	99 000	146 386	99 000	146 386	4	transport	tylko Europa	tak						polski		
32	Eurogate Logistics Sp. z o.o.	117 176	134 465	117 176	134 465	1	spedycja	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	100%	Wielka Brytania
33	No Limit Sp. z o.o.	103 279	127 675	103 279	127 675	5	logistyka	tylko Europa	tak		tak	tak			polski		
34	Fiege Sp. z o.o.	118 266	126 268	115 051	122 897	6	logistyka	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	100%	Niemcy
35	Logwin Air + Ocean Poland Sp. z o.o.	112 382	11 672	112 382	116 720	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak			zagraniczny	100%	Niemcy
36	Sped Partner Sp. z o.o.	96 882	93 820	96 882	93 820	2	spedycja	tylko Europa	tak						polski		
37	Jura Polska Sp. z o.o.	77 953	91 823	77 953	91 727	2	spedycja	również poza Europą	tak	tak				tak	polski		
38	C.Hartwig Szczecin Spedytorzy Międzynarodowi Sp. z o.o.	b.d.	b.d.	108 900	88 600	8	spedycja	tylko Europa	tak	tak	tak	tak	tak	tak	polski		
39	TIRSPED Sp. z o.o.	101 908	88 676	98 898	85 864	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski		
40	Colian Logistic Sp. z o.o.	65 827	78 191	65 739	78 041	7	spedycja	również poza Europą	tak	tak		tak			polski		
41	Polfrost Internationale Spedition sp. z o.o.	57 307	71 428	57 240	71 365	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	50%	Niemcy
42	XPO Supply Chain Poland Sp. zo.o.	64 775	71 025	64 775	70 807	6	logistyka	również poza Europą	tak						zagraniczny	100%	USA
43	Trans Logistyka – Olga Juchniewicz sp.k	70 269	68 657	70 154	68 606	8	transport	tylko Europa	tak						polski		
44	Botrans	65 572	66 751	64 306	65 782	6	spedycja	tylko Europa	tak						polski		
45	AsstrA Associated Traffic AG	58 677	64 454	58 677	64 454	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	tak	zagraniczny	100%	Szwajcaria
46	Trans Polonia Group (TPG)	65 286	62 625	65 286	62 625	3	transport	tylko Europa	tak	tak		tak		tak	zagraniczny	10%	Luksemburg
47	Enterprise Logistics Sp. z o.o. s.k.a	54 994	55 078	54 075	54 590	8	transport	tylko Europa	tak						polski		
48	Allport Cargo Services Poland Sp. z o.o.	56 237	54 214	56 237	54 214	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	76%	Anglia
49	Spedycja Międzynarodowa Agroland Sp. z o.o.	48 173	48 264	48 173	48 264	2	spedycja	tylko Europa	tak			tak		tak	polski		
50	Krotrans Logistics Sp. z o.o.	17 176	42 513	16 873	41 042	2	transport	tylko Europa	tak						polski		
51	Vive Transport Sp. z o.o.	35 142	40 380	31 049	35 485	7	transport	tylko Europa	tak	tak		tak			polski		
52	Grupa DTA	29 557	33 884	29 556	33 884	6	usługi celne	również poza Europą	tak						polski		
53	Intertransports Centre-Polska Sp. z o.o.	36 933	31 758	36 932	31 756	2	transport	tylko Europa	tak						zagraniczny	95%	Włochy
54	Done Deliveries Misiak i Wspólnicy Spółka Jawna	13 862	28 341	13 862	28 340	3	spedycja	tylko Europa	tak						polski		
55	Langowski Shipping Halina Langowska	27 238	25 491	27 199	25 429	5	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak			polski		
56	Bama LogisticsSp. z o.o.	14 124	18 606	13 875	18 606	2	spedycja	tylko Europa	tak						polski		
57	TEXTRA Poland Sp. z o.o.	8 917	17 207	8 917	17 207	6	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak			polski		
58	SCANDICA Paweł Sokołowski	18 407	14 028	18 400	14 028	5	spedycja	tylko Europa	tak		tak				polski		
59	Delphia Pisarska-Klinkosz, Klinkosz i Zagarów sp.j.	12 971	13 939	12 971	13 939	1	spedycja	tylko Europa	tak						polski		
60	Transrem Sp. z o.o.	12 084	12 720	8 772	8 822	3	transport	tylko Europa	tak						polski		
61	Bestandig Logistics Sp. z o.o.	6 687	6 041	6 200	6 041	2	transport	tylko Europa	tak						zagraniczny	100%	Niemcy
62	Formica 3PL Solutions Sp. z o.o.	4 800	4 600	4 700	4 400	7	logistyka	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	90%	Rosja

* w wynikach/informacjach grupowych grupy Raben ujęte są również wyniki / dane Fresh Logistics, która prezentowana jest również w rankingu oddzielnie.
Za opracowanie „Rankigu TSL” odpowiada prof. Halina Brdulak

Ranking firm TSL według wartości przychodów z działalności TSL (przychody pochodzą z działalności firm również poza Polską)

Miejsce w rankingu (przychody TSL w 2015)	Nazwa firmy	Przychody 2014 (w tys. zł)	Przychody 2015 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2014 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2015 (w tys. zł)	Liczba usług oferowanych w ramach TSL	Główne źródło przychodów z działalności TSL	Zasięg działalności TSL	Wykorzystywane gałęzie transportu						Kapitał	Udział kapitału zagranicznego	Kraje pochodzenia kapitału zagranicznego
									drogowy	kolejowy	lotniczy	morski	żegluga śródlądowa	kombinowany szynowa-droga			
1	UPS Polska Sp. z o.o.	171 151 360	190 763 790	171 151 360	190 763 790	8	usługi kurierskie	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	100%	USA
2	Freightliner PL	175 819	182 143	173 605	181 365	2	transport	tylko Europa		tak				tak	zagraniczny	100%	USA
3	Regesta S.A.	183 439	191 308	129 450	151 962	3	transport	tylko Europa	tak						polski		

Za opracowanie „Rankigu TSL” odpowiada prof. Halina Brdulak

Dynamika przychodu (2014 = 100%)	Dynamika przychodu z TSL (2014 = 100%)	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2014	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2015	Dynamika zatrudnienia (2014 =100%)	Zysk netto 2014 (w tys. zł)	Zysk netto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku netto (2014 =100%)	Zysk brutto 2014 (w tys. zł)	Zysk brutto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku brutto (2014 =100%)
106,20%	106,20%	4580	4700	102,62%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
103,66%	103,65%	2176	2522	115,90%	b.d.	b.d.	b.d.	56 678	64 052	113,01%
139,50%	139,15%	1590	2643	166,23%	60 279	75 093	124,58%	75 771	96 654	27,56%
111,67%	111,45%	943	981	104,03%	22 186	27 404	123,52%	27 845	34 454	123,73%
105,19%	104,90%	868	942	108,53%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
97,84%	96,50%	1008	966	95,83%	20 464	20 775	101,52%	17 074	20 675	121,09%
105,71%	105,71%	647	695	107,42%	18 799	18 882	100,44%	24 042	23 831	99,12%
112,50%	112,50%	1453	1593	109,64%	b.d.	b.d.	b.d.	105 124	123 994	117,95%
103,49%	103,92%	1018	1030	101,18%	7 807	7 933	101,61%	10 136	10 470	103,30%
95,89%	95,24%	214	210	98,13%	9 177	16 302	177,64%	11 447	20 270	177,08%
95,85%	95,85%	234	222	94,87%	21 416	23 729	110,80%	26 804	29 594	110,41%
112,20%	108,79%	354	476	134,46%	11 259	21 666	192,43%	13 598	25 189	185,24%
107,70%	107,70%	650	660	101,54%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
108,88%	108,88%	469	465	99,15%	1 033	4 680	453,05%	1 033	4 680	453,05%
124,00%	124,00%	890	1055	118,54%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
118,44%	118,45%	344	381	110,76%	11 596	12 611	108,75%	12 163	14 227	116,97%
116,49%	117,56%	531	640	120,53%	5 092	8 655	169,97%	6 611	11 234	169,93%
112,17%	112,17%	173	215	124,28%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
126,19%	126,19%	205	211	102,93%	1 077	3 394	315,13%	1 502	4 366	290,68%
b.d.	123,11%	192	270	140,63%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
96,50%	97,23%	1036	916	88,42%	4 955	2 867	57,86%	6 498	3 726	57,34%
124,23%	124,23%	188	325	172,87%	2 242	4 464	199,11%	2 834	5 974	210,80%
105,27%	105,27%	282	295	104,61%	2 370	bd.	b.d.	3 560	b.d.	b.d.
117,66%	120,67%	164	181	110,37%	2 372	4 167	175,67%	3 322	5 343	160,84%
104,65%	106,28%	565	637	112,74%	b.d.	b.d.	b.d.	5 065	3 715	73,35%
101,14%	101,22%	392	399	101,79%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
98,41%	98,07%	259	272	105,02%	8 192	6 934	84,64%	10 216	8 645	84,62%
94,55%	96,83%	329	332	100,91%	1 897	1 909	100,63%	2 747	2 291	83,40%
91,65%	88,40%	266	275	103,38%	5 001	2 634	52,67%	6 416	3 395	52,91%
97,91%	97,40%	929	949	102,15%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
147,86%	147,86%	178	263	147,75%	99 000	146 386	147,86%	2 108	4 891	232,02%
114,75%	114,75%	64	65	101,56%	1 701	2 421	142,33%	2 156	3 058	141,84%
123,62%	123,62%	345	390	113,04%	1 667	4 226	253,51%	2 586	5 749	222,31%
106,77%	106,82%	425	636	149,65%	8 241	8 408	102,03%	10 314	10 449	101,30%
10,39%	103,86%	358	342	95,53%	6 077	6 994	115,09%	7 679	8 847	115,21%
96,84%	96,84%	114	115	100,88%	2 693	3 145	116,78%	2 578	3 320	128,78%
117,79%	117,67%	33	34	103,03%	-262	-657	-250,76%	-173	-898	-519,08%
b.d.	81,36%	172	162	94,19%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
87,02%	86,82%	190	194	102,11%	1 111	1 038	93,43%	1 388	1 321	95,17%
118,78%	118,71%	100	107	107,00%	1 067	1 848	173,20%	1 341	2 298	171,36%
124,64%	124,68%	41	48	117,07%	-58	500	862,07%	7	715	10214,29%
109,65%	109,31%	643	724	112,60%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
97,71%	97,79%	229	245	106,99%	3 485	4 113	118,02%	3 485	4 113	118,02%
101,80%	102,30%	94	90	95,74%	810	1 144	141,23%	816	1 275	156,25%
109,85%	109,85%	80	79	98,75%	192	1 994	1038,54%	348	2 557	734,77%
95,92%	95,92%	89	82	92,13%	2 616	457	17,47%	3 303	643	19,47%
100,15%	100,95%	19	19	100,00%	511	201	39,33%	725	302	41,66%
96,40%	96,40%	33	34	103,03%	2 828	3 485	123,23%	3 581	3 485	97,32%
100,19%	100,19%	35	35	100,00%	622	559	89,87%	781	713	91,29%
247,51%	243,24%	10	16	160,00%	306	508	166,01%	321	611	190,34%
114,91%	114,29%	99	118	119,19%	1143	1 776	155,38%	1 512	2 226	147,22%
114,64%	114,64%	171	192	112,28%	781	276	35,34%	1 031	384	37,25%
85,99%	85,99%	18	17	94,44%	1 502	1 228	81,76%	1 876	1 541	82,14%
204,45%	204,44%	34	47	138,24%	1 392	3 666	263,36%	1 728	4 538	262,62%
93,59%	93,49%	40	58	145,00%	1 158	1 091	94,21%	1 158	1 091	94,21%
131,73%	134,10%	12	12	100,00%	120	213	177,50%	143	289	202,10%
192,97%	192,97%	19	25	131,58%	b.d.	6	b.d.	b.d.	16	b.d.
76,21%	76,24%	23	24	104,35%	986	917	93,00%	986	917	93,00%
107,46%	107,46%	12	12	100,00%	844	1 480	175,36%	844	1 480	175,36%
105,26%	100,57%	89	93	104,49%	1 040	1 302	125,19%	1 334	1 674	125,49%
90,34%	97,44%	18	17	94,44%	234	189	80,77%	235	202	85,96%
95,83%	93,62%	7	9	128,57%	315	327	103,81%	315	330	104,76%

Dynamika przychodu (2014 = 100%)	Dynamika przychodu z TSL (2014 = 100%)	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2014	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2015	Dynamika zatrudnienia (2014 =100%)	Zysk netto 2014 (w tys. zł)	Zysk netto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku netto (2014 =100%)	Zysk brutto 2014 (w tys. zł)	Zysk brutto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku brutto (2014 =100%)
111,46%		2300	2500	108,70%			b.d.			b.d.
103,60%	104,47%	200	220	110,00%	12 631	13 705	108,50%	15 569	16 979	109,06%
104,29%		326	369	113,19%	726	1 578	217,36%	807	1 861	230,61%



Stan równowagi (nierównowagi?) europejskiej i polskiej gospodarki

dokończenie ze str. 3

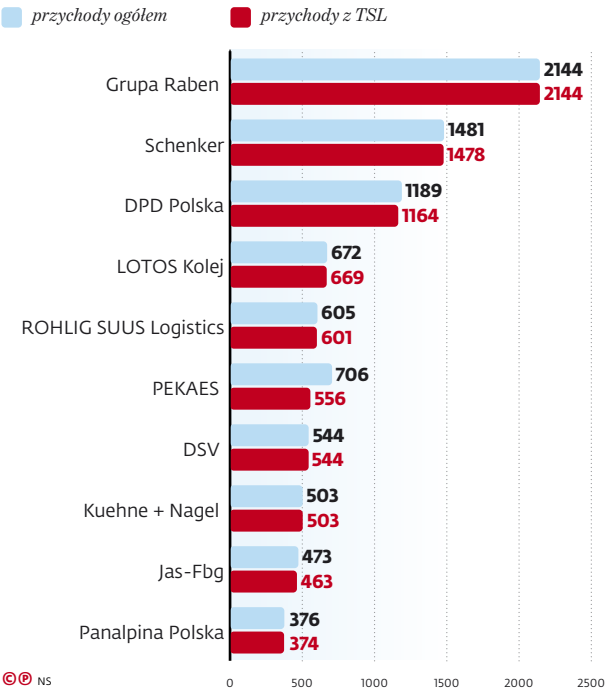
Wśród krajów wchodzących w skład tego regionu warto wymienić rynek niemiecki (prawie 60 mld euro), a wśród innych krajów: Szwajcarię (8,5 mld euro), Polskę (7,6 mld euro), Austrię, Czechy, Węgry, Słowację i Słowenię. W Polsce tempo wzrostu rynku w 2015 r. sięgnęło prawie 18 proc. Polska jest trzecim krajem w regionie (po Niemczech i Szwajcarii) jeśli chodzi o wielkość rynku. I plasuje się na 14. miejscu (w połowie stawki) wśród 28 krajów Unii Europejskiej. Wśród 32,4 mln mieszkańców w wieku 15+, aż 70 proc. to użytkownicy internetu, a liczba kupujących w internecie to 12 mln osób. Jak na razie udział e-handlu w całości handlu w Polsce w 2015 r. wyniósł 5,3 proc. jednak do 2020 r. oczekiwany jest wzrost udziału do 10 proc. Większość firm, zwłaszcza sieci handlowe, handel internetowy traktuje jako obszar strategiczny i zakłada znaczący, dwucyfrowy wzrost tego kanału zakupu, w najbliższych latach. Systematycznie rosną również zakupy transgraniczne. Jeśli chodzi o kraje UE, to tempo wzrostu wyniosło w 2013 r. 12 proc, w 2014 r. – 15 proc., a w 2015 r. – 15 proc. Największy udział w zakupach transgranicznych w 2015 r. odnotowano w takich krajach jak Austria (44 proc.), Finlandia (38 proc.), Belgia (35 proc.), Da-

nia (35 proc.), Estonia (26 proc.), Norwegia (32 proc.), Irlandia (30 proc.), Szwecja (25 proc.). Polska w tej kategorii zajmuje przedostatnie miejsce (przed Rumunią), z udziałem 4 proc. sprzedaż transgraniczna ma charakteryzować się najwyższą dynamiką wzrostu w Europie w ciągu najbliższych lat (ok. 27 proc. rocznie), osiągając wartość 1 bln euro w 2020 r. Z punktu widzenia wyzwań logistycznych warto zauważyć, że e-konsumenci dzielą się w Europie na różne kategorie w zależności od wieku oraz oczekiwanego czasu reakcji na zamówienie. Standard dostawy w ciągu 2 dni jest akceptowany przy cenie wyższej od standardowej o ok. 10–20 euro. Część odbiorców akceptuje termin dostawy 5–6 dni, pod warunkiem, że produkt zostanie dostarczony do domu lub blisko placówki pocztowej. Jednak w każdym przypadku kluczowy jest szybkość i łatwy zwrot towaru jako istotny czynnik budujący wiarygodność firmy i zaufanie. Bazując na doświadczeniach Niemiec i Wielkiej Brytanii można stwierdzić, że więcej niż 65 proc. kupujących bezpośrednio w sieci w wieku 21 lat i mniej (pokolenie Z) preferuje użycie tradycyjnego i wirtualnego kanału zakupu, 40 proc. poszukuje przede wszystkim wygody w zakupach (w powiązaniu z płatnościami) bez względu na wykorzystywany

kanal, 41 proc. nie jest zadowolonych z obsługi w ramach „podróży zakupowej” z wykorzystaniem różnych kanałów (strategia omnikanalowa), a 46 proc. oczekuje wygodniejszego serwisu w zakresie zwrotu towaru i odzyskania płatności. Wśród największych detalistów prym wiedzie Amazon (obróć o wartości 24,2 mld euro w 2014 r.), Otto (6,5 mld euro w 2014 r.), Apple (3,8 mld euro w Europie). A w sprzedaży internetowej liderem jest Wielka Brytania (157 mld euro w 2015 r. ze sprzedaży online), Francja (65 mld euro), Niemcy (prawie 60 mld euro) i Rosja (20 mld euro). Największą dynamikę wzrostu sprzedaży internetowej zanotowano w krajach o niskiej wartości rynku jak Ukraina, Turcja, Rumunia, Czechy i Węgry, choć wyjątkiem jest Belgia. Z punktu widzenia liczebności osób, dokonujących zakupy online Polska znalazła się na 8. miejscu (za Niemcami, Wielką Brytanią, Francją, Rosją, Włochami, Hiszpanią i Holandią). Do 2018 r. oczekuje się, że struktura rynku ulegnie niewielkiej zmianie. Spadnie udział obecnych liderów (Wielka Brytania, Niemcy, Francja) z 60 proc. do 55 proc., natomiast dynamiczny wzrost oczekiwany jest przede wszystkim w Hiszpanii i Włoszech. W Polsce najszybciej sprzedaż internetową rozwijają sieci detaliczne. Ponieważ w większości firm TSL udział

branży handlowej w obrotach jest znaczący (czasami nawet dominujący), konieczność dostosowania się do zachodzących zmian na rynku w tym zakresie jest również traktowana jako priorytet. Wymaga to jednak od firm TSL często znaczących zmian w dotychczasowym modelu działania. Przede wszystkim warto zauważyć, że strategia omnikanalowa oznacza, iż klient (zarówno indywidualny, jak też przedsiębiorstwo) oczekuje takiej samej jakości obsługi, bez względu na to, z ilu kanałów korzysta podczas zakupu. Oczekiwanie takiej samej jakości oznacza przede wszystkim wygodę, pełną wiarygodność danych, pozyskiwanych zarówno ze strony internetowej czy też z kontaktu ze sprzedawcą czy kurierem. Z punktu widzenia informatycznego konieczne jest zatem rejestrowanie wszystkich zmian statusu towaru w czasie rzeczywistym przez wszystkie podmioty biorące udział w transakcji, łatwość dostępu do informacji i integracje informacji przechowywanych w tradycyjnym kanale i wirtualnym. **Tendencje w branży w 2015 r.** Analiza tendencji zachodzących w branży TSL w oparciu o firmy notowane w tegorocznym rankingu pokazuje pozytywne zmiany zachodzące na rynku. Tempo wzrostu firm, które znalazły się w rankin-

„10” firm, według wielkości przychodów w 2015 r. z działalności w TSL (w mln zł)



gu, mierzone przychodami z działalności TSL było w 2015 r. ponad dwa razy wyższe niż tempo wzrostu PKB i wyniosło prawie 9 proc. (8,9 proc.) Zatrudnienie rośnie jeszcze szybciej, w tempie 9,8 proc. Pozostałe wskaźniki były również pozytywne. Tempo wzrostu majątku trwałego netto wyniosło prawie 16 proc., wydatki na systemy IT (mierzone jako procent przychodów firmy)

– 9,5 proc., a zysk netto na jednego zatrudnionego (rentowność zatrudnienia) – prawie 20 proc. Średnia rentowność w branży ukształtowała się na poziomie 3,2 proc. wobec 2,8 proc. w 2014 r. 37 notowanych w rankingu firm wskazywało na polskie pochodzenie kapitału, a udział ich przychodów w całości przychodów ukształtował się na poziomie 45 proc. dokończenie na str. 8

REKLAMA

MEXEM SP. Z O.O.



BĘDZIEMY NA CZAS / WE WILL BE ON TIME
TRANSPORT SPEDYCJA LOGISTYKA

WWW.MEXEM.COM.PL

Biuro główne - Pruszków
05-800 Pruszków, ul. Parzewska 4
tel. +48 22 738-12-00
warszawa@mexem.com.pl

Oddział - Miastko
77-200 Miastko, Kowalewice 9
tel.: +48 59 857-01-00
miastko@mexem.com.pl

Oddział - Suwałki
16-400 Suwałki, ul. Pułaskiego 30j
tel.: +48 87 562-71-40
suwalki@mexem.com.pl

Ranking firm TSL według wartości przychodów z deklarowanej głównej działalności – logistyka

Miejsce w rankingu	Nazwa firmy	Przychody 2014 (w tys. zł)	Przychody 2015 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2014 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2015 (w tys. zł)	Liczba usług oferowanych w ramach TSL	Główne źródło przychodów z działalności TSL	Zasięg działalności TSL	Wykorzystywane gałęzie transportu						Kapitał	Udział kapitału zagranicznego	Kraje pochodzenia kapitału zagranicznego	Dynamika przychodu (2014 = 100%)	Dynamika przychodu z TSL (2014 = 100%)	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2014	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2015	Dynamika zatrudnienia (2014 =100%)	Zysk netto 2014 (w tys. zł)	Zysk netto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku netto (2014 =100%)	Zysk brutto 2014 (w tys. zł)	Zysk brutto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku brutto (2014 =100%)
									drogowy	kolejowy	lotniczy	morski	żegluga śródlądowa	kombinowany szyna-droga														
1	Grupa Raben®	2 019 164	2 144 406	2 019 164	2 144 406	7	logistyka	tylko Europa	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Holandia	106,20%	106,20%	4580	4700	102,62%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
2	Schenker Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	1 428 485	1 480 771	1 426 239	1 478 340	8	logistyka	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski			103,66%	103,65%	2176	2522	115,90%	b.d.	b.d.	b.d.	56 678	64 052	113,01%
3	ROHLIG SUUS Logistics S.A.	574 710	604 529	573 000	601 059	7	logistyka	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	tak	polski			105,19%	104,90%	868	942	108,53%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
4	DSV	514 633	544 033	514 633	544 033	9	logistyka	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Dania	105,71%	105,71%	647	695	107,42%	18 799	18 882	100,44%	24 042	23 831	99,12%
5	Kuehne + Nagel	446 985	502 852	446 985	502 852	8	logistyka	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Austria	112,50%	112,50%	1453	1593	109,64%	b.d.	b.d.	b.d.	105 124	123 994	117,95%
6	OMEGA Pilzno ITIS Godawski & Godawski Sp.z o.o.	333 792	374 529	316 740	344 566	6	logistyka	również poza Europą	tak	tak		tak			polski			112,20%	108,79%	354	476	134,46%	11 259	21 666	192,43%	13 598	25 189	185,24%
7	DACHSER Sp. z o.o.	245 569	290 862	245 510	290 801	6	logistyka	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	100%	Niemcy	118,44%	118,45%	344	381	110,76%	11 596	12 611	108,75%	12 163	14 227	116,97%
8	No Limit Sp. o.o.	103 279	127 675	103 279	127 675	5	logistyka	tylko Europa	tak		tak	tak			polski			123,62%	123,62%	345	390	113,04%	1 667	4 226	253,51%	2 586	5 749	222,31%
9	FIEGE Sp. zo.o.	118 266	126 268	115 051	122 897	6	logistyka	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	100%	Niemcy	106,77%	106,82%	425	636	149,65%	8 241	8 408	102,03%	10 314	10 449	101,30%
10	XPO Supply Chain Poland Sp. zo.o.	64 775	71 025	64 775	70 807	6	logistyka	również poza Europą	tak						zagraniczny	100%	USA	109,65%	109,31%	643	724	112,60%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
11	Formica 3PL Solutions Sp. z o.o.	4 800	4 600	4 700	4 400	7	logistyka	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	90%	Rosja	95,83%	93,62%	7	9	128,57%	315	327	103,81%	315	330	104,76%

* w wynikach/informacjach grupowych grupy Raben ujęte są również wyniki/dane Fresh Logistics, która prezentowana jest również w rankingu oddzielnie.

Za opracowanie „Rankigu TSL” odpowiada prof. Halina Brdulak

Ranking firm TSL według wartości przychodów z deklarowanej głównej działalności – spedycja

Miejsce w rankingu	Nazwa firmy	Przychody 2014 (w tys. zł)	Przychody 2015 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2014 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2015 (w tys. zł)	Liczba usług oferowanych w ramach TSL	Główne źródło przychodów z działalności TSL	Zasięg działalności TSL	Wykorzystywane gałęzie transportu						Kapitał	Udział kapitału zagranicznego	Kraje pochodzenia kapitału zagranicznego	Dynamika przychodu (2014 = 100%)	Dynamika przychodu z TSL (2014 = 100%)	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2014	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2015	Dynamika zatrudnienia (2014 =100%)	Zysk netto 2014 (w tys. zł)	Zysk netto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku netto (2014 =100%)	Zysk brutto 2014 (w tys. zł)	Zysk brutto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku brutto (2014 =100%)
									drogowy	kolejowy	lotniczy	morski	żegluga śródlądowa	kombinowany szyna-droga														
1	PEKAES	722 013	706 419	575 622	555 489	9	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	63%	Luksemburg	97,84%	96,50%	1008	966	95,83%	20 464	20 775	101,52%	17 074	20 675	121,09%
2	Jas-Fbg S.A.	457 265	473 245	445 351	462 822	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski			103,49%	103,92%	1018	1030	101,18%	7 807	7 933	101,61%	10 136	10 470	103,30%
3	Panalpina Polska Sp. z o.o.	392 652	376 496	392 652	373 946	7	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	tak	zagraniczny	100%	Szwajcaria	95,89%	95,24%	214	210	98,13%	9 177	16 302	177,64%	11 447	20 270	177,08%
4	Helmann Worldwide Logistics Polska Sp. z o.o. sp. k.	280 525	305 439	280 525	305 439	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Niemcy	108,88%	108,88%	469	465	99,15%	1 033	4 680	453,05%	1 033	4 680	453,05%
5	Rhenus Logistics S.A.	238 261	295 442	238 261	295 442	7	spedycja	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	99%	Niemcy	124,00%	124,00%	890	1055	118,54%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
6	GEODIS Polska Sp. z o.o.	240 545	269 821	240 545	269 821	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	tak	zagraniczny	100%	Francja	112,17%	112,17%	173	215	124,28%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
7	Yusen Logistics (Polska) Sp. z o.o.	208 101	262 606	208 101	262 606	6	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Japonia	126,19%	126,19%	205	211	102,93%	1 077	3 394	315,13%	1 502	4 366	290,68%
8	VGL Group	b.d.	b.d.	212 185	261 228	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski			b.d.	123,11%	192	270	140,63%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
9	Omidia Group	193 486	240 363	193 486	240 363	7	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski			124,23%	124,23%	188	325	172,87%	2 242	4 464	199,11%	2 834	5 974	210,80%
10	PPT PKS Gdańsk-Oliwa SA	186 733	219 719	180 487	217 801	4	spedycja	tylko Europa	tak		tak	tak			polski			117,66%	120,67%	164	181	110,37%	2 372	4 167	175,67%	3 322	5 343	160,84%
11	Mexem Sp. z o.o.	201 487	198 275	196 081	192 302	5	spedycja	tylko Europa	tak			tak		tak	polski			98,41%	98,07%	259	272	105,02%	8 192	6 934	84,64%	10 216	8 645	84,62%
12	Solid Logistics Sp. z o.o.	211 368	193 719	184 985	163 528	7	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski			91,65%	88,40%	266	275	103,38%	5 001	2 634	52,67%	6 416	3 395	52,91%
13	EUROGATE LOGISTICS Sp. z o.o.	117 176	134 465	117 176	134 465	1	spedycja	również poza Europą	tak		tak	tak			zagraniczny	100%	Wielka Brytania	114,75%	114,75%	64	65	101,56%	1 701	2 421	142,33%	2 156	3 058	141,84%
14	Logwin Air + Ocean Poland Sp. z o.o.	112 382	11 672	112 382	116 720	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak			zagraniczny	100%	Niemcy	10,39%	103,86%	358	342	95,53%	6 077	6 994	115,09%	7 679	8 847	115,21%
15	SPED PARTNER Sp. z o.o.	96 882	93 820	96 882	93 820	2	spedycja	tylko Europa	tak						polski			96,84%	96,84%	114	115	100,88%	2 693	3 145	116,78%	2 578	3 320	128,78%
16	JURA POLSKA Sp. z o.o.	77 953	91 823	77 953	91 727	2	spedycja	również poza Europą	tak	tak				tak	polski			117,79%	117,67%	33	34	103,03%	-262	-657	-250,76%	-173	-898	-519,08%
17	C. Hartwig Szczecin Spedytorzy Międzynarodowi Sp. z o.o.	b.d.		108 900	88 600	8	spedycja	tylko Europa	tak	tak	tak	tak	tak	tak	polski			b.d.	81,36%	172	162	94,19%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
18	TIRSPED SP. Z O.O.	101 908	88 676	98 898	85 864	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski			87,02%	86,82%	190	194	102,11%	1 111	1 038	93,43%	1 388	1 321	95,17%
19	Colian Logistic Sp. z o.o.	65 827	78 191	65 739	78 041	7	spedycja	również poza Europą	tak	tak		tak			polski			118,78%	118,71%	100	107	107,00%	1 067	1 848	173,20%	1 341	2 298	171,36%
20	Polfrost Internationale Spedition sp. z o.o.	57 307	71 428	57 240	71 365	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	50%	Niemcy	124,64%	124,68%	41	48	117,07%	-58	500	862,07%	7	715	10214,29%
21	Botrans	65 572	66 751	64 306	65 782	6	spedycja	tylko Europa	tak						polski			101,80%	102,30%	94	90	95,74%	810	1 144	141,23%	816	1 275	156,25%
22	AsstrA Associated Traffic AG	58 677	64 454	58 677	64 454	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	tak	zagraniczny	100%	Szwajcaria	109,85%	109,85%	80	79	98,75%	192	1 994	1038,54%	348	2 557	734,77%
23	Allport Cargo Services Poland Sp. z o.o.	56 237	54 214	56 237	54 214	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	76%	Anglia	96,40%	96,40%	33	34	103,03%	2 828	3 485	123,23%	3 581	3 485	97,32%
24	Spedycja Międzynarodowa Agroland Sp.z o.o.	48 173	48 264	48 173	48 264	2	spedycja	tylko Europa	tak			tak		tak	polski			100,19%	100,19%	35	35	100,00%	622	559	89,87%	781	713	91,29%
25	DONE DELIVERIES Misiek i Wspólnicy Spółka Jawna	13 862	28 341	13 862	28 340	3	spedycja	tylko Europa	tak						polski			204,45%	204,44%	34	47	138,24%	1 392	3 666	263,36%	1 728	4 538	262,62%
26	Langowski Shipping Halina Langowska	27 238	25 491	27 199	25 429	5	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak			polski			93,59%	93,49%	40	58	145,00%	1 158	1 091	94,21%	1 158	1 091	94,21%
27	BAMA LOGISTICS Sp. z o.o.	14 124	18 606	13 875	18 606	2	spedycja	tylko Europa	tak						polski			131,73%	134,10%	12	12	100,00%	120	213	177,50%	143	289	202,10%
28	TEXTRA Poland Sp. z o.o.	8 917	17 207	8 917	17 207	6	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak			polski			192,97%	192,97%	19	25	131,58%	b.d.	6	b.d.	b.d.	16	b.d.
29	SCANDICA Paweł Sokółowski	18 407	14 028	18 400	14 028	5	spedycja	tylko Europa	tak		tak				polski			76,21%	76,24%	23	24	104,35%	986	917	93,00%	986	917	93,00%
30	Delphia Pisarska-Klinkosz, Klinkosz i Zagarów sp.j.	12 971	13 939	12 971	13 939	1	spedycja	tylko Europa	tak						polski			107,46%	107,46%	12	12	100,00%	844	1 480	175,36%	844	1 480	175,36%

Za opracowanie „Rankigu TSL”

Ranking firm TSL według wartości przychodów z deklarowanej głównej działalności – transport

Miejsce w rankingu	Nazwa firmy	Przychody 2014 (w tys. zł)	Przychody 2015 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2014 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2015 (w tys. zł)	Liczba usług ofero- wanych w ra- mach TSL	Główne źródło przychodów z działalno- ści TSL	Zasięg działalno- ści TSL	Wykorzystywane gałęzie transportu						Kapitał	Udział kapitału zagra- nicznego	Kraje po- chodzenia kapitału zagra- niczne- go	Dynamika przychodu (2014 = 100%)	Dynamika przychodu z TSL (2014 = 100%)	Zatrud- nienie w Polsce ogółem 2014	Zatrud- nienie w Polsce ogółem 2015	Dynamika zatrudnie- nia (2014 =100%)	Zysk netto 2014 (w tys. zł)	Zysk netto 2015 (w tys. zł)	Dynami- ka zysku netto (2014 =100%)	Zysk brutto 2014 (w tys. zł)	Zysk brutto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku brutto (2014 =100%)
									drogowy	kolejowy	lotniczy	morski	żegluga śródlądowa	kombinowany szynowa-droga														
1	LOTOS Kolej Sp. z o. o.	601 356	671 508	600 669	669 438	3	transport	tylko Europa		tak				polski			111,67%	111,45%	943	981	104,03%	22 186	27 404	123,52%	27 845	34 454	123,73%	
2	DHL Global Forwarding Sp. z o.o.	376 968	361 334	376 968	361 334	5	transport	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	polski			95,85%	95,85%	234	222	94,87%	21 416	23 729	110,80%	26 804	29 594	110,41%	
3	Fresh Logistics Polska sp. z o.o.	288 420	310 639	288 420	310 639	4	transport	tylko Europa	tak					zagraniczny	100%	Holandia	107,70%	107,70%	650	660	101,54%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
4	LINK sp. z o.o.	247 844	288 723	242 707	285 321	6	transport	tylko Europa	tak				tak	polski			116,49%	117,56%	531	640	120,53%	5 092	8 655	169,97%	6 611	11 234	169,93%	
5	Grupa Delta Trans	324 954	313 589	252 081	245 106	7	transport	tylko Europa	tak					zagraniczny	20%	Niemcy	96,50%	97,23%	1036	916	88,42%	4 955	2 867	57,86%	6 498	3 726	57,34%	
6	CAT LC Polska Sp. z o.o.	209 214	220 250	209 214	220 250	8	transport	również poza Europą	tak		tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Francja	105,27%	105,27%	282	295	104,61%	2 370	bd.	b.d.	3 560	b.d.	b.d.
7	BATIM Transport Międzynarodowy i Spedycja Sp.J. Barbara Edelmuller Generaux, Janusz Rembilas	195 966	205 083	192 966	205 083	4	transport	również poza Europą	tak					polski			104,65%	106,28%	565	637	112,74%	b.d.	b.d.	b.d.	5 065	3 715	73,35%	
8	CEMET S.A.	192 214	194 400	191 611	193 940	4	transport	tylko Europa	tak	tak			tak	polski			101,14%	101,22%	392	399	101,79%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
9	SM LOGISTIC SP. Z O.O.	206 571	195 322	170 039	164 647	2	transport	tylko Europa	tak					polski			94,55%	96,83%	329	332	100,91%	1 897	1 909	100,63%	2 747	2 291	83,40%	
10	Spedimex Sp. z o.o.	167 378	163 883	165 844	161 533	7	transport	tylko Europa	tak					polski			97,91%	97,40%	929	949	102,15%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
11	Optima Sp. z o.o.	99 000	146 386	99 000	146 386	4	transport	tylko Europa	tak					polski			147,86%	147,86%	178	263	147,75%	99 000	146 386	147,86%	2 108	4 891	232,02%	
12	Trans Logistyka – Olga Juchniewicz spółka komandytowa	70 269	68 657	70 154	68 606	8	transport	tylko Europa	tak					polski			97,71%	97,79%	229	245	106,99%	3 485	4 113	118,02%	3 485	4 113	118,02%	
13	Trans Polonia Group (TPG)	65 286	62 625	65 286	62 625	3	transport	tylko Europa	tak	tak		tak		zagraniczny	10%	Luksemburg	95,92%	95,92%	89	82	92,13%	2 616	457	17,47%	3 303	643	19,47%	
14	Enterprise Logistics Sp. z o.o. s.k.a	54 994	55 078	54 075	54 590	8	transport	tylko Europa	tak					polski			100,15%	100,95%	19	19	100,00%	511	201	39,33%	725	302	41,66%	
15	Krotrans Logistics Sp. z o.o.	17 176	42 513	16 873	41 042	2	transport	tylko Europa	tak					polski			247,51%	243,24%	10	16	160,00%	306	508	166,01%	321	611	190,34%	
16	VIVE Transport Sp. z o.o.	35 142	40 380	31 049	35 485	7	transport	tylko Europa	tak	tak		tak		polski			114,91%	114,29%	99	118	119,19%	1 143	1 776	155,38%	1 512	2 226	147,22%	
17	Intertransports Centre-Polska Sp. z o.o.	36 933	31 758	36 932	31 756	2	transport	tylko Europa	tak					zagraniczny	95%	Włochy	85,99%	85,99%	18	17	94,44%	1 502	1 228	81,76%	1 876	1 541	82,14%	
18	Transrem Sp. z o.o.	12 084	12 720	8 772	8 822	3	transport	tylko Europa	tak					polski			105,26%	100,57%	89	93	104,49%	1 040	1 302	125,19%	1 334	1 674	125,49%	
19	Bestandig Logistics Sp. z o.o.	6 687	6 041	6 200	6 041	2	transport	tylko Europa	tak					zagraniczny	100%	Niemcy	90,34%	97,44%	18	17	94,44%	234	189	80,77%	235	202	85,96%	

Za opracowanie „Rankigu TSL” odpowiada prof. Halina Brdulak

Ranking firm TSL według wartości przychodów z deklarowanej głównej działalności – inne

Miejsce w rankingu	Nazwa firmy	Przychody 2014 (w tys. zł)	Przychody 2015 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2014 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2015 (w tys. zł)	Liczba usług oferowanych w ramach TSL	Główne źródło przychodów z działalności TSL	Zasięg działalności TSL	Wykorzystywane gałęzie transportu						Kapitał	Udział kapitału zagranicznego	Kraje pochodzenia kapitału zagranicznego	Dynamika przychodu (2014 = 100%)	Dynamika przychodu z TSL (2014 = 100%)	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2014	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2015	Dynamika zatrudnienia (2014 =100%)	Zysk netto 2014 (w tys. zł)	Zysk netto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku netto (2014 =100%)	Zysk brutto 2014 (w tys. zł)	Zysk brutto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku brutto (2014 =100%)
									drogowy	kolejowy	lotniczy	morski	żegluga śródlądowa	kombinowany szyna-droga														
1	DPD Polska sp. z o.o.	852 624	1 189 398	836 204	1 163 591	1	usługi kurierskie	również poza Europą	tak		tak			zagraniczny	100%	Francja	139,50%	139,15%	1590	2643	166,23%	60 279	75 093	124,58%	75 771	96 654	27,56%	
2	GRUPA DTA	29 557	33 884	29 556	33 884	6	usługi celne	również poza Europą	tak					polski			114,64%	114,64%	171	192	112,28%	781	276	35,34%	1 031	384	37,25%	

Za opracowanie „Rankigu TSL” odpowiada prof. Halina Brdulak

Stan równowagi (nierównowagi?) europejskiej i polskiej gospodarki

dokończenie ze str. 6

Pozostałe 25 firm – to przedsiębiorstwa z kapitałem zagranicznym i mieszanym.

W przypadku TOP 10, tempo wzrostu przychodów było na tym samym poziomie jak dla całości analizowanych firm – 8,9 proc.

Zatrudnienie rosło szybciej niż przychody z działalności TSL – w tempie 9,5 proc, nieco niższym niż w całej analizowanej grupie. Wielkość majątku trwałego netto zwiększyła się o prawie 12 proc. (11,8 proc.), a wydatki na systemy IT o 10,7 proc. Zysk netto na 1 zatrudnionego wzrósł w tej grupie o niespełna 6 proc. (5,8 proc.), a rentowność – 3,05 proc.

Tempo wzrostu polskich firm było o ponad 2 punkty procentowe niższe niż wszystkich analizowanych firm i wyniosło 7,2 proc. Natomiast wielkość majątku trwałego netto zwiększyła się o ponad 30 proc. Zatrudnienie wzrosło średnio o 11,2 proc., natomiast wydatki na systemy IT – tylko 1,6 proc. Zysk netto średnio wzrósł o ponad 30 proc. Średnia rentowność – 3,6 proc.

W przypadku firm z kapitałem zagranicznym analityczne wskaźniki ukazałyby się na poziomie nieco wyższym. Tempo wzrostu przychodów w 2015 r. wyniosło 10,3 proc, zatrudnienie rosło w tempie niższym niż przychody na poziomie 8,7 proc, zysk netto wzrósł o 19 proc., wydatki na systemy IT – o prawie 18 proc. (17,7 proc.).

Jednocześnie znalazł majątek trwały netto o prawie 1 proc (0,7 proc.). Średnia rentowność wyniosła 2,5 proc.

Analiza firm ze względu na wielkość przychodów, poziom zatrudnienia i obszar działania wskazuje, że najbardziej dynamiczny wzrost przychodów nastąpił w firmach zatrudniających od 10 do 49 osób (19 proc.), o przychodach od 10 do 49 mln zł (prawie 27 proc.), działających również poza Unią Europejską (9,8 proc.). Jeśli z kolei przyrzućmy się wydatkom na systemy IT, które mają kluczowe znaczenie przy wprowadzaniu strategii e-commerce, to można zauważyć, że największy wzrost (ponad 1,5x) nastąpił w firmach mniejszych – do 10 mln zł obrotu, mimo ponad 2 proc. spadku przychodów z działalności TSL w porównaniu do 2014 r. W kontekście dynamicznego rozwoju internetu w Polsce coraz więcej firm

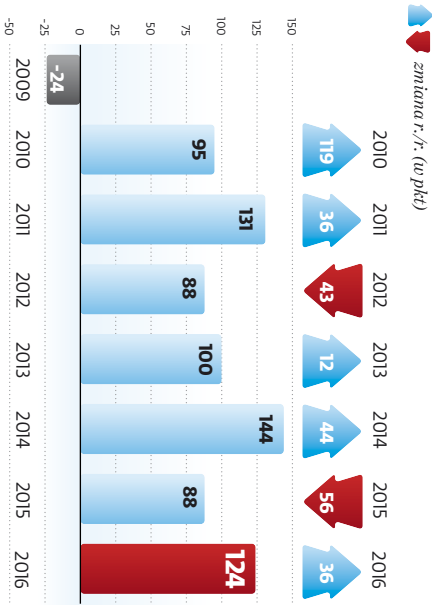
uznaje obecność na tym rynku jako konieczność i element własnej strategii działania. Majątek trwały w postaci aktywów trwałych ulegał powiększeniu prawie we wszystkich grupach firm, za wyjątkiem firm z grupy przychodowej 10–49 mln zł, gdzie mimo wysokiego tempa wzrostu przychodów zanotowano spadek zarówno wydatków IT (12,5 proc.), jak też wartości majątku trwałego w porównaniu do 2014 r. (11 proc.). Jednak zysk netto wykazywał wysoką dynamikę rok do roku – ponad 40 proc., a rentowność w tej grupie ukazała się na poziomie 4 proc., czyli znacznie powyżej średniej. Zatrudnienie rosło w tempie o ponad 6 punktów procentowych niższym niż przychody (18,3 proc.), co może prowadzić do wniosku, że sprawność zarządzania również rośnie.

Analizując wskaźniki rentowności, można zauważyć, że najniższy (2,4 proc.) charakteryzuje grupę firm o przychodach od 50 do 199 mln zł, z zagranicznym kapitałem, działającą na terenie krajów Unii Europejskiej i poza Unią. Z punktu widzenia podziału na deklarowane obszary głównej działalności – najwyższą rentowność mają firmy logistyczne (3,4 proc.) i transportowe (3,35 proc.), natomiast nieco niższą firmy spedycyjne (3 proc.).

Ocena wpływu koncepcji zrównoważonego rozwoju na wyniki finansowe wskazuje na dodatnią korelację między wielkością przychodów a publikowaniem raportów CSR. Można uznać, że często własne koporacje mają narzucony przez zarząd globalny obowiązek publikacji takich raportów, stąd też pozytywna korelacja. W przypadku sektora MSP, jak wynika z moich badań, działania z zakresu zrównoważonego rozwoju są realizowane, jednak firmy nie są przygotowane do publikowania raportów, nie widzą też konieczności podejmowania takich działań.

Pozytywne tendencje jeśli chodzi o postrzeganie przyśrodków w firmach są idenryfikowane w ramach badań wskaźnika optymizmu branży TSL. Interesujące jest, że przedsiębiorstwa dużo lepiej oceniają własną sytuację i perspektywę niż obecny stan polskiej gospodarki i jej perspektywy w przyszłości. Wskaźnik i tendencje zmian zostały zilustrowane na wykresie.

Wskaźnik optymizmu branży TSL w Polsce w latach 2009–2016

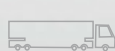
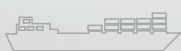


RÖHLIG

SUUS»
LOGISTICS

Logistyka dla

E-COMMERCE



www.suus.com

Ranking firm TSL według dynamiki przychodów z działalności TSL

wygenerowano dnia 2016-06-27 dla loginu: internetowapp																												
Miejsce w rankingu	Nazwa firmy	Przychody 2014 (w tys. zł)	Przychody 2015 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2014 (w tys. zł)	Przychody z TSL 2015 (w tys. zł)	Liczba usług oferowanych w ramach TSL	Główne źródło przychodów działalności TSL	Zasięg działania działalności TSL	wykorzystywane gałęzie transportu						Kapitał	Udział kapitału zagranicznego	Kraje pochodzenia kapitału zagranicznego	Dynamika przychodu (2014 = 100%)	Dynamika przychodu z TSL (2014 = 100%)	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2014	Zatrudnienie w Polsce ogółem 2015	Dynamika zatrudnienia (2014 =100%)	Zysk netto 2014 (w tys. zł)	Zysk netto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku netto (2014 =100%)	Zysk brutto 2014 (w tys. zł)	Zysk brutto 2015 (w tys. zł)	Dynamika zysku brutto (2014 =100%)
									drogowy	kolejowy	lotniczy	morski	żegluga śródlądowa	kombinowany szyna-droga														
1	Krotrans Logistics Sp. z o.o.	17 176	42 513	16 873	41 042	2	transport	tylko Europa	tak					polski			247,51%	243,24%	10	16	160,00%	306	508	166,01%	321	611	190,34%	
2	DONE DELIVERIES Misiek i Wspólnicy Spółka Jawna	13 862	28 341	13 862	28 340	3	spedycja	tylko Europa	tak					polski			204,45%	204,44%	34	47	138,24%	1 392	3 666	263,36%	1 728	4 538	262,62%	
3	TEXTRA Poland Sp. z o.o.	8 917	17 207	8 917	17 207	6	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		polski			192,97%	192,97%	19	25	131,58%	b.d.	6	b.d.	b.d.	16	b.d.	
4	Optima Sp. z o.o.	99 000	146 386	99 000	146 386	4	transport	tylko Europa	tak					polski			147,86%	147,86%	178	263	147,75%	99 000	146 386	147,86%	2 108	4 891	232,02%	
5	DPD Polska sp. z o.o.	852 624	1 189 398	836 204	1 163 591	1	usługi kurierskie	również poza Europą	tak		tak			zagraniczny	100%	Francja	139,50%	139,15%	1590	2643	166,23%	60 279	75 093	124,58%	75 771	96 654	27,56%	
6	BAMA LOGISTICS Sp. z o.o.	14 124	18 606	13 875	18 606	2	spedycja	tylko Europa	tak					polski			131,73%	134,10%	12	12	100,00%	120	213	177,50%	143	289	202,10%	
7	Yusen Logistics (Polska) Sp. z o.o.	208 101	262 606	208 101	262 606	6	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Japonia	126,19%	126,19%	205	211	102,93%	1 077	3 394	315,13%	1 502	4 366	290,68%
8	Polifrost Internationale Spedition sp. z o.o.	57 307	71 428	57 240	71 365	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	50%	Niemcy	124,64%	124,68%	41	48	117,07%	-58	500	862,07%	7	715	10214,29%
9	OMIDA GROUP	193 486	240 363	193 486	240 363	7	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		polski			124,23%	124,23%	188	325	172,87%	2 242	4 464	199,11%	2 834	5 974	210,80%	
10	Rhenus Logistics S.A.	238 261	295 442	238 261	295 442	7	spedycja	również poza Europą	tak		tak	tak		zagraniczny	99%	Niemcy	124,00%	124,00%	890	1055	118,54%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
11	No Limit Sp. o.o.	103 279	127 675	103 279	127 675	5	logistyka	tylko Europa	tak		tak	tak		polski			123,62%	123,62%	345	390	113,04%	1 667	4 226	253,51%	2 586	5 749	222,31%	
12	VGL Group	b.d.	b.d.	212 185	261 228	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	polski			b.d.	123,11%	192	270	140,63%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
13	PPT PKS Gdańsk-Oliwa SA	186 733	219 719	180 487	217 801	4	spedycja	tylko Europa	tak		tak	tak		polski			117,66%	120,67%	164	181	110,37%	2 372	4 167	175,67%	3 322	5 343	160,84%	
14	COLIAN LOGISTIC Sp. z o.o.	65 827	78 191	65 739	78 041	7	spedycja	również poza Europą	tak	tak		tak		polski			118,78%	118,71%	100	107	107,00%	1 067	1 848	173,20%	1 341	2 298	171,36%	
15	DACHSER Sp. z o.o.	245 569	290 862	245 510	290 801	6	logistyka	również poza Europą	tak		tak	tak		zagraniczny	100%	Niemcy	118,44%	118,45%	344	381	110,76%	11 596	12 611	108,75%	12 163	14 227	116,97%	
16	JURA POLSKA Sp. z o.o.	77 953	91 823	77 953	91 727	2	spedycja	również poza Europą	tak	tak				tak	polski			117,79%	117,67%	33	34	103,03%	-262	-657	-250,76%	-173	-898	-519,08%
17	LINK sp. z o.o.	247 844	288 723	242 707	285 321	6	transport	tylko Europa	tak					tak	polski			116,49%	117,56%	531	640	120,53%	5 092	8 655	169,97%	6 611	11 234	169,93%
18	EUROGATE LOGISTICS Sp. z o.o.	117 176	134 465	117 176	134 465	1	spedycja	również poza Europą	tak		tak	tak		zagraniczny	100%	Wielka Brytania	114,75%	114,75%	64	65	101,56%	1 701	2 421	142,33%	2 156	3 058	141,84%	
19	GRUPA DTA	29 557	33 884	29 556	33 884	6	usługi celne	również poza Europą	tak					polski			114,64%	114,64%	171	192	112,28%	781	276	35,34%	1 031	384	37,25%	
20	Vive Transport Sp. z o.o.	35 142	40 380	31 049	35 485	7	transport	tylko Europa	tak	tak		tak		polski			114,91%	114,29%	99	118	119,19%	1 143	1 776	155,38%	1 512	2 226	147,22%	
21	Kuehne + Nagel	446 985	502 852	446 985	502 852	8	logistyka	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Austria	112,50%	112,50%	1453	1593	109,64%	b.d.	b.d.	b.d.	105 124	123 994	117,95%
22	GEODIS Polska Sp. z o.o.	240 545	269 821	240 545	269 821	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	tak	zagraniczny	100%	Francja	112,17%	112,17%	173	215	124,28%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
23	LOTOS Kolej Sp. z o. o.	601 356	671 508	600 669	669 438	3	transport	tylko Europa		tak				polski			111,67%	111,45%	943	981	104,03%	22 186	27 404	123,52%	27 845	34 454	123,73%	
24	Asstra Associated Traffic AG	58 677	64 454	58 677	64 454	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak	tak	tak	zagraniczny	100%	Szwajcaria	109,85%	109,85%	80	79	98,75%	192	1 994	1038,54%	348	2 557	734,77%
25	XPO Supply Chain Poland Sp. zo. o.	64 775	71 025	64 775	70 807	6	logistyka	również poza Europą	tak					zagraniczny	100%	USA	109,65%	109,31%	643	724	112,60%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
26	Hellmann Worldwide Logistics Polska sp. z o.o. sp. k.	280 525	305 439	280 525	305 439	8	spedycja	również poza Europą	tak	tak	tak	tak		tak	zagraniczny	100%	Niemcy	108,88%	108,88%	469	465	99,15%	1 033	4 680	453,05%	1 033	4 680	453,05%
27	OMEGA Pilzno ITIS Godawski & Godawski Sp.z o.o.	333 792	374 529	316 740	344 566	6	logistyka	również poza Europą	tak	tak		tak		polski			112,20%	108,79%	354	476	134,46%	11 259	21 666	192,43%	13 598	25 189	185,24%	
28	Fresh Logistics Polska sp. z o.o.	288 420	310 639	288 420	310 639	4	transport	tylko Europa	tak					zagraniczny	100%	Holandia	107,70%	107,70%	650	660	101,54%	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	
29	Delphia Pisarska-Klincosz, Klincosz i Zagarów sp.j.	12 971	13 939	12 971	13 939	1	spedycja	tylko Europa	tak					polski			107,46%	107,46%	12	12	100,00%	844	1 480	175,36%	844	1 480	175,36%	
30	Fiege Sp. zo.o.	118 266	126 268	115 051	122 897	6	logistyka	również poza Europą	tak		tak	tak		zagraniczny	100%	Niemcy	106,77%	106,82%	425	636	149,65%	8 241	8 408	102,03%	10			

Francuzi wzorują się na Niemczech

TRANSPORT Już za tydzień wchodzą w życie francuskie przepisy dotyczące płacy minimalnej, które znacząco podniosą koszty i skomplikują działalność przewoźników drogowych m.in. z Polski

Konrad Majczyk
konrad.majczyk@infor.pl

Francuska ustawa o płacy minimalnej zacznie obowiązywać 1 lipca. Od tego dnia przewoźnicy z zagranicy, wykonując przewozy we Francji, będą się musieli stosować do tamtejszych wyśrubowanych wymagań.

– Loi Macron to już kolejne po niemieckim MiLoG przepisy wymierzone w przewoźników z krajów nowej UE, w tym z Polski. Te przepisy to protekcyjizm w czystej postaci, którego celem jest wspieranie przez niektóre kraje starej UE własnego biznesu przewozowego – mówi Maciej Wroński, przewodniczący Związku Pracodawców „Transport i Logistyka Polska”.

Po pierwsze, ustawa Macrona narzuca minimalną wymaganą stawkę dla kierowcy za godzinę w wysokości

9,6 euro (bez diet daje to 1457 euro miesięcznie przy 35-godzinnym tygodniu pracy). Po drugie, wynagrodzenie musi być powiększone m.in. o dodatek za usługę lat wynikający z obowiązującego we Francji układu zbiorowego płac dla sektora transportu. Po trzecie, dochodzą jeszcze przywileje gwarantowane przez francuskie prawo pracy, np. dłuższy niż w Polsce urlop i nadgodziny opłacane w kwocie wyższej o 10–25 proc. od standardowej stawki.

Jak wylicza Maciej Wroński ze związku TLP, w zakres kosztów pracy kierowcy należy uwzględnić więc oprócz stawki za godzinę pracy (ok. 9,6 euro) także dietę w wysokości 13,06 euro, ryczałt za podróż od 41,8 do 54,8 euro, dodatek za pracę w święta i niedzielę (do trzech godzin 10 euro, a powyżej trzech godzin 23,3 euro) plus dodatki stażowe.

Dla polskich firm przepisy te mogą spowodować znaczący wzrost kosztów działalności, ale także przerost nowych niezyciowych procedur. Francuski ustawodawca wymaga m.in.:

- zgłoszenia pracownika;
- wyznaczenia przedstawiciela we Francji;
- prowadzenia dokumentacji w języku francuskim;
- przechowywanie części dokumentacji w kabinie na wypadek kontroli.

Przedsiębiorcy będą musieli za każdego kierowcę wypełniać zaświadczenie o delegowaniu, które będzie ważne maksymalnie przez pół roku. Dokument musi wskazywać m.in. system ubezpieczeń społecznych, do którego odprowadzane są składki, oraz dane dotyczące kierowców: stawki godzinowe brutto (w przeliczeniu na euro) oraz koszty diet i ryczałtów.

dokończenie na str. 13

SUBIEKTYWNIE

Wpływ e-commerce na logistykę



JANUSZ GÓRSKI
prezes DB Schenker

Dynamiczny rozwój sprzedaży internetowej, zwłaszcza w przypadku sieci handlowych, tworzy nowe wyzwania dla logistyki. Przede wszystkim konieczna jest ściślejsza współpraca z klientem.

Mimo że o współpracy sporo już się mówi, to w przypadku e-commerce nie może mieć ona charakteru jedynie deklaracji, ale przejawiać się przede wszystkim w zrozumieniu potrzeb i możliwości wszystkich uczestników łańcucha dostaw. Klient określa swoje oczekiwania odnośnie do sposobu zamawiania, odbioru i zwrotu. Coraz częściej klient migruje między różnymi kanałami dystrybucji, oczekując jednolitej i stabilnej jakości obsługi. Z punktu widzenia logistycznego zdarza się, że zlecający obsługę operatorowi (zleceniodawca obsługi logistycznej) dzieli swój biznes między różne firmy z branży TSL. Przykładowo firma logistyczna X może obsługiwać tylko jeden kanał dystrybucji (np. dostawa i odbiór ze sklepu tradycyjnego), a z kolei firma Y – sklep internetowy.

Jak w takim przypadku zapewnić jednolite doświadczenie klienta, gdy korzysta on naraz z kilku kanałów, swobodnie się między nimi przemieszczając? Stanowi to duży problem. Rozwiązaniem może być współpraca między konkurentami w obszarze obsługi ostatecznego klienta (kooperacja) bądź też inny sposób podziału ryzyka biznesowego przez zleceniodawcę. Jak widać z tego przykładu, w handlu internetowym, a zwłaszcza w strategii

omnikanałowej, najważniejsze jest zapewnienie klientowi pozytywnego doświadczenia marki i utrzymanie poziomu jakości w jego wędrówce zakupowej.

Kolejny istotny problem to integracja systemów informatycznych wszystkich podmiotów – uczestników transakcji. Każdy z uczestników dysponuje zazwyczaj różnymi systemami IT. Dodatkowym problemem jest brak połączenia między systemami IT, zarządzającymi magazynem tradycyjnym i internetowym zleceniodawcy. W związku z tym zarówno operator logistyczny, jak też sprzedawca i klient mogą nie znać rzeczywistego stanu magazynu, ponieważ następuje opóźnienie w przesyłaniu informacji. W efekcie często dochodzi do marnotrawstwa zasobów oraz zmniejszenia poziomu zaufania do marki. Dlatego kluczowym czynnikiem sukcesu w przypadku branży internetowej jest spójność informacji, odzwierciedlenie stanu rzeczywistego oraz bardzo dobra aplikacja, pozwalająca na osiągnięcie powyższych efektów. Dobre sklepy internetowe są oparte na zintegrowanych systemach informatycznych, a operator logistyczny musi zwinnie włączyć się w procesy zleceniodawcy, dostarczając dodatkową wartość klientowi.

Można zatem stwierdzić, że strategia omnikanałowa obnaża wszystkie problemy łańcucha dostaw, zarówno w zakresie jakości danych, wiarygodności i możliwości zobaczenia informacji o zapasach, jak też wiarygodności prognoz popytowych i jakości dostaw „ostatniej mili”.

PARTNER **SCHENKER**

TEKST PROMOCYJNY

GO! Life Science – przesyłka w kontrolowanej temperaturze



Wychodząc naprzeciw potrzeb klientów, firma GO! Express & Logistics Polska zwiększa wachlarz swoich profesjonalnych rozwiązań. Najnowsza usługa GO! Life Science jest dedykowana dla firm, które zajmują się biotechnologiami, badaniami i rozwojem leków oraz innymi dziedzinami w obrębie nauk przyrodniczych. Serwis GO! Life Science dotyczy zarówno przesyłek krajowych jak i międzynarodowych, które wymagają stałej temperatury podczas transportu. Paczki mogą być przewożone w trzech różnych wariantach temperatur (GO! Dry Ice; GO! Cold Pack; GO! Ambient).



Dla firm z sektora farmaceutycznego z pewnością atrakcyjnymi rozwiązaniami będą usługi GO! Cold Pack oraz GO! Ambient, które są dedykowane do transportu produktów w temperaturze 2-8°C (GO! Cold Pack) bądź 15-25°C (GO! Ambient). Specjalny system izotermicznych opakowań zapewnia zachowanie pożądanego zakresu temperatur aż do 120 godzin. Tego typu przewóz jest bardzo opłacalny dla klienta, gdyż przewożąc przesyłkę jako schłodzoną nie musi ponosić dodatkowych kosztów za wynajmowanie transportu chłodniczego. Kolejną zaletą pojemników proponowanych przez GO! Express jest także ich jednorazowość, co pozwala na znaczne obniżenie kosztów dostawy.

Z kolei usługa GO! Dry Ice jest przeznaczona do transportu zamrożonych towarów (temperatura może być utrzymana w zakresie od -78 do -4°C). Zaletą tego unikalnego produktu jest to, że klienci nie muszą się martwić o materiały opakowaniowe, suchy lód a także odpowiednie zabezpieczenie pojazdu. „GO! zatroszczy się o zapakowanie przesyłki, jej oznakowanie, transport i terminową dostawę do miejsca przeznaczenia”, mówi Michał Grotkowski, Dyrektor Zarządzający GO! Polska.

Dzięki indywidualnemu podejściu do każdego klienta, GO! Express jako lider rozwiązań „szytych na miarę” jest w stanie sprostać wszelkim wymaganiom odnośnie warunków temperatury przesyłki oraz odpowiedniego jej opakowania. Istotną kwestią podczas transportu tak wysoce wrażliwych przesyłek jak próbki medyczne (krew, osocze) czy też odczynniki chemiczne jest bezpieczeństwo, które wiąże się z nieustannym monitorowaniem ściśle określonego reżimu oraz czasu przewozu. „Dział

operacyjny GO! Express & Logistics jest w pełni wyszkolony jeśli idzie o pomoc naszym klientom w zakresie specyfikacji ich przesyłek oraz dopasowania odpowiednich pojemników opakowaniowych. W przypadku wysyłki międzynarodowej nasi specjaliści dostosowują tego typu przesyłkę biorąc pod uwagę czas przewozu, przepisy oraz procedury obowiązujące w kraju destynacji oraz warunki transportu lotniczego. Ponadto staramy się również o to, by towary przewożone w suchym lodzie były wysyłane na przykład w poniedziałek i wtorek, aby do końca tygodnia było wystarczająco dużo czasu na transport przesyłki i odprawy celne” – wskazuje Michał Grotkowski.

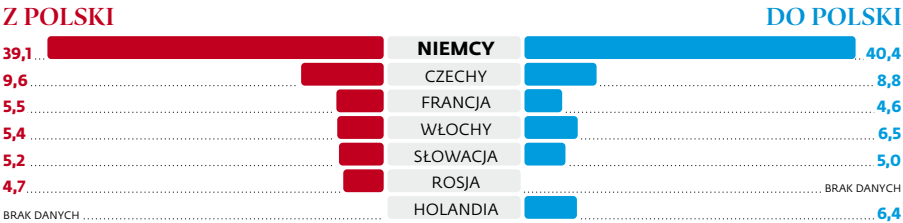
Warto zauważyć, że ogólnosiwiatowa sieć GO! Express & Logistics może się pochwalić bardzo bogatym doświadczeniem związanym z międzynarodowym transportem przesyłek mrożonych i chłodzonych dla wielu przedsiębiorstw, laboratoriów i ośrodków badawczych w dziedzinie Life Science, a co za tym idzie jest w stanie zaoferować kompleksowe rozwiązania logistyczne.

Kilka słów o firmie GO!:

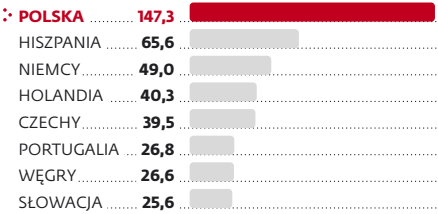
- GO! Express & Logistics Polska jest międzynarodową firmą kurierską z 30 letnim doświadczeniem specjalizującą się w transporcie przesyłek ekspresowych.
- Oddziały GO! znajdują się w kilkunastu krajach Europy.
- W Polsce firma ma swoje placówki w Warszawie, Poznaniu, Wrocławiu oraz Katowicach.
- Głównymi atrybutami firmy są: elastyczność, indywidualne podejście do klienta oraz wysoki poziom komunikacji.

Polscy przewoźnicy drogowi w Europie

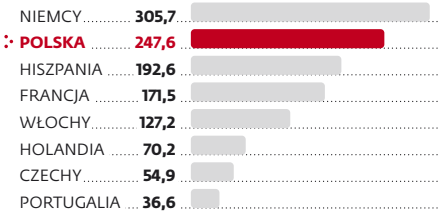
Najważniejsze kierunki przewozów transportem drogowym z i do Polski (udział w całości ładunków eksportowanych transportem drogowym, proc.)



Praca przewozowa w międzynarodowym transporcie drogowym (mld tonokm)*



Praca przewozowa ogółem w transporcie drogowym (mld tonokm)*



Źródło: Deloitte, GUS, ZMPD, Eurostat, * dane z 2015 r.



Branża logistyczna. Nowe rynki, trend

DEBATA Dynamiczny rozwój e-handlu wymusza działania ze strony branży transportu, spedycji i logistyki. Rosną wymagania klientów, którzy wymuszają na operatorach nowe, niestandardowe działania. Prognozy dla sektora logistycznego są obiecujące, ale potrzebna jest stabilność polityczna – takie wnioski płyną z debaty DGP

– Wartość rynku e-commerce w Europie w tym roku przekroczy pół biliona euro (w 2015 r. było to 455 mld euro). Polska branża e-commerce jest jedną z najszybciej rozwijających się w Europie: handel internetowy urosł w ubiegłym roku o 17,8 proc. Wartość polskiego rynku e-commerce osiągnie w tym roku 36 mld zł. Dzisiaj jego udział w handlu ogółem to 5,3 proc., ale będzie szybko rosła – powiedziała prof. Halina Brdulak ze Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

– Już dziś jest to ogromna masa towarowa. E-commerce rośnie w tempie kilkunastu procent rocznie, czyli istotnie więcej, niż wynosi jakikolwiek wskaźnik wzrostu konsumpcji. Pod żadnym pozorem nie można tego zjawiska lekceważyć – powiedział Daniel Franke, członek zarządu Rohlig SUUS Logistics.

– Konsekwentnie rozwijamy usługi związane z e-commerce. Handel internetowy jest dla każdej z liczących się firm z branży TSL wyzwaniem, szansą i obszarem do zagospodarowania – zapewnił Adam Kuśmierek, dyrektor regionu Łódź w DB Schenker.

E-commerce eksploduje

Jak stwierdził Daniel Franke, w przypadku jego firmy w ciągu ostatniego roku e-commerce wręcz eksplodował, notując wzrosty rzędu 600 proc. – Związane jest to z lawinowym wręcz wzrostem liczby przesyłek o rozmiarach większych niż paczki, czyli przesyłek o wadze powyżej 50 kg, ale dostarczanych do odbiorców indywidualnych, w którym to segmencie mamy największe kompetencje – zauważył.

Adam Kuśmierek zwrócił uwagę na nowe zjawisko. – Do e-commerce wchodzi nowe branże, np. budowlana, która dotychczas działała poprzez hurtownie. Dzisiaj także dostawy ciężkich, tonowych przesyłek zamówionych przez internet mogą być codziennością – dodał.

Operatorzy logistyczni patrzą na e-commerce z reguły jako na cały proces: od przyjęcia zamówienia przez obsługę internetową, przygotowanie dokumentów sprzedażowych, wysyłkę towaru, współpracę z firmą kurierską w ramach obsługi ostatniej mili aż do obsługi ewentualnych zwrotów.

– Na razie e-commerce nie jest jeszcze dominującym wartościowo segmentem w naszej grupie kapitałowej, ale notuje obiecujące wzrosty. Konsekwentnie go rozwijamy, mając świadomość, że jego udział będzie się zwiększał – przyznał Paweł Trębicki, dyrektor generalny Raben Transport.

Jak zauważył, rynek się polaryzuje. Działa tu kilku wielkich graczy, np. Amazon i Alibaba, a także znaczące firmy kurierskie z ambicjami do rozwijania kompetencji w e-commerce. Ale pośród firm zaangażowanych w handel internetowy jest też duża liczba mikroprzedsiębiorstw, które sprzedają lokalnie tylko na terenie Polski.

– Te mniejsze firmy oczekują od nas, operatorów logistycznych, rozwiązań elastycznych i efektywnych kosztowo, np. braku opłat stałych, czyli rozliczania tylko za wykonaną usługę – podkreślał Paweł Trębicki. – Największe perspektywy widzimy we współpracy z aktualnymi klientami, którzy rozszerzają swój kanał sprzedaży obsługę o e-commerce. Można to zrobić z korzyścią dla obu stron poprzez wykorzystanie efektu synergii i wspólnego stocku – stwierdził.

Prezes Dachsera Grzegorz Lichocik zwrócił uwagę na fakt, że sklepy internetowe często również wymagają zatowarowania swoich magazynów. Jak podkreślił, jego firma w dużej mierze obsługuje w ramach e-commerce dostawy od producentów do sklepów internetowych (do ich centrów magazynowych).

– W dostawach w ramach e-commerce czas będzie odgrywał coraz większą rolę. Wy-

Chińscy eksporterzy zaczynali działalność w Europie od Holandii i Beneluksu, które były bazą do ekspansji. Dzisiaj czas transportu do Rotterdamu nie różni się znacząco od tego do Gdańska. A taniej jest wynająć magazyn i utrzymać obsługę w Polsce

grają te firmy, które zapewnią szybki serwis, bo takiego oczekują klienci, którzy nie chcą zbyt długo czekać na towar. Wyzwaniem może być fakt, że producenci nie lubią wytwarzać „na magazyn”, wolą mieć czas na wyprodukowanie nie po złożeniu zamówienia. Tutaj widoczna jest istotna rozbieżność interesów, choć finalnie zazwyczaj decydująca rolę odgrywają preferencje klientów – powiedział Grzegorz Lichocik.

O ile rynek zamówień B2C (business-to-consumer), z którym najczęściej utożsamiany jest e-commerce, jest wart w Polsce 36 mld zł, to wartość segmentu B2B (business-to-business) przekracza 250 mld zł. Dlatego niektórzy uczestnicy rynku patrzą na e-commerce przez pryzmat B2B.



PROF. HALINA BRDULAK
ze Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie

Polska branża e-commerce jest jedną z najszybciej rozwijających się w Europie. Handel internetowy urosł tutaj w ubiegłym roku o 17,8 proc.

– Do 2020 r. ten udział wzrośnie zapewne do ok. 10 proc., bo takie są prognozy rynkowe. Czyli nadal 90 proc. to B2B. Kuehne + Nagel inwestuje w rozwiązywanie e-commerce dla biznesu, co oznacza, że klient może zamówić transport lotniczy, morski, a w niedalekiej przyszłości także drogowy w trybie online z każdego miejsca na świecie i o każdej porze – powiedział Marek Parzyszek, dyrektor sprzedaży w Kuehne + Nagel w Polsce. Jak zauważył, tzw. klienci 3.0, którzy wchodzi teraz do logistyki, oczekują zupełnie innych rozwiązań, a e-commerce daje możliwość ich dostarczenia.

– To dlatego stworzyliśmy innowacyjne narzędzie KN FreightNet, umożliwiające przygotowanie dopasowanej oferty, zamówienie transportu, a potem śledzenie przesyłki przez internet. Jak na razie jesteśmy jedynym operatorem logistycznym na świecie, który proponuje takie rozwiąza-

nie – zapewnił Marek Parzyszek z Kuehne + Nagel.

Uczestnicy dyskusji zwrócili uwagę, że na naszych oczach zmienia się model sprzedaży.

– Sklepy AGD to dziś jedna wielka wystawa. A niedługo większość sprzedaży przesunie się do modelu, w którym wybierać będziemy w showroomach, natomiast zamawiać w trybie e-commerce lub tradycyjnie, ale dostawy będą ujednolicone i wysyłane kanałem typowym dla e-commerce z magazynów do klienta – przewidywał Grzegorz Lichocik z Dachsera.

– Jeden z naszych klientów, Media Expert, wprowadził niedawno funkcję wirtualnego showroomu: klient kontaktuje się ze sprzedawcą wyposażonym w kamerę Go-



DANIEL FRANKE
członek zarządu Rohlig SUUS Logistics

Wdrażamy dropshipping w celu działania w trybie dostawy bezpośredniej. Boda się odebrać towar bezpośrednio od producenta i pojechać do finalnego odbiorcy

Pro, a dzięki temu może obejrzeć sprzęt bez wychodzenia z domu. Takie rozwiązanie ma szansę się przyjąć – powiedział Adam Kuśmierek z DB Schenker.

Podczas dyskusji pojawiła się teza, że dobry efekt przynosi miks nowych modeli sprzedażowych z tymi tradycyjnymi. – Wielokanałowość sprzedaży w sklepach tradycyjnych, czyli np. możliwość zakupu artykułów spożywczych przez internet, mimo początkowych obaw sieci handlowych nie zmniejszyła obrotów w ich placówkach. A wręcz przeciwnie ogółem wartość sprzedaży znacząco wzrosła – powiedział prezes Lichocik.

Co ciekawe, rysuje się coraz wyraźniej podział kanału dostaw B2C na trzy segmenty: dostaw do paczkomatów (najmniejsze przesyłki), dostaw kurierem do domu bądź do pracy (średniej wielkości paczki) i dostaw przesyłek większych, realizowanych tylko do gospodarstw domowych przez operatorów logistycznych, często zamawianych z usługą wniesienia przez więcej niż jedną osobę.

Zdaniem Daniela Frankego z Rohlig SUUS operatorzy logistyczni nie będą się mogli ukierunkowywać w jednej specjalizacji, dlatego że to klienci będą wybierali rodzaj dostawy. Jak powiedział, będą musieli sprostać różnym rodzajom dystrybucji w kanale B2B i B2C i być w stanie elastycznie się przełączać i dostosowywać. – Istnieje szereg firm, które ewoluują z B2B do B2C, w związku z czym oczekują adekwatnego serwisu od swojego operatora. I odwrotnie: są firmy, które zaczęły od e-commerce, a teraz próbują w B2B, ponieważ chcą poszerzać ofertę. Spodziewam się dynamicznego rozwoju wszystkich gałęzi, a wszystko to będzie oparte o decyzje klienta – podkreślił.

Menedżerowie stwierdzili, że widać dziś płynne zacieranie się granic między segmentami B2C i B2B. Kiedyś mówiąc „e-commerce”, mieliśmy na myśli dostawę np. książki. Dzisiaj kanapa to też e-commerce.

– Dysponujemy usługą DB Schenker Home obejmującą dostawę do klienta indywidualnego. W ramach niej zajmu-



ADAM KUŚMIEREK
dyrektor regionu Łódź w DB Schenker

W naszym centrum dystrybucyjnym w Szwecji zamiast ludzi pracują roboty. Wydajność wzrosła o 60 proc., a oszczędności powierzchni magazynowej wyniosły 20 proc.

jemy się też dużymi gabarytami i paczkami. Te ostatnie mogą być dostarczone do odbiorców końcowych, ale też w formie B2B z odbiorem własnym klienta. To np. rynek fashion, który jest obsługiwany przez nas zarówno w formule dostaw do ostatecznego nabywcy, jak i do sklepów – tłumaczył Adam Kuśmierek z DB Schenker.

Paweł Trębicki z Grupy Raben zwrócił uwagę na dylematy klientów związane z wielokanałowością. – Bardziej ekspansywne wejście klientów w e-commerce to duże wyzwanie dla klientów, związane z polityką dystrybucji towarów. Pytanie jest takie, jak kształtować politykę cenową, żeby dotychczasowi dystrybutorzy nie czuli się pokrzywdzeni z powodu wyższych stawek. Do wyboru jest albo równoległa sprzedaż we wszystkich kanałach z przemyślaną polityką cenową, albo zamknięcie jednego z nich – tłumaczył.

Menedżerowie byli zgodni, że pod względem czasu dostaw Europa jest o poziom wyżej niż Stany Zjednoczone. Standardowy czas dostawy za oceanem to 72 godziny (w wersji skróconej 48 godzin). W Polsce standardem stają się 24 godziny.

– W Europie, w tym Polsce, rosną oczekiwania dotyczące terminów i elastyczności dostaw, np. klienci oczekują ich w soboty i niedziele, popołudniami i pod różnymi adresami, co tworzy złożony matryks terminów z niewielką możliwością optymalizacji – ocenił dyrektor Trębicki.

Przy dzisiejszym poziomie konkurencji na rynku TSL w Polsce klient jest rozpieszczany. Za produkty chcemy płacić jak najmniej, ale mieć je w domu jak najszybciej – najlepiej jeszcze tego samego dnia. Idzie to w tym kierunku, że czas dostawy przestaje być liczony w dniach, a zaczyna w godzinach.

– Oczekiwania skrócenia czasu będą szły coraz dalej, a łańcuchy dostaw będą budowane w ten sposób, żeby te wymagania przynajmniej dla części produktów spełniać. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów uruchomiliśmy usługę targo-on-site, która w wersji premium polega na tym, że produkt, np. fotokopiarę, się wnosi, podłącza i zabiera kartony – dodał Grzegorz Lichocik z Dachsera.

– Klient oczekuje czasami od dostawcy nie tylko wniesienia, montażu i usunięcia kartonów, ale też zabrania starego sprzętu. Dlatego wystartowaliśmy z usługą odbioru elektrośmieci dla odbiorców korzystających z usługi dostawy nowego towaru – dodał Daniel Franke z Rohlig SUUS. – Z reguły jest jednak tak, że klient zamawia tylko podstawowy wariant, a usługi dodatkowe dotyczą ok. 5 do 10 proc. przesyłek do odbiorców końcowych, ale ich udział systematycznie rośnie – podkreślił.

– Usługi dodatkowe generują też specjalne koszty, bo wymagają np. zaangażowania większej liczby pracowników. Tymczasem w rozmowach z dużymi graczami sektora e-commerce powszechnie jest oczekiwanie, że dodatkowe usługi powinny być jak najtańsze. Tutaj widać rozbieżność interesów – zauważył dyr. Adam Kuśmierek.

– Dopóki nie przekroczymy pewnej masy krytycznej w usługach logistycznych, może być tak, że usługa dodatkowa będzie nawet kilka razy droższa niż podstawowa. Ale jeśli usługi będą zamawiane w sposób masowy, różnica w cenie będzie stopniowo niwelowana – ocenił prezes Lichocik. – W transporcie mierzymy np. liczbę stopów na ciężarówkę. W Holandii wychodzi nawet 20 przy jednej ulicy, w Polsce miejsca rozładunków są znacznie bardziej rozrzucone. To ma wpływ na efektywność i koszty dostaw – dodał.

Jak podkreślali rozmówcy, usługi dodatkowe powinny być precyzyjnie i transparentnie opisane na etapie zamówienia, tzn. sklep powinien jasno informować klienta o dostępnych możliwościach. Wtedy zaufanie do takich zamówień będzie rosło.

– Klient powinien mieć możliwość wyboru nie tylko rodzaju transportu, ale także skorzystania z różnych opcji cenowych w obrębie zaproponowanego rozwiązania. Elastyczność w podejściu do klienta to klucz do sukcesu – powiedział Marek Parzyszek z Kuehne + Nagel. – Operatorzy logistyczni swoją przewagę konkurencyjną mogą bu-

y i perspektywy



GRZEGORZ LICHOCIK

prezes Dachsera

Mierzymy liczbę „stopów” na ciężarówkę. W Holandii wychodzi nawet 20 przy jednej ulicy. W Polsce miejsca rozładunków są znacznie bardziej rozrzucone



MAREK PARZYSZEK

dyrektor sprzedaży w Kuehne + Nagel w Polsce

Klienci 3.0, którzy wchodzą teraz do logistyki, oczekują zupełnie nowych rozwiązań i to właśnie e-commerce daje możliwość ich dostarczenia



PAWEŁ TRĘBICKI

dyrektor generalny Raben Transport

Ponad 50 proc. powierzchni w naszym regionie Europy jest zlokalizowana w Polsce. Decyduje o tym tzw. transit time, który zależy od sieci drogowej

dować poprzez specjalizację usług i dopasowanie serwisu do wymagań klientów z poszczególnych branż – dodał.

– Coraz częściej kurierzy są naszymi poddostawcami. Klienci oczekują od nas, operatorów logistycznych, integracji dostawców i przedstawienia kompleksowej oferty obsługi wszystkich kanałów dystrybucji. Wtedy musimy być klasycznym 4PL (integratorem logistycznym) zajmującym się koordynacją całego procesu, który częściowo dostarczy usługę samodzielnie, a częściowo ją zakontraktuje, np. poprzez serwis kurierski – zauważył Daniel Franke.

Boom w magazynach

Rozwój e-commerce jest jednym ze źródeł dynamicznego wzrostu rynku powierzchni magazynowej, z jakim mamy do czynienia w Polsce. Producent chce być blisko klienta, aby dostarczać mu towar tak szybko, jak to jest tylko możliwe. Podczas dyskusji padła teza, że logistyka kontraktowa także musi sprostać wyzwaniom stawianym przez e-commerce.

– W naszym centrum dystrybucyjnym w Szwecji, obsługującym największego dystrybutora zabawek na rynkach nordyckich, Lekmer.com, zamiast ludzi pracują roboty. To innowacyjne rozwiązanie tam się świetnie sprawdziło. Po wprowadzeniu automatyzacji wydajność wzrosła o 60 proc., a oszczędności powierzchni magazynowej wyniosły 20 proc. – wyliczał Adam Kuśmierek.

– Tego typu projekty bronią się od strony biznesowej tylko wtedy, kiedy jest gwarancja, że będą funkcjonowały w dłuższym okresie. Jeśli klient chce podpisać umowę np. tylko na rok, to proces automatyzacji magazynu pod jego kątem byłby ryzykiem biznesowym – zauważył Grzegorz Lichocik.

– Automatyzacja z jednej strony zmniejsza koszty i optymalizuje procesy, ale jednocześnie przynosi wy-

zwania związane z ograniczeniem elastyczności. Jeśli budujemy dedykowane i automatyczne magazyny pod kątem konkretnego biznesu, to później przedstawienie się na inny profil albo innego klienta jest trudne – skomentował Daniel Franke.

Zdarza się czasami, że klienci e-commerce chcą zawrzeć kontrakt na 4–5 lat, ale z gwarancją dostępności powierzchni wraz ze wzrostem ich sprzedaży i skali działalności (kilkanaście procent rocznie).

– Deweloperzy wspólnie z operatorami logistycznymi mogą dostarczyć większą powierzchnię, ale z reguły w innej lokalizacji. A klienci chcą mieć gwarancje rozwoju, mało kto za dwa lata chce się przeprowadzać – zauważył Grzegorz Lichocik.

Jakie są potencjalne rozwiązania?

– Wdrażamy i testujemy z naszymi klientami dropshipping, czyli model współpracy między producentem albo importerem a sklepem internetowym i operatorem logistycznym w celu działania w trybie dostawy bezpośredniej. Zamiast jechać od producenta do magazynu e-commerce i dopiero stamtąd do finalnego dostawcy, można odebrać towar bezpośrednio od producenta i pojechać do finalnego odbiorcy – tłumaczył Daniel Franke. – Jest to szczególnie korzystne w przypadku przesyłek większych albo o dużej wartości, jednak wymaga precyzyjnych ustaleń pomiędzy uczestnikami łańcucha dostaw – powiedział.

Zdaniem Pawła Trębickiego zapotrzebowanie na powierzchnie magazynowe będzie rosło. Przyczyną jest duży, chłonny rynek wewnętrzny w Polsce.

– Nowa powierzchnia magazynowa pojawia się w wokół tych ośrodków, które są najbardziej uprzemysłowione. Ponad 50 proc. powierzchni w regionie Eu-

ropy Środkowo-Wschodniej jest zlokalizowana w Polsce. O umiejscowieniu magazynów decyduje transit time, który jest pochodną sieci drogowej – wyjaśniał.

– Popyt na magazyny nie jest zagrożony, a dynamika wzrostu tego obszaru logistyki powinna się utrzymać. Mamy przed sobą kilka lat prosperity ze względu na to, że jesteśmy dużym rynkiem – powiedział Marek Parzyszek. Takie czynniki jak możliwość bezpośrednich wpływów największych kontenerowców do portów w Polsce, połączenia kolejowe z Dalekiego Wschodu, dobra sieć połączeń drogowych oraz wykwalifikowana, ale nadal tania kadra pracownicza powodują, że Polska może stać się centrum dystrybucyjnym dla Europy Zachodniej – przewidywał.

– Boom magazynowy będzie trwał. Polska jest ważnym rynkiem w tej części Europy, siła nabywcza regionu rośnie. Wciąż mamy do czynienia z offshoringiem i przenoszeniem produkcji do nas, obserwujemy zamykanie magazynów krajowych u sąsiadów i przenoszenie wolumenu do Polski – ocenił Grzegorz Lichocik.

– Boom w logistyce napędzają dodatkowo inwestycje w infrastrukturę drogową, dzięki której możemy dostarczyć towary do dowolnego miejsca w Europie. W Polsce jest plan dalszego rozwoju dróg do 2023 r., a to dobrze rokuje. Rozbudowa sieci połączeń i poprawa jakości infrastruktury drogowej będzie sprzyjać rozwojowi całego rynku TSL – powiedział Marek Parzyszek.

Wyzwaniem jest jednak fakt, że nowa szybka sieć drogowa zaczyna się w niektórych miejscach zapychać, czyli potrzebna jest już budowa trzeciego pasa.

– W przypadku decyzji Amazona o lokalizacji działalności w Polsce niebagatelne znaczenie miał koszt siły roboczej i dostępność pracowników. Część z magazynów

na rynku polskim wykonuje usługi konfekcjonowania towarów pod potrzeby dalszej dystrybucji na rynku niemieckim. Uczestniczymy więc w nie najprostszym ogniwie, którego źródłem jest niższy koszt siły roboczej i wskaźnik uzwiązkowienia niż w Niemczech – zauważył Paweł Trębicki.

Uczestnicy dyskusji przyznali, że każda z ich firm doświadcza presji na wzrost wynagrodzeń i pracowników. Czyli czas budowy przewagi konkurencyjnej opartej na koszcie pracy może się powoli zacząć kończyć. Zdaniem Pawła Trębickiego od etapu taniej siły roboczej powinniśmy przejść do etapu wytwarzania produktów innowacyjnych, który będzie nowym impulsem dla gospodarki.

Według Daniela Frankiego ceny budowy i najmu magazynów na polskim rynku są najniższe na świecie. To m.in. dlatego pojawiają się firmy chińskie na rynku polskim, dla których parametr time-to-market zaczyna być barierą wzrostu. Nawet 16 dni oferowane dla drobnicy kolejną z Chin zaczyna być okresem zbyt długim, żeby utrzymać konkurencyjność. Z drugiej strony firmy te nie są w stanie pokryć kosztów transportów lotniczych. – Chińczycy przylatują do Polski w poszukiwaniu rozwiązań kompleksowych, obejmujących również projekty magazynowe w Polsce. Celem jest przesunięcie z Chin części stocku do naszego kraju i zopatrzywanie stąd odbiorców w całej Europie. Czas transportu skracają wtedy do 2–3 dni. Chińscy inwestorzy uwzględniają przewagę Polski pod względem kosztów siły roboczej, kosztu budowy i najmu magazynów, a także możliwości obsługi przez wiodących operatorów logistycznych w naszym kraju – wyjaśnił.

Jak stwierdził Marek Parzyszek, sytuacja logistyczna obraca się na korzyść Polski. Mamy szansę stać się wiel-

kim centrum dystrybucyjnym. – Kilkanaście lat temu chińscy eksporterzy zaczynali działalność w Europie od Holandii i Beneluksu, które były bazą magazynową i centrum dystrybucyjnym do ekspansji na Starym Kontynencie. Zmieniło się to jednak, ponieważ czas transportu do portu w Rotterdamie nie różni się znacząco od tego do Gdańska, a taniej jest wynajmować magazyn i utrzymać obsługę w Polsce. Czas transportu z Polski do Europy Zachodniej jest akceptowalny dla klienta – tłumaczył. Podkreślał też kluczowe dla TSL inwestycje portowe, np. budowę terminalu T2 przez DCT w Gdańsku.

Grzegorz Lichocik zwrócił uwagę, że bardzo ważna dla rozwoju biznesu jest stabilność gospodarcza kraju i przewidywalność rozwoju, która wpływa na konkurencyjność Polski jako państwa. – Decyzje o inwestowaniu lub nie w Polsce podejmują menedżerowie, którzy muszą widzieć perspektywę bezpieczeństwa biznesowego. W przeciwnym wypadku istnieje ryzyko, że część inwestycji mogą zaabsorbować np. Czechy, które mogą wygrać pewnością prawną i gospodarczą – ostrzegł.

Rady dla mniejszych firm

– Należy zarówno otwierać się na nowe pomysły, jak i kopiować dobre rozwiązania. Potencjał na optymalizację kosztową jest ograniczony, dlatego należy konkurować nie tylko cenami transakcyjnymi, ale próbować wiązać proste usługi w bardziej wyrafinowane łańcuchy dostaw, które zapewnią przewagę nad firmami bardziej konserwatywnymi. Najgorsze, co może się przytrafić, to stagnacja – podsumował Daniel Franke.

– Planując ekspansję, na nowe rynki, na początek warto wybrać te kierunki, gdzie konkurencja nie jest zbyt ostra i nie ma dużych barier wejścia. Takimi są np. kraje bałkańskie, które głównie importują towary. Znam przykłady także polskich firm, które świetnie sobie tam radzą – podpowiedział Grzegorz Lichocik.

Marek Parzyszek zaproponował, żeby próbować wykorzystywać także czas kryzysów w gospodarce. – Spowolnienia gospodarcze były i prawdopodobnie zawsze będą, ale powinny być możliwością przegrupowania, znalezienia nowych rozwiązań i impulsem do zmiany – podkreślił.

– Żyjemy w ciekawych czasach. Realia biznesowe są takie, że jeśli masz dobry pomysł, to możesz go też zrealizować. Ta zasada działa także w logistyce, która jest otwarta na innowacje – zakończył Adam Kuśmierek.

Debatę prowadzili Halina Brdulak, prof. SGH w Warszawie, i Konrad Majczyk, dziennikarz DGP. Opracował Konrad Majczyk

dokończenie ze str. 11

Ponadto pracodawca będzie musiał sam zweryfikować, do której francuskiej klasy wyznaczenia pracownik jest zakwalifikowany.

Spośród 30 tys. polskich firm, które zajmują się transportem międzynarodowym, miażdżącą większość stanowią małe przedsiębiorstwa dysponujące kilkoma pojazdami. Czy takie firmy będą w stanie udźwignąć dodatkowy koszt utrzymywania stalego pełnomocnika we Francji i tłumaczenia dokumentów na język Woltera? W praktyce bariera wejścia jest tak wysoka, że duża część firm się na jej przekroczenie nie zdecyduje.

– Nasi przedsiębiorcy w większości nie będą w stanie spełnić wymogów Loi Macron – twierdzi Maciej Wroński.

A sankcje mogą być dotkliwe. Za nieprzestrzeganie przepisów przewidziano kary do pół miliona euro dla przewoźnika w Polsce, ale nie tylko. Francuski ustawodawca wymyślił współodpowiedzialność nadawcy, który również może zostać obciążony karą finansową. Efekt – to może odstraszyć europejski biznes logistyczny od współpracy z dotychczasowymi, tańszymi partnerami z Europy Środkowo-Wschodniej.

Przygotowując swoje rozwiązanie, Francuzi wzięli przykład z Niemców. Na początku ubiegłego roku Niemcy wprowadzili MiLoG, czyli własną ustawę o pensji minimalnej. Te protekcyjnistyczne regulacje nakładają m.in. na firmy z Polski obowiązek płacenia kierowcom co najmniej 8,5 euro za godzinę pracy, kiedy wykonują transporty na terenie Niemiec. Dla przedsiębiorców to bardzo istotne obciążenie, biorąc pod uwagę niską rentowność netto w segmencie przewozów drogowych.

W sprawie MiLoG wciąż nie jest zakończone postępowanie KE przeciwko Niemcom, które trwa już od roku. Mimo że ustawa też obowiązuje od roku, na razie z jej tytułu nie było istotnych sankcji (żaden przewoźnik tej maksymalnej kary nie dostał). Dominuje opinia, że pragmatyczni Niemcy wstrzymują się z egzekwowaniem przepisów, zanim nie będzie rozstrzygnięcia KE.

Bardziej niepokojące jest Loi Macron. Według Anny Widuch, radcy prawnego z kancelarii TransLawyers, regulacje Paryża są dla polskiego sektora transportowego trudniejsze niż to, czego wymaga Berlin w ramach MiLoG.

Po pierwsze, MiLoG wyznacza stawkę minimalną na poziomie 8,5 euro, a ustawa Macrona przewiduje 9,6 euro, dodatkowo wymagając uwzględnienia zapisów z układu zbiorowego płac. Po drugie, Loi Macron nakłada obowiązek wyznaczenia przedstawiciela we Francji, czego nie wymagają u siebie Niemcy. A po trzecie, jadąc przez Francję, kierowca będzie musiał mieć część dokumentacji w kabinie, inaczej niż w Niemczech – tłumaczy mec. Anna Widuch.

O zmianach w unijnej dyrektywie o delegowaniu pracowników, do której nawiązują Loi Macron i MiLoG, czytaj na str. 14

Partnerzy debaty:

DACHSER
Intelligent Logistics



SCHENKER



KUEHNE + NAGEL

Raben

your partner
in logistics

RÖHLIG

SUUS
LOGISTICS

Polscy przewoźnicy a regulacje unijne

TRANSPORT Loi Macron i MiLoG to element większej układanki. W przygotowaniu jest unijny projekt zmian w dyrektywie o delegowaniu pracowników, przeciwko któremu protestuje większość krajów z naszego regionu

Konrad Majczyk
konrad.majczyk@infor.pl

Francuskie i niemieckie regulacje dotyczące płacy minimalnej, których obawiają się polscy przedsiębiorcy prowadzący biznes transportowy, wpisują się w szersze zagadnienie unijnego projektu zmian w dyrektywie o delegowaniu pracowników. Przewiduje on, że pracownik skierowany przez pracodawcę do innego kraju UE (także kierowca w transporcie drogowym) powinien mieć prawo do takiego samego wynagrodzenia, wraz ze wszystkimi jego składnikami, jak pracownik miejscowy, i to nie tylko do płacy minimalnej. Francuzi nie ukrywają, że Loi Macron została napisana właśnie pod nową dyrektywę o delegowaniu.

Rozstrzygnięcie w kraju

W lipcu Komisja Europejska powinna podjąć decyzję o dalszych losach projektu. Taką deklarację złożyła w czerwcu unijna komisarz ds. zatrudnienia Marianne Thyssen. – Od tej decyzji KE zależy kondycja branży transportu drogowego w Polsce i nie tylko – podkreśla Maciej Wroński ze Związku Pracodawców

„Transport i Logistyka Polska”. – UE nie może regulować spraw, które powinny być rozstrzygane na poziomie krajowym. Propozycji sprzeciwiają się wschodnioeuropejskie kraje UE, dlatego że ogranicza im ona swobodę świadczenia usług w UE – tłumaczy.

Eksperci zwracają uwagę, że gdyby w myśl projektu nowelizacji unijnej dyrektywy kierowców w transporcie międzynarodowym traktować jak pracowników delegowanych, to dochodziłoby do absurdów. Bo jeżdżąc tym samym pojazdem i będąc zameldowanym w Polsce, kierowca stawałby się – po dwóch latach świadczenia usługi – pracownikiem zatrudnionym w części z każdym krajów, w których wykonywał zlecenia, i z prawami socjalnymi dla każdego z nich.

– Przepisy dyrektywy nie powinny mieć zastosowania do międzynarodowych przewozów drogowych. Wyjątkiem powinien być tylko kabotaż niebędący następstwem wykonywanego międzynarodowego przewozu – proponuje Maciej Wroński.

Komisja twierdzi, że celem jej projektu jest, po pierwsze, wzmocnienie praw pracow-

ników delegowanych, a po drugie, zapewnienie równych warunków konkurowania usługodawcom lokalnym i zagranicznym. Zwolennicy tego rozwiązania próbują je przeforsować pod hasłem walki z dumpingiem socjalnym ze strony krajów nowej UE. Polscy przedsiębiorcy odpowiadają, że stereotyp kierowcy ze Wschodu jeżdżącego za głodowe stawki jest nieprawdziwy. Wręcz przeciwnie – kierowców na naszym rynku brakuje, więc to oni dyktują warunki. W porównaniu do średniej krajowej polski kierowca zarabia lepiej niż niemiecki, a ponadto statystycznie używa nowszego pojazdu.

Wpływ na konkurencyjność

W tej sprawie UE jest podzielona – głównie w zależności od wskaźnika PKB na głowę mieszkańca i wskaźnika średniej pensji. Propozycję KE poparły: Austria, Francja, Niemcy, Szwecja, Francja i Belgia, która chciała wręcz zaostreżenia projektu i skrócenia okresu delegowania, po którym pracownik ma być w 100 proc. objęty przepisami prawa pracy państwa

goszczącego (na razie Bruksela proponuje, żeby wynosił dwa lata).

O wycofanie propozycji zaapelowały z kolei: Polska, Węgry, Rumunia, Czechy, Litwa i Łotwa. Te kraje stoją na stanowisku, że projekt zmian w dyrektywie może mieć negatywny wpływ na konkurencyjność UE i działanie jednolitego rynku wewnętrznego.

W sytuacji tak otwartego podziału i swoistego transportowego pęknięcia wewnątrz Unii Komisja powinna raz jeszcze przeanalizować swoją propozycję i zdecydować, czy: ją podtrzymać, zmienić albo z niej zrezygnuje. To czas lobbingu, przekonywania i zakulisowych rozgrywek dla zwolenników każdego z tych wariantów.

Różne stawki wynagrodzenia kierowcy za przejazd do poszczególnych krajów UE, czyli tworzenie barier na wspólnym europejskim rynku, to czarny sen menedżerów ze spółek transportowych. Jeśli w różnych krajach UE będą obowiązywały różne stawki naliczane według różnych zasad, to funkcjonowanie firm w transporcie międzynarodowym stanie się wyjątkowo trudne. Stracą na tym tańsi

dziś przewoźnicy z krajów nowej UE.

Bariera transakcyjne

Problem jest dostrzegany także na poziomie rządów. W połowie czerwca podczas Europejskiego Kongresu Finansowego w Sopocie wicepremier Mateusz Morawiecki zauważył, że niektórzy nasi partnerzy w UE działają w ten sposób, że kiedy tylko Polska staje się potęgą w jakiejś dziedzinie, od razu pojawiają się bariery, np. przepisy o pensji minimalnej rozszerzone na pracowników świadczących usługi w transporcie międzynarodowym albo zmiany w dyrektywie o delegowaniu pracowników.

– Ta postawa niektórych zachodnich rządów nie wzięła się wcale z chęci uporządkowania sytuacji rynkowej, tylko dlatego że przewoźnicy drogowi z Polski stali się nagle numerem jeden w Europie. Zachodni ustawodawcy ulegli populizmowi i poszli za głosem przedstawicieli branży, którzy skarżyli się, że są wypierani z własnych rynków – tłumaczy Paweł Trębicki, dyrektor generalny w Raben Transport. – Tymczasem albo warunki rynkowe są jednakowe dla wszystkich graczy,

albo niektórzy są uprzywilejowani, ale wtedy już nie ma to nic wspólnego ze wspólnym rynkiem usług – ostrzega.

Dzisiaj w konkurencyjnej polskiej branży transportu, spedycji i logistyki trendem są coraz niższe koszty transakcyjne, bo to wymuszają rosnące oczekiwania odbiorców. Jeśli pojawią się bariery transakcyjne, branża zrobi krok wstecz, a efektywność biznesu się zmniejszy. Taką sytuacją pokazuje kryzys instytucji europejskiej i zagrożenie dla idei swobodnego przepływu towarów i usług.

– Okazuje się, że przepływ towarów jest tak długo swobodny, dopóki służy interesom bogatszym krajom. To oznacza dość duże wyzwania dla polskiej logistyki – taka opinia dominuje dziś w branży transportowej w Polsce.

Z danych Eurostatu wynika, że firmy przewozowe z Polski jeszcze w ubiegłym roku kontrolowały jedną czwartą rynku UE. Pod względem pracy przewozowej w transporcie międzynarodowym były liderem w UE. Według wyliczeń Deloitte sektor transportu wypracowuje 6,6 proc. PKB Polski i jest kluczowym elementem naszej gospodarki.

PREZENTACJA

DACHSER – ŚWIATOWY STANDARD LOGISTYKI

Dachser od lat wyznacza trendy w logistyce międzynarodowej. Jest jednym z największych operatorów logistycznych na świecie. Niezwykłe gęsta sieć transportowa w całej Europie oraz szybkość i bezbłądność dostaw bezsprzecznie wyróżniają go na rynku usług logistycznych. Firma w tym roku obchodzi 10 jubileusz uruchomienia swojego pierwszego oddziału w Polsce

– Od dekady firma dynamicznie rozwija się w naszym kraju, poszerzając w sposób znaczący grono klientów, rozbudowując sieć oddziałów, a także – co najistotniejsze również dla naszych klientów – systematycznie zwiększamy sieć bezpośrednich międzynarodowych połączeń z Polski. Docieramy z codziennymi, stałymi połączeniami drobnicowymi, od jednej do kilku palet, do wszystkich krajów w Europie. W rezultacie obsługiwane przez nas przesyłki trafiają na miejsce szybciej i przy znikomym ryzyku uszkodzeń. Dla przykładu, przesyłki paletowe dostarczamy do krajów sąsiednich w standardach czasowych przesyłek krajowych – mówi dr inż. Grzegorz Lichocik, prezes Dachser w Polsce.

Tylko w tym roku uruchomiono już trzy kolejne bezpośrednie połączenia do krajów europejskich – do Austrii, Włoch i Holandii. W zeszytym utworzono m.in. najdłuższe połączenie w Europie – z Półwyspem Iberyjskim. Zapewnia ono najszybszy serwis do Hiszpanii i Portugalii – przesyłki są tam dostarczane nawet w ciągu 3 dni.

– Stale pracujemy nad naszą ofertą, by na bieżąco odpowiadać na zmieniające się trendy i pojawiające się nowe potrzeby rynku. W Dachser skupiamy się na międzynarodowym transporcie drobnicowym, a nasi klienci, którzy oczekują od nas realizacji dostaw przesyłek paletowych do wielu odbiorców w całej Europie, cenią nas przede wszystkim za niedoścignioną jakość, bezbłądność, szybkość i terminowość. Dysponując jednym systemem informatycznym w całej Europie, zapewniamy dostęp do informacji o wszystkich przesyłkach naszych klientów w czasie rzeczywistym. Dostawa do odbiorcy zawsze jest skanowana i potwierdzana elektronicznie, stąd informacja o dostarczeniu każdej przesyłki widoczna jest w systemie już po kilkunastu sekundach – dodaje Grzegorz Lichocik.

W Polsce firma specjalizuje się w międzynarodowym transporcie ładunków drobnicowych, jak również w logistyce kontraktowej, konfekcjonowaniu towarów oraz usługach logistycznych z zakresu transportu lotniczego i morskiego. Oferuje także pełny serwis logistyki DIY do marketów typu dom i ogród na świecie. Tylko w Europie co roku dostarcza ok. 3 mln przesyłek do 18 tys. marketów o tym profilu. W każdym z nich codziennie korzysta z tzw. okien czasowych, w których sieć wymaga dostawy. Klient może za pośrednictwem Dachser na bieżąco spełniać warunki marketów w zakresie terminowości dostaw. Ponadto, Dachser oferuje również szereg usług dodatkowych związanych z odpowiednią ekspozycją i promocją towarów w sieciach DIY oraz obsługę zwrotów i magazynowania produktów sezonowych.

– Jesteśmy firmą globalną, z własnymi oddziałami w ponad 40 krajach, zaliczamy się więc do światowej czołówki również w obszarze transportu lotniczego i morskiego. Polscy eksporterzy i importerzy doceniają naszą jakość oraz globalną sieć ponad 400 biur. W połączeniu z naszymi operacjami w Polsce i Europie, tworzymy unikalny, potężny system logistyczny, mogący zaspokoić oczekiwania każdego klienta. Tak zintegrowaną siecią nie dysponuje żaden z naszych konkurentów. Właśnie dlatego tak sprawnie możemy obsługiwać na przykład eksporty lotnicze przez Frankfurt czy morskie importy drobnicowe z USA, Chin, Meksyku czy Brazylii. Cieszy mnie niezmiernie, że klienci, którzy zacinają z nami współpracę, zostają z nami na długo. Dla operatora logistycznego nie ma lepszego dowodu zaufania i docenienia naszej najwyższej jakości – komentuje Robert Pastryk, dyrektor generalny Dachser Air & Sea Logistics.

– W Polsce wypracowaliśmy bardzo wysoki standard usług logistycznych, a nasze krajowe oddziały plasują się w czołówce najlepszych placówek Dachser na całym świecie. Jest to bez wątpienia zasługa całego zespołu kompetentnych, zaangażowanych ludzi, bez których sukcesy osiągnąć na przestrzeni 10 lat nie byłyby możliwe. Wchodząc na rynek polski zdawaliśmy sobie sprawę z faktu istniejącej już od kilkunastu lat konkurencji, dodatkowo kryzys z roku 2009 wpłynął w znaczący sposób na wielu naszych klientów. Jednak mimo tych przeciwności udało nam się stworzyć w krótkim



czasie organizację, która dzisiaj jest jedną z wiodących na naszym rynku – zwłaszcza w obszarze eksportu i importu towarów. Przed nami jednak stoją nowe wyzwania, ambitne plany, a dotychczasowe dokonania tylko potwierdzają, że w przyszłość powinniśmy patrzeć również z optymizmem – dodaje Grzegorz Lichocik.

Najpopularniejszym kierunkiem dostaw Dachser Polska są Niemcy, gdzie operator realizuje ponad połowę swojego transportu z Polski (53 proc.). Na kolejnych miejscach są Francja, Czechy i Austria ze Szwecją. Firma odnosi również sporo sukcesów w dostawach na Węgry i do Rumunii oraz do krajów bałkańskich. W realizacji usług do i z krajów spoza Unii operacje wspierane są przez własną agencję celną.

Przez dziesięć lat stabilnego rozwoju Dachser podwoił liczbę swoich oddziałów w kraju. W tym czasie znacznie zwiększyła się też liczba pracowników. W 2006 roku firma zatrudniała w Polsce niecałe 60 osób, zaś obecna załoga to ponad 380 osób. Mocno angażuje się też w działalność CSR w Polsce, zwłaszcza w projekty edukacyjne kierowane do młodych logistyków. Operator organizował praktyki dla uczniów szkół średnich, stworzył także autorski program płatnych rotacyjnych staży dla absolwentów, zainicjował również powstanie pierwszych w Polsce dualnych studiów logistycznych. Przez 10 lat ze staży w Dachser skorzystały 44 osoby. Wiele z nich znalazło w firmie zatrudnienie.

Partner

DACHSER
Intelligent Logistics

• SPEDYCJA **MORSKA**

Kuehne + Nagel oferuje rozwiązania logistyczne
budowane na globalnej sieci oddziałów.



SPEDYCJA
LOTNICZA



SPEDYCJA
DROGOWA



LOGISTYKA
KONTRAKTOWA



LOGISTYKA
ZINTEGROWANA

www.kuehne-nagel.pl

KUEHNE+NAGEL



Branża logistyczna spogląda w stronę

HANDEL Specjaliści zachodzą w głowę, jak zachowają się stawki we frachcie morskim, czy już sięgnęły dna oraz kiedy i jak bardzo się odbijają. Dla biznesu TSL ważne jest też pytanie, jak będą się kształtowały w relacji do cen transportu kolejowego, który będzie się rozwijał za sprawą Nowego Jedwabnego Szlaku

Konrad Majszyk
konrad.majszyk@infor.pl

Eksport z Chin do Europy w 2015 r. spadł w porównaniu z rokiem 2014. Taki sam trend widać w tym roku. W pierwszym kwartale chiński eksport oceaniczny notował spadki.

– Chiny stają się krajem coraz droższym, a towary mniej atrakcyjne cenowo, niż były wcześniej. Jednocześnie gospodarka Państwa Środka próbuje przejść na bardziej zaawansowaną produkcję niż dotychczas i w ten sposób za-

cząć rywalizować z Zachodem – mówi Radosław Pyffel, prezes Centrum Stosunków Polska-Azja.

– Gospodarka Chin zwalnia, a razem z nią wymiana handlowa, dlatego firmy obecne na tamtym kierunku szukają też innych rynków. Ale Chiny to z punktu widzenia dużej części logistycznego biznesu wciąż podstawowy rynek pozaeuropejski – komentuje prof. Halina Brdulak z SGH.

Chiny są drugim największym partnerem handlo-

wym UE. Dla Chin największym zaś jest Unia. W 2015 r. wartość obrotów handlowych między nimi wyniosła 467 mld euro, co oznacza, że każdego dnia głównie drogą morską, ale też pociągami i samolotami transportowane są towary o wartości ponad miliarda euro.

Nie zanoszą się na to, żeby w najbliższych latach Chiny mogły spaść z pozycji największego partnera Polski poza UE. Import z Chin do Polski nadal w miarędynamicznie dominuje. Z danych GUS wynika, że z Chin sprowadzamy do Polski towary o 10 razy większej wartości niż eksportujemy. Importem z Chin zajmuje się w naszym kraju 24 tys. firm, a wysyłaniem tam towarów z Polski niespełna 2,5 tys.

Profesor Brdulak zwraca uwagę na handlową ekspansywność Chińczyków, która jest widoczna także z Polski. – Alibaba, chiński potentat sprzedaży internetowej, przebojem wszedł na polski rynek. Platforma AliExpress jest w trójce najpopularniejszych, z których korzystają konsumenci e-commerce w Polsce.

Być może niedługo referencyjny dla nas będzie rynek chiński – twierdzi profesor.

Statki rekordowo tanie

– Handel z Chinami zdecydowanie będzie się rozwijał, jednak tempo tego rozwoju może osłabnąć. Od początku otwarcia gospodarczego Chin mieliśmy do czynienia głównie z rynkiem eksportowym. Niewielkie koszty produkcji oraz niska siła nabywcza Juana wspierały taki stan rzeczy – tłumaczy Michał Rasilewicz z działu rozwoju biznesu morskiego w Hellmann Polska. Jak tłumaczy, obecnie w Chinach koszty produkcji wzrastają, a siła nabywcza społeczeństwa jest większa. – Państwo Środka nadal opiera swoją gospodarkę na eksporcie, ale jesteśmy świadkami wzrostu wolumenu importowego do Chin. Świadectwem tego wzrostu jest zainteresowanie polskich producentów wszelkiego rodzaju targami przybliżającymi nasze produkty chińskiemu konsumentowi – dodaje Michał Rasilewicz.

Przyszły rok będzie dla wymiany handlowej z Chinami

czasem próby. Niski kurs dolara w stosunku do euro to jeden z czynników, z powodu których ceny towarów chińskich są dziś mniej konkurencyjne niż wcześniej. Do tego dochodzi wzrost lokalnych kosztów pracy, w rezultacie czego import z Chin spowalnia. A trzeci czynnik to duża presja podażowa w transporcie morskim.

Chodzi o to, że do końca pierwszego kwartału 2017 r. pojawią się nowe statki o ładowności od 18 do 20 tys. TEU, co wywoła kolejną presję na obniżenie cen.

Jak wylicza Andrzej Kozłowski z zarządu Rohlig SUUS, średnia stawka według SCFI (Shanghai Containerized Freight Index) wynosiła w 2015 r. 773 dolarów za TEU, czyli kontener 20-stopowy. – Obecnie za pierwszych pięć miesięcy 2016 r. zanotowaliśmy kolejne 42 proc. spadku, w efekcie czego SCFI wyniósł 448 USD za TEU – podaje Andrzej Kozłowski.

Tendencja spadkowa frachtów zaczęła się już w 2014 r. To wtedy armatorzy i producenci zaczęli bić rekordy pojemności kontenerowców.

– Żeby maksymalnie wypełnić nowe statki, utrzymać udział w rynku oraz pozytywnie stymulować wzrost eksportu, armatorzy zmuszeni byli do drastycznego obniżenia cen frachtów oceanicznych na trasie z Azji do Europy. Odbiło się to bardzo negatywnie na kondycji finansowej większości z nich – wyjaśnia Piotr Kozłowski, dyrektor biznesu oceanicznego w DB Schenker. – Biorąc pod uwagę zmienność rynku z lat ubiegłych, kondycję finansową armatorów oraz zmiany we wspólnych serwisach, należy zakładać, że od lipca powinniśmy się spodziewać znacznych wzrostów stawek frachtów oceanicznych z Azji do Europy – przewiduje.

– Ceny frachtu morskiego na trasie Azja – Europa skoczyły lekko do góry już w czerwcu i w przeciwieństwie do poprzednich miesięcy podwyżka ta w znacznej części utrzymała się. Podobny scenariusz jest bardzo prawdopodobny również w lipcu. Może się okazać, że jest to początek dłuższego trendu wzrostowego – mówi Mi-

Chińczycy trzymają się już mniej mocno

W 2015 r. chińskie PKB wzrosło o 6,9 proc. Mimo że robi to duże wrażenie z europejskiego punktu widzenia, to jest najgorszym wynikiem w Państwie Środka od ćwierć wieku. W marcu agencja Standard & Poor's obniżyła perspektywę ratingu Chin ze stabilnej do negatywnej. Jak poinformował w czerwcu chiński Krajowy Komitet Rozwoju i Reform (NDRC), przychody z działalności branży logistycznej w Chinach w 2015 r. osiągnęły 34 bln dol. To oznacza, że w porównaniu z 2014 r. wzrosły o 5,8 proc., a to znacząco wolniej niż tempo PKB. Żeby podpompać ten rynek, chiński rząd postanowił, że w latach 2016–2020 nastąpi obniżenie podatków, czego efektem powinien być spadek kosztów działalności w sektorze logistyki.

REKLAMA



FedEx i TNT jednoczą siły, by otworzyć przed Tobą nowe możliwości.

Dowiedz się więcej na fedex.com/pl/connect

FedEx
Express

TNT

Chin, które dostały zadyszki



chał Kołodziejski, dyrektor ds. produktu morskiego, DHL Global Forwarding. Jak twierdzi, sprzyja temu kilka czynników. Po pierwsze, w poprzednich miesiącach stawki sięgnęły historycznego dna i większość armatorów od wielu miesięcy ponosi straty z działalności kontenerowej. Po drugie, stopniowe ograniczanie podaży powierzchni kontenerowej na statkach przynosi w końcu skutek: statki są używane w ponad 90 proc. – Pojawia się nawet presja bukingowa – podkreśla Kołodziejski.

– Spadek cen frachtu morskiego widać było przede wszystkim w relacji Daleki Wschód – Europa. W poszukiwaniu ładunków dla dalekowschodnich pętli poszczególni armatorzy byli skłonni dopłacać do frachtu. Zdobycie wystarczającej liczby TEU miało, przez efekt synergii, zapewnić dochodowy ładunek dla coraz większych statków oceanicznych – tłumaczy Michał Rasilewicz z Hellmanna.

Transport kolejowy się rozwija

Problem w tym, że zwalnająca gospodarka Chin oraz kolejne fale globalnego kryzysu ekonomicznego zweryfikowały te założenia. Ostatecznie armatorzy starają

się powrócić do poziomu cen sprzed kilku lat.

– Rosnąca liczba dostępnych połączeń kolejowych powoduje naturalny wzrost ilości przewożonych towarów. W 2015 r. wolumen towarów przewiezionych przez nas był o 44 proc. większy niż rok wcześniej. Trend rosnący jest widoczny również w 2016 r., w pierwszym kwartale wzrost wyniósł 13 proc. – szacuje Grzegorz Zdybel, szef rozwiązań multimodalnych w DB Schenker.

Pociągi z Chin ściąga m.in. Hatrans (do Łodzi) i PCC Intermodal (do Kutna). PKP Cargo, drugi przewoźnik w Europie po DB Cargo, obsługuje tygodniowo 20 połączeń z Chin (przewoźnik przejmuje pociąg od granicy w Terespolu i prowadzi do punktu docelowego na terenie Europy).

– Obserwujemy rosnące zainteresowanie przewozami z Chin. Takie są sygnały od klientów – twierdzi Iwona Skurzevska z zarządu PKP Cargo Connect.

Szansą dla Polski jest chiński projekt Nowego Jedwabnego Szlaku, który w ciągu dwóch kolejnych dekad przybliży Chin do Europy. Kluczowym elementem tego przedsięwzięcia jest szlak kolejowy z Chin do Europy, który – wszystko na to wskazuje

– przebiegnie przez Polskę. Od strony logistycznej na korzyść naszego kraju przemawia dziś destabilizacja na Ukrainie, bo właśnie tamtędy i przez Słowację do Austrii można by wprowadzać kolejowy Jedwabny Szlak do Europy.

– Kolejowy Jedwabny Szlak pod względem kosztów i czasu stanowi opcję między transportem morskim a lotniczym. Ten segment będzie się rozwijał, ale nie zmienia to faktu, że główny potok ładunkowy i tak będzie płynął z Chin statkami – mówi Marek Parzyszek, dyrektor sprzedaży w Kuehne + Nagel w Polsce.

W przeliczeniu na kontener transport morski jest wielokrotnie tańszy od kolejowego. Bo przeciętny kontenerowiec zabiera na pokład tyle kontenerów co około 200 pociągów. Ale transport kolejowy między Chinami i UE będzie się rozwijał. To m.in. w sprawie projektu Nowego Jedwabnego Szlaku był w Polsce w tym tygodniu prezydent Chin Xi Jinping.

– Stawki we frachcie kolejowym od dłuższego czasu spadają na skutek rosnącej konkurencji, czyli powstawania coraz to większej liczby połączeń. Pierwsze pociągi na nowych serwisach nierzadko są również wspierane finansowo przez lokalne władze. Jeśli trend się utrzy-

ma, konkurencyjność frachtu kolejowego wobec morskiego zwiększy się – twierdzi Michał Kołodziejski, dyrektor ds. produktu morskiego w DHL Global Forwarding.

Prawdopodobnie rynek nigdy nie doprowadzi do zupełnego zrównania się cen, ale tego nikt nigdy nie oczekiwał.

– Już niedługo może się okazać, że dodatkowy koszt za przyspieszenie tranzytu kontenera we frachcie kolejowym może procentowo nie być taki wysoki jak obecnie. Będzie to stanowić kolejny bodziec do dalszego rozwoju frachtu kolejowego z Azji – twierdzi Michał Kołodziejski. Uważa, że poziom cen w transporcie kolejowym zależy od kilku czynników, m.in. od wysokości subsydiów rządu chińskiego. – Frachtem morskim przewożone są największe masy towarowe pod względem wagi i objętości. Fracht lotniczy obsługuje mniejsze ilości towarów, ale o większej wartości jednostkowej. A transport kolejowy jest pośredkiem. Ze względu na wyższe koszty transportu występują tu również towary high value, a masa towarów również dynamicznie rośnie – mówi ekspert DHL.

O poszukiwaniu nowych rynków pozaeuropejskich przez polskie firmy czytaj na str. 19

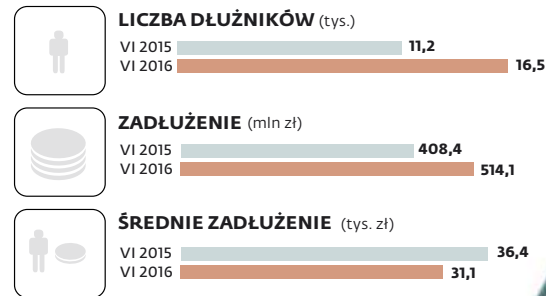
REKLAMA



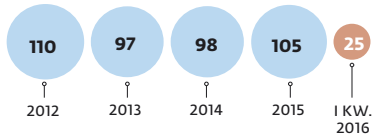
Codognotto Group has increased its turnover by 40% in the last 4 years reaching 160M in 2015. The group is an international company with 22 branches all over the world spacing from London to Singapore, from Barcelona to Moscow. It moves 300.000 tons every month, carries 3.500 deliveries every week and manages 30 stockrooms every day. Come and visit us. You will discover that here in the future everything works better.

www.codognotto.eu

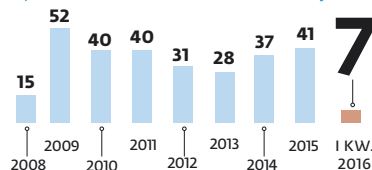
ZADŁUŻENIE BRANŻY WEDŁUG KRD



ZADŁUŻENIE BRANŻY WEDŁUG TRANSINKASSO (mln zł)

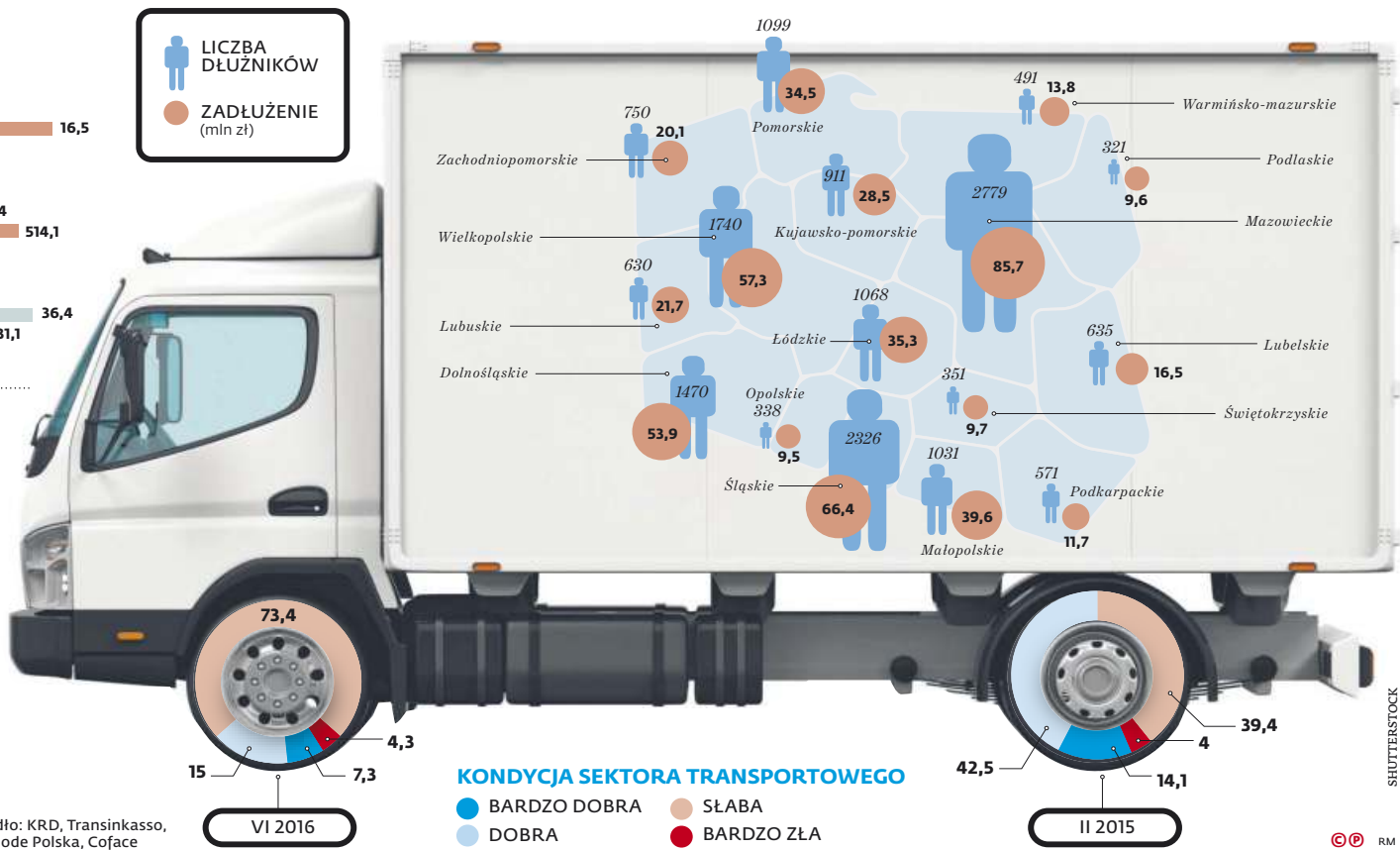


UPADŁOŚCI W BRANŻY TRANSPORTOWEJ



Źródło: KRD, Transinkasso, Bisnode Polska, Coface

LICZBA DŁUŻNIKÓW
ZADŁUŻENIE (mln zł)



KONDYCJA SEKTORA TRANSPORTOWEGO

● BARDZO DOBRA ● SŁABA
● DOBRA ● BARDZO ZŁA

Długi w transporcie nie topnieją

TRANSPORT Silny wzrost gospodarczy nie przekłada się na poprawę sytuacji w branży transportowej. Podwyżka cen paliw, wciąż duża konkurencja odbijają się na marżach przewoźników, którzy są coraz gorszymi płatnikami

Patrycja Otto
patrycja.otto@infor.pl

Rośnie zadłużenie w polskiej branży transportowej. W czerwcu tego roku wyniosło 514 mln zł. Oznacza to wzrost o prawie 26 proc. w porównaniu do roku ubiegłego – wynika z przygotowanych dla DGP danych przez Krajowy Rejestr Długów.

– Co istotne, spadło średnie zadłużenie. Obecnie kształtuje się ono na poziomie 31,1 tys. zł. Dla porównania, przed ro-

kiem było to 36,3 tys. zł. To efekt wzrostu liczby dłużników. W bazie jest ich już 16 511. To o ponad 5,2 tys. więcej niż przed rokiem – zauważa Andrzej Kulik, dyrektor departamentu analiz rynkowych i komunikacji w KRD.

Lwia część długu, jaką ma branża transportowa, przypada na rzecz firm z sektora finansowego – 173,6 mln zł i windykacji – 141,5 mln zł. W przypadku sektora finansowego mowa o bankach, którym transportowcy zalegają

z kwotą 79,8 mln zł, leasingodawcach – 67,1 mln zł, ubezpieczycielach – 23,8 mln zł, faktoringu – 2,9 mln zł.

– Handel jest dopiero na kolejnym miejscu na liście wierzycieli. Firmom z tego sektora przewoźnicy zalegają z kwotą 66,9 mln zł, z czego 8,6 mln zł stanowi dług wobec dilerów samochodowych – dodaje Andrzej Kulik.

Zobowiązania z opóźnieniem

Branża transportowa ma też problem z regulowaniem na czas zobowiązań wobec swoich podwykonawców. Wobec firm transportowych przewoźnicy mają dług rzędu 41,2 mln zł.

Wreszcie nie płacą stacjom paliw – kwota zobowiązań wynosi 16 mln zł, operatorom telefonów komórkowych – 9,8 mln zł, księgowym – 1,4 mln zł i tłumaczom – 1,3 mln zł.

– Nadal dominują polscy wierzyciele. Nic pod tym względem się nie zmieniło od początku 2015 r. Można jednak zauważyć, że powoli, ale tracą oni swoje udziały na rzecz podmiotów z zagranicy. Zleceni przybywa szczególnie od rumuńskich wierzycieli. W tym roku notujemy ich wzrost o 85 proc. Więcej jest też od Niemców, Czechów, Słowaków czy Litwinów – komentuje Magdalena Baranowska z TransInkasso.

Problemy na rynku rosyjskim i ukraińskim

Powodów pogarszającej się sytuacji w branży transportowej jest wiele. Po pierwsze wciąż boryka się z ograniczeniami wynikającymi z niewielkiego handlu z Rosją i Ukrainą.

– Ten kierunek nadal pozostaje praktycznie zamknięty dla polskiego eksportu, co wpływa mocno na sytuację firm – podkreśla Marcin Siwa, dyrektor działu oceny ryzyka w firmie Coface.

Oprócz embargo problemem jest też słabość ukraińskiej hrywny. To wszystko razem powoduje spadek wartości

– tradycyjnie wyżej marżowych – przewozów na Wschód. – Problemy pogłębia rosnący protekcyjizm w Europie Zachodniej. Przejawia się on wprowadzaniem przepisów o płacy minimalnej w Niemczech i we Francji, gdzie poza tym nałożono na firmy przewozowe obowiązek utrzymywania przedstawicielstwa we Francji czy konieczność tłumaczenia dokumentacji na język francuski. Co więcej, są próby forsowania podobnych regulacji w krajach Beneluksu – komentuje Tomasz Starus, członek zarządu Towarzystwa Ubezpieczeń Euler Hermes.

Na szczęście Komisja Europejska postanowiła stanąć w obronie polskich przewoźników. Jak zauważają Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej, działania KE nie przyniosą błyskawicznych rezultatów.

– Działając zgodnie z traktatowymi podstawami, KE potrzebuje czasu, by Francja i Niemcy odniosły się do uwag i w przypadku braku satysfakcjonującej odpowiedzi podjęła dalsze działania. Polscy przewoźnicy będą zapewne musieli stosować się do niekorzystnych dla nich przepisów, choć we Francji podjęli działania prawne, kierując sprawę do miejscowego sądu. Pozytywne orzeczenie mogłoby być o wiele skuteczniejsze w krótkim terminie od działań KE, lecz tylko komisja może obronić interesy przewoźników oraz traktatowe swobody w dłuższym terminie – podkreślają Pracodawcy RP.

Gorsze wyniki finansowe

Czarne chmury gromadzące się nad branżą transportową widać nie tylko w kurczących się rynkach, lecz także w pogarszających się wyraźnie wynikach finansowych całej branży.

– Spośród monitorowanych przez nas firm transportowych, w minionym roku aż 60 proc. z nich zanotowała obniżkę ratingu. Dla 30 proc. ratingi nie zmieniły swojego poziomu, a tylko w przypad-

ku 10 proc. wzrosły. Problemy branży widoczne są także w słabej płynności. Prowadzony przez nas Program Złoty Płatnik, skupiający najlepiej płacące firmy w Polsce, o wysokiej płynności finansowej, skupia zaledwie kilkanaście podmiotów z branży transportowej – komentuje sytuację Krzysztof Chrzęszcz, kierownik z działu informacji i analiz branżowych Euler Hermes.

Do tego, jak zauważają eksperci, pogarsza się sytuacja na rynku paliw – ich ceny ponownie rosną, co ma bezpośrednie przełożenie na rentowność. Ale nie tylko one wpływają negatywnie na marżę. Ich ograniczanie jest też efektem wciąż utrzymującej się wysokiej konkurencji na rynku.

Prognozy na przyszłość nie są do tego najlepsze. Największym zagrożeniem wydaje się kryzys imigracyjny i zmaturalizowanie ryzyka istotnych ograniczeń w przewozie frachtów w Unii Europejskiej w ramach strefy Schengen.

Tymczasem eksport na zachód ratował polskie firmy, sprawiając, że udawało im się obronić przed bankructwem. Według GUS w pierwszym kwartale tego roku wartość eksportu z Polski wyniosła 43,9 mld euro, co oznacza wzrost o 1,7 proc. w porównaniu do roku ubiegłego. Jeśli wziąć pod uwagę tylko kraje UE, to sprzedaż zagraniczna zwiększyła się o 3,5 proc., do w sumie 1,07 mld euro.

W tym samym czasie upadłość ogłosiło siedem firm. To o niemal połowę mniej niż przed rokiem, kiedy zbankrutowało ich 13. Jednocześnie ze względu na silny wzrost gospodarczy ekspertom trudno jest przewidzieć, jaki będzie ostatecznie ten rok dla sektora. Duża część analityków uważa, że bankructw przybędzie. Szczególnie, że kondycja branży transportowej wciąż jest słaba. Jak wynika z analizy przeprowadzonej przez Bisnode Polska dla DGP, nadal 77

proc. firm jest w złej lub bardzo słabej kondycji finansowej. – Co więcej, sytuacja niewiele się zmieniła w tym zakresie od początku roku. Znacząco natomiast uległa pogorszeniu w porównaniu do 2015 r. Wówczas w złej i w bardzo złej kondycji było nieco ponad 43 proc. przedsiębiorstw – podkreśla Tomasz Starzyk z Bisnode Polska.

Do tego, jak dodaje Magdalena Baranowska, średnie przeterminowanie faktur w branży sięga już 56 dni. W pierwszym kwartale tego roku było to 55 dni.

Na dodatek dobra, mimo wszystko, koniunktura w transporcie wzmacnia popyt na kierowców ze stosownymi uprawnieniami, przy równoczesnym niedoborze młodych kierowców, co jest efektem braku systemu kształcenia oraz wysokim średnim wieku kierowców aktywnych zawodowo. Z danych przewoźników wynika, że około 40 proc. obecnie pracujących kierowców ma powyżej 65 lat.

– Oznacza to, że w najbliższym czasie możemy się spodziewać wzrostu kosztów pracy w firmach transportowych. Jeśli utrzymane przy tym zostaną sankcje rosyjskie wobec UE, zaś KE nie postawi wyraźnej tamy fali protekcyjizmu w Europie Zachodniej, to polskie firmy transportowe zaczną stopniowo tracić udziały w rynku ze względu na zaniżającą stopniowo przewagę kosztową. Zrealizowanie się takiego czarnego scenariusza doprowadziłoby z pewnością do fali upadłości w branży – komentuje Tomasz Starus.

Szczególnie że bolączką tego rynku jest duże uzależnienie przedsiębiorstw od kosztów pracy. W Europie stanowią one aż 29 proc. wszystkich kosztów ponoszonych przez przewoźników. Do tego rosnące ograniczenia środowiskowe zmuszają wiele firm do poczynienia większych inwestycji, co przekłada się na poziom ich marż.



Rok skrajności w sektorze transportowym

MIROSLAW SĘDLAK
prezes Rzetelnej Firmy

Utrzymujące się okresowo niższe ceny ropy powodują, że sytuacja w sektorze transportowym jest dobra. Można pomyśleć, że dla przewoźników to właściwy moment na odetchnięcie po kilku trudnych latach dla branży. Właściciele firm transportowych wciąż nie śpią spokojnie. Rodzimi przewoźnicy sporo stracili przez sytuację panującą na Wschodzie. Nałożenie przez Rosję embarga na wybrane produkty spowodowało, że przedsiębiorcy musieli ograniczyć liczbę frachtów kierowanych na wschodnie kierunki. W polski transport uderzyły również wprowadzone przez Niemcy przepisy o minimalnym wynagrodzeniu dla kierowców. Znacznym problemem są też zatory płatnicze. To właśnie one doprowadziły już niejedną firmę do bankructwa.

Mnogość firm i otwarty rynek powodują, że w branży TSL nie jest łatwo o solidnego kontrahenta. Często bywa tak, że decyzja o przyjęciu zlecenia jest podejmowana bardzo szybko. Przedsiębiorcy nie chcą tracić czasu na zweryfikowanie wiarygodności płatniczej potencjalnego partnera biznesowego. Najczęściej boją się, że ktoś zajmie ich miejsce.

Podjęcie takiego ryzyka często kończy się brakiem terminowej płatności. Przewoźnicy narzekają też na krótki okres przedawnienia roszczeń. Oznacza to, że już po roku wierzyciel traci możliwość skutecznego dochodzenia zapłaty na drodze sądowej. Dlatego ważne, aby przewoźnicy niezwłocznie upominali się o swoje pieniądze. Firmy, przed kryzysem, a nawet przed bankructwem, ratuje niezła sytuacja w gospodarce. Dodatkowo, niższa cena ropy powoduje, że w kieszeniach przewoźników zostaje więcej pieniędzy. Mimo to w transporcie, zapotrzebowanie na działania windykacyjne utrzymuje się na stałym poziomie. Sytuację na rynku transportowym od zawsze charakteryzują cykliczne zmiany, dlatego też trudno o przewidywanie na dłuższy okres. Dotychczasowe wydarzenia pokazują, że 2016 rok jest rokiem skrajności. Z jednej strony mamy spadek cen paliw i relatywnie wysoki kurs euro, z drugiej zaś niepewną sytuację geopolityczną. Jeśli kryzys imigracyjny doprowadzi do ograniczenia mobilności w ramach strefy Schengen, konsekwencje będą dotkliwe dla wszystkich przewoźników w Unii Europejskiej.

Polskie firmy szukają innych rynków poza Europą

HANDEL Wobec spadków w wymianie handlowej z kluczowymi rynkami pozaeuropejskimi, np. z Chinami, firmy z Polski poszukują nowych partnerów handlowych w różnych punktach świata. Przedsiębiorcy próbują sił na Dalekim Wschodzie, w Azji Centralnej, Afryce i Ameryce Południowej

Konrad Majczyk
konrad.majczyk@infor.pl

W pierwszym kwartale br. eksport towarów z Polski osiągnął prawie 44 mld mld euro i był wyższy niż przed rokiem o niemal 2 proc. – wynika z danych GUS. W tym eksport z Polski do UE poprawił się w sumie o ponad 3 proc., osiągając prawie 36 mld euro. Dynamicznie zwiększyła się sprzedaż na pozaunijnych rynkach rozwiniętych, np. Izraela, Japonii i Stanów Zjednoczonych. I na tym kończą się dobre wiadomości.

Spadki w eksporcie

Jak zauważa Ministerstwo Rozwoju, utrzymany został spadek w eksporcie krajów WNP. Do Rosji wysłaliśmy mniej o 7 proc., a w związku z tym, mimo że jest np. na Ukrainie (o 9 proc.), w I kw. do WNP wysłaliśmy towary za 2,2 mld euro, czyli o 2,5 proc. mniej. Resort zwraca uwagę, że w tym okresie niekorzystnie kształtowały się wyniki eksportu na inne rynki rozwijające się, gdzie spadek osiągnął 13 proc., zatrzymując się na 3,3 mld euro. W decydującej mierze było to rezultatem zmniejszenia eksportu do Chin – o 10,5 proc. (w wymianie handlowej między naszymi krajami w miazdzący sposób dominuje import z Chin i tutaj też pojawiło się spowolnienie).

Z danych dla eksportu ogółem wynika, że w tym roku duże spadki nastąpiły m.in. w eksporcie wyrobów metalurgicznych i produktów mineralnych. Stagnacja pojawiła się w przypadku artykułów rolno-spożywczych (wzrost zaledwie o 0,6 proc.). W przekroju towarowym już tradycyjnie najszybciej zwiększył się eksport wyrobów przemysłu lekkiego (ponad 30 proc.), a także ceramicznych, drzewno-papierniczych i przemysłu chemicznego.

W tej sytuacji potrzebne są nowe rynki pozaeuropejskie, które zrekompensują spadki na tych starych.

– Z miesiąca na miesiąc obserwujemy wzrost zainteresowania transportem i logistyką do krajów wschodnich – twierdzi Bartłomiej Łapiński, menedżer ds. rozwoju w grupie Raben. Nie chodzi wcale tylko o Rosję

(tutaj tamą dla eksportu jest m.in. embargo na produkty spożywcze), Białoruś czy Ukrainę. – Zainteresowaniem cieszą się kraje Kaukazu, na czele z Gruzją, a także centralna Azja, wliczając Mongolię. A Turkmenistan, Irak, Kirgistan, Armenia to rynki wschodnie, które szybko się rozwijają i są potencjalnymi kierunkami eksportu – wymienia specjalista.

Jak tłumaczy, na rynkach wschodnich w parze z rozwojem stoi wzrost zapotrzebowania na towary. – To sprawa, że są to obecnie rynki niezwykle chłonne. Co istotne, w znaczącej większości są nastawione pozytywnie na produkty europejskie i na współpracę z podmiotami

Z danych dla eksportu ogółem wynika, że w tym roku duże spadki nastąpiły m.in. w eksporcie wyrobów metalurgicznych i produktów mineralnych. Stagnacja pojawiła się w przypadku artykułów rolno-spożywczych

unijnymi – podkreśla Bartłomiej Łapiński. Zdaniem eksperta Raben, transportowane jest niemal wszystko – od półproduktów i podstawowych produktów spożywczych przez odzież, wyroby elektrotechniczne, chemiczne i budowlane aż do zaawansowanej elektroniki czy wysoce wyspecjalizowanej maszynarii włącznie. – Kraje wschodnie są dostępne nie tylko dla tych największych światowych koncernów. Na wschodzie coraz częściej swoją szansę dostrzegają firmy średnie, małe i mikro, którym trudno przebić się na nasyconym rynku lokalnym czy europejskim. Możliwość wysyłki przesyłek drobnicowych sprawia, że nie ma już konieczności prowadzenia wymiany handlowej partiami na całe samochody czy kontenery – tłumaczy Łapiński.

Ważna Ameryka i Azja

Dywersyfikacja geograficzna to element strategii głównych graczy na rynku.

– Na pierwszym miejscu wymienilibym dwa kierunki: Amerykę Południową oraz Afrykę. Tu stale notu-

jemy wzrost wolumenu, zarówno w relacji eksportowej, jak i importowej. Część analityków uważa, że to właśnie Afryka zostanie motorem światowego wzrostu gospodarczego w nadchodzącej dekadzie – zastanawia się Michał Rasilewicz z działu rozwoju biznesu morskiego w Hellmann Polska. Jego zdaniem, ważnym kierunkiem pozostają kraje azjatyckie, zwłaszcza Indie i Pakistan. – Nie zapominamy też o Ameryce Północnej, a w dalszej kolejności o krajach Oceanii – podkreśla Rasilewicz.

– W związku z problemami w imporcie z Chin kluczowi gracze branży TSL dynamicznie poszukują nowych rynków. W przypadku transpor-

SUBIEKTYWNIE

Rozwój logistyki kontraktowej



DR RAFAŁ TARASEWICZ

dyrektor Operacji i Efektywności Biznesu w DB Schenker

Perspektywy rozwoju rynku logistycznego, w tym także logistyki kontraktowej, wydają się być optymistyczne, choć rynek ten jest zależny od koniunktury gospodarczej. Fundamenty naszej gospodarki są silne, a w Polsce realizowanych jest wiele nowych inwestycji.

Coraz wyraźniej widać, że stajemy się jednym z kluczowych centrów logistycznych Europy – wiele magazynów, jest przenoszonych z Europy Zachodniej i Skandynawii właśnie do naszego kraju. Rozwój logistyki kontraktowej wspierają też nowe zjawiska: wzrost popytu na spersonalizowane produkty, omni-channelling, rozwój e-commerce, m-commerce i nowoczesnych technologii. Związana z handlem elektronicznym automatyzacja oraz unowocześnienie wyposażenia magazynu pozwalają na obsługę coraz bardziej rozdrobnionych zleceń, jednocześnie zwiększając produktywność i jakość operacji w logistyce kontraktowej.

DB Schenker rozwija szeroki zakres usług związanych z obsługą magazynową, zarządzaniem platformami typu cross-dock, a także oferuje zróżnicowane rozwiązania szyte na miarę w ramach tzw. usług dodanych VAS (ang. Value-Added Services). Zainteresowanie takimi dedykowanymi rozwiązaniami stale wzrasta i dotyczy większości branż. Przykłady to m.in. tworzenie zestawów promocyjnych, przepakowywanie, etykietowanie,

polonizacja etykiet, fakturowanie w imieniu klienta czy wiele usług typu co-manufacturing. Inne niestandardowe usługi logistyczne, realizowane przez DB Schenker, to personalizacja odzieży roboczej poprzez profesjonalny haft maszynowy, naszywanie lub zaprasowywanie imienia i nazwiska, logo lub innych grafik. Wśród dedykowanych projektów jest też m.in. banderolowanie butelek wina dla czołowego producenta, importera i dystrybutora win w Europie i łobienie numerów seryjnych na towarach klienta z branży motoryzacyjnej.

W celu kreowania wartości dla klienta w logistyce kontraktowej DB Schenker bardzo mocno inwestuje we wdrożenie kultury Lean management. Kultura Lean oznacza angażowanie wszystkich pracowników na każdym szczeblu organizacji w proces ciągłego doskonalenia. Celem jest eliminacja marnotrawstwa w procesach, poprawa jakości usług, redukcja kosztów, lepsze wykorzystanie zasobów, zwiększanie elastyczności organizacji, a także poprawa bezpieczeństwa pracowników i dbałość o ekologię.

Wszystkie elementy budowy kultury Lean mają na celu zaszczepienie wśród pracowników podejścia nastawionego na ciągłe doskonalenie (kaizen) oraz okazanie szacunku dla innych pracowników i czerpanie z ich wiedzy. Taka postawa pozwala budować efektywną organizację, nastawioną na realizację potrzeb klientów.

PARTNER  **SCHENKER**

AUTOPROMOCJA

DZIENNIK
GAZETA PRAWNA

Jak rozliczyć nocleg krajowy i zagraniczny pracownika



Praktyczny poradnik

Przykłady, odpowiedzi na pytania czytelników, interpretacje izb skarbowych, orzeczenia sądów i wyciąg z aktów prawnych

NOWOŚĆ

Cena: 59 zł

- Kiedy jest podróż służbowa, a kiedy wyjazd w sprawach pracodawcy
- Jak zadbać o właściwe udokumentowanie wyjazdów krajowych i zagranicznych
- Jak rozliczać koszty oddelegowania
- Skutki podatkowe – żeby pracownik nie miał przychodu, a pracodawca miał uzasadniony koszt

ZAMÓW: sklep.infor.pl | tel. 22 761 31 27

dozkończenie na str. 20

Polskie firmy szukają innych rynków poza Europą

dokończenie ze str. 19

Eksporterzy nie muszą wy-
wierać otwartych drzwi. Re-
sort rozwoju jako perspek-
tywiczne pozaeuropejskie
docelowe rynki dla żywności
z Polski zdefiniował m.in. Chi-
ny, Indie, Japonię, Koreę Połu-
dniową i Wietnam.

– Branży rolno-spożywczej
warto poświęcić szczególną
uwagę. Jako Polska przewo-
zimy duże ilości towarów na
coraz bardziej odległe rynki,
a udział tej branży w eksporcie
ogółem to dziś 13 proc. – pod-
kreśla Agnieszka Rembisz.

Polska sprzedaje za grani-
cę m.in. wyroby mięsne, mle-
czarskie, owocowe, przemiału
zbóż i wódkę.

W 2015 r. wartość polskie-
go eksportu żywności do
Chin w 2015 r. wyniosła 127
mln euro. W jej zwiększeniu
pomogą liczne umowy han-
dlowe podpisane w tym tygo-
dniu podczas wizyty w Polsce
prezydenta Chin Xi Jinpinga.
Głównymi towarami rolno-
spożywczymi wysyłanymi
z Polski do Państwa Środka
w ubiegłym roku były:
serwatka, mięso i podroby,
czekolada, syropy cukrowe,
mleko i śmietana oraz wyro-
by cukiernicze.

Świeże owoce z Polski są
cenione w Zjednoczonych
Emiratach Arabskich, Kata-
rze i Kuwejcie. Od czasu ro-
syjskiego embarga eksportow-
ym problemem narodowy są

jabłka. Polscy sadownicy liczą,
że rynek chiński gospodarki
świata wchłonie sporą część
zbiorów, na które embargo
nałożyła Rosja.

Osobne rekomendacje re-
sortu rozwoju są dla innych
grup produktowych z Polski,
np. sprzętu medycznego, ko-
smetyków, lekarstw, mebli,
jachtów i łodzi, usług proz-
drowotnych oraz części sa-
mochodowych i lotniczych.

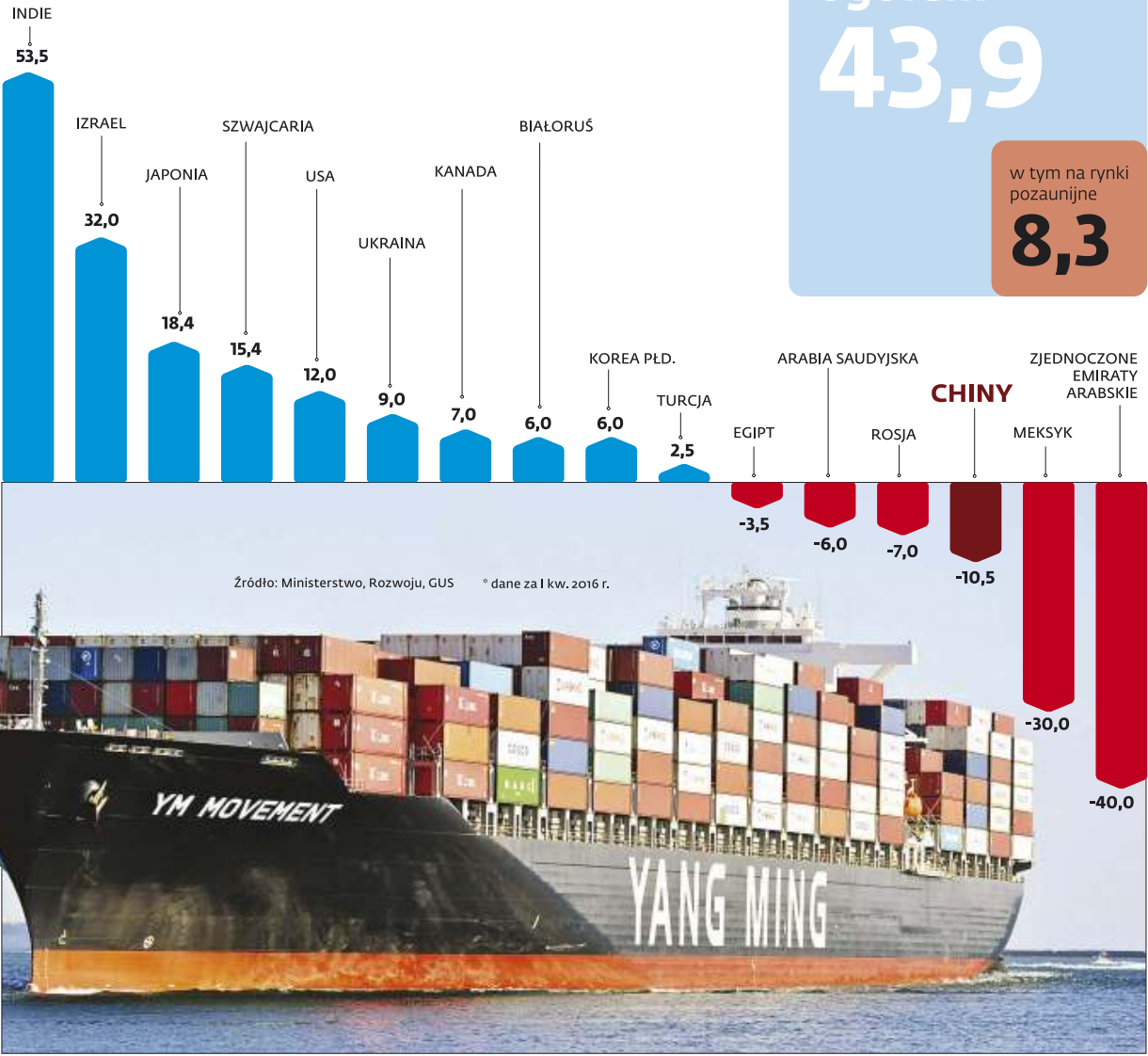
– Chcemy umacniać naszą
pozycję na rynkach UE, ale
także dywersyfikować kierun-
ki polskiego eksportu w Azji,
na Dalekim i Bliskim Wschod-
zie, w Afryce, a także w Ame-
ryce Północnej i Południowej
– zapewnia Stanisław Krakow-
ski z Ministerstwa Rozwoju.

Resort rozwoju realizuje
od kilku lat projekty pro-
mocy eksportu, np.
„Go China” i „Go Afri-
ca”. – W realizacji są
kolejne nowe np. „Go
India”, „Go Iran” czy
„Go ASEAN”. To
w naszej ocenie
niezwykle atrak-
cyjne rynki ekspor-
towe dla polskich firm
– twierdzi Stanisław Kra-
kowski.

Ministerstwo Rozwoju do
2023 r. chce wydać prawie 150
mln zł w ramach Programu
Operacyjnego Inteligentny
Rozwój na promocję gospodar-
ki w oparciu o polskie marki
produkcyjne.

Rynki eksportowe w 2016 r.*

Dynamika eksportu z Polski na rynki pozaeuropejskie (proc.)



Eksport z Polski (mld euro)

MC

ogółem
43,9

w tym na rynki
pozaunijne

8,3

PANATTONI EUROPE

3,7 mln m² powierzchni magazynowej



Europejska różnorodność. Międzynarodowe doświadczenie.

odwiedź naszą nową stronę:
www.panattonieurope.com

REKLAMA