DGC Data Grou Consulting

OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2014

GRUDZIEŃ 2014
ISSN 1733-6066

Zakupy

raport specjalny

GALA OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU

ORGANIZATORZY

DGC · Logistics · LOG24.pl · Flota Auto Biznes · Truck & business · Logistyka Produkcji

PARTNERZY

P3 Logistic Parks · Millennium leasing · TIP Trailer Services Trailermade Solutions · Trimble Transport & Logistics formerly Punch Telematix · Audi · PSI · Stock Polska · Quantum software S.A. · DACHSER Intelligent Logistics · Szewczyk Auto dopasowany do ciebie

PATRONI MEDIALNI

towary niebezpieczne · etransport.pl · eGospodarka.pl Poradnik Internetu dla Twojej Firmy

PATRONI MERYTORYCZNI

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie · Akademia Leona Koźmińskiego · Graphene Partners · Ministerstwo Gospodarki

Poczta Polska

Masz chwilę na przyjemności...

Logistyką już się zajęliśmy

Transport i magazynowanie dla firm

www.poczta-polska.pl

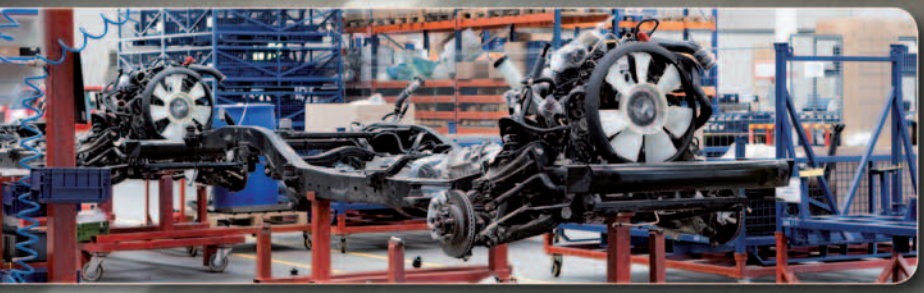
DELTATRANS®

KOMPLEKSOWA OBSŁUGA LOGISTYCZNA

25 lat*

Mamy czym się pochwalić...

- transport
- spedycja
- magazynowanie
- logistyka
- obsługa celna
- co – manufacturing
- produkcja kontraktowa
- produkcja konstrukcji stalowych



* Rok założenia 1989

www.deltatrans.pl

Wstęp

Przełom, który się dokonał w organizacji rynku usług logistycznych w naszym kraju w ciągu ostatniej dekady licząc od daty przystąpienia Polski do Unii Europejskiej, najdobitniej ukazują zmiany sposobu reakcji na aktualną sytuację gospodarczą, społeczną czy polityczną. Badając opinie menedżerów logistyki przez cały ten okres, zebraliśmy bogaty materiał porównawczy, obrazujący właściwie permanentne u znacznej części respondentów poczucie niepewności, co do kierunku zachodzących zmian. Nieuniknione w sytuacji dynamicznego rozwoju tego rynku załamania tempa wzrostu jedynie potęgowały tego typu nastroje. W mniejszości znajdowały się głosy wskazujące na nieuchronność zachodzenia zjawisk gospodarczych w cyklu koniunktury, a tym samym zaprzeczające bardzo popularnym wizjom totalnej katastrofy. Obecnie ku ogólnemu zaskoczeniu nagle przestano głosić tego rodzaju katastroficzne poglądy i to mimo realnej groźby rozszerzenia się konfliktu między Ukrainą a Rosją. Właściwie po raz pierwszy w całym ostatnim ćwierćwieczu zaczęto tak silnie odczuwać – i to właśnie w obliczu zewnętrznego kryzysu – stabilność naszej gospodarki i ugruntowanie pozycji przedsiębiorstw, także tych zajmujących się logistyką. Właśnie dlatego przedsiębiorcy tak kategorycznie zaprzeczają obecnie groźbie katastrofy, co nie wydaje się, aby jeszcze rok temu było możliwe. „W latach kryzysu – zauważa dyrektor zarządzający w Mönig Polska **Bartosz Borowski** – nasze firmy transportowe przebojem wdarły się na rynki europejskie i je zdominowały. Nic nie wskazuje na to, żeby w przyszłości sytuacja się zmieniła. Rynek rosyjski został częściowo wyłączony, ale mimo zapowiadanego załamania branży transportowej zorientowanej na jego obsługę nic takiego się nie wydarzyło. Natomiast zniesienie embarga może spowodować nawet kilkukrotny wzrost popytu".

Przedstawiciele firm logistycznych poczuli się mocni nie tylko siłą całej gospodarki, lecz także własnych dokonań. Przestali się obawiać zmian, gdyż zdobyta wiedza i doświadczenie nauczyły ich, jak radzić sobie z kryzysami. W opinii dyrektor zarządzającej ds. controllingu prawno-finansowego w firmie Hussar Gruppa **Agnieszki Byśkiniewicz** „w perspektywie najbliższego roku nie nastąpi radykalna, ani pozytywna, ani negatywna zmiana, w zakresie (wykonywania) usług logistycznych. Branża TSL w Polsce od lat odznacza się ugruntowaną pozycją i nie odnotowuje się drastycznych reakcji na zmiany sytuacji ekonomicznej czy geopolitycznej". Wprawdzie przyszłość rynku usług logistycznych silnie zależy od międzynarodowej sytuacji gospodarczej, to stabilne warunki, które daje członkostwo w UE, dają podstawy do trwałego wzrostu siły operatorów logistycznych w Polsce. Jak zauważa dyrektor ds. sprzedaży i marketingu w firmie Fiege **Tomasz Przybył**, „sprawne i dobrze zarządzane firmy są w stanie szybko i skutecznie dostosowywać się do zmiennych warunków i wahań czynników makroekonomicznych. Jeden warunek – obsługiwany wolumen nie spada znacząco".

Polski rynek usług logistycznych jest już na tyle dojrzały, że firmy świadczące te usługi – twierdzi dyrektor generalny w Raben Polska **Janusz Anioł** – coraz częściej **świadomie inwestują w nowe rozwiązania, aby doskonalić współpracę z kontrahentami na zasadzie** wzajemnego zrozumienia, budowy zaufania i wspólnego rozwiązywania zadań. „Dzięki silnej pozycji naszej gospodarki, konkurencyjnym kosztom pracy i najmu powierzchni przemysłowych, a także coraz lepszej infrastrukturze drogowej, kolejowej i portowej obserwujemy, Polska staje się operatorem logistycznym całego naszego regionu i szerzej Europy, oraz dla niektórych producentów spoza kontynentu. Przewiduję rozwój wszystkich segmentów usług logistycznych, oferowanych kompleksowo i w skali regionalnej".

Generalne perspektywy rynku usług logistycznych

Wbrew prognozom wyniki finansowe branży logistycznej za rok bieżący wskazują na spadającą dynamikę sprzedaży usług, jak tego dowodzą wyniki sondażu tradycyjnie przeprowadzanego przez nas na próbie czterdziestu starannie dobranych firm logistycznych, reprezentujących różne segmenty rynku. Z każdym kolejnym kwartałem roku stawało się coraz bardziej jasne, że nie uda się zwiększyć sprzedaży o tyle co w poprzednich latach. Dynamika sprzedaży we wszystkich segmentach rynku malała z kwartału na kwartał i gdyby nie nagła poprawa wyników firm transportowych, ogólny wynik sprzedaży usług za czwarty kwartał mógłby być gorszy niż w poprzednim roku (co nie zdarzyło się od 2008 r.). Znaczące jest, że mimo spadającego tempa wzrostu zarówno w odniesieniu do ubiegłych lat, jak i kolejnych kwartałów bieżącego roku, przedstawiciele badanych firm logistycznych zakładają jednak, że sprzedaż usług zwiększy się w przyszłym roku o ponad 7%, czyli nieznacznie więcej niż obecnie. Liderami wzrostu trzeci rok z kolei zostaną firmy wyspecjalizowane w transporcie drogowym, które przewidują poprawę wyników. Natomiast firmy spedycyjne właśnie w zakresie przewozów drogowych jako jedyne odnotują obniżenie tempa wzrostu sprzedaży, które ma wynieść dla całości ich operacji nie więcej niż 104%.

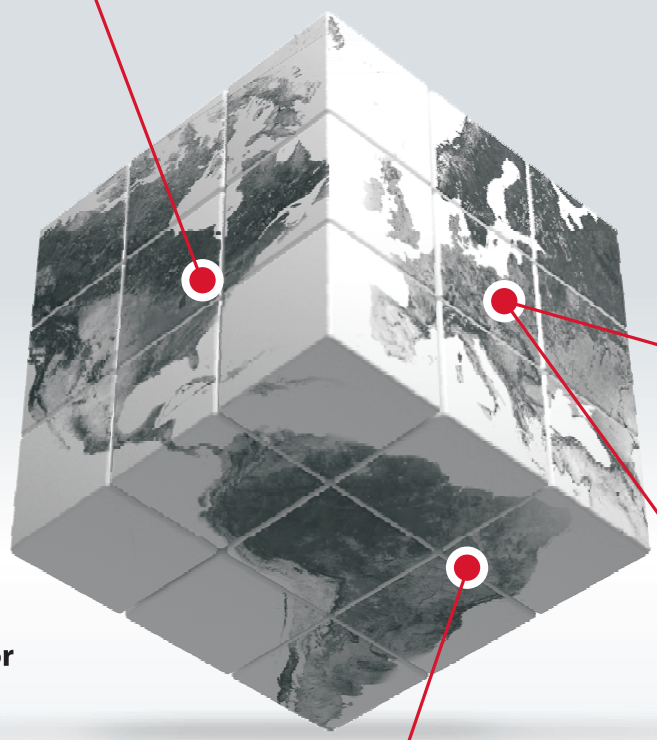
Dane te potwierdzają, że rynek usług logistycznych mimo wszystko nadal będzie się intensywnie rozwijał, choć, co podkreśla prezes zarządu firmy Marathon International **Emil Lisowski**, wielu firmom po okresie ponoszenia zwiększonego wysiłku inwestycyjnego w zakup i wymianę taboru, oraz wynajem powierzchni magazynowych, „chłodna analiza" nieprzewidywalności w sferze geopolityki „nakazuje utrzymać już osiągnięte pułapy" w stanie posiadania. W istocie inwestycje jedynie przyhamują. Znajdujący się w posiadaniu firm logistycznych tabor, który wzrośnie w 2014 r. o 8,4%, w kolejnym roku zostanie zwiększony o 4,4%, podobnie rzecz będzie się miała w przypadku magazynów, których powierzchnia będzie rosła, odpowiednio o 14,5 i 9,1%. Jak zauważa **Agnieszka Byśkiniewicz** z Hussar Gruppa: "Branża logistyczna ma potencjał, który jest gotowy do wykorzystania, wystarczy pozyskać kapitał, a to obecnie nie jest już tak wielką przeszkodą. Rozwój wymaga inwestycji, nakładu czasu, pracy i kapitału, ten ostatni niekoniecznie musi pochodzić z banków, lecz np. z emisji wartościowych papierów dłużnych. Obecnie jest to jedna z najbardziej optymalnych i szybkich form

NORBERT DENTRESSANGLE

Główny gracz w dziedzinie zarządzania łańcuchem dostaw

Transport – Logistyka – Spedycja

W Norbert Dentressangle, zaangażowanie i perfekcja operacyjna znajdują się w sercu naszych wszystkich codziennych działań. W odpowiedzi na Państwa potrzeby w kwestii wydajności transportu, logistyki i spedycji, nie ograniczamy się do wprowadzania tylko technicznych innowacji – wspierają nas ekipy ekspertów, których zadaniem jest stawianie czoła wszelkim wyzwaniom wynikającym ze specyfiki Państwa łańcucha dostaw.



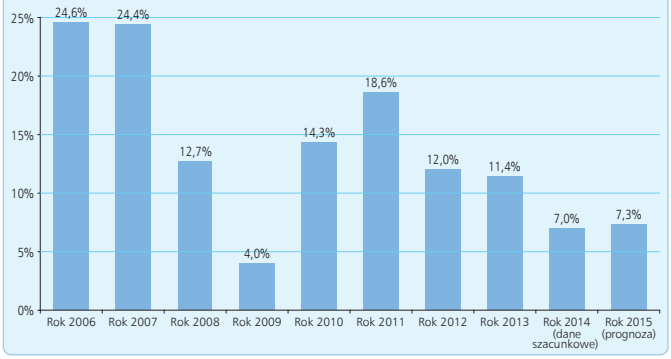
Lokalny Partner – ND Polska
- 730 pracowników
- 4 oddziały
- 560 pojazdów silnikowych

Lokalny Partner – ND Logistics Poland
- 550 pracowników
- 6 oddziałów
- 180 000 m^2 powierzchni magazynowej

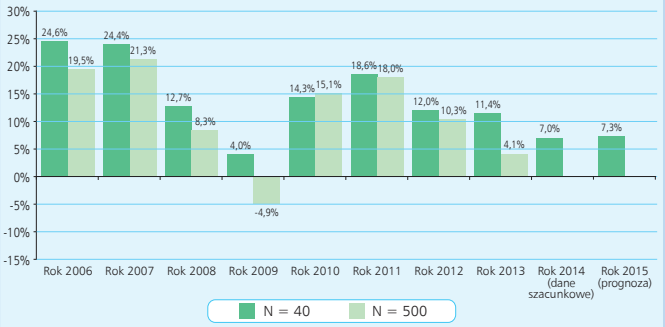
Światowy Aktor
- 25 państw
- 5 kontynentów
- 43 200 pracowników
- 662 oddziały
- 9 650 pojazdów silnikowych
- 117 200 000 m^2 powierzchni magazynowej
- 3 900 000 m^3 objętości magazynowej w temperaturze ujemnej

logistyka.kontraktowa@ norbert-dentressangle.com + 48 22 878 31 55
transport.ndpolska@ norbert-dentressangle.com + 48 68 413 01 38 , + 48 662 264 264
www.norbert-dentressangle.pl

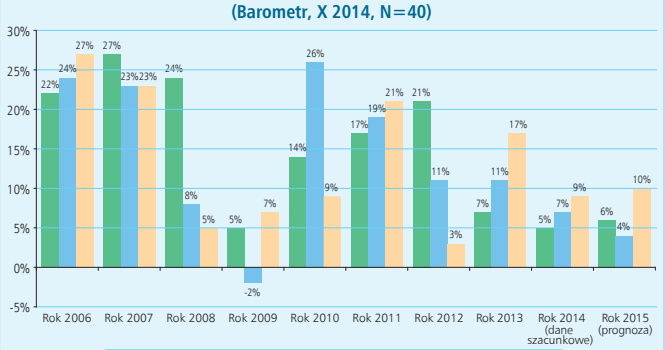
Zmiany sprzedaży w branży logistycznej w stosunku do roku poprzedniego (Barometr, X 2014, N=40)



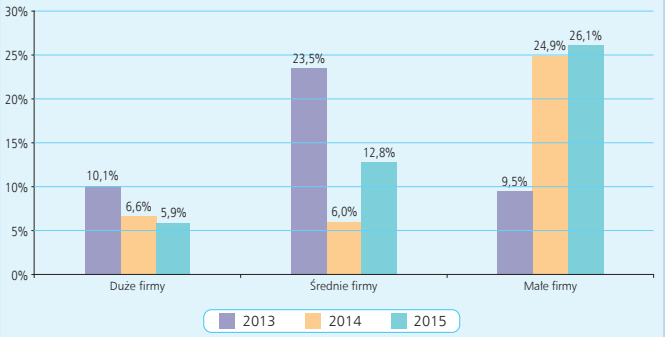
Zmiany sprzedaży w branży logistycznej w stosunku do roku poprzedniego według różniących się metodą badań (Barometr 2014, N=40; Top500, N=500)



Zmiany sprzedaży w branży logistycznej w stosunku do roku poprzedniego (Barometr, X 2014, N=40)



Zmiany sprzedaży w branży logistycznej w stosunku do roku poprzedniego (Barometr, X 2014, N=40)



uzyskania środków finansowych przeznaczonych na rozwój przedsiębiorstwa".

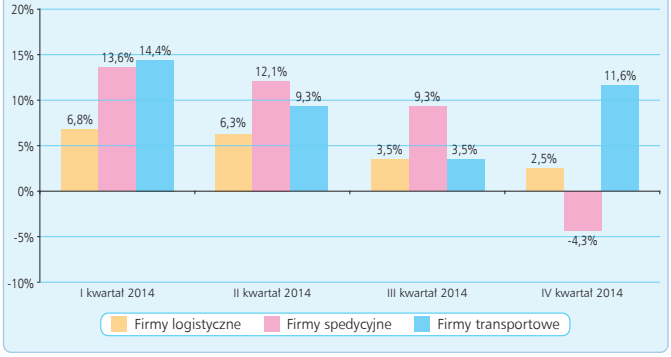
Rozwojowi rynku usług logistycznych w Polsce sprzyja rozwój gospodarczy kraju, jego usytuowanie geopolityczne a także stabilizacja w globalnej gospodarce. Wielu pytanych przez nas specjalistów za nadrzędny w tym względzie czynnik uważa właśnie odwrócenie negatywnych nastawień wywołanych niedawnym międzynarodowym kryzysem gospodarczym.

W ten sposób myślenia wpisuje się opinia wyrażona przez zajmującego stanowisko Sea & Air Freight Director w firmie Allport Cargo Services Poland **Bogdana Augustyniaka**, który podkreśla znaczenie poprawy nastrojów społecznych i ożywienie w popycie wewnętrznym, oraz zdolność gospodarki kraju do wzrostu eksportu. Polska jest jednym z nielicznych krajów europejskich, który odnotowuje nie tylko stały wzrost PKB, ale także rosnący popyt wewnętrzny. Polska jest też krajem, któremu udaje się osiągnąć nie tylko wyraźny wzrost eksportu, ale i nadwyżkę w wymianie handlowej z Niemcami, odczuwającymi skutki spowolnienia gospodarczego. Znamionuje to umocnienie polskiej gospodarki w relacji z jednym z największych eksporterów na świecie (uwzględniając wysyłki towarów importowanych przez polskie firmy za pośrednictwem portów w Niemczech, załadunki do Polski są ciągle liczniejsze niż załadunki w eksporcie do Niemiec, co uświadomił nam kierownik transportu i spedycji w firmie Robert Müller **Tomasz Achremowicz**).

Wyrazem poprawy nastrojów jest także uspokojenie kursów walut, czynnik stabilizujący działalność rynku międzynarodowej logistyki, na co zwraca uwagę Trucking Manager firmy Enterprise Logistics **Jerzy Gębski**. (Warto w związku z tym postawić ważne z punktu widzenia bezpieczeństwa obrotu pieniężnego pytanie o termin wejścia Polski do strefy wspólnej waluty.) Można zaobserwować także poprawę nastrojów inwestycyjnych: „po fazie uśpienia spowodowanej kryzysem na rynkach finansowych, jak zauważa **Bartosz Borowski** z Mönig Polska, (przedsiębiorcy) chcą wrócić do realizacji swoich dawnych planów. Inwestują, szukają nowych rozwiązań. Niektóre (przedsiębiorstwa) dobrze wykorzystały czas stagnacji, ucząc się i analizując swoją wewnętrzną sytuację, dlatego stale rośnie świadomość dotycząca zalet płynących z outsourcingu usług logistycznych".

Czy atrakcyjność inwestycyjna naszego kraju nie słabnie w związku z rosnącymi kosztami pracy i usług? Póki co poziom płac pozostaje w Polsce niższy niż w krajach inwestorów. Z drugiej strony, możemy odnotować pojawienie się czynników, takich jak podaż powierzchni magazynowych czy poprawa infrastruktury drogowej, które sprzyjają inwestycjom w naszym kraju. Polska dzięki powstawaniu silnej bazy usług magazynowych w rejonach skrzyżowań autostrad staje się, zdaniem dyrektora

Zmiany sprzedaży wybranych grup firm logistycznych w stosunku do do odpowiedniego kwartału poprzedniego roku (X 2014, N=40)

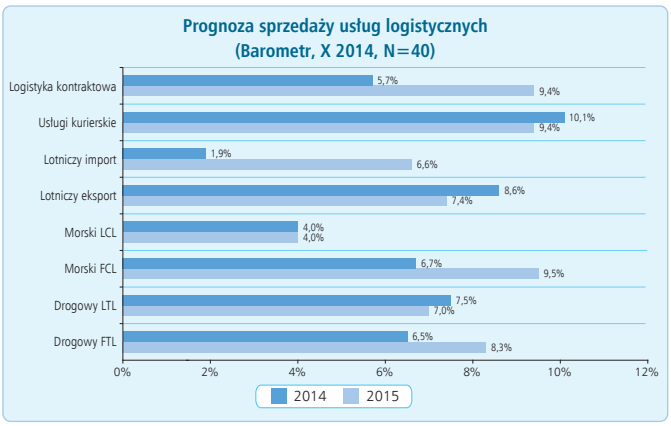


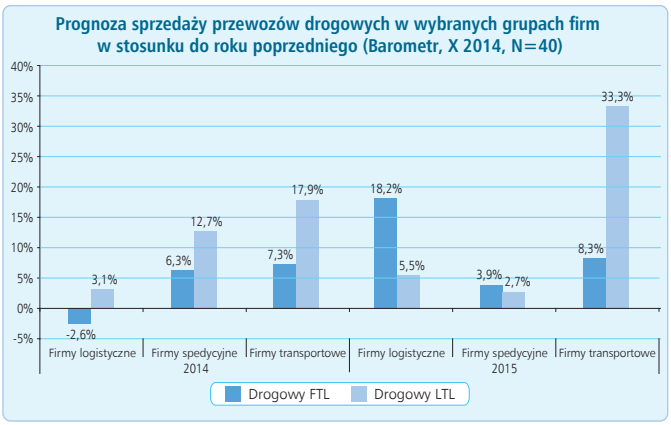
ds. marketingu w firmie JAS-FBG **Włodzimierza Papiera**, „terminalem Europy środkowo-wschodniej". Poza stabilnym wzrostem gospodarczym głównym motorem wzrostu, jak uważa Business Development Manager w firmie ND Logistics Poland **Adam Grochal**, jest przenoszenie operacji logistycznych i całych zakładów produkcyjnych, oraz magazynów z krajów zachodnich do Polski. „Klienci wybierają Polskę ze względu na tańszą siłę roboczą, korzystne położenie geograficzne oraz możliwość wykorzystania naszych stref ekonomicznych. Ważnym kierunkiem rozwoju usług logistycznych w Polsce jest również rozwój logistyki e-commerce z grupą odbiorców docelowych zarówno w Polsce, jak i w krajach zachodnich. Biorąc pod uwagę stały wzrost zakupów przez Internet, ten rodzaj usług logistycznych będzie stale powiększał się w Polsce – czego dowodem są otwarte w 2014 r. centra dystrybucyjne Amazon i Inditex".

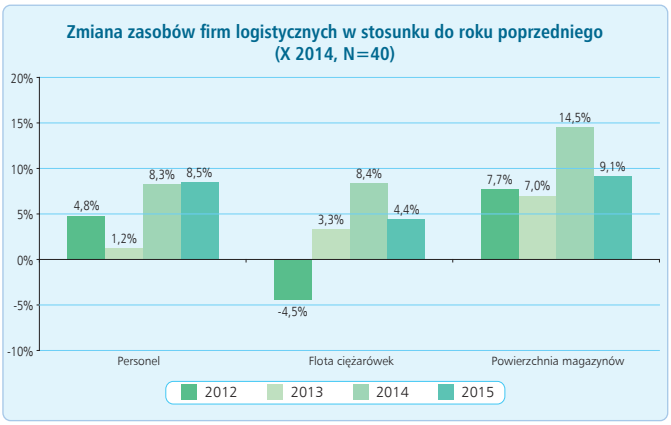
Z całą pewnością podstawą rozwoju nie mogą być na dłużą metę niskie lub zamrożone płace, gdyż nie mogłyby stymulować wzrostu popytu wewnętrznego. Współgranie ciągle wystarczająco niskich kosztów pracy i rosnącego spożycia uczyniły z naszego kraju w ubiegłych latach „zieloną wyspę" koniunktury w morzu pogrążonego w recesji Zachodu. Ale nie są to oczywiście jedyne instrumenty gospodarowania, które można i należy wykorzystywać. Jak stwierdza prezes zarządu w DSV Solutions **Maciej Walenda**: „Polska aktualnie posiada jedną z lepszych pozycji marketingowych z punktu widzenia outsourcingu usług logistyki kontraktowej. Z perspektywy globalnej jesteśmy już nie tylko rynkiem o niskich kosztach pracy, ale zaczynamy być postrzegani jako eksperci w obszarze logistyki, oferując bardzo wysokie standardy jakościowe, często znacznie wyprzedzające oczekiwania klientów, planujących przekazać obsługę operatorom logistycznym".

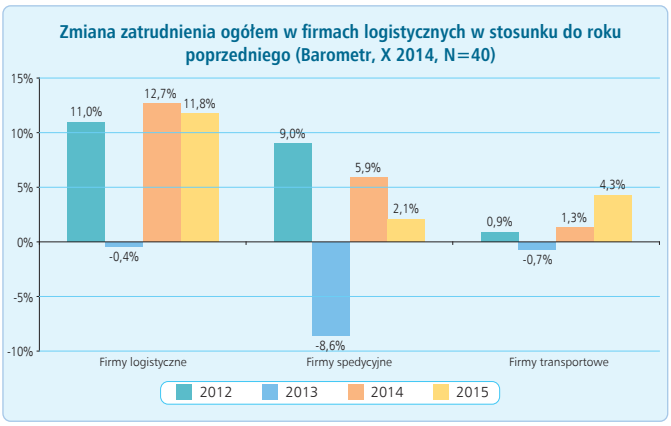
Nie ma wątpliwości, że dzięki rozwojowi sieci dróg i autostrad, oraz położeniu geograficznemu Polski, rynek usług logistycznych ma trwałe podstawy szybkiego rozwoju. Takie inwestycje, jak powiększenie możliwości przeładunkowych portów w Gdyni i Gdańsku przekładają się na zwiększenie kontenerowych przewozów intermodalnych, także w tranzycie przez Polskę. Także przedsiębiorstwa logistyczne musiały podjąć wysiłek inwestycyjny, aby móc wykorzystać szanse rozwoju. Jak podkreśla dyrektor **Filip Rozwadowski** w ATS Group: „Inwestycje w nowoczesne rozwiązania telematyczne i informatyczne przyczyniają się do wzrostu znaczenia polskich przedsiębiorców sektora usług logistycznych. Zmiana polityki przedsiębiorstw (przemysłowych i handlowych) polegająca na przekazaniu usług logistycznych w outsourcing umożliwia stały rozwój sektora". Stale umacnia się organizacja rynku usług logistycznych, polskie przedsiębiorstwa logistyczne dojrzały do rozszerzenia działalności operacyjnej na inne kraje. „Nasza lokalizacja geopolityczna pozwala – sądzi dyrektor zarządzający w firmie Dartom **Andrzej Szymański** – myśleć o nas jako o łączniku nie tylko pomiędzy wschodem a zachodem, ale również pomiędzy północą i południem Europy. Dzięki temu rynek usług logistycznych ma podstawy do wzrostu. W Europie widać jednak ruchy protekcjonistyczne, które mogą utrudnić polskim przedsiębiorstwom międzynarodową ekspansję". (Coraz bardziej złożone regulacje prawne w dziedzinie przewozów na terenie UE to oczywiście jeden z przejawów rosnącej konkurencji, na co zwraca uwagę także dyrektor zarządzający firmy Raben Transport **Paweł Trębicki**.) **Andrzej Szymański** uważa w związku z tym, że polskie firmy, „idąc za przykładem grupy Raben", zostaną niejako przymuszone do konsolidacji, przejmując firmy za granicą.

W kontekście dyskusji o szansach rozwojowych rynku usług logistycznych w Polsce niezwykle interesujące jest stanowisko menedżerów firm logistycznych w sprawie ochłodzenia stosunków









z Rosją. Wyrażają oni silne przekonanie, jak właściciel firmy Lafante **Kamil Stańczak**, że niezależnie od „kierunku zmian na rynku rosyjskim, rynek usług logistycznych w Polsce wciąż będzie się rozwijał". A przecież polskie firmy odczuwają nie tylko skutki planowanego zniesienia obowiązywania karnetów TIR w Rosji oraz embarga na niektóre grupy towarów, ale przede wszystkim – jak podkreśla dyrektor zarządzający w firmie Albatros Cargo **Mikhail Bialinis** – spadek siły nabywczej rosyjskich importerów związany z dramatycznym obniżeniem wartości rubla. Właściciel firmy ATU-Logistic **Katarzyna Haber** zwraca ponadto uwagę, że: „Przewoźnicy, którzy do tej pory realizowali przewozy na kierunkach wschodnich, zostali zmuszeni do przerzucenia środków transportowych na teren Polski oraz krajów zachodnich". Zjawisko to bez wątpienia wywiera silny wpływ na rynek przewozów, tym bardziej, że sytuacja zmienia się w czasie. W wyniku wzrostu konkurencji spadają stawki transportowe. Spadek cen frachtu może doprowadzić do problemów finansowych mniejszych firm. Ale, jak uspokaja szef grupy Delta Trans **Adam Rams**, jest to zjawisko okresowe: „Sytuacja na wschodzie Europy rozregulowała geografię przepływów towarów, co ma bezpośredni wpływ na dostępność pojazdów i masy towarowej. Jeśli sytuacja będzie się utrzymywać, to z pewnością będzie mieć odzwierciedlenie we wzroście stawek frachtów". Oznacza to, że w odróżnieniu od sytuacji poszczególnych firm polski rynek jako całość nie musi w wyniku zaistniałej sytuacji ucierpieć a nawet może odnieść korzyść, na co zwraca uwagę **Maciej Walenda** z DSV Solutions: „Poza ograniczeniami nakładanymi na eksporterów, które mogą mieć wpływ na podmioty, oferujące obsługę na tych kierunkach, bardzo istotne będą decyzje klientów o kontynuowaniu działalności na rynkach wschodnich. W tym obszarze, z punktu widzenia Polski, dla operatorów logistycznych mogą pojawić się nowe projekty, które zostaną przeniesione na teren Polski lub zmodyfikowane tak, aby pozostać po stabilnej stronie granicy". W wyniku nałożenia embarga, jak zauważa **Bartosz Borowski** z Mönig Polska, „magazyny zapełniły się towarami, które miały być wysyłane do Rosji, a także tymi, które mają być gotowe do wysłania, gdy embargo się skończy. Przed kryzysem ukraińskim firmy zachodnie bez oporów inwestowały w nowe przedsięwzięcia (w tym również logistyczne) na terenie Rosji. Obecnie jest szansa, że to właśnie Polska – ze względów geograficznych oraz politycznych – stanie się magazynem Europy Zachodniej w handlu z Rosją".

Okiem eksperta

(Tekst powstał na zamówienie wydawcy. Autor: Jacek Machocki był menedżerem czołowych firm logistycznych, prowadził też firmę doradczą)

Klienci na rynku logistycznym już od wielu lat wskazują na wielkość i stabilność dostawcy usług jako jedne z kluczowych kryteriów doboru partnera. Ostatnie lata wskazują jednak, że te dwie cechy nie muszą być ze sobą nierozerwalnie związane i „duży" nie zawsze oznacza stabilny a „mały" nie musi na brak stabilności cierpieć i współpraca z nim jest co najmniej tak samo pewna jak z „dużym". Na dodatek okazuje się, że stabilność i rzetelność w działaniu na rynku nie są zarezerwowane dla dużych firm i wielkich operatorów logistycznych a w coraz szerszym zakresie są one ważną kartą przetargową przedsiębiorstw średnich lub nawet małych. Dzieje się tak szczególnie w sytuacji, kiedy miernikami stabilności i rzetelności są wskaźniki jakości usług i skuteczności wykonania dostaw. W tym obszarze duże firmy już dawno straciły monopol bowiem rozwój technologiczny w branży i powszechna dostępność nowoczesnych rozwiązań operacyjnych umożliwiły również dostawcom usług o średniej i małej skali działania osiąganie wysokiego poziomu wskaźników. Ba, w niektórych przypadkach to właśnie ten segment rynku wyznacza dzisiaj standard obsługi. W sytuacji w miarę stabilnego rozwoju branży jest to jedna z przyczyn, dla której można zaobserwować w ostatnich latach zjawisko utraty przez niektóre, duże firmy części rynku. Przekłada się to na zmniejszenie obrotów (lub co najmniej spowolnienie tempa rozwoju sprzedaży usług) i utratę dotychczasowych zysków. W czasach, kiedy marże w branży i tak ulegają zawężeniu z innych, często leżących poza sektorem przyczyn, taka sytuacja jest nie do pozazdroszczenia. Jak wskazują wyniki przedsiębiorstw zjawisko to dotyczy co najmniej kilku spośród dotychczasowych liderów branży.

Wydaje się, że źródeł takiego zjawiska należy szukać w strategii dużych przedsiębiorstw i jej realizacji. Częstym błędem w zarządzaniu strategicznym firm logistycznych było i jest koncentrowanie się wyłącznie na doskonaleniu relacji z klientami

i zwiększaniu sprawności operacyjnej głównie za sprawą nowoczesnych technologii. Tymczasem zapomina się o tym, że to produkt i jego doskonałość (czytaj – dopasowanie do oczekiwań klienta i potrzeb jego biznesu), tak szczególnie istotne w branży usługowej, w czasach powszechnej dostępności technologii stanowią o przewadze konkurencyjnej i zdolności generowania zysku na rynku. A oczekiwania w stosunku do usługi nie zamykają się w obrębie wyłącznie sprawności operacyjnej, ale przede wszystkim koncentrują się na produkcie: nie standardowym a dopasowanym, nie stworzonym raz na zawsze tylko zmieniającym się tak, jak zmieniają się warunki działania klientów logistycznych. Moim zdaniem, nadeszła pora, kiedy wielcy operatorzy, przede wszystkim ci, którzy doświadczyli już uszczerbku w obszarze swojego biznesu, muszą brać przykład tym razem z małych i średnich firm, gdzie pytania o to, jaki produkt kupuje u mnie klient dzisiaj i po jaki przyjdzie jutro, zostały już czas jakiś temu postawione i odpowiedzi na nie znajdują codziennie kreatywni menedżerowie tworzący innowacyjne produkty.

W drugiej połowie tego roku, po raz pierwszy od ponad dwóch lat, wskaźniki koniunktury w przemyśle i handlu wskazują na wyraźną poprawę klimatu a w budownictwie zbliżają się do tego stanu. W sektorze transportu i magazynowania wskaźnik nadal oscyluje wokół zera i wydaje się, że wzrostowa tendencja ostatnich dwóch lat została trwale zatrzymana. Można wobec tego sądzić, że zbliżający się okres nie będzie równie korzystny dla branży transportowej jak ostatnie kilkanaście miesięcy. Trzeba być ostrożnym w ferowaniu zbyt optymistycznych prognoz bowiem klimat w polityce międzynarodowej nie daje do takiego optymizmu podstaw. Sytuacja na Ukrainie i będące jej konsekwencją sankcje gospodarcze i embarga już od wiosny tego roku powodują duże trudności na rynku usług. Dynamicznie rozwijający się w ostatnich latach handel ze Wschodem był napędem rozwoju usług transportowych. Wiązało się to jednocześnie z rozwojem potencjału przewozowego i magazynowego. Z chwilą wprowadzenia ograniczeń w handlu na tym kierunku zmniejszył się drastycznie popyt na usługi transportowe w skali międzynarodowej a uwolniony w konsekwencji tego zjawiska potencjał znalazł się natychmiast w ofercie krajowej i w obszarze usług na innych kierunkach geograficznych, pogłębiając i tak już ekstremalnie niekorzystną sytuację rynku usługobiorcy wraz z jej wszystkimi konsekwencjami dla dostawców. Trudno prognozować rozwój sytuacji w najbliższych miesiącach, bo tam gdzie decyduje polityka nie może być mowy o rzetelnym planowaniu działalności gospodarczej. Można być jedynie przekonanym, że z chwilą uspokojenia sytuacji politycznej na Wschodzie polska branża transportowa wykorzysta swoją wielokrotnie już okazywaną elastyczność i krótkim czasie wróci na pozycje do niedawna zajmowane w obszarze zaspokajania potrzeb logistycznych handlu ze Wschodem.

A czy ruszy pendolino? Oczywiście, że ruszy i wbrew wszystkim medialnym malkontentom będzie przewozić pasażerów. Jak przypominam sobie pierwsze koleje dużej prędkości w Europie Zachodniej czy też uruchomienie linii pod Kanałem La Manche, to w porównaniu polskie kłopoty z tym projektem są mizerne. Dziś już nikt o nich nie pamięta a tylko co bardziej doświadczeni przyznają, że wdrożenie tak wielkich przedsięwzięć musi się wiązać z wielkimi problemami i nigdy nie mieści się ani w budżecie, ani w żadnym harmonogramie. Ale o czym mówiliby „zaproszeni do studia goście", gdyby wszystko szło zgodnie z planami? Bardziej mnie interesuje to, kiedy i w jakim stopniu unowocześniona infrastruktura kolejowa będzie wspomagać świadczenie usług logistycznych z wykorzystaniem kolejowego transportu towarowego. Na to liczę.

FM Logistic, międzynarodowy operator logistyczny, tworzy, wprowadza i pilotuje działania w ramach globalnego łańcucha dostaw dostosowane do oczekiwań klientów. Jako kreator i lider w wdrażaniu logistycznych rozwiązań sprawia, iż każdy, nawet najbardziej skomplikowany łańcuch przepływu dóbr staje się możliwie najbardziej efektywny.

magazynowanie • dystrybucja • transport krajowy • transport międzynarodowy • co-packing • co-manufacturing

www.fmlogistic.com

FM LOGISTIC

Kierunki rozwoju firm logistycznych

Wśród ekspertów panuje zgoda, że nie ma ucieczki przed presją na obniżenie kosztów logistycznych ze strony klientów. Skoro producenci i sieci handlowe walczą o konsumenta ceną, to muszą poszukiwać możliwości redukcji kosztów operacyjnych a tym samym redukcji stawek firm logistycznych. Co z kolei, jak zauważa Country Head of Marketing & Sales w firmie Panalpina Polska **Przemysław Mormul**, „wpłynie na wzrost produktywności i poprawę procesów po stronie firm logistycznych oraz zamykanie lokalizacji i projektów nierentownych". Konieczność optymalizacji kosztów własnych będzie zatem wyznaczała kierunki rozwoju firm logistycznych, zmieni też zapewne strukturę usług, zwiększając udział logistyki kontraktowej, prowadząc też do pogłębienia specjalizacji usług, koncentrowaniu się bardziej na budowaniu unikalnych systemów logistycznych niż na masowym obrocie palet.

Skutkiem presji kosztowej ze strony klientów a także odłożonym efektem walki cenowej, prowadzonej przez operatorów logistycznych w ostatnich kilku latach, co szczególnie eksponuje **Michał Błoński** z Damco Poland, będą fuzje i przejęcia firm. Konsolidacja rynku będzie wiązała się nie tylko z eliminacją słabiej zarządzanych, nie dość wyspecjalizowanych w obsłudze firm, ale także – co podkreśla **Adam Grochal** z ND Logistics Poland – z przejmowaniem mniejszych często niszowych „krajowych" graczy przez „globalnych" operatorów, którzy dzięki temu poszerzą zakres oferowanych usług na rynku polskim.

Szanse na rozwój będą miały firmy oferujące innowacyjne rozwiązania i budujące długookresową strategię współpracy ze swoimi klientami. Według dyrektora handlowego firmy FM Logistic **Andrzeja Pawlaka** scenariusz wydarzeń wyglądał będzie następująco: „Klienci będą dążyli do dalszej redukcji stanów magazynowych, co obserwujemy już od kilku lat. Walcząc o udział w rynku, zwłaszcza z wytwórcami handlowych marek własnych, producenci muszą szukać oszczędności logistycznych i elastyczności w zakresie magazynowania i transportu, a to może zapewnić sprawnie działający operator logistyczny". Skłania to cały szereg firm logistycznych do wprowadzania zmian systemowych, co – w opinii Commercial Office Manager w firmie Damco Poland **Michała Błońskiego** – ma na celu lepsze dopasowanie się do zmieniających się potrzeb klientów. Ma to przynieść „efekty związane ze zwiększoną elastycznością, która jest jednym z kluczowych elementów sukcesu na rynku logistycznym". Wprowadzanie tych zmian podyktowane jest rosnącymi wymaganiami klientów odnośnie zarządzania łańcuchem dostaw. W opinii **Adama Ramsa** z Delta Trans operatorzy logistyczni zmuszeni są do ciągłego zwiększania portfela swoich usług, m.in. w zakresie doradztwa logistycznego, zarządzania zapasami, gospodarki magazynowej, jak również usług dodanych jak na przykład kontroli jakości. „Zwiększający się portfel usług wymusza umiejętność szybkiego dostosowywania się do wymagań oraz zmian warunków współpracy z klientami niezależnie od sztywnych zapisów umów. Elastyczne przystosowanie się do wymogów klienta korzystnie wpływa na budowanie wzajemnych relacji".

Opisywane zmiany będą zachodziły powoli, rynek będzie się przekształcał ewolucyjnie wraz ze wzrostem zapotrzebowania na usługi. Według zajmującego stanowisko Business Director w firmie DHL Supply Chain **Piotra Okurowskiego** nadal dominować będzie wyjątkowa ostrożność w podejmowaniu decyzji przez klientów, którzy z rozwagą będą podchodzić do decyzji o każdym nowym projekcie outsourcingowym lub zmianie operatora logistycznego, co swoją drogą było tak popularnym chwytem negocjacyjnym w okresie dekoniunktury. „Odsetek nowych outsourcingów będzie rósł bardzo powoli, decyzji o zmianach dotychczasowego operatora też nie będzie wiele. Oczywiście dominującym trendem będzie nadal koszt logistyczny i ciągłe dążenie do poprawy wydajności i efektywności operacji tak, aby minimalizować koszty logistyczne, nie tylko bezpośrednie, ale też pośrednie wpływające na przepływy gotówkowe (minimalizacja zapasu w systemie logistycznym czy terminy płatności). Operatorzy będą nieustannie poszukiwali synergii i możliwości współdzielenia infrastruktury pomiędzy klientami".

Zachodzi pytanie, kiedy nastąpi istotny wzrost zainteresowania outsourcingiem usług logistycznych, którego celem jest chęć obniżenia kosztów stałych przedsiębiorstw produkcyjnych i handlowych. Jak twierdzi dyrektor centrum logistycznego firmy Partner Logistic **Sławomir Mincewicz**: „Najbliższa przyszłość w rozwoju logistyki kontraktowej będzie charakteryzowała się poszukiwaniem przez klientów szerokiego zakresu usług, najlepiej komplementarnych obejmujących magazynowanie, spedycję całopojazdową i drobnicową, transport krajowy i zagraniczny, oraz inne specyficzne usługi dedykowane". W przekonaniu **Piotra Okurowskiego** z DHL Supply Chain dopiero w perspektywie trzech lat będzie można mówić o jakościowej zmianie, kiedy „zaistnieją nowe sektory i usługi objęte outsourcingiem logistycznym", „obecność e-commerce odczują operatorzy logistyczni, pojawi się jeszcze większa konieczność budowania logistyki nakierowanej na klienta indywidualnego (B2C) zarówno w dotychczasowych kanałach media, książki, czy drobne AGD i odzież, jak i produktów przemysłu farmaceutycznego". Nic nie stoi na przeszkodzie, aby w tej perspektywie w Polsce silniej niż dotąd objawił się rozwój usług e-commerce. „Sektor ten, jak przypomina **Adam Grochal** z ND Logistics Poland, od dwóch lat odpowiada za wzrost rynku usług logistycznych w Europie Zachodniej i tego samego można oczekiwać w Polsce. Klienci, którzy do tej pory próbują budować logistykę e-commerce własnymi siłami, w perspektywie zwiększonego zapotrzebowania swoich odbiorców, zdecydują się na powierzenie prowadzenia swoich operacji logistycznych wykwalifikowanym w tej branży specjalistom".

Choć zdaniem **Adama Grochala** występuje duże prawdopodobieństwo powstawania w Polsce dużych, nowych zakładów produkcyjnych oraz magazynów dla logistyki e-commerce, co stanie się szansą rozwoju dla firm wyspecjalizowanych w outsourcingu usług logistycznych, to prawdziwymi „beneficjentami rozwoju rynku e-commerce są i oczywiście wciąż będą firmy kurierskie". Dzięki temu będzie wzrastał udział usług kurierskich w całym rynku usług logistycznych, także wskutek zwiększonego zapotrzebowania na przewozy drobnicowe, w czym zasługa – co podkreśla **Jerzy Gębski** z Enterprise Logistics – nie tylko „wszechogarniającego e-commerce, lecz również postępującej optymalizacji logistycznej z jej postulatem maksymalnego ograniczania zapasów". Na przejęcie przez operatorów kurierskich części rynku LTL poprzez zwiększenie granicznych wag/wymiarów ładunków i przeniesienie droższych usług gabarytowych do tańszych usług klasy standard zwraca naszą uwagę członek zarządu firmy Polonia Logistyka **Jakub Kokot**.

Dla przyszłości całej branży logistycznej decydujące znaczenie będzie miał rozwój handlu elektronicznego, gdyż niezależnie od tempa wzrostu gospodarczego zapewnione jest zwiększenie wolumenu przesyłek. Dzięki zmianom cywilizacyjnym został

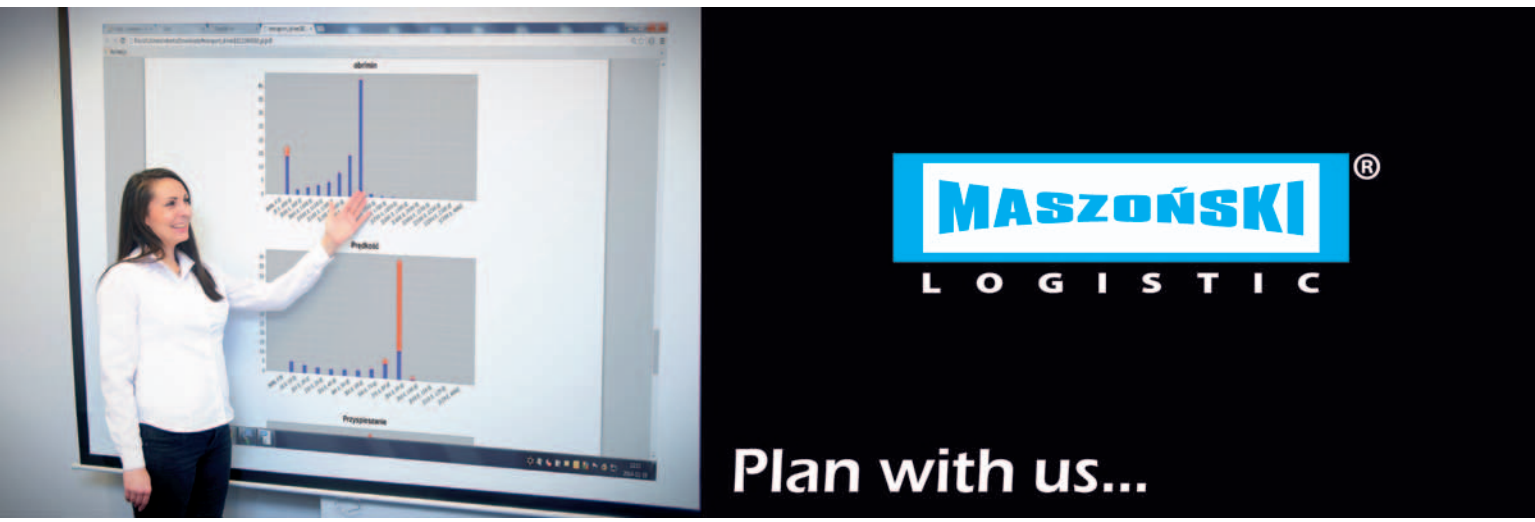
przecież wygenerowany nowy dodatkowy kanał dystrybucji. „W Internecie – przypomina prezes zarządu DPD Polska **Rafał Nawłoka** – swe towary sprzedają już nie tylko małe sklepy, ale także duże sieci handlowe, a zakupów dokonują konsumenci o różnej zasobności portfela. Przy dalszym postępie technologicznym i coraz powszechniejszym dostępie do Internetu tendencja ta będzie się utrwalać". Przypomina, że wolumen przesyłek pochodzących z e-commerce według informacji sporządzonej przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów [w treści decyzji z 1 października 2014 r. o wydaniu pozwolenia na przeprowadzenie przez DPD Polska transakcji zakupu firmy Siódemka] wzrósł w 2013 r. prawie o 13%. Według prezesa zarządu firmy Grupa Integer.pl **Rafała Brzoski** polski e-handel w 2013 r. wyceniany jest na 26 mld zł i w ciągu dwóch lat przekroczy kwotę 30 miliardów. Jak natomiast zapewnia – powołując się różne źródła branżowe – dyrektor zarządzający w GLS Poland **Tomasz Kroll** dwucyfrowy wskaźnik wzrostu rynku e-commerce w Polsce utrzyma się jeszcze przez dłuższy czas.

W obsłudze handlu elektronicznego zachodzi fundamentalna zmiana z punktu widzenia firm logistycznych, podkreśla prezes zarządu DHL Express **Tomasz Buraś**, gdyż już nie chodzi tylko o zapewnienie bezpieczeństwa realizacji usługi i korzyści sprzedającemu towar, ale także zapewnienie korzyści nabywcy towaru. Stanowi to w opinii dyrektora marketingu firmy Paczkomaty® InPost **Macieja Padjasa** ogromne wyzwanie dla firm logistycznych, gdyż generując rosnące obroty, muszą podejmować się różnorodnych opcji dostaw. Rzecz w tym, że firmy świadczące usługi logistyczne nie zawsze są w stanie jednocześnie sprostać oczekiwaniom wielu nadawców i masy ich odbiorców. „Przedsiębiorstwa kurierskie – zauważa prezes zarządu firmy informatycznej Alfa Projekt **Jacek Zacharewicz** – często nie są w stanie dostosować swojej oferty do potrzeb nadawców, którzy reprezentują branże o odmiennej specyfice. Dla przykładu, niewielkim e-sklepom zależy przede wszystkim na niskich kosztach usługi, firmom logistycznym przewożącym żywność – na jak najszybszym terminie dostawy, producentom ciężkich i drogich produktów – na wyborze najbezpieczniejszych tras. Coraz większe znaczenie dla firm logistycznych będą więc miały nowoczesne systemy informatyczne, które wygenerują spersonalizowane projekty procesów logistycznych w zależności od konkretnych potrzeb i preferencji danego nadawcy".

Rosnące zapotrzebowanie na obsługę handlu elektronicznego wzmaga konkurencję wśród firm logistycznych. Niewykluczone, że w związku z postępującym rozwojem rynku i wzrostem konkurencyjności będziemy świadkami znaczących konsolidacji, takich jak przejęcie firmy Siódemka przez DPD Polska, podkreśla **Rafał Brzoska** z Grupy Integer.pl. Zwraca on też uwagę, że wraz z rosnącym oczekiwaniem klientów odnośnie poprawy szybkości i wygody dostaw, „niecierpiącą zwłoki kwestią w firmach kurierskich (jest) opracowanie (rozwiązań o) maksymalnej efektywności finansowej przy równoczesnym zachowaniu wysokiego poziomu usług". Chodzi oczywiście o technologicznie skomplikowane i kosztowne finansowo sieci pocztowych terminali samoobsługowych, umożliwiających całodobowe nadawanie i odbieranie przesyłek, eliminujące najdroższy z etapów dostawy przesyłki, realizowany przez kuriera bezpośrednio do odbiorcy. Jak podkreśla **Jacek Zacharewicz** z Alfa Projekt prawdziwym wyzwaniem będzie opracowanie profesjonalnego systemu zarządzania i koordynowania tego typu sieci urządzeń, „tym bardziej, że będą one wprowadzane na rynek przez niezależne od siebie podmioty i obsługiwane przez szereg firm kurierskich". System taki będzie odpowiadał za sprawny przebieg procesu nadania, następnie za optymalizację tras i terminów dostaw przesyłek do właściwych terminali, a wreszcie za komunikację z klientem czekającym na paczkę.

Nie ulega wątpliwości, że kluczowe znaczenie dla rozwoju rynku e-commerce ma możliwość rozszerzenia wykonywanego na rzecz sklepów internetowych outsourcingu, obejmującego magazynowanie, konfekcjonowanie czy usługi finansowe. „Taki outsourcing – podkreśla **Maciej Padjas** z Paczkomaty® InPost – to dla e-sklepów większa efektywność kosztowa, elastyczność i możliwość przezwyciężenia barier rozwojowych (zwłaszcza braku środków na inwestycje). Natomiast dla branży logistycznej outsourcing to wzmocnienie korzyści z efektu skali". Tylko dzięki zwiększeniu skali działalności firmy logistyczne będą w stanie się rozwijać. „Rozwój usług kurierskich związany będzie – jak zapowiada **Rafał Brzoska** z Grupy Integer.pl – z koniecznością sprostania problemowi wysokich kosztów dostaw specjalistycznych oraz transgranicznych. Dedykowane usługi dostawcze – na przykład dla sektora spożywczego – wymagają opracowania odpowiedniej infrastruktury, metod przesyłki oraz sieci logistycznej".

Warto zauważyć, że właśnie dzięki wywalczeniu przodującej pozycji na europejskim rynku przewozów transgranicznych polskie przedsiębiorstwa zajmujące się transportem i spedycją drogową rozwijają się w ostatnich latach szybciej niż te wyspecjalizowane w innych rodzajach usług logistycznych, o czym była już wyżej mowa. Umiejętnie wykorzystały swoją przewagę kosztową, ale przewaga ta będzie się z czasem kurczyć. „W transporcie



międzynarodowym – zauważa dyrektor handlowy firmy FF Fracht **Jakub Karoń** – ceny oferowane przez polskie firmy na rynku europejskim ulegną podwyższeniu ze względu na europejskie regulacje prawne. W związku z tym polskie firmy będą zmuszone do konkurowania jakością usług i innowacyjnością rozwiązań w miejsce obecnej konkurencji ceną".

Aby z sukcesem zarządzać firmą transportową potrzeba coraz wyższych kompetencji z zakresu nie tylko z zakresu planowania przewozów czy serwisowania taboru, ale też znajomości zagadnień prawnych, finansowych, bezpieczeństwa i higieny pracy, czy społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). „Stale rosną – zauważa **Paweł Trębicki** z Raben Transport – oczekiwania klientów względem partnerów biznesowych. Coraz więcej firm chce wiedzieć, na ile odpowiedzialnie ich usługodawcy prowadzą swoje przedsiębiorstwa, czy generują zyski, czy inwestują w nowy tabor, czy szanują i dbają o swoich pracowników. Dobrze i nowocześnie zarządzana firma gwarantuje stabilność operacji oraz nie naraża zleceniodawcy na straty wizerunkowe. Uważam, że w tym kontekście należy oczekiwać zauważalnego oczyszczenia rynku z firm mniej odpowiedzialnych, budujących swoją przewagę konkurencyjną wyłącznie na niskich stawkach".

Mimo znaczącego wzrostu zapotrzebowania na usługi transportowe mniejsze firmy z trudnością przystosowują się do zmian rynkowych, chociażby do zmniejszającego się udziału przewozów całopojazdowych na rzecz przewozów drobnicowych. Rola transportu pełnopojazdowego dalekiego zasięgu będzie maleć wraz ze wzrostem znaczenia transportu intermodalnego, wspieranego przez politykę transportową Unii Europejskiej, zauważa **Jerzy Gębski** z Enterprise Logistics. Rosnącemu zapotrzebowaniu na przewozy drobnicowe i częściowe, towarzyszyć będzie – jego zdaniem – wzrost wymagań klientów w zakresie oferowanego transit time oraz terminowości dostaw. „To będzie wymuszało na operatorach (podjęcie) ustawicznej pracy nad polepszaniem jakości serwisu, inwestowanie w nowe technologie a także przez konsolidowanie się w grupy. Bez tego mniej zaradni, <<inercyjni>> operatorzy albo znikną z rynku, albo zostaną wchłonięci przez większych graczy".

Przy niskiej płynności każde wydłużenie terminu zapłaty przez kontrahenta (a żelazną zasadą w branży transportowej jest przecież utrzymywanie dłuższego terminu spłaty zobowiązań niż należności), przypomina **Filip Rozwadowski** z ATS Group, stanowi zagrożenie dla firm posiadających kilka pojazdów. W tej sytuacji służące do ograniczenia kosztów zleceniodawców platformy przetargowe nie są traktowane przez małe firmy przewozowe, zauważa **Katarzyna Haber** z ATU-Logistic, jako źródło dodatkowych zleceń, lecz wyłącznie jako narzędzie do zbijania stawek przewozowych. Usługi transportowe polskich firm na pewno będą drożeć, także wskutek zakupu i eksploatacji pojazdów spełniających europejski standard emisji spalin Euro 6, ale – jak opisuje ten paradoks zastępca kierownika działu transportu w firmie Mega Sierpc **Kamil Włodarski** – „jeśli tabor naszych przewoźników się nie odmłodzi, to (dodatkowo) wzrosną koszty związane z prowadzeniem usług transportowych" wynikające z opłat drogowych naliczanych malejąco w zależności od klasy emisji spalin pojazdu.

Jakkolwiek w odczuciu sporej części przedstawicieli branży liczba zleceń systematycznie spada (dane statystyczne temu przeczą, potwierdzając, że sprzedaż usług ciągle rośnie, choć z mniejszą dynamiką), to w rzeczywistości zlecenia trafiają do kogoś zupełnie innego. Firmy nie tylko upadają, powstaje wiele nowych. W opinii pełniącego obowiązki kierownika działu spedycji firmy Textra Poland **Piotra Grelki**, występuje „niedobór środków transportowych dostępnych na rynku, który wymusza powstawanie nowych firm transportowych oraz rozwój tych już istniejących, pomimo rosnących kosztów związanych z prowadzeniem tego rodzaju działalności". Jego zdaniem należy spodziewać się zwiększenia liczby firm zarówno transportowych, jak i spedycyjnych, a co za tym idzie wzrostu konkurencji. „Będzie rosło zapotrzebowanie na usługi spedycyjne wymagające więcej zaangażowania od spedytorów, uważam bowiem, że klienci będą doceniać kompleksową i profesjonalną obsługę, nie skupiając się już tylko na niskich kosztach usługi". Tym niemniej dla niektórych typów firm może zabraknąć pracy, bardzo prawdopodobny jest dla przykładu spadek liczby tradycyjnych zleceń spedycyjnych. Zdaniem **Jakuba Karonia** z FF Fracht w transporcie drogowym zmaleje liczebność małych firm spedycyjnych, które jedynie pośredniczą pomiędzy przewoźnikiem a klientem, wzrośnie za to liczebność firm potrafiących zarządzać przepływami, łącząc je w pakiety i w ten sposób oferując przewoźnikom. Ponieważ „klienci będą oczekiwali utrzymania korzystnych stawek, będzie to wymagało od spedytorów ściślejszej współpracy z przewoźnikami w celu konsolidacji przepływów i kompensowania dodatkowych kosztów optymalizacją tras". Takie konsorcja już powstały, choć nie wszystkie potrafiły utrzymać się na rynku. Jak potwierdza **Jerzy Gębski** z Enterprise Logistics: „Próby łączenia się w grupy dystrybucyjne w ostatnich latach były na polskim rynku widoczne, jedna z nich to system pod szyldem Pall-Ex, który miał ambicję stworzenia sprawnej i konkurencyjnej cenowo

oferty na bazie lokalnych dystrybutorów. Jak już wiemy, realizacja projektu zakończyła się niedawno upadłością Pall-Ex Polska. Takim przypadkom należy się bacznie przyglądać i wyciągać z nich wnioski, albowiem sama zasada i założenia projektu były sensowne i wartościowe, natomiast najwyraźniej na etapie realizacji pojawiły się trudności, które ostatecznie go pogrzebały".

Zgodnie z wyżej przedstawionymi koncepcjami zasadniczemu przekształceniu ulegnie struktura rynku transportowego. W radykalnej wizji **Andrzeja Szymańskiego** z firmy Dartom „z rynku znikną wielkoflotowe przedsiębiorstwa transportowe a w ich miejscu pojawią się firmy spedycyjne i spedycyjno-transportowe integrujące mniejszych przewoźników drogowych". Przekonanie to opiera na zaobserwowanej w dużych firmach transportowych (zapewne także we własnej) powściągliwości w rozwoju floty. „Firmy te wolą współpracę z podwykonawcą niż inwestycje w kosztowne i ryzykowne zakupy samochodów. Daje to pole do rozwoju dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. W najbliższych latach trend ten powinien się utrzymać". Te spostrzeżenia dotyczące kalkulacji ryzyka potwierdza **Jakub Kokot** z firmy Polonia Logistyka, wskazując na zjawisko postępującej redukcji floty własnej i zwiększanie udziału przewoźników kontraktowych, oraz zmianę finansowania środków transportu (najmy długoterminowe o okresie finansowania zbliżonym do czasu obowiązywania kontraktów). Na podstawie analizy długoletnich trendów (sprawozdania finansowe pięciuset największych przedsiębiorstw logistycznych, badanie **Top500** realizowane przez DGC) nie można potwierdzić tezy o postępującej redukcji floty własnej, gdyż udział kosztów obcych w całości kosztów operacyjnych wcale nie rośnie, tylko ewoluuje wraz z koniunkturą rynkową. Zgodzić się natomiast trzeba z wnioskiem ogólniejszej natury, że duże firmy są dużo mniej efektywne niż mniejsze, tracą też udziały w rynku. Wydaje się to zjawiskiem naturalnym i obrazuje zdrowie tego rynku.

Odpowiedzi dlaczego tak się dzieje znajdziemy aż nadto. Siłę inercji na rynku tak opisuje prezes zarządu firmy Ave Cargo **Łukasz Gawliczek**: „Nie jestem do końca przekonany czy (niektórzy) operatorzy logistyczni są na tyle elastyczni, aby trafiać w oczekiwania klientów, szczególnie tych małych i średnich. (…) często okazuje się, że operator logistyczny (obciążony kosztami swojej skomplikowanej organizacji) musi na siłę konkurować cenowo o przewóz z małą lokalną firmą transportową. (…) Innym razem, gdy wydaje się, że kompletny wachlarz usług (tego) operatora pasowałby jak ulał (to właśnie wtedy w ogóle nie odpowiada na zapytanie ofertowe), (zaś) klient we własnym zakresie dokonuje optymalizacji, inwestując w rozwiązania IT oraz nowe lokalizacje magazynowe. Dzięki temu mógł ograniczyć liczbę pustych przebiegów i liczbę wolnej powierzchni ładunkowej na środkach transportu, nie zmieniając przy tym modelu bezpośredniej współpracy z lokalnymi przewoźnikami".

O naturze prognozowania

(Tekst powstał na zamówienie wydawcy. Autor: Marek Jędra – wiceprezes zarządu Quantum software)

Gdyby sprawdzały się wszystkie prognozy specjalistów branżowych, to prawdopodobnie biznes byłby najsmutniejszym zajęciem na naszej planecie. A przynajmniej niewyobrażalnie smutnym dla samych przedsiębiorców, których tak często charakteryzuje spory poziom zamiłowania do ryzyka i podejmowania się wyzwań wyglądających na niemożliwe. Żaden z przedsiębiorców zapytanych o najbliższą przyszłość swojej branży, tuż po zainwestowaniu przez niego ogromnych pieniędzy we własny, ogromny obiekt handlowy, nie będzie przecież wieszczył, że już za kilka miesięcy decydującą rolę w handlu będzie odgrywać e-commerce. Gdyby więc sprawdzały się wszystkie nasze branżowe prognozy na najbliższe lata, to nie byłoby dzisiaj Internetu, e-commerce, telefonów komórkowych, przeszczepów serca, terminali w rękach kurierów i tak wielkiej konkurencji, nie wiedzieć czemu akurat w naszej branży. A to wszystko, jakby na złość nam, postanowiło się wydarzyć.

Na szczęście, to co dzieje się wbrew prognozom, daje pracę dwóm grupom specjalistów, których rolę w biznesie uważam za najważniejszą. Pierwszą stanowią ci, którzy odpowiednio wcześnie rozpoznali nowy trend i zbudowali na nim sukces swojego biznesu. Druga to osoby, które udając, że nie zauważają pierwszych symptomów zmian, to jednak kiedy okazało się to niezbędne, potrafiły się do tych zmian błyskawicznie dostosować. Wszystkich pozostałych nikt już dzisiaj nie zapyta o to, co wydarzy się w ich branży za rok, dwa lub trzy.

Prognozowanie najbliższej przyszłości na własnym branżowym podwórku przypomina więc trochę strojenie się w ogon pawia. Sugerujemy innym, że to nasz ogon jest najwspanialszy, słowem, że nasze przekonania są słuszne, i to właśnie one wyznaczają kierunek, za jakim podążą inni. Jest tu jednak również duża dawka autosugestii. W to, co publicznie ogłosimy, sami zaczynamy bardziej wierzyć. A wierzyć w słuszność naszych działań lubimy wszyscy. Na szczęście dla jednych a nieszczęście dla innych, w swoje przekonania wierzą również ci, którzy robią rzeczy nie pasujące do naszych prognoz. Nie powinniśmy ich jednak ganić, gdyż być może, to w czym nasze prognozy ośmieszą, okaże się dla naszych firm zbawienne. A jeżeli w zaciszu domowego garażu przygotowują dla naszej działalności przysłowiowy gwóźdź do trumny, to zagryzając nieco wargi, również powinniśmy się cieszyć. Być może to właśnie nasze prognozy przestrzegły ich przed monotonią i stagnacją w branży, co przyniesie wielką korzyść dla całej cywilizacji. Tak czy inaczej, niezależnie od tego jak bardzo mamy rację, możemy przewidywać przyszłość. Zawsze komuś pomożemy.

Zapytany, co w mojej branży zmieni się za rok, dwa lub trzy, mam wiele różnych odpowiedzi. Niestety, w każdą z tych

odpowiedzi w jakimś zakresie wierzę. Pierwsza z nich to przekonanie o tym, że nie mam pojęcia, jak będzie wyglądać moja branża za kilka lat. Kiedyś była nią informatyka, która dzisiaj stała się „IT dla logistyki". Być może za kilka lat będzie to na przykład zarządzanie wielkimi zbiorami danych dotyczących emocjonalnych aspektów przepływu wartości, a słowem informatyka nikt już nie będzie sobie zaprzątać głowy. Druga odpowiedź na pytanie o jutro to przekonanie, że główne trendy, które zdominowały nasze podwórko w ostatnich miesiącach, będą się w najbliższym roku nadal rozwijać. Trzecia, w którą również bardzo wierzę, to pojawienie się na przestrzeni kilku najbliższych lat przynajmniej jednej nowej siły, której zapewne w momencie zaistnienia nie potraktuję poważnie. Zwrócę na nią uwagę zapewne wiele lat później, kiedy zacznie być bardziej dostrzegalną tendencją. To co jednak traktuję dzisiaj jako najbardziej wartościową dla nas wszystkich przepowiednię, to wiara w niezmienną od lat skłonność człowieka do budowania zadowolenia z przyszłości w oparciu o przepowiednie. Na szczęście są na świecie ludzie, którzy patrzą nam wizjonerom-fantastom na ręce, analizując na bieżąco to, co rzeczywiście w danej branży się dzieje. Dzięki ich benedyktyńskiej skrupulatności, powstają współczesne biblioteki liczb i analiz, stanowiące niezwykle cenny materiał dowodowy przeciwko naszym, jakże często emocjonalnym osądom przyszłości. To wspaniale, że obydwa te światy mogą ze sobą koegzystować i wzajemnie się uzupełniać. Jutro będzie przecież tak samo jak dzisiaj, tylko o jeden stopień w skali Richtera inaczej.

Podsumowanie wyników badania satysfakcji klientów

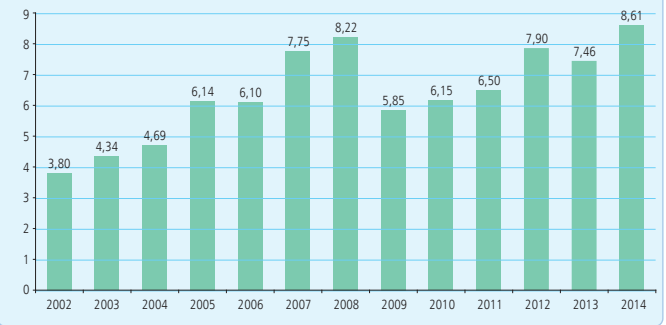
Badanie satysfakcji klientów **Operator Logistyczny Roku** zostało przeprowadzone w czerwcu i lipcu 2014 r. po raz trzynasty. W tym programie badawczym bierze udział czołówka firm działających na polskim rynku. Wśród uczestników dominuje grupa kilkudziesięciu dużych przedsiębiorstw, które odpowiadają za grubo ponad jedną piątą obrotu rynku usług logistycznych w Polsce. W badaniu znajduje się też miejsce dla szybko rozwijających się mniejszych firm. Przyjęcie za cel badania pomiaru pozycji rynkowej firm logistycznych wywołuje wśród potencjalnych uczestników autoselekcję, dzięki czemu jedynie z rzadka zdarzają się przypadkowe zgłoszenia, z reguły wszystkie zapisane na liście firmy aspirują do miana liderów w swoich segmentach rynku (najważniejsze to: transport i spedycja drogowa, spedycja lotnicza i morska, usługi ekspresowe i kurierskie, logistyka kontraktowa, oraz – w tym roku po raz pierwszy – obsługa handlu elektronicznego). Przez odniesienie ocen jakości obsługi do potrzeb i oczekiwań klientów, oraz do postrzegania przez nich całego otoczenia konkurencyjnego program badawczy pozwala uczestnikowi zmierzyć pozycję rynkową. Co więcej, poddanie się niezależnemu badaniu daje szansę uzyskania rekomendacji jakości świadczonych usług jako najlepszych na rynku. W tym celu sporządzany jest generalny ranking firm, który w sposób skondensowany przedstawia sumę opinii klientów na temat danej firmy w kontekście ocen uzyskanych przez inne, często bezpośrednio konkurujące, firmy.

Ten program badawczy zakłada z jednej strony trwałość badanej próby firm, z drugiej wymusza jej zmienność. Im więcej nazw firm powtarza się na listach uczestników kolejnych badań, tym lepiej dla porównywalności wyników. I rzeczywiście udaje się przyciągnąć do idei badania liczną grupę stałych partnerów, którzy zaświadczają, że badanie jest przeprowadzone rzetelnie a uzyskane wyniki są wiarygodne. Na podstawie pobieżnej obserwacji można uznać, że skład uczestników prawie w ogóle się nie zmienia. Nic bardziej mylnego skoro spośród stu kilkunastu partnerów, którzy przez badanie się przewinęli, na wszystkich trzynastu jego odsłonach zawsze obecnych jest jedynie czterech: Delta Trans, General Logistics Systems Poland (i to początkowo jedynie formalnie jako mniejszościowy udziałowiec przejętej ostatecznie z początkiem 2005 r. firmy Szybka Paczka), Hellmann Worldwide Logistics Polska i Raben Polska.

Lista notowanych w rankingu firm zmienia się w sposób nieuchronny, co potwierdza istnienie naturalnej selekcji kandydatur do zajmowania najwyższych pozycji w danych segmentach rynku. Liczba i skład uczestników odzwierciedlają panujące na rynku nastroje, gdy są lepsze, liczba pretendentów rośnie; z kolei gdy w danym segmencie usług sytuacja jest gorsza niż w innych, to udział reprezentantów tego segmentu maleje. Niezależnie od nieuniknionej fluktuacji na tej liście o charakterze losowym, to pojawienie z niej grupy firm o podobnej charakterystyce jest już znaczące, tak jak obecne zainteresowanie firm przeprowadzeniem badania klientów z branży handlu elektronicznego. Wymagało to w przypadku firm DPD Polska, GLS Poland, Poczta Polska i Spedimex wykonania oddzielnych badań, jedno na próbie sklepów elektronicznych, drugie pozostałych

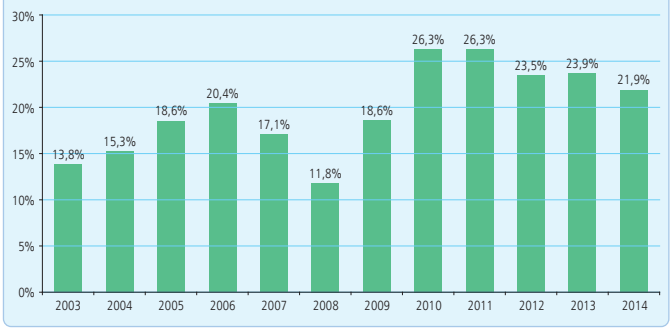
Obecnie klienci zlecają usługi stosunkowo dużej liczbie firm logistycznych

Liczba firm logistycznych obsługujących przeciętnego klienta



Klienci kupują mniej usług u pojedynczego operatora niż w l. 2010-2011

Indeks uwzględniający korzystanie i pozytywną ocenę najbardziej powszechnych usług logistycznych z zakresu transportu, spedycji, magazynowania, usług kurierskich, logistyki kontraktowej

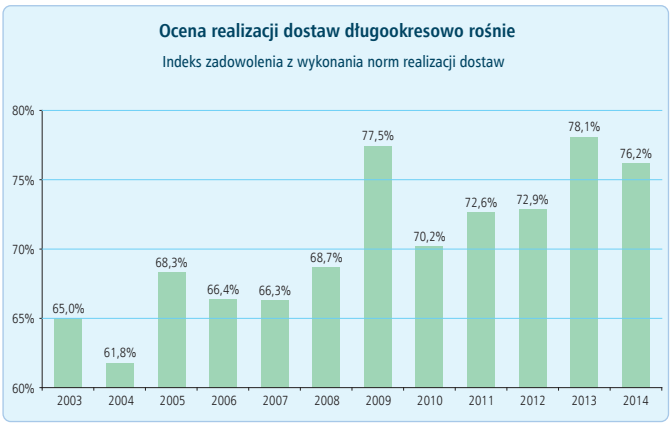


klientów. Osobny przypadek stanowi Poczta Polska: ze względu na rozległość prowadzonej działalności i formalny podział usług kurierskich i logistycznych w wydziałach tego gigantycznego przedsiębiorstwa przeprowadzono osobne badania zupełnie odrębnych prób klientów. Natomiast same wyniki badania tej firmy po uśrednieniu są opublikowane łącznie.

Znaczące dla panujących na rynku nastrojów jest także pojawianie się na tej liście zupełnie nowych firm, co jak dotąd miało miejsce każdego roku, choć z różnym nasileniem. Nabór ten cieszy, gdyż pozwala uzupełnić ubytki w programie spowodowane naturalnym procesem rezygnacji z udziału w badaniu tych firm, które poprzednio nie osiągnęły zadawalających dla siebie rezultatów. Absolutnymi debiutantami są Poczta Polska i Polar Logistics Poland, natomiast DSV Solutions (jako część grupy DSV), Arvato Polska i Fiege już zaznaczyły swoją obecność w badaniu, ale miało to miejsce ostatnio dość dawno w latach 2008-2009. Jest rzeczą oczywistą, że wszystkie te firmy chciałyby mocniej zaakcentować swoją obecność na rynku, zaprezentować nowe oblicze biznesowe bądź po prostu przedstawić zupełnie nową markę. Co im się w pełni udało.

Obecne badanie dokumentuje zdecydowane uspokojenie nastrojów po ubiegłorocznym kryzysie wywołanym spadkiem zapotrzebowania na usługi logistyczne ze strony kluczowych klientów. Operatorzy musieli wtedy po raz pierwszy od lat zmierzyć się z sytuacją zmniejszenia częstotliwości składania zamówień na całym rynku, a także ich wolumenu i wartości, co z pewnością musiało także dotknąć każdej badanej firmy, bo przecież badanie prezentuje opinie zebrane od kluczowych dla niej klientów. Niewielką rekompensatą mogło być jedynie przejmowanie większej niż dotąd części usług z rąk innych wykonawców. Ubytek przychodów musiał być uzupełniany z mniej dochodowych grup klientów i pozyskiwaniem nowych. Obserwowany w bieżącym roku znaczący wzrost wydatków klientów na zewnętrzne usługi a także zwiększenie się udziału wydatków na zewnętrzne usługi logistyczne w całości kosztów logistycznych przyczyniły się jednak do rozproszenia zamówień pomiędzy większą liczbę firm logistycznych. Badanym firmom udaje się sprzedawać mniejszy pakiet usług logistycznych niż w ubiegłych latach.

Wzrost zapotrzebowania na usługi w ciągu całej właściwie ostatniej dekady przyczynił się do rozwoju firm logistycznych, rosło zaufanie klientów do jakości obsługi. Każdy gwałtowny wzrost zapotrzebowania przynosił jednakże spadek jakości obsługi (2007 r.). Bezpośrednim skutkiem deficytu mocy przerobowych operatorów logistycznych było z jednej strony



rozdzielenie zamówień na większą liczbę zleceniobiorców, z drugiej zawężenie zakresu usług kupowanych na zewnątrz (rozwój logistyki wewnątrz przedsiębiorstw). Wzrastało znaczenie zleceń jednorodnych, kosztem kompleksowej obsługi. Każdy spadek popytu pociągał za sobą reorientację potrzeb klientów i przesunięcie z usług prostych na usługi o wartości dodanej. Wdrożenie programów oszczędnościowych stawało się konieczne, gdy tylko dynamika wzrostu gospodarczego spadła. A wtedy jedynym kryterium wyboru firmy logistycznej przez klientów zostawała cena usług. Tak też było w ubiegłym roku, kiedy zaznaczył się spadek zapotrzebowania na usługi.

Wskutek załamania rynku usług logistycznych w 2009 r. porzucony został model korzystania z usług firm logistycznych, polegający na zlecaniu zewnętrznym firmom logistycznym realizacji tylko wybranych ogniw w łańcuchu dostaw. Zmiana ta pociągnęła za sobą daleko idące przetasowania w układzie sił na rynku usług logistycznych. Pierwszymi objawami kryzysu stało się: ograniczenie wydatków na zewnętrzne usługi logistyczne, spadek liczby zamówień oraz w konsekwencji – zmniejszenie liczby operatorów obsługujących przeciętnego klienta. Dało to szansę zwiększenia zakresu usług kupowanych od danego operatora. Tym samym w poszukiwaniu optymalnych rozwiązań kosztowych coraz częściej złożone usługi logistyczne zaczęły wypierać usługi proste. Co więcej, zaznaczyła się wyraźna przewaga firm logistycznych oferujących najbardziej złożone usługi nad mniej wyspecjalizowaną resztą badanych firm. Największe firmy logistyczne oferujące złożone usługi, które w ubiegłych latach generalnie uzyskiwały zbliżone do siebie

GRUPA OMEGA PILZNO - DYNAMICZNY OPERATOR LOGISTYCZNY

DO GRUPY NALEŻĄ
» OMEGA Pilzno International Transport & Spedition Godawski & Godawski z siedzibą w Pilźnie,
» Agencja Celno-Portowa w Gdyni,
» PP PKS Towarowy w Rzeszowie,
» Podkarpacki Park Logistyczny składający się z magazynów w Mokrzcu i Podgrodziu.

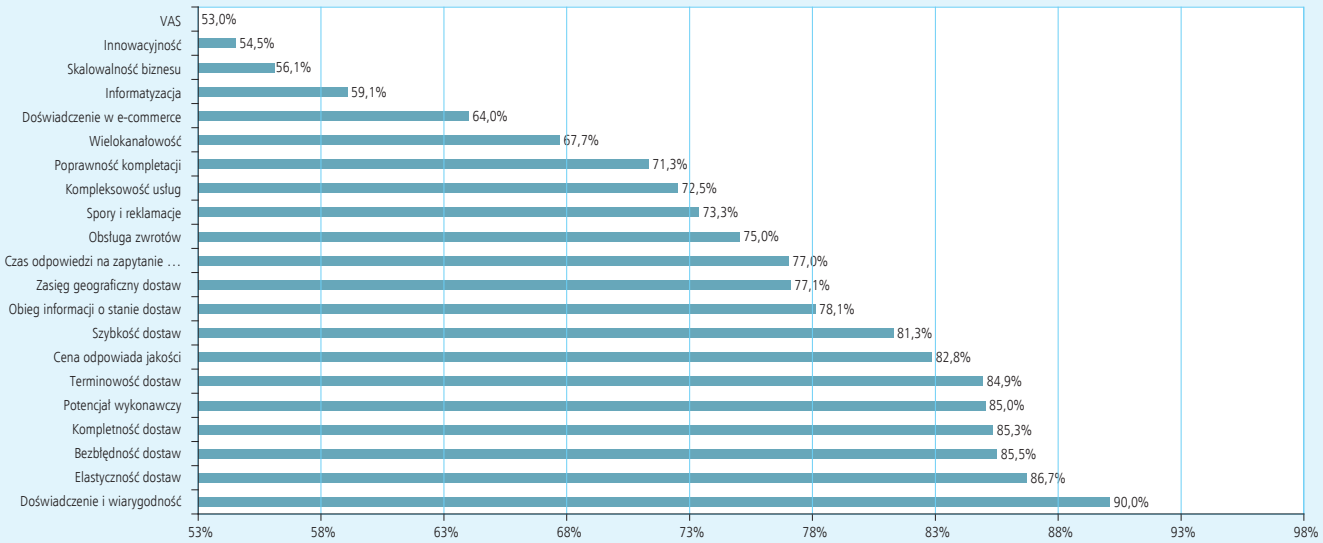
» Ponad 20 lat doświadczenia
» Ponad 1 000 pracowników
» Flota - ponad 600 samochodów
» Kompleksowe usługi logistyczne
» Najwyższe standardy Obsługi
» Obsługa na terenie całej Polski i Europy
» Najnowocześniejsze zaplecze transportowo-logistyczne i spedycyjne

OMEGA Pilzno ITiS Godawski & Godawski Sp. z o.o.
ul. Kraszewskiego 44, 39-220 Pilzno
e-mail: info@omega-pilzno.com.pl
tel.: (+48 14) 670 71 24, (+48 14) 672 20 23
fax: (+48 14) 672 19 94

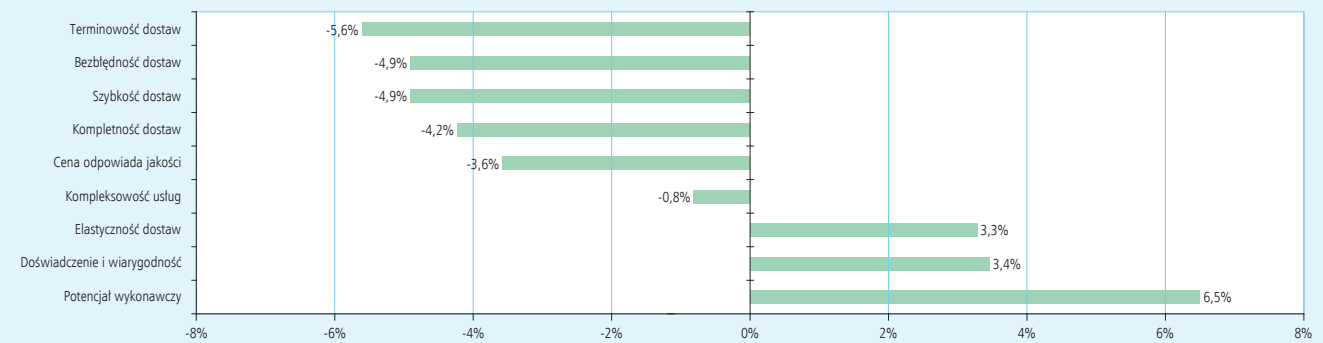
INTERNATIONAL TRANSPORT & SPEDITION OMEGA Pilzno GODAWSKI & GODAWSKI
PP PKS Rzeszów TRANSPORT LOGISTICS
Podkarpacki Park Logistyczny OMEGA Pilzno

Co wpływa na ocenę usług logistycznych?

Wysokie znaczenie przypisywane przez klientów dziedzinom obsługi dostaw

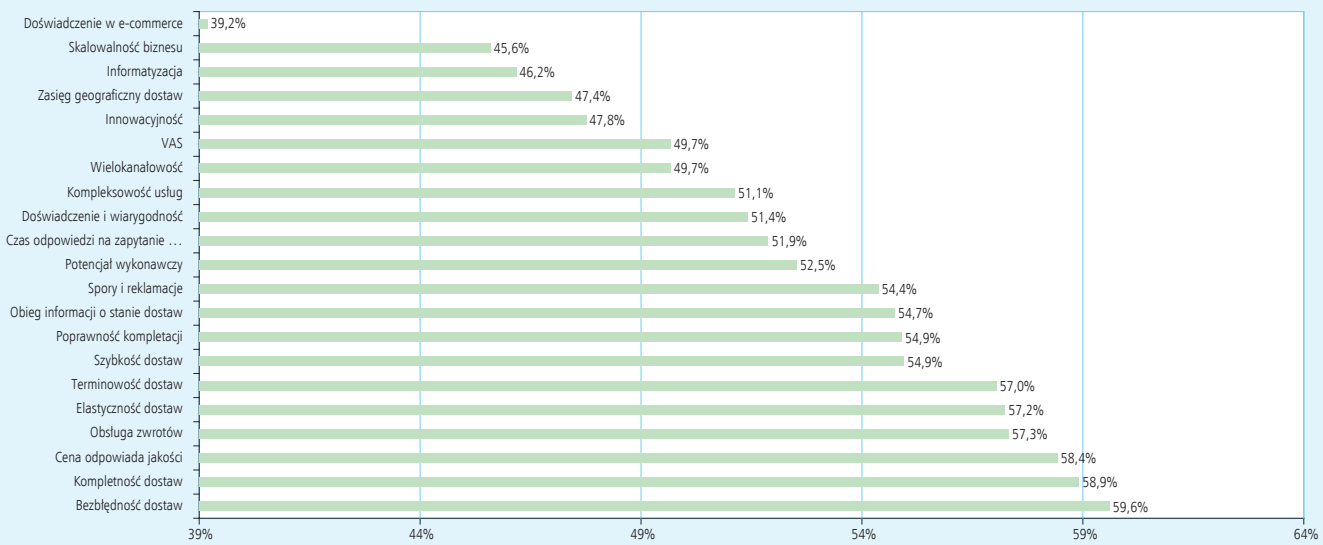


Najważniejsze zmiany preferencji klientów w porównaniu ze szczytem koniunktury (2008 r.)

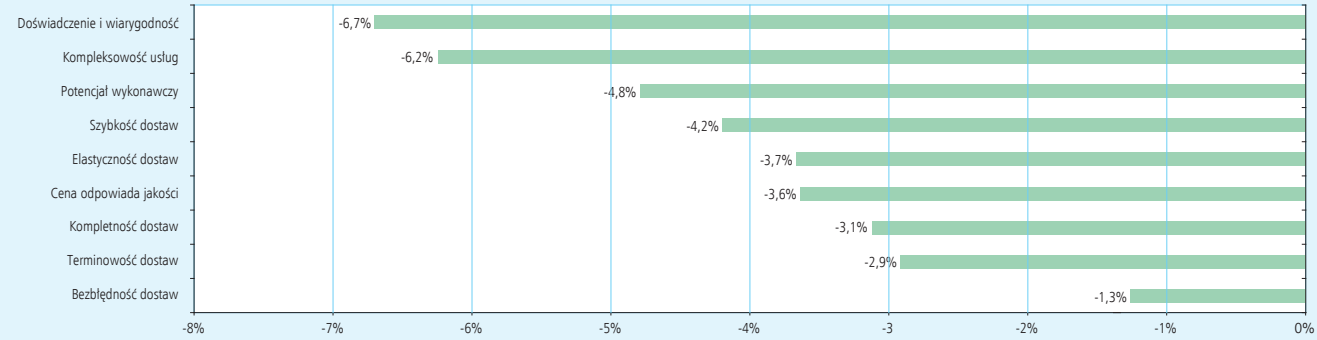


Za co klienci cenią firmy logistyczne?

Dziedziny obsługi dostaw, w których badane firmy logistyczne są według klientów najlepsze na rynku



Najważniejsze zmiany pozycji rynkowej firm logistycznych w porównaniu zeszczytem koniunktury (2008 r.)



i mierne oceny klientów z wykonania założonych norm obsługi, z nagła zyskały pełną akceptację swojej klienteli. Ich konkurenci, odwrotnie, utracili wiele z zaufania, którym obdarzali ich klienci w poprzednich latach. Mniejsze firmy – inaczej niż poprzednio – nie były w stanie zagwarantować lepszych warunków dostaw niż potentaci. A wiadomo, że dzięki temu mogły skutecznie podjąć rywalizację na rynku. Okazało się ponadto, że jednym z najważniejszych kryteriów wyboru operatora usług logistycznych stały się obok niezawodności dostaw (a na tym polu mniejsze firmy zaczęły przegrywać rywalizację) potencjał wykonawczy i możliwość oferowania kompleksowej obsługi. Wymienione cechy najbardziej przybrały na znaczeniu, co oznacza, że te właśnie elementy stały się najważniejszym obiektem przetargowym w walce rynkowej.

Zauważmy, że potencjał wykonawczy i możliwość oferowania kompleksowej obsługi z nagła obecnie trafiły na czoło pożądanych (a nie zawsze dostępnych) cech operatora usług logistycznych. Rośnie też pozycja rynkowa firm logistycznych oferujących najbardziej złożone usługi względem mniej wyspecjalizowanej reszty badanych firm. Wszystkie badane firmy mogą jednak korzystać z ponownie wyraźnie rosnącego zapotrzebowania, podczas gdy w 2009 r. przynajmniej niektóre grupy firm dotknął spadek sprzedaży usług.

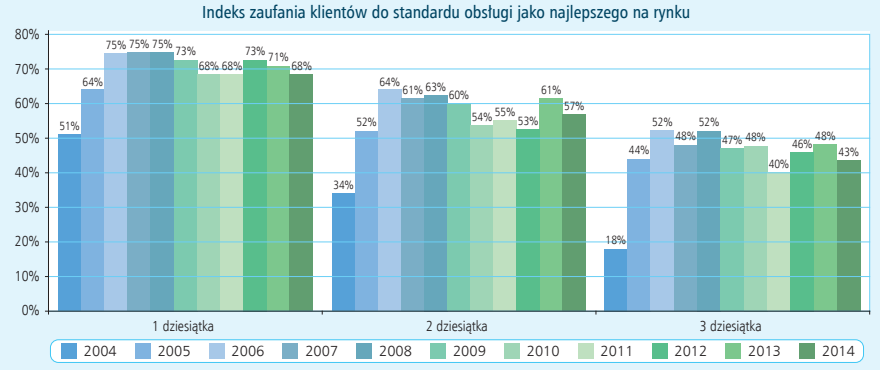
W latach stagnacji gospodarczej wzrostowi zapotrzebowania na usługi logistyczne nie towarzyszyły spektakularne objawy nierównowagi. Klienci bynajmniej nie zaczęli ponownie kupować u operatorów logistycznych coraz węższego zakresu usług, przerzucając wykonanie niektórych usług na innych wyspecjalizowanych wykonawców. Przeciwnie, nacisk na ograniczanie kosztów w realizacji dostaw wymusił zlecanie kompleksowej obsługi tylko wybranym operatorom usług logistycznych. Leżało to w interesie klientów, którzy oczekiwali innowacyjnych, kompleksowych rozwiązań od wybranych firm logistycznych z odpowiednim potencjałem w nadziei obniżenia kosztów logistycznych czy korzyści z usprawnienia łańcucha dostaw.

Obecnie zakres usług kupowanych u pojedynczego operatora jest nadal wyższy niż w 2009 r., ale poziom osiągnięty w rekordowym pod tym względem roku 2010 r. stale się obniża.

Stagnacja gospodarcza zdawała się wymuszać zmianę struktury wydatków przedsiębiorstw na logistykę o bardziej fundamentalnym znaczeniu. Przełamany został bowiem długookresowy trend spadkowy odnośnie korzystania z zewnętrznych usług logistycznych. Odsetek klientów przeznaczających na zakup zewnętrznych usług logistycznych zdecydowaną większość (do obliczeń przyjęto wartości powyżej 75%) wszystkich kosztów logistyki (wśród nich należy szukać przedsiębiorstw zainteresowanych outsourcingiem!) powiększył się z 31 do ponad 40% (w latach 2010-2012) całości badanej populacji. Istnienie zależności pomiędzy

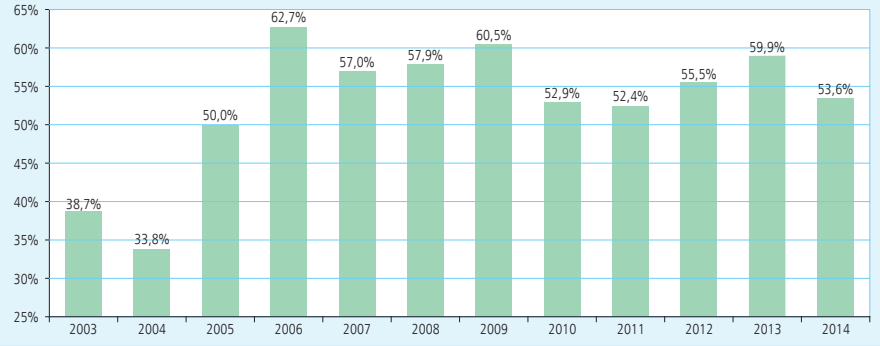
Dystans pomiędzy firmami z czołówki a ich zapleczem jest obecnie najmniejszy od lat

Indeks zaufania klientów do standardu obsługi jako najlepszego na rynku



Pozycja rynkowa/zaufanie: ODSETEK KLIENTÓW UWAŻAJĄCYCH BADANĄ FIRMĘ ZA NAJLEPSZĄ

Indeks zadowolenia klientów uwzględniający 15 najważniejszych kryteriów wyboru najlepszej firmy



wzrostem zaufania klientów a powiększeniem zakresu obsługi logistycznej kupowanej u zewnętrznych wykonawców wydawało się oczywiste. Trudno sobie bowiem wyobrazić dalszy wzrost zaufania klientów bez wyraźnego powiększenia kompetencji operatorów logistycznych w obsłudze łańcucha dostaw, to jest przejęcia znaczniejszej niż dotąd części operacji pod samodzielne zarządzanie.

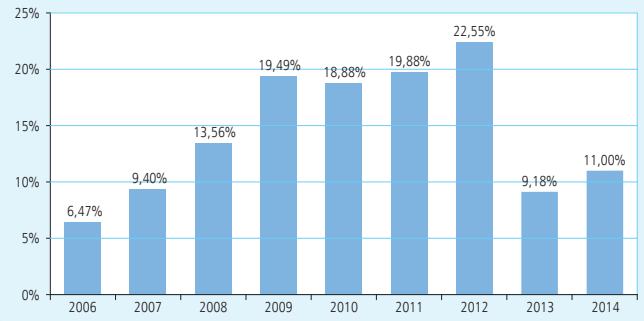
Od 2012 r. jednak udział przedsiębiorstw zorientowanych na outsourcing w ogólnej puli wydatków na zewnętrzne usługi logistyczne spada do poprzedniego poziomu. Klienci wprawdzie kupują stosunkowo dużo zintegrowanych usług u pojedynczego operatora, ale nie udaje się zwiększyć zakresu tak wykonywanych usług, nawet przez czołowe firmy. Klienci nadal niektóre usługi lokują w licznej grupie innych firm. Nie są też skłonni rozszerzyć zakresu outsourcingu. W efekcie nie wykształca się grupa liderów obsługi logistycznej. Dystans pomiędzy czołówką firm logistycznych a ich zapleczem pod względem pozycji rynkowej jest najmniejszy od lat.

Zaufanie klientów uważających swoich partnerów logistycznych za najlepsze firmy na rynku spada, jeśli w 2006 r. takich klientów było 62,7% to obecnie tylko 53,6%. Tym niemniej w dalszej perspektywie należałoby się spodziewać dalszego umacniania się pozycji konkurencyjnej czołowych operatorów, gdyż udało się powstrzymać powiększanie się grupy klientów, którzy nie znajdują żadnych wyróżniających się firm logistycznych. Najważniejszym wyznacznikiem procesu erozji przywództwa rynkowego był stale rosnący odsetek klientów nie potrafiących wskazać najlepszej firmy, który rok wcześniej wynosił już 22,6% badanej populacji. W ostatnich dwóch latach grupa ta zmalała o połowę.

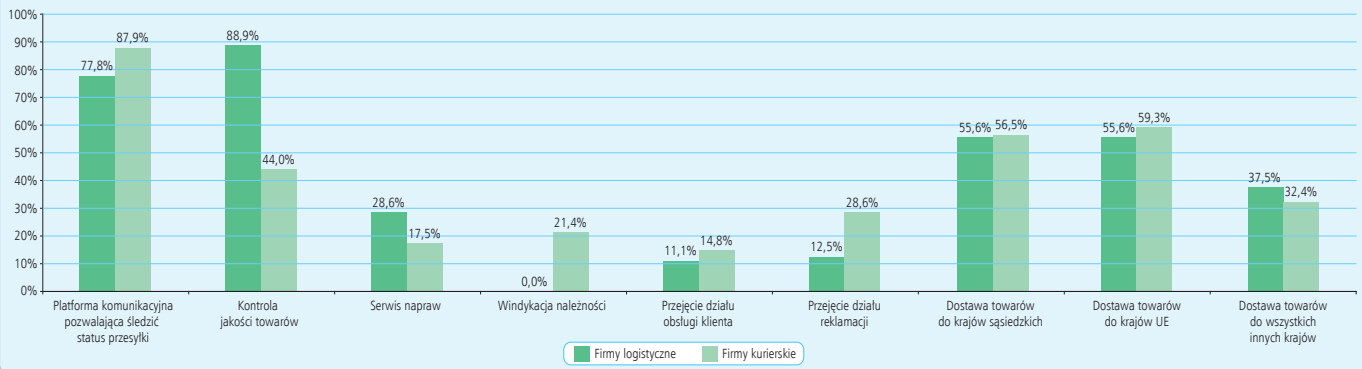
Zmiany sytuacji rynkowej (relacja popytu do podaży, poziom konkurencji, wyspecjalizowanie w usługach) znajdują odzwierciedlenie w zmianach preferencji klientów. Zachodzi w tym względzie niezmienna sekwencja zdarzeń. W sytuacji niewydolności strony podażowej na rynku usług logistycznych, wywołanej rosnącym popytem, występuje wzrost zainteresowania klientów krytycznymi elementami w obsłudze logistycz-nej. Rosną wtedy obawy dotyczące realizacji dostaw. Klienci są skłonni przyznać większe niż normalnie znaczenie właściwie wszystkim branym w badaniu pod uwagę cechom obsługi dostaw. Kwestia ceny, o ile tylko odpowiada ona zakładanej jakości obsługi dostaw, schodzi jednak na drugi plan. Natomiast w razie odwrócenia relacji, osłabienia popytu aż do wystąpienia nadpodaży usług logistycznych, znaczenie przypisywane jakości obsługi dostaw generalnie ulega obniżeniu. Wtedy znaczenie ceny usług w relacji do jakości w stosunku do innych cech standardu obsługi rośnie, gdyż klienci są zmuszeni do szukania oszczędności.

Pozycja rynkowa/brak zaufania:
ODSETEK KLIENTÓW NIE POTRAFIĄCYCH WSKAZAĆ NAJLEPSZEJ FIRMY

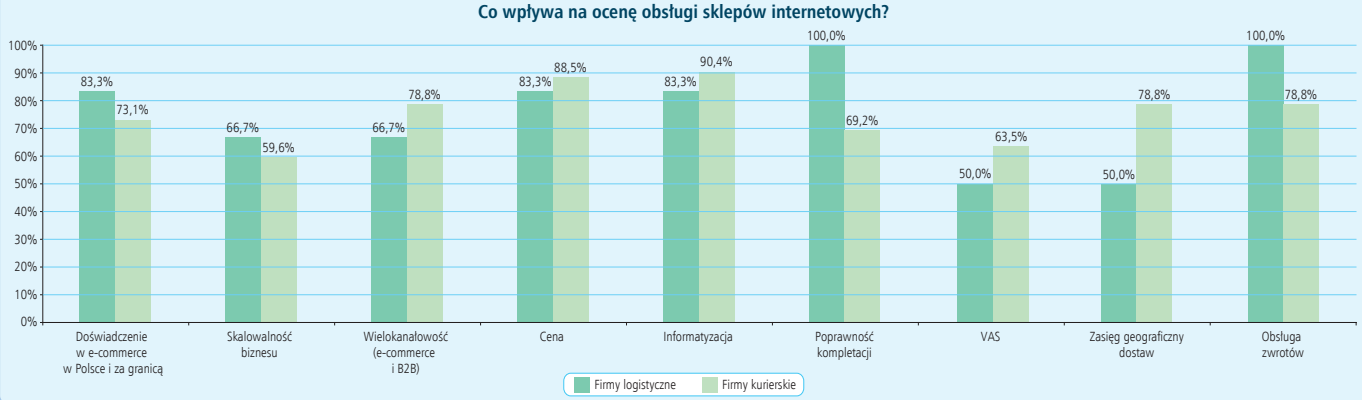
Indeks zadowolenia klientów uwzględniający 15 najważniejszych kryteriów wyboru najlepszej firmy



Jakie usługi powinny powinny się znaleźć w ofercie dla sklepów internetowych?



Co wpływa na ocenę obsługi sklepów internetowych?



Jednakże przypadku przedłużania się stagnacji gospodarczej kwestia preferencji usługobiorców komplikuje się. Wzmaga się poczucie niepewności, co do kierunku zachodzących zmian, co wyraża się wzrostem znaczenia przypisywanego zarówno jakości obsługi dostaw, jak i utrzymaniem nacisku na uzyskanie odpowiedniej ceny. Klienci obawiają się, że realizacja dostaw będzie niesprawna a usługi zbyt drogie, i na tym się koncentrują. W przeważającej liczbie przypadków przewagę konkurencyjną utrzymują jednak nie liderzy jakości obsługi, lecz liderzy polityki cenowej.

Odpowiadająca jakości cena usług, oraz doświadczenie i wiarygodność biznesowa firmy logistycznej to w okresie stagnacji cechy gwarantujące podtrzymanie współpracy mimo ewentualnego spadku zaufania do jakości realizacji dostaw. Znaczenie przypisywane jakości realizacji dostaw wzrasta, co oznacza na ogół utratę zaufania do wykonawców usług, że ci są w stanie utrzymać najwyższy standard usług. W równym jednak stopniu podnosi się znaczenie polityki cenowej i wizerunku operatora, ale zaufanie pod tym względem prawie się nie zmienia. To są prawdziwe kotwice współpracy. Posiadanie tych cech jest warunkiem koniecznym podjęcia/podtrzymania współpracy z operatorem logistycznym. Wyraźnie więc widać, że nie chodzi wtedy o skutecznie wynegocjowanie jak najniższych cen i ustalenie wyśrubowanych norm wykonania usług, co byłoby możliwe z niedoświadczonym bądź zdeterminowanym operatorem logistycznym, lecz o współpracę z partnerem przewidywalnym i wiarygodnym.

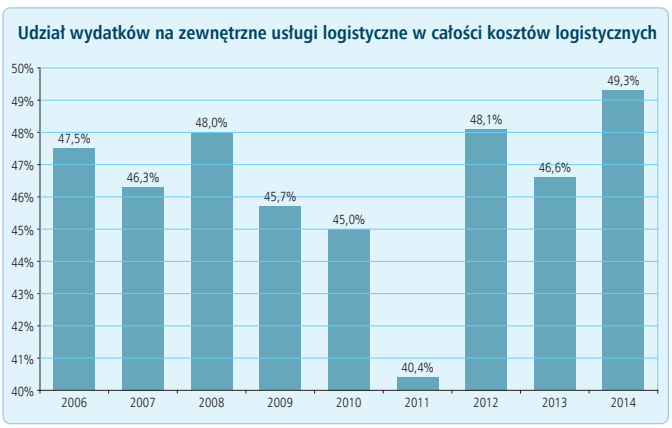
Jeśli jednak tylko poczucie niepewności słabnie, tak jak to się dzieje obecnie i to mimo pojawienia się źródła zagrożenia ze sfery geopolityki, to obawy dotyczące jakości realizacji dostaw i rosnących kosztów obsługi bledną. Gwałtownie spada znaczenie przypisywane tym cechom obsługi. Klienci pragną nadrobić utracony w czasie stagnacji czas i domagają się od usługodawców odpowiedniego potencjału i kompleksowej oferty obsługi. Skoro jednak operatorzy, którzy ostatnio starali się pozbyć zbędnych aktywów, nie są w stanie szybko przestawić się na wzmożony popyt, to trwają poszukiwania takich, którzy odpowiednio elastycznie potrafią zareagować na szybko zmieniające się zapotrzebowanie. Aby idealnie trafić na poprawę koniunktury nie wystarczy szczęście, potrzeba dużej dawki doświadczenia. Właśnie ta narzędzie jest obecnie najbardziej deficytowym towarem (najbardziej pożądana cecha dobrego operatora logistycznego, najwyższy spadek zaufania klientów w porównaniu ze szczytem koniunktury w 2008 r.). Zaskoczeniem dla wielu może być to, że teraz klienci wcale nie oczekują dalszego śrubowania ani kosztów, ani norm jakościowych (długookresowo wykonanie norm przecież i tak wzrasta!), lecz większego doświadczenia i wiarygodności biznesowej partnerów. Rzecz w tym, że w świadomości menedżerów firm logistycznych tkwi całkowicie odwrotna wizja (patrz analiza wywiadów ankietowych w rozdziale „Kierunki rozwoju firm logistycznych"): mamy odpowiednią ofertę i doświadczenie w realizacji usług, ale musimy się poddać presji cenowej ze strony klientów i szukać w obliczu rosnącej konkurencji nowych sposobów na optymalizację kosztów. To z pewnością wszystko prawda, lecz ta pewność przekonań nie pozwala im dopuścić myśli, że być może jednak w tych rachubach czegoś brakuje. Chodzi o zaniedbywanie sfery wizerunkowej, umiejętności właściwego prezentowania swojego doświadczenia i wiarygodności.

Zapotrzebowanie na zewnętrzne usługi logistyczne

Jak wyżej stwierdziliśmy, bieżący rok – w odróżnieniu od poprzedniego – nie stoi pod znakiem cięcia kosztów logistyki w przedsiębiorstwach. Odłożone wydatki wróciły na rynek i większym niż poprzednio strumieniem popłynęły w stronę wyspecjalizowanych firm logistycznych. Było to możliwe dzięki temu, że wydatki zarówno na usługi zewnętrzne, jak i całość wydatków na logistykę obniżyły się do poziomu notowanego w kryzysowych dla logistyki relacjach między popytem a podażą z lat 2007 i 2009. Z tym, że w sytuacji nierównowagi rynkowej, zarówno w okresie deficytu potencjału firm logistycznych w 2007 r, jak i nadpodaży w 2009 r., statystyczny zleceniodawca ograniczał swoje wydatki lokowane w zewnętrznych firmach świadczących usługi logistyczne, zwiększał natomiast swoje koszty wewnętrzne ponoszone na logistykę. Wtedy przedsiębiorcy przenosili wydatki w inne miejsce, w ubiegłym roku najwyraźniej odłożyli wydatki na później.

Ta zmiana orientacji kosztowej wydawać by się mogła przypadkiem, gdyby nie znalazła potwierdzenia także w obecnym roku. Zauważmy, że przez ostatnią dekadę rozwój zewnętrznych usług ewidentnie nie nadążał za tempem rozwoju logistyki wewnętrznej. Naturę tej zależności mogliśmy odkryć dopiero wtedy, gdy wydatki statystycznego przedsiębiorstwa na logistykę zewnętrzną znacznie wzrosły. Bezpośrednią tego przyczyną było jednak obniżenie wydatków na logistykę wewnętrzną. Warunkiem koniecznym dalszego rozwoju zewnętrznych usług okazał się zatem przepływ wydatków dotąd lokowanych wewnątrz przedsiębiorstw. W niektórych segmentach rynku proces ten gwałtownie przyspieszył. W ostatnich latach udział przychodów od klientów lokujących na zewnątrz ponad 75% wydatków logistycznych w całości przychodów niektórych operatorów z roku na rok rośnie. I wynosi nie 40%, lecz ponad połowę przychodów. Z tego względu strategię działania operatorów logistycznych wyznaczać zatem będzie mogła obsługa projektów outsourcingowych.

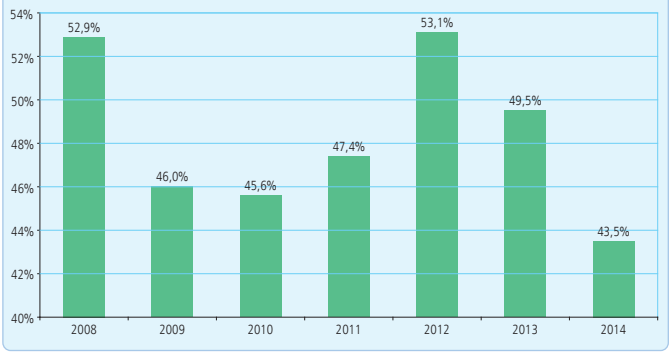
Siłą rzeczy proces ten nie obejmuje wszystkich firm, wyraźnie rozwarstwia operatorów, wydzielając firmy wyspecjalizowane w outsourcingu logistyki. Ponieważ wydatki przedsiębiorstw na logistykę zewnętrzną wzrastały w całym omawianym okresie w wolnym tempie, to operatorzy musieli generować przychody



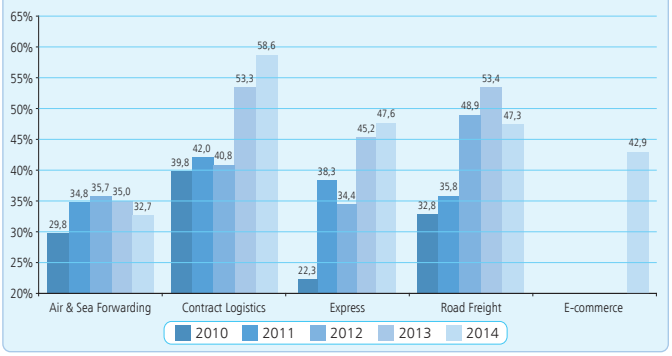
bardziej przez wzrost liczby zleceniodawców, którym sprzedawano mniej złożone usługi niż przez wzrost sprzedaży bardziej złożonych usług (lub outsourcingu) kluczowym klientom (a tylko tę grupę docelową badamy). W sposób nieubłagany liczebność przedsiębiorstw preferujących outsourcing, lokujących całość wydatków logistycznych w firmach zewnętrznych (do analizy przyjęto przedział: ponad 75% ogólnych kosztów logistyki), przez lata systematycznie malała (w 2010 r. stanowiły one rekordowo małą część badanych – 31,0%, podczas gdy jeszcze w 2004 – 44,9%). Jednakże wraz z trwaniem obecnego spowolnienia gospodarczego zaznaczyła się i to dość gwałtownie zmiana struktury wydatków przedsiębiorstw na logistykę. Udział przedsiębiorstw zorientowanych na outsourcing w ogólnej puli wydatków na zewnętrzne usługi logistyczne, który według naszych szacunków wynosił w 2010 r. 45,6%, podniósł się nieznacznie w roku następnym, aby skokowo zwiększyć się do poziomu 53,1% w 2012 roku. Jednakże ten ogólny wysoki poziom nie utrzymał się w kolejnych latach i wynosi obecnie tylko 43,5%. W tej sytuacji, skoro poziom przychodów z outsourcingu wybranych firm tak wyraźnie wzrósł, to zarazem jeszcze silniejszy był spadek przychodów z tego tytułu pozostałych.

Łatwo wydzielić przedsiębiorstwa zainteresowane pogłębieniem współpracy z operatorami, włączając w to outsourcing logistyki. Zasadniczo różnią się od tych, które stosunkowo rzadko, za względnie małe kwoty, kupują jedynie wybrane usługi logistyczne. Przedsiębiorstwa te lokują wszystkie lub prawie wszystkie wydatki logistyczne na zewnątrz. Przedsiębiorstwa, których wydatki na zewnętrzne usługi logistyczne mają milionowe wartości, rekrutują się spośród tych, którzy preferują outsourcing logistyczny, podczas gdy przedsiębiorstwa dysponujące mniejszymi funduszami zwykle dzielą wydatki na

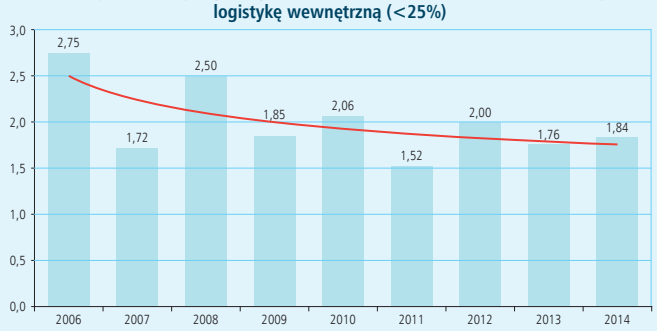
Udział przedsiębiorstw zorientowanych na outsourcing w ogólnej puli wydatków na zewnętrzne usługi logistyczne



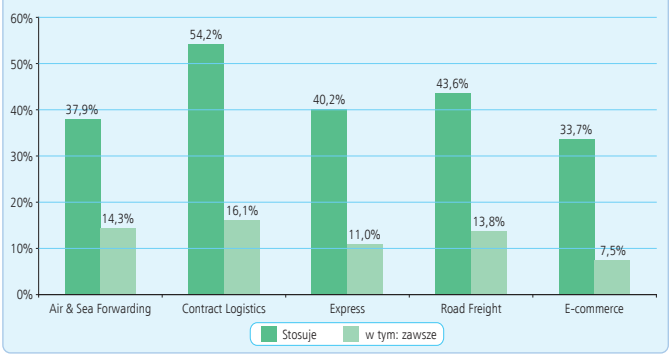
Segment rynku a outsourcing (udział klientów lokujących na zewnątrz ponad 75% wydatków logistycznych w całości przychodów operatora)



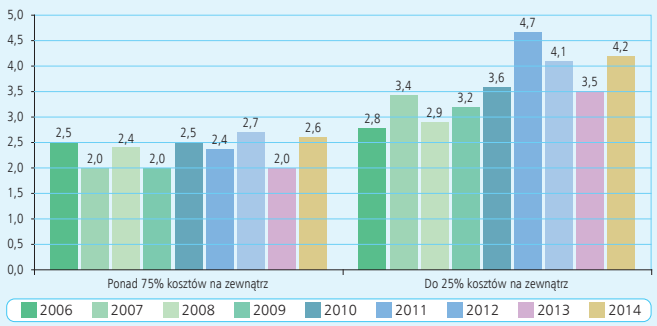
Proporcja przeciętnych sum wydatkowanych na zewnątrz przez przedsiębiorstwa zorientowane na outsourcing (>75% ogólnych kosztów) sum wydatkowanych przez przedsiębiorstwa zorientowane na insourcing/ logistykę wewnętrzną (<25%)



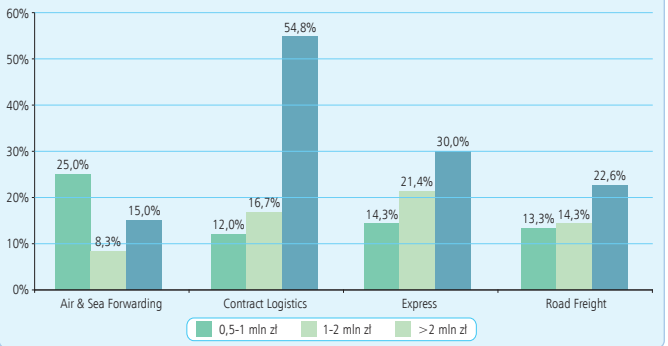
Wykorzystywanie outsourcingu przez klientów firm z poszczególnych segmentów rynku

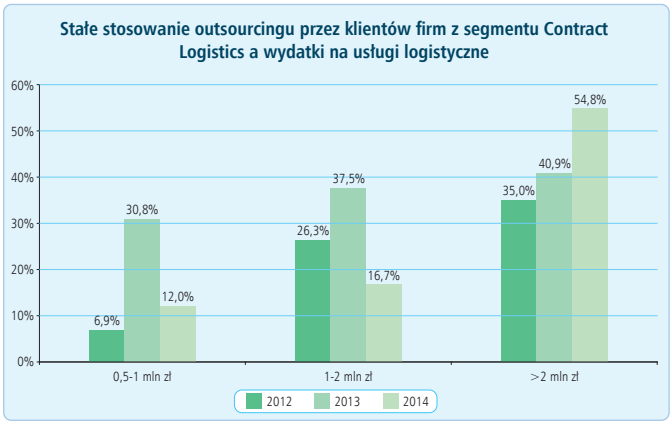


Porównanie szacunkowych danych o całości wydatków na logistykę (w mln zł) przeciętnego przedsiębiorstwa zorientowanego na outsourcing z wydatkami przedsiębiorstwa zorientowanego na insourcing (logistykę wewnętrzną)



Stałe stosowanie outsourcingu przez klientów firm z poszczególnych segmentów rynku a wydatki na usługi logistyczne



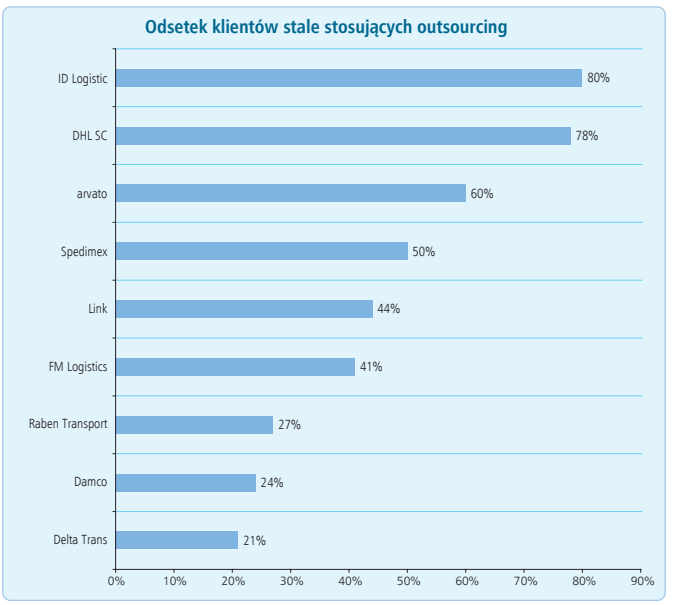


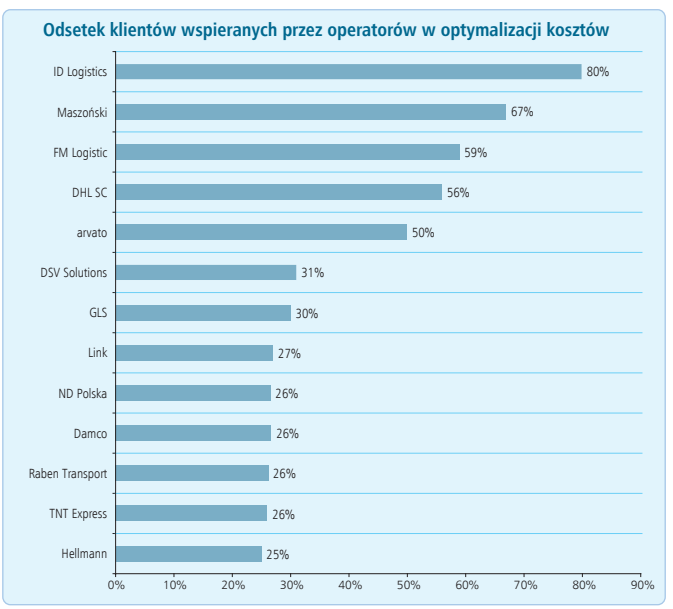
logistykę wewnętrzną i zewnętrzną. Dopiero bardzo znaczne fundusze pozwalają, aby wewnętrzne koszty logistyki ograniczyć. Jedynie w grupie klientów o wydatkach rzędu kilku milionów złotych rocznie większość to tacy, którzy mają potencjalne możliwości stosowania takiej strategii zarządzania. Widać, że w przypadku wydatkowania mniejszych kwot (rzędu 1–2 mln złotych) zainteresowanie outsourcingiem logistyki z roku na rok słabnie.

Przez lata rosnąca liczba przedsiębiorstw dysponujących dużymi funduszami była skłonna rozwijać logistykę raczej wewnątrz organizacji niż zlecając usługi na zewnątrz. Z porównania szacunkowych danych o całości wydatków na logistykę przeciętnego przedsiębiorstwa zorientowanego na outsourcing z wydatkami przeciętnego przedsiębiorstwa zorientowanego na insourcing (logistykę wewnętrzną) wynika, że dopiero w 2012 r. przełamany został długookresowy trend, zgodnie z którym te pierwsze pozostawały bez zmian, podczas gdy te drugie szybko rosły. Jeśli około 2006 r. wydatkowane kwoty były jeszcze podobne, to po kilku latach wydatki na logistykę przedsiębiorstw zorientowanych na insourcing były już nawet dwukrotnie wyższe niż przedsiębiorstw zorientowanych na outsourcing. Oznacza to po pierwsze, że sprzedaż usług outsourcingu logistycznego znajdowała się w fazie stagnacji, podczas gdy sprzedaż innych zewnętrznych usług logistycznych stale dynamicznie rosła. Po drugie, coraz bardziej wyraźny stawał się dychotomiczny podział rynku zewnętrznych usług, z jednej strony na przedsiębiorstwa zorientowane na outsourcing, z drugiej – na przedsiębiorstwa zorientowane na insourcing (ich udział w ogólnej puli wydatków na zewnętrzne usługi stale się zwiększał).

Odwrócenie niekorzystnego dla rynku usług logistycznych trendu nastąpiło właśnie dzięki zwiększeniu wydatków na outsourcing. I to nie tyle kosztem innych zewnętrznych usług logistycznych, co wydatków lokowanych dotąd wewnątrz przedsiębiorstw. Zjawisko to pokazuje, co dotychczas stanowiło przeszkodę w rozwoju outsourcingu i szerzej korzystania z zewnętrznych usług logistycznych. Dalszy intensywny rozwój rynku zależy od wzrostu zainteresowania outsourcingiem logistycznym przez przedsiębiorstwa, które unikały współpracy w tym zakresie z zewnętrznymi operatorami tych usług. Praktykowały one zlecanie wykonania pojedynczych usług wielu różnym firmom, zachowując kontrolę nad całością łańcucha dostaw. Perturbacje na rynku usług logistycznych z pewnością nie zachęcały do korzystania z usług mniejszej liczby firm zewnętrznych, wykonujących coraz bardziej złożone operacje. Jednakże spowolnienie gospodarcze wymusiło zmianę podejścia do outsourcingu ogromnie wielu klientów. Za cenę utraty kontroli nad zarządzaniem łańcuchem dostaw, mają nadzieję ograniczyć koszty logistyki.

Umasowienie outsourcingu wszelkich poza specjalistycznymi funkcji biznesowych, w tym logistycznych, to oczywiście niezwykła szansa dla operatorów logistycznych na rozwój działalności. Nie ulega dzisiaj wątpliwości, że aby proces umasowienia outsourcingu logistyki nabrał tempa musi on w większym stopniu objąć rynek e-commerce. Wyniki badania satysfakcji klientów pokazują jednak, że operatorzy szukając w ubiegłych latach oszczędności pozbawili się szansy, aby w pełni wykorzystać wzrost zamówień ze strony sklepów internetowych i rozszerzyć ich obsługę o magazynowanie, konfekcjonowanie czy usługi finansowe. Nie bez przyczyny klienci wskazują, że największy deficyt w za-kresie obsługi logistycznej odczuwają ze względu na brak zasobów, brak kompleksowej oferty i niewystarczającą elastyczność w działaniu. Wbrew pozorom opinie te nie mają dyskwalifikującego charakteru. Ich wydźwięk jest raczej pozytywny, stanowi wyraźną zachętę do rozwijania działalności we wskazanym kierunku, do czego operatorzy logistyczni nie byli dotąd wystarczająco przekonani.





Laureaci nagrody Operator Logistyczny Roku

Laureat pierwszej nagrody, złotego godła, tegorocznej trzynastej edycji programu **Operator Logistyczny Roku** Maszoński Logistic to pierwszy jej zdobywca spośród firm reprezentujących rodzimy kapitał. To zwycięstwo zapowiadały notowania z kilku ubiegłych lat, kiedy to firma ta aż czterokrotnie znalazła się w gronie najwyżej przez klientów cenionych firm logistycznych w Polsce, zajmując drugie lub trzecie miejsce w rankingu.

Maszoński Logistic to firma zbudowana całkowicie od podstaw, bez kapitału i doświadczenia w branży, którego ze względu na wiek Mirosław Maszoński nie mógł posiadać. Nie stała też za nim tradycja rodzinna. Self-made man? Niewątpliwie tak, przede wszystkim w kwestii zaufania do własnych sił i liczenia na siebie, oraz typu osobistej odpowiedzialności wobec otoczenia. Zauważmy, że firma była do niedawna prowadzona w formie jednoosobowej działalności gospodarczej osoby fizycznej a w nazwie firmy umieszczone jest nazwisko przedsiębiorcy, co nie jest częste. Wydaje się – i tu opieramy się na niesłychanie pozytywnych opiniach klientów zbieranych w trakcie wielu lat badań – że największym atutem firmy jest umiejętność zjednywania sobie ludzi. Niemożliwe, aby bez osobistego wkładu właściciela i pełnej z jego strony kontroli udało się osiągnąć pełne zadowolenie z wykonania norm logistycznych wszystkich kluczowych klientów (!) albo zapewnić sobie we wszystkich tych klientach promotorów, którzy zapytani gotowi są rekomendować usługi firmy innym (!). Jest to rzadkie, jeszcze trudniejsze jest utrzymanie takiego poziomu satysfakcji klientów przez lata. Można to osiągnąć jedynie w firmie w ścisłym sensie prywatnej, zarządzanej przez właściciela. Jedyna trudność to rosnące rozmiary działalności, co może uniemożliwić osobisty nadzór. Życzymy zatem firmie rozwoju w tempie, nad którym będzie w stanie zapanować.

Mirosław Maszoński, właściciel Maszoński Logistic: „Kierując się osiemnastoletnim już doświadczeniem w prowadzeniu firmy transportowej, wiem jak ważne jest w relacjach z kontrahentami profesjonalne podejście oraz niezawodność w działaniu. To pozwala nawiązać specjalne więzi, dzięki którym mamy możliwość lepszej orientacji w ich potrzebach i oczekiwaniach. Aby móc liczyć na nowe zlecenia, trzeba zbudować firmę na trwałych podstawach. Bez tego nie ma szans na rozwój. Przyznaję, że kierowała mną ambicja, którą z dzisiejszej perspektywy uznałbym może za zbyt odważną, stworzenia przedsiębiorstwa liczącego się nie tylko na krajowym rynku. Wprawdzie ugruntowanie pozycji na rynku europejskim wymagało przede wszystkim wielkiego wkładu pracy i czasu, to niezmiernie ważny był też długoletni plan działania i wola skrupulatnego wprowadzenia go w życie. Trafnym wyborem w realizacji tego planu było postawienie na najwyższą jakość obsługi, elastyczność i specjalizację rynkową. Niezbędnym wsparciem zamierzeń był system doboru i szkolenia wykwalifikowanej kadry pracowników. Podstawowym założeniem strategii firmy stała się optymalizacja procesów logistycznych, dzięki czemu firma może nie tylko sprawniej realizować dostawy do klientów, ale również wejść na wyższy poziom efektywności kosztowej.

Z satysfakcją i zadowoleniem przyjąłem informację o przyznaniu prestiżowej nagrody, jaką jest Złote Godło programu **Operator Logistyczny Roku**. Jesteśmy pierwszą polską firmą, która stanęła na najwyższym podium w ciągu wszystkich trzynastu edycji. To namacalny dowód na to, że obraliśmy właściwą strategię rozwoju. To kolejny przejaw zaufania, jakim obdarzają nas klienci. To duża zasługa również naszych pracowników, którzy przyczynili się do tego sukcesu. Przez lata działalności staliśmy się wiarygodnym, bezpiecznym i godnym polecenia dostawcą usług TSL. Razem z naszymi pracownikami tworzy to największy kapitał.

Nasze osiągnięcia mogą być wskazówką dla innych polskich firm, że możliwe jest osiągnięcie najtrudniejszych celów, jeśli tylko je się sobie postawi. Nie mam wątpliwości, że na następnego polskiego zwycięzcę rankingu nie trzeba będzie czekać kilkanaście lat. Jeśli chodzi o Maszoński Logistic, to nagrodę traktujemy jako silną motywację do realizacji planów rozwojowych, jakie postawiliśmy sobie na kolejne lata".

Laureat drugiej nagrody, srebrnego godła, tegorocznej trzynastej edycji programu **Operator Logistyczny Roku** TNT Express Worldwide (Poland) to prawdziwy fenomen na polskim rynku, firma, która trzy razy z rzędu w latach 2006-2008 oraz w 2011 i 2013 r. zajmowała pierwsze miejsce w rankingu najwyżej przez klientów cenionych firm logistycznych w Polsce, przez dziesięć lat obecności w zestawieniu nigdy nie była notowana niżej niż na miejscu drugim.

To w ostatnich kilku latach najbardziej efektywna ekonomicznie firma w całej branży logistycznej. Firma znana przede wszystkim z najsilniej sprofilowanej na rynku usług kurierskich oferty usług, dzięki czemu w wybranych dziedzinach nie znajduje sobie równych pod względem penetracji rynku. Jej celem jest rozszerzanie oferty, aby umożliwić wejście w nowe segmenty rynku, zwiększenie udziału w portfelu klienta, oraz optymalizację

i synergię operacji. Widać to po zmianach struktury klientów, wśród których przestały przeważać duże i średniej wielkości przedsiębiorstwa produkcyjne, grupie tej firma była przecież w stanie dostarczać perfekcyjne pod względem jakości wyspecjalizowane pakiety usług. TNT udało się też w ubiegłych latach przyciągnąć klientów realizujących gros obrotów wewnątrz kraju, co wydatnie przyczyniło się do wzrostu sprzedaży usług krajowych. Nadal jednak krytycznym elementem strategii jest miejsce na rynku przesyłek międzynarodowych. Coraz większa grupa klientów korzysta z wysyłki towarów za granicę, szczególnie drogą lotniczą, klienci ci przypisują coraz większe znaczenie zasięgowi geograficznemu dostaw i korelacji ceny z jakością obsługi. Wyraźnie zaznacza się przy tym konkurencja w tym zakresie ze strony działających globalnie firm kurierskich DHL Express, UPS i FeDex.

Piotr Buczkowski, dyrektor generalny TNT: „To niezwykły rok dla TNT. Zmieniamy się – motto «The People Network» świetnie określa priorytety. To nasi ludzie – najlepsi w branży – i gęste sieci transportowe. Opierając się na tych wartościach, intensywniej współpracujemy z sektorem małych i średnich przedsiębiorstw. To one napędzają polską gospodarkę, dlatego zamierzamy je obsługiwać jeszcze skuteczniej. Zmieniliśmy stronę internetową, wprowadzamy prostsze narzędzia do zamawiania przesyłek, proponujemy innowacyjną ofertę. Jako pierwsza w historii firma kurierska umożliwiliśmy testowe korzystanie z naszych usług. Z pewnością przełoży się to na nasze udziały rynkowe w rodzimym sektorze MŚP.

Intensywnie inwestujemy. Stworzyliśmy w Warszawie Centrum Usług Wspólnych, obsługujące procesy księgowe kilku europejskich oddziałów TNT. Do końca 2015 r. będzie w nim pracować 400 osób, prawie dwa razy więcej niż obecnie. Będziemy rozwijać infrastrukturę: m.in. wdrożymy nowe systemy sortowania.

To wreszcie rok, w którym już po raz dziesiąty stajemy na podium w programie **Operator Logistyczny Roku**. To powód do radości i dumy dla wszystkich naszych pracowników – i jasny komunikat dla rynku. Dziś chcę podziękować pracownikom TNT każdego szczebla: kurierom, pracownikom wszystkich działów, menedżerom, moim kolegom z zarządu. To dzięki Wam TNT jest i będzie najlepszą firmą transportu ekspresowego na rynku!”

Laureat trzeciej nagrody, brązowego godła, tegorocznej trzynastej edycji programu **Operator Logistyczny Roku** DHL Express, firma reprezentująca jedną z największych grup logistycznych na polskim rynku, to laureat głównej nagrody w 2004 i 2011 r., oraz zdobywca nagród i wyróżnień we wszystkich pozostałych jego edycjach od 2003 r.

DHL Express to dominujący dostawca usług logistycznych na polskim rynku w segmencie usług kurierskich i ekspresowych. Strategią firmy jest koncentracja na potrzebach klientów związanych z globalizacją współczesnej gospodarki. Udaje się to znakomicie, firma zdecydowanie góruje w obsłudze wymiany zagranicznej, obsłudze przedsiębiorstw zagranicznych oraz obsłudze dużych przedsiębiorstw przemysłowych. Takich firm z roku na rok znajduje się w portfelu zamówień coraz więcej, bo i jakość obsługi ich dostaw podniosła się do niemalże maksymalnego poziomu. Przyczyniło się do tego osiągnięcie wyższego poziomu funkcjonalności obsługi międzynarodowych przesyłek lotniczych i drogowych, którą przeniesiono do sieci międzynarodowej. Mankamentem strategii firmy może być natomiast niezrównoważenie źródeł przychodów, wynikające ze słabszej pozycji na rynku obsługi przedsiębiorstw handlowych. W kontekście zapowiadanego wzrostu znaczenia handlu elektronicznego dla całej gospodarki należy się spodziewać silniejszej obecności firmy na tym rynku.

Tomasz Buraś, prezes zarządu DHL Express (Poland): „Rok 2014 był wyjątkowym dla DHL Express w Polsce pod względem osiągniętych wyników finansowych, liczby wdrożonych projektów w segmencie przesyłek międzynarodowych, oraz wysokiego poziomu satysfakcji i zadowolenia naszych klientów. Po raz kolejny znaleźliśmy się w czołówce firm logistycznych w programie badawczym **Operator Logistyczny Roku**. To zasługa wszystkich pracowników Express (Poland), którzy każdego dnia z pełnym zaangażowaniem dostarczają klientom wysokiej jakości usługi. Zdajemy sobie sprawę, że ten sukces nie byłby możliwy bez udziału naszych klientów i partnerów biznesowych.

Zgodnie z globalną strategią Focus 2015 zamierzamy kontynuować doskonalenie wszystkich procesów organizacyjnych. Dotyczą one rozwoju wiedzy, doskonalenia umiejętności i kompetencji pracowników. W tym celu kolejny rok z rzędu realizujemy program badający satysfakcję klientów – Net Promoter Approach (NPA). Od lat prowadzimy również projekt oparty na cyklu szkoleń warsztatowych Certified International Specialist CIS (Certyfikowany Specjalista Międzynarodowy) dla kurierów i pracowników oraz Certified International Manager CIM (Certyfikowany Menadżer Międzynarodowy), jakie przechodzą wszyscy menadżerowie DHL Express w Polsce i na całym świecie. Ważnym elementem budowy unikalnej kultury DHL Express jest rozwój całej organizacji poprzez udoskonalanie wszystkich procesów i ciągłe wprowadzanie ulepszeń z korzyścią dla naszych klientów i pracowników. Przejawem efektywności naszych działań są pozytywne opinie wydawane przez klientów: «Jesteśmy firmą z branży oświetleniowej i przy wyborze firmy kurierskiej kierujemy się przede wszystkim dużym wachlarzem usług, terminowością bez awaryjnych dostaw. Firma DHL Express spełnia wszystkie nasze oczekiwania. Wysyłając paczki w każdy zakątek świata, z którym współpracujemy, zawsze zostajemy obsłużeni profesjonalnie. – Lena Lighting S.A.»

Chcemy nie tylko biernie ułatwiać, jako dostawca przesyłek, ale i czynnie wspierać naszych klientów w rozwijaniu ich działalności poza granicami kraju. Jedną z form tej współpracy w tym roku było prowadzenie forum dialogu przedstawicieli małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) z udziałem DHL Express, eksperta z dziedziny Internetu z firmy Google Polska oraz specjalistów z Ośrodka dialogu i analiz ThinkTank”.

Laureaci nagrody Lider Logistyki

Laureat nagrody dla najlepszej firmy logistycznej w segmencie e-commerce w tegorocznej trzynastej edycji programu **Operator Logistyczny Roku** arvato Polska, to pionier na polskim rynku kompleksowych usług outsourcingowych w zakresie w trzech grup rozwiązań: SCM (logistyka), CRM (wielokanałowa obsługa klientów) oraz FS (usługi finansowe). Firma z powodzeniem działa na polskim rynku już od 20 lat, w ostatnim czasie dynamicznie rozwijając portfolio usług dla sektora e-commerce w trybie „One Stop E-commerce”.

Lidia Ratajczak-Kluck, dyrektor obszaru media, e-commerce, programy lojalnościowe arvato Polska: „Mijający rok był dla nas niezwykle pomyślny. W segmencie logistyki e-commerce odnotowaliśmy imponujące dwucyfrowe wzrosty obrotów. Zdobyliśmy nowe kontrakty (wdrożenia u nowych podmiotów), a u naszych

dotychczasowych klientów znacznie zwiększyliśmy zakres obsługi. Daje nam to dobre perspektywy do dalszego rozwoju.

Duże wzrosty w wolumenach spowodowały, że podjęliśmy decyzję o powiększeniu powierzchni magazynów w Warszawie i w Poznaniu. Ta właśnie lokalizacja jest świetnym zapleczem dla zachodnich e-sklepów oraz polskich, które otwierają się na rynki europejskie.

Spodziewamy się rozwoju całego segmentu e-commerce. Będziemy jednak świadkami znacznych zmian na rynku. W wyniku dojrzewania sektora i zwiększającej się świadomości klientów, sklepy będą się coraz bardziej profesjonalizowały, konkurując nie tylko niską ceną, jak to ma miejsce w tej chwili, ale przede wszystkim obsługą klienta i sprawną realizacją procesów dostawy przesyłki.

Duże zmiany z pewnością zajdą w obszarze obsługi logistyki sklepów internetowych. Szczególnie dotyczy to firm, które prowadzą sprzedaż w oparciu o różne kanały dystrybucji. Stają one przed koniecznością obsługi wielu modeli logistycznych, co w przypadku działania we własnym zakresie jest trudne. Brak skutecznych rozwiązań w tym zakresie prowadzi do blokady rozwoju firmy i utraty pozycji konkurencyjnej. Jak wiadomo, obszar logistyki dostaw jest o tyle istotny, że bezpośrednio wpływa na satysfakcję klientów. Pewność i szybkość dostaw oraz właściwa komunikacja z klientem w trakcie realizacji zamówienia stanowi kluczowy obszar budowania wartości sklepu działającego on-line. Ponadto, jednym z elementów przewagi na rynku będzie wprowadzanie kolejnych opcji dodatkowych np. „Same-Day Delivery". Co więcej, spodziewamy się nowych sposobów odbioru towaru poprzez system Pick-up Points (odbiór zamówionych przez Internet towarów w stacjonarnych punktach).

Obserwując polski rynek e-commerce, dostrzegamy oczywiście także to, że więksi gracze zaczynają poszerzać swoje rynki zbytu o kraje ościenne. Należy zdawać sobie sprawę z tego, że nasz zachodni sąsiad dysponuje nieporównywalnie większym potencjałem dla sprzedaży internetowej. W Niemczech, spośród ponad 80 mln obywateli, niemal 90% posiada dostęp do Internetu, a e-handel stanowi około 10% ogólnej sprzedaży.

Bardzo cieszy nas przyznanie nagrody dla najlepszej firmy logistycznej w sektorze e-commerce. Branża handlu internetowego jest dla nas sektorem strategicznym i cały czas dynamicznie się rozwijamy, aby w jak największym stopniu zaspakajać potrzeby rynku i naszych klientów. Wyróżnienie w tak prestiżowym programie jest dla nas dowodem na to, że nasze wysiłki zostały zauważone i docenione. Chciałabym przy tej okazji podziękować naszym klientom za wysoką ocenę jakości naszych usług oraz za obdarzenie nas zaufaniem. «E-commerce – 100% satysfakcji» to motto, które przyświeca na co dzień naszym działaniom, a nagroda w badaniu właśnie satysfakcji klientów jest dla nas potwierdzeniem, że należy nadal z równie dużym zaangażowaniem podążać tą drogą".

Laureat nagrody dla najlepszej firmy logistycznej w segmencie e-commerce w tegorocznej trzynastej edycji programu **Operator Logistyczny Roku** General Logistics Systems Poland, to firma, która uczestniczy w programie od początku, wielokrotnie wyróżniana, od lat konsekwentne umacnia swą pozycję na rynku przesyłek ekspresowych dla handlu.

Firma GLS realizuje odmienną niż konkurenci strategię koncentrowania się na efektywności działań, czego przejawem jest nieodmiennie dwucyfrowy wynik na sprzedaży, w tym momencie najwyższy w segmencie usług kurierskich. Przy obecnym umiarkowanym wzroście sprzedaży usług jest to strategia zwycięska, gdyż daje nie tylko najwyższy zysk, ale i najwyższą dynamikę sprzedaży. W efekcie zaznacza się progres pozycji firmy na rynku, wzrasta satysfakcja klientów ze standardu obsługi. Skoro jednak firma nie dąży za wszelką cenę do zwiększenia udziału w rynku i odrzuca zadania o niskiej marży, to mogłoby się wydawać, że polityka cenowa wzbudza kontrowersje wśród klientów. Nic bardziej mylnego, klienci niezmiernie chwalą firmę za odpowiedniość ceny do jakości obsługi. Można wręcz odnieść wrażenie, że jest to znak firmowy GLS, ponieważ klienci właśnie tę cechę uważają za najsilniejszą stronę firmy. Żeby pobierać wysokie marże, trzeba po prostu oferować usługę najwyższej próby, jak się to okazuje w przypadku kolejnego już laureata badania.

Tomasz Kroll, dyrektor zarządzający GLS Poland: „ Jeszcze przez długi czas możemy oczekiwać nawet dwucyfrowego wskaźnika wzrostu rynku e-commerce w Polsce. Ten segment rynku ma duży potencjał, tak jak m-commerce, którego udział w handlu on-line wynosi w Polsce według badań międzynarodowego stowarzyszenia branżowego E-commerce Europe zaledwie 1,7%. Rozwój e-commerce ma również decydujące znaczenie dla nas jako usługodawcy z sektora KEP. Z jednej strony, jest on motorem napędowym rynku dzięki zwiększaniu wolumenów nadawanych paczek. Z drugiej zaś strony, aby móc skutecznie dostarczać przesyłki do odbiorców prywatnych, trzeba być innowacyjnym i zdolnym do szybkiego dopasowania się do stawianych wymagań. Prywatni odbiorcy – przeważająca grupa klientów w sektorze e-commerce – zachowują się bowiem zupełnie inaczej niż klienci biznesowi, którzy dotychczas stanowili podstawową grupę docelową branży kurierskiej. Przede wszystkim, trudno zastać ich w domu o jednej stałej porze, więc bezproblemowe doręczenie wymaga od usługodawców z rynku KEP opracowania nowej strategii. Firma GLS stawia na komunikację z odbiorcami. Dzięki usłudze FlexDeliveryService są oni od momentu złożenie zamówienia włączeni w proces doręczenia przesyłki. Jeszcze przed odebraniem paczki od nadawcy odbiorca otrzymuje informację o tym, kiedy paczka powinna do niego dotrzeć. Ma wówczas możliwość dokonania zmiany szczegółów dostawy bezpłatnie i przez Internet, bez konieczności logowania się na jakąkolwiek stronę.

W kwietniu tego roku wprowadziliśmy usługę FlexDeliveryService, aby uczynić dostawę do osób prywatnych tak skuteczną, jak to tylko możliwe. Dzięki wiadomościom e-mail przesyłanym z wyprzedzeniem otrzymują oni nie tylko informacje

o przesyłce, ale również możliwość wpłynięcia na sposób dostarczania zamówionych towarów jeszcze przed uruchomieniem procesu dostawy. Za pomocą podanych w e-mailu linków można dokonać wyboru jednej z opcji dostawy. Jak wynika z pierwszych doświadczeń, jest to bardzo dobra metoda szybkiego i nieskomplikowanego dostarczenia przesyłki do odbiorcy. Aby wyjść naprzeciw wyzwaniom związanym z coraz silniejszym umiędzynarodowieniem e-commerce, firma GLS rozszerza swoje usługi tak, by mogli z nich korzystać odbiorcy i nadawcy w różnych krajach, wykorzystując coraz silniejsze połączenia między poszczególnymi spółkami Grupy. Z usługi FlexDelivery-Service można korzystać już pomiędzy Polską, Niemcami, Austrią i Belgią.

W bieżącym roku skutecznie koncentrowaliśmy się przede wszystkim na wsparciu nadawców z sektora e-commerce – operujących zarówno w Polsce, jak na rynkach międzynarodowych. Ponadto – z korzyścią dla wszystkich nadawców – przeprowadziliśmy serię dobrze przemyślanych inwestycji w sieć oraz wzmocniliśmy nasze lokalizacje, przede wszystkim te odpowiedzialne za sortowanie przesyłek. Na szczególną uwagę zasługuje dobiegająca końca rozbudowa naszej centralnej sortowni w Strykowie, której powierzchnia będzie teraz ponad dwukrotnie większa. Ponadto wprowadziliśmy w Polsce nowy system sortowania paczek, jest to działanie pilotażowe na potrzeby całej międzynarodowej grupy GLS. Jego celem jest osiągnięcie wyższej stabilności, skuteczności i wydajności naszej sieci wysyłkowej".

Laureat nagrody dla najlepszej firmy logistycznej w kategorii kompleksowa obsługa w tegorocznej trzynastej edycji programu **Operator Logistyczny Roku** FM Logistic, to wyspecjalizowana w logistyce kontraktowej firma o największym w kraju potencjale w zakresie wielkopowierzchniowych centrów magazynowych.

Innowacyjna strategia francuskiej rodzinnej korporacji zakłada integrację łańcuchów dostaw producentów i dystrybutorów. Specjalizacja obejmuje obsługę firm z branży spożywczej oraz sieci handlowych. FM obecna jest także w obsłudze specyficznych branż, takich jak farmacja. Oceny klientów wskazują, jak ogromną przewagę w zakresie potencjału wykonawczego i możliwości świadczenia kompleksowych usług firma ma nad konkurentami. Potwierdzają także swoje zaufanie do doświadczenia i wiarygodności biznesowej tego operatora. Wyraźnie też widać, że na tych cechach koncentrują się oczekiwania tej specyficznej grupy klientów, że one właśnie stanowiły kryterium wyboru obsługującej ich firmy logistycznej.

Konkurentami firmy są Raben Polska, oraz ID Logistics Polska i Poltraf.

Andrzej Pawlak, dyrektor handlowy FM Logistic: „Kolejny rok z rzędu uwieńczony nagrodą w badaniu **Operator Logistyczny Roku** cieszy i napawa dumą, bo w istocie niewielu może się takim osiągnięciem pochwalić. Przyznany nam w tym roku tytuł „Lidera Logistyki" w zakresie kompleksowości usług, w tej właśnie dziedzinie, w której się specjalizujemy, tylko utwierdza nas w przekonaniu, że obrany przez FM kierunek działań, nastawionych na doskonalenie i rozszerzanie palety świadczonych usług, jest słuszny.

Od lat dokładamy wszelkich starań by nasi klienci widzieli w nas nie tylko usługodawcę, ale przede wszystkim partnera i eksperta w zakresie zarządzania łańcuchem dostaw. Nowoczesność w działaniu operatora logistycznego spełnia się, kiedy daje on pewność, że jakość świadczonych usług jest na najwyższym możliwie poziomie. I do tego dążymy.

Pragnę jednocześnie zapewnić, że powodowani sportowym duchem nie ustaniemy w wysiłkach dla osiągnięcia pierwszeństwa, także jeśli chodzi o ranking **Operator Logistyczny Roku**. Wszystko po to, aby jeszcze lepiej spełniać oczekiwania naszych klientów".

Laureat nagrody dla najlepszej firmy logistycznej w kategorii lojalność klientów w tegorocznej trzynastej edycji programu **Operator Logistyczny Roku** Geodis Calberson Polska, to działająca globalnie firma dopiero rosnąca w siłę na polskim rynku, budująca silny wizerunek na wzorowej realizacji dostaw.

Firma niewątpliwie należy do tych, które inwestują w markę i których marka jest dobrze kojarzona, wyżej pozycjonowana przez zleceniodawców niż więksi konkurenci. Strategię budowania silnej pozycji na rynku wyróżnia indywidualne podejście do projektowania procesów logistycznych. Zakłada ona nie pustą deklaratywność, lecz skoordynowane działanie wszystkich komórek firmy. Działania sprzedażowe i marketingowe, w tym szczególnie umacnianie tożsamości marki, są harmonizowane z możliwościami realizacji zobowiązań operacyjnych firmy. Skuteczne zarządzanie zasobami firmy oraz budowanie kultury organizacyjnej jest nierozerwalnym elementem strategii długofalowego budowania pozycji rynkowej. Pozycja firmy Geodis zbudowana jest na nieprzeciętnie wysokim poziomie realizacji dostaw i elastyczności w obsłudze, co przekłada się na lojalność klientów. Wszyscy z nich zapytani o opinię poleciliby tego operatora innym.

Bogdan Młynarczyk, dyrektor generalny Geodis Calberson Polska: „Jeśli przypomnieć, że w badaniu **Operator Logistyczny Roku 2012** zostaliśmy wyróżnieni za „Zbudowanie wizerunku na wzorowej realizacji dostaw", to musi cieszyć, że konsekwentne wdrażanie strategii najwyższej jakości procentuje skoro dzisiaj Geodis Polska zostaje laureatem nagrody **Lider Logistyki** w kategorii lojalność klientów.

Pozyskiwanie lojalności klienta to długofalowy proces. Przebiega poprzez budowanie relacji z klientem, opartej na wzajemnym zaufaniu. Niewątpliwie znaczącą rolę odgrywa tutaj jakość świadczonej usługi. Tę mierzymy na co dzień w sposób obiektywny, za pomocą licznych wskaźników KPI. Potwierdzają ją także certyfikowane systemy zarządzania jakością

– ISO 9001:2008, WSK, AEO (postępowanie o nadanie statusu upoważnionego przedsiębiorcy w toku).

Doskonałym dopełnieniem jakości mierzonej obiektywnie jest „subiektywna" ocena wystawiona nam przez klientów i ich gotowość do zarekomendowania Geodis Polska. A rekomendacja to jeszcze więcej niż ocena współpracy. Udzielając rekomendacji klient stawia na szali swoją własną wiarygodność. To zobowiązuje.

Skoro o zaufaniu mowa. Wyjątkowym zaufaniem obdarzył nas w tym roku Langteam, organizator jednego z największych kolarskich wyścigów etapowych na świecie Tour de Pologne, powierzając nam rolę partnera logistycznego 71. edycji wyścigu. Obsługę największej cyklicznej imprezy sportowej w Polsce, zaliczanej do najwyższej klasy wyścigów kolarskich na świecie (UCI World Tour), może zapewnić tylko profesjonalny, niezawodny partner. To było szczególnym wyróżnieniem dla Geodis Polska.

Jestem przekonany, że na lojalność klientów niewątpliwy wpływ ma także lojalność pracowników wobec firmy. I o tę ostatnią staramy się równie konsekwentnie dbać. Sprawdzony, stabilny zespół, jako kluczowe ogniwo w obsłudze klienta, staje się dla niego prawdziwym partnerem, znającym dokładnie jego potrzeby i gotowym znaleźć dla niego najlepsze rozwiązanie.

Gwarancja jakości naszych usług i budowanie lojalności klientów, to dziś filary konkurencyjności Geodis na polskim rynku. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów, stale rozbudowujemy naszą ofertę. Sukces tej strategii odzwierciedlają wyniki, w tym bardzo wysoka dynamika wzrostu obrotów (o 23% w 2014 r., o 95% w skali ostatnich trzech lat).

Laureat nagrody dla najlepszej firmy logistycznej w kategorii jakość obsługi w tegorocznej trzynastej edycji programu **Operator Logistyczny Roku** Hellmann Worldwide Logistics Polska, to jedna z nielicznych firm uczestniczących w badaniu od samego początku, zdobywca nagrody głównej w 2010 roku.

Firma ta realizuje pod tym samym od lat kierownictwem zupełnie osobną na polskim rynku strategię rozwoju polegającą na programowej koncentracji na obsłudze wybranej klienteli. Osiąga na tym polu fenomenalny rezultat, jak żadna inna firma odnotowuje stuprocentowe zadowolenie klientów z realizacji założonych norm wykonania usług logistycznych. I regularnie powtarza ten wynik rok w rok. Można odnieść wrażenie, że HWL wcale nie walczy tak usilnie jak inne firmy o pozyskanie klientów obsługiwanych przez konkurentów, skoro może liczyć na lojalność swoich klientów. Kluczowe znaczenie dla zrozumienia tego nastawienia klientów ma kwestia elastyczności działania tego operatora. Klienci uznają elastyczność w podejściu reprezentowanym przez firmę Hellmann za zupełnie wyjątkową i za cechę najlepiej definiującą jej pozycję na rynku.

Wydaje się też, że firma nie poddaje się tendencji, której ulegają prawie wszystkie firmy, usilnie rozszerzające zakres świadczonych usług na rzecz kluczowych klientów, gdyż odpowiedni potencjał do kompleksowej obsługi dostaw już posiada. Klienci konkurentów HWL widzą jedynie w firmach z grupy DHL, oraz w DB Schenker i Raben Polska.

Juliusz Skurewicz, prezes zarządu Hellmann Worldwide Logistics Polska: „Jakość obsługi klientów jest dla nas absolutnym priorytetem i cieszę się, że znajduje to potwierdzenie w wynikach badania satysfakcji klientów. Jeśli marka HWL najbardziej kojarzy się im z wysoką jakością, to jest to najlepsza nagroda za naszą wytrwałą pracę w tym zakresie.

Bieżący rok będzie dla nas udany pod względem wyników finansowych, dzięki wzrostowi rok do roku o ponad 12 % osiągniemy największą w historii sprzedaż w ujęciu wartościowym, jest to rekordowy rok również pod względem wysokości marży. Wyniki te będą znacznie lepsze niż zakładał to budżet. Najważniejsze, że dzięki starannie zaplanowanym i zdecydowanym działaniom znacznie obniżyliśmy koszty, co udało się osiągnąć bez obniżenia jakości usług, która niezmiennie pozostaje na satysfakcjonująco wysokim poziomie. Obniżka kosztów w dużej części jest zasługą wdrażanego oddolnie, z wykorzystaniem inicjatywy pracowników w zakresie usprawnień i oszczędności, programu CIP (Constant Improvement Process). W ten sposób urzeczywistniamy dewizę firmy: wysoka jakość za rozsądną cenę.

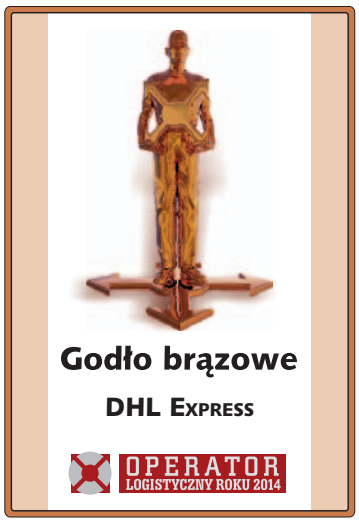
W bieżącym roku realizujemy strategię równomiernego rozwoju wszystkich produktów. Chciałbym w tym kontekście zwrócić uwagę, ze HWL Polska jest jedną z niewielu firm logistycznych na polskim rynku oferujących autentycznie wszystkie możliwe rodzaje usług spedycyjnych, transportowych i logistycznych pod jednym dachem. Jestem pewien, że przed kompleksową obsługą, nie zawsze – mimo niezaprzeczalnych korzyści - docenianą na polskim rynku, rysują się wielkie możliwości rozwoju.

W 2014 r. wdrożyliśmy nowe rodzaje usług: usługi agencji celnej umiejscowionej jako stand-alone business oraz przewozy kolejowe Azja - Europa. Jestem przekonany, ze transport kolejowy z Chin do Europy jako znacząca konkurencja dla transportu lotniczego będzie rozwijał się dynamicznie a w niedalekiej przyszłości stanie się alternatywą dla transportu morskiego. Jeśli przypomnimy, że całe wyposażenie Huty Katowice w latach 70-tych zostało sprowadzone z Japonii trasą transsyberyjską, to mówimy tu o powrocie do sprawdzonych już rozwiązań. Jeśli chodzi o organizację firmy, to w tym roku otworzyliśmy świadczący usługi spedycyjne w zakresie transportu drogowego oddział w Krakowie, który służąc jako cross-dock wzmacnia naszą sieć dystrybucji drobnicy krajowej.

Zdajemy sobie sprawę, że jakość naszych usług zależy w głównej mierze od zaangażowania pracowników. Poświęcamy więc wiele uwagi temu, aby byli odpowiednio zmotywowani i zadowoleni z pracy w Hellmann Worldwide Logistics.

Na koniec pragnę z satysfakcją poinformować, że w uznaniu osiągnięć polskiego oddziału coroczne spotkanie przedstawicieli firm sieci Hellmann odbędzie się w Warszawie. Weźmie w nim udział ponad 300 osób z całego świata. Traktujemy to jako wyraz uznania dla polskiej organizacji HWL, oraz okazję do promocji naszej firmy i naszego kraju".

OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2014



Laureaci programu badawczego Nagroda LIDER LOGISTYKI OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2014	
E-Commerce	arvato Polska
E-Commerce	General Logistics Systems Poland
Kompleksowa obsługa	FM Logistic
Lojalność klientów	Geodis Calberson Polska
Jakość obsługi	Hellmann Worldwide Logistics Polska

Wyróżnienia honorowe w programie badawczym OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2014	
Najczęściej rekomendowana firma w segmencie „Logistyka kontraktowa”	Raben Polska
Najczęściej rekomendowana firma w segmencie „Transport i spedycja drogowa”	Raben Transport

Wyróżnienia specjalne w programie badawczym OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2014	
Największy wzrost pozycji rynkowej wśród partnerów programu	Allport Cargo Services Poland
Najwyżej ceniona firma spedycyjna	Diera
Najbardziej zintegrowane usługi za optymalną cenę	Fiege
Dynamiczne wejście na rynek krajowych przewozów drobnicowych	Poczta Polska

RANKING FIRM LOGISTYCZNYCH 2014

I. Zakres świadczonych usług logistycznych [w ocenie kluczowych klientów danej firmy]
II. Wypełnianie założonych norm usług logistycznych [w ocenie kluczowych klientów danej firmy]
III. Pozycja rynkowa [ocena szczegółów standardu obsługi przez kluczowych klientów danej firmy]
IV. Pozycja rynkowa [ocena szczegółów standardu obsługi przez klientów wszystkich firm]
V. Lojalność kluczowych klientów
VI. Lider rynku [w generalnej ocenie kluczowych klientów danej firmy]
VII. Najbardziej konkurencyjna firma [w generalnej ocenie klientów wszystkich firm]

2012	2013	2014		I	II	III	IV	V	VI	VII
5	6	1	Maszoński Logistic	5	1	1	6	1	1	12
2	1	2	TNT Express Worldwide (Poland)	1	3	2	4	5	6	7
3	3	3	DHL Express	2	11	4	1	11	3	1
6	3	4	Raben Polska	11	26	3	3	7	4	3
11	7	5	General Logistics Systems Poland	3	13	6	11	6	9	14
4	8	5	Hellmann Worldwide Logistics Polska	14	1	14	8	3	12	10
–	–	7	arvato Polska	9	23	8	16	4	2	8
–	–	8	General Logistics Systems Poland *obsługa e-commerce*	24	6	5	10	8	5	15
18	3	9	FM Logistic	12	18	17	5	18	7	2
8	21	10	Geodis Calberson Polska	18	10	19	6	1	21	5
8	9	11	Diera	10	5	10	18	13	8	19
–	–	12	Fiege	4	14	9	13	21	12	16
12	–	13	DHL Supply Chain	7	28	13	2	24	17	4
15	10	14	C. Hartwig Gdynia	16	9	12	16	9	15	20
7	12	15	Panalpina Polska	15	23	18	14	12	11	13
–	–	16	DPD Polska *obsługa e-commerce*	29	21	7	12	23	10	6
13	11	17	DPD Polska	6	25	25	15	18	15	11
–	28	18	Allport Cargo Services Poland	17	12	11	20	15	18	24
–	–	19	Poczta Polska	20	17	15	22	17	14	23
21	24	20	IFB International Freightbridge (Poland)	22	16	16	19	14	22	26
22	25	21	Delta Trans	27	7	23	21	16	23	22
–	–	22	DSV Solutions	19	29	26	9	26	24	8
14	19	22	Spedimex	13	22	22	22	22	19	21
28	22	24	Omega Pilzno	23	8	21	26	20	20	25
20	–	25	Damco Poland	8	19	24	27	27	27	28
–	–	26	Polar Logistics	25	4	31	31	10	30	31
10	16	27	Raben Transport	26	20	28	24	25	25	17
16	29	28	Link	28	15	20	25	28	26	27
36	–	29	ID Logistics Polska	21	30	27	28	30	28	18
–	27	30	ND Polska	30	27	29	29	29	31	29
–	–	31	Spedimex *obsługa e-commerce*	31	31	30	30	30	28	30

Uwagi do tabeli:
Generalną pozycję danej firmy w rankingu wyznacza suma miejsc w poszczególnych poddanych badaniu kategoriach. Liczba branych pod uwagę kategorii nie uległa zmianie w porównaniu do poprzednich badań. Nastąpiła jednakże zmiana jednej z nich, zastąpionej przez wskaźnik lojalności kluczowych klientów.

Truck Forum & Awards 2014

Top 1500

Najefektywniej Zarządzane Firmy Transportowe

	Wyróżnienia honorowe	Nagrody główne
Małe firmy transportowe	Agro-Skład	Marathon International
Średnie firmy transportowe	Export-Import Adam Lipiński Roleks Zadroga	Mega Sierpc
Duże firmy transportowe	Maszoński Logistic C.H. Robinson Skat Transport	Podlasie

- transport krajowy i międzynarodowy
- spedycja krajowa i międzynarodowa
- własny, nowoczesny tabor
- wieloletnie doświadczenie w branży TSL

AGRO-SKŁAD

Agro-Skład Sp. z o.o., ul. Starowiejska 48, 26-414 Potworów
www.agro-sklad.pl

- transport ładunków przestrzennych na terenie Unii Europejskiej
- przewóz ładunków niebezpiecznych
- usługi mobilnym wózkiem widłowym
- 2015: otwarcie Centrum Logistycznego w Kostrzynie k/Poznania

MARATHON® INTERNATIONAL LOGISTICS

Marathon International Sp. z o.o. Sp.k., ul. Wołczyńska 18, 60-003 Poznań
www.emarathon.pl

OPERATOR LOGISTYCZNY ROKU 2014

Pozycja		
1	Maszoński Logistic	Pierwsza polska firma wygrywa ranking Operator Logistyczny Roku co obrazuje postęp, który się dokonał w organizacji rynku usług logistycznych w naszym kraju
2	TNT Express Worldwide (Poland)	O obrazie firmy decyduje miejsce na rynku przesyłek międzynarodowych. Coraz większa grupa klientów korzysta z wysyłki towarów za granicę, coraz większe znaczenie przypisywane jest zasięgowi geograficznemu dostaw i korelacji ceny z jakością obsługi
3	DHL Express	Dominujący dostawca usług w segmencie usług kurierskich i ekspresowych koncentruje się na potrzebach klientów związanych z globalizacją gospodarki. Należy się spodziewać silniejszej obecności firmy na rynku e-commerce
4	Raben Polska	*Najczęściej rekomendowana firma w segmencie „Logistyka kontraktowa"*. Dysponuje najwyżej cenioną siecią drobnicową w kraju
5	General Logistics Systems Poland	*Lider logistyki rynku e-commerce*: progres pozycji firmy na rynku efektem realizacji strategii koncentrowania się na efektywności działań
5	Hellmann Worldwide Logistics Polska	*Lider logistyki w zakresie jakości obsługi*: utrzymywanie mistrzowskiego poziomu w obsłudze dostaw tłumaczy się zupełnie wyjątkową elastycznością w podejściu firmy do oczekiwań klientów
7	arvato Polska	*Lider logistyki rynku e-commerce*: chce wyzyskać swą przewagę konkurencyjną w związku z rozwojem handlu elektronicznego
9	FM Logistic	*Lider logistyki w zakresie kompleksowości obsługi*: ma nad konkurentami ogromną przewagę w zakresie potencjału wykonawczego i możliwości świadczenia kompleksowych usług – na tych cechach koncentrują się oczekiwania jej klientów
10	Geodis Calberson Polska	*Lider logistyki w zakresie lojalności klientów*: pozycja firmy zbudowana jest na nieprzeciętnie wysokim poziomie realizacji dostaw i elastyczności w obsłudze
11	Diera	*Najwyżej ceniona firma spedycyjna*: firma udowadnia, że koncepcja indywidualnego podejścia do każdego klienta ma przyszłość
12	Fiege	*Najbardziej zintegrowane usługi za optymalną cenę*: dostarczanie klientom zintegrowanych rozwiązań logistycznych, a także skuteczne i optymalne kosztowo zarządzanie łańcuchem dostaw w oparciu o najnowocześniejsze systemy informatyczne
13	DHL Supply Chain	Ogromny potencjał, znajomość rynków lokalnych i doświadczenie globalne w zakresie każdego z elementów łańcucha dostaw
14	C. Hartwig Gdynia	Kartą przetargową firmy jest największe na rynku doświadczenie w transporcie morskim, dodatkowy atut to umiejętność zarządzania różnorodnymi łańcuchami dostaw
15	Panalpina Polska	Strategia firmy zakłada, że osiągnięcie pierwszeństwa w obsłudze zapewni wzrost udziału w rynku
17	DPD Polska	Najszybciej rozwijająca się firma kurierska, realizująca strategię dynamicznego wzrostu udziału w rynku. Przejęcie przez nią spółki Siódemka czyni z niej lidera rynku przesyłek krajowych
18	Allport Cargo Services Poland Poland	*Największy wzrost pozycji rynkowej wśród partnerów programu*: poszerzenie zakresu oferowanych w Polsce usług o fracht morski i lotniczy, oraz e-commerce, zdynamizowało sprzedaż
19	Poczta Polska	*Dynamiczne wejście na rynek krajowych przewozów drobnicowych*: największa sieć stałych połączeń transportu drogowego daje możliwość oferowania usług logistycznych (listy, paczki, palety) bez konieczności budowania osobnych sieci połączeń transportowych; najpopularniejszy operator logistyczny na rynku e-commerce
20	IFB International Freightbridge (Poland)	Udany mariaż usług z zakresu frachtu morskiego i lotniczego z usługami logistycznymi oraz dystrybucji
21	Delta Trans	Budowanie zaangażowanych modeli koprodukcyjnych w zakresie outsourcingu usług logistycznych. Aby pozostać na szczycie firma intensywnie rozwija nowe rodzaje usług
22	DSV Solutions	Międzynarodowe doświadczenie we wdrażaniu projektów logistycznych w zarządzaniu sprzedażą, zapasami i dystrybucją

22	Spedimex	Najbardziej ambitny i ryzykowny program inwestycyjny w branży. Rozbudowa sieci dystrybucyjnej ma nie tylko zrównoważyć ofertę produktową, ale wydatnie zwiększyć możliwości operacyjne, aby móc świadczyć konkurencyjny cenowo i jakościowo serwis usług
24	Omega Pilzno	Doskonały przykład transformacji firmy o wąskiej specjalizacji w firmę logistyczną, rozwijającą doskonale oceniane przewozy morskie, inwestującej w bazę magazynową i usługi o wartości dodanej
25	Damco Poland	Doskonały przykład jak można skutecznie rozwijać firmę w ramach nowych specjalizacji; kojarzona głównie z działalnością morską, specjalizuje się również w logistyce farmacji i weterynarii
26	Polar Logistics	Celem założonej przed dwoma laty firmy jest koordynowanie obsługi transportowej i logistycznej ładunków z Polski do Finlandii, oraz innych krajów skandynawskich, a także konsolidacja ładunków z Zachodniej Europy do Rosji
27	Raben Transport	*Najczęściej rekomendowana firma w segmencie „Transport i spedycja drogowa"*: konsekwentnie rozszerza paletę usług FTL. Transport krajowy tworzy synergię z biznesem międzynarodowym. Rozwój usług intermodalnych buduje przyszłą alternatywę dla transportu drogowego
28	Link	Lider międzynarodowych przewozów drogowych do północno-zachodniej Europy rozszerza ofertę o usługi w transporcie krajowym oraz intermodalnym
29	ID Logistics Polska	Nowy na polskim rynku operator logistyczny, dzięki liczącemu się potencjałowi mogący świadczyć usługi w zakresie wielu różnych łańcuchów dostaw w oparciu o zaawansowane systemy IT: dystrybucja krajowa, transport międzynarodowy, usługi spedycyjne, kompleksowa obsługa magazynowa oraz usługi co-packingu
30	ND Polska	Bez wątpliwości największa firma transportowa w kraju. Jej pozycja rynkowa będzie stale rosła

I. ZAKRES I OCENA USŁUG LOGISTYCZNYCH

Pozycja				Wskaźnik zakresu pozytywnie ocenianych usług		
2012	2013	**2014**		2012	2013	**2014**
1	2	**1**	**TNT Express Worldwide (Poland)**	36,87%	39,04%	**38,11%**
7	6	**2**	**DHL Express**	27,26%	27,43%	**33,04%**
16	3	**3**	**General Logistics Systems Poland**	23,39%	30,76%	**30,29%**
–	–	**4**	**Fiege**	–	–	**30,28%**
24	10	**5**	**Maszoński Logistic**	21,67%	25,00%	**28,30%**
9	9	**6**	**DPD Polska**	26,54%	25,08%	**27,69%**
2	–	**7**	**DHL Supply Chain**	36,58%	–	**26,65%**
30	–	**8**	**Damco Poland**	19,29%	–	**26,57%**
–	–	**9**	**arvato Polska**	–	–	**25,75%**
10	8	**10**	**Diera**	25,76%	25,81%	**25,73%**
6	4	**11**	**Raben Polska**	27,39%	29,19%	**24,81%**
13	1	**12**	**FM Logistic**	24,17%	40,42%	**24,16%**
11	13	**13**	**Spedimex**	24,61%	23,62%	**23,82%**
23	21	**14**	**Hellmann Worldwide Logistics Polska**	21,77%	21,69%	**23,64%**
14	16	**15**	**Panalpina Polska**	23,67%	23,03%	**23,29%**
12	5	**16**	**C. Hartwig Gdynia**	24,42%	28,44%	**23,08%**
–	27	**17**	**Allport Cargo Services Poland**	–	19,77%	**22,80%**
8	17	**18**	**Geodis Calberson Polska**	27,10%	22,94%	**22,77%**
–	–	**19**	**DSV Solutions**	–	–	**22,53%**
–	–	**20**	**Poczta Polska**	–	–	**21,49%**
36	–	**21**	**ID Logistics Polska**	13,49%	–	**21,10%**
17	18	**22**	**IFB International Freightbridge (Poland)**	23,12%	22,10%	**19,57%**
27	25	**23**	**Omega Pilzno**	21,11%	19,90%	**19,26%**
–	–	**24**	**General Logistics Systems Poland** *obsługa e-commerce*	–	–	**18,67%**
–	–	**25**	**Polar Logistics**	–	–	**17,98%**
15	24	**26**	**Raben Transport**	23,44%	20,31%	**17,45%**
28	26	**27**	**Delta Trans**	20,99%	19,84%	**16,54%**
29	30	**28**	**Link**	19,41%	15,74%	**16,36%**
–	–	**29**	**DPD Polska** *obsługa e-commerce*	–	–	**14,26%**
–	29	**30**	**ND Polska**	–	17,98%	**13,21%**
–	–	**31**	**Spedimex** *obsługa e-commerce*	–	–	**12,06%**

Uwagi do tabeli:

Wynik danej firmy to odsetek spośród ogółu kluczowych klientów tej firmy całkowicie zadowolonych (oceny 8-10 na skali 10-elementowej) z wykonywania najbardziej powszechnych usług logistycznych. Listy użyte w badaniu poszczególnych segmentów rynku objęły kilkadziesiąt rodzajów usług. Maksymalny wynik oznaczałby, że wszyscy klienci danej firmy korzystają ze wszystkich możliwych rodzajów usług oraz że wszyscy klienci oceniają usługodawcę pozytywnie.

Wskaźnik zakresu pozytywnie ocenianych usług, choć utrzymuje się na wysokim poziomie (średnia 21,88%), to jest niższy niż w okresie 2010-2012.

FIRMY NAJWYŻEJ OCENIANE PRZEZ SWOICH KLUCZOWYCH KLIENTÓW W POSZCZEGÓLNYCH RODZAJACH USŁUG

	Firmy najwyżej oceniane				
Rodzaj usług	**I**	**II**	**III**	**IV**	**V**
1. Ogólnie: przewozy towarów (transport, spedycja)	Maszoński	Allport	Link	Polar	Diera
2. Krajowe	GLS	Maszoński	TNT	Raben Polska	Spedimex
3. Międzynarodowe	Link	Polar	Allport	Panalpina	TNT
4. Kolejowe i kombinowane	IFB	Hartwig	Panalpina	Omega Pilzno	Raben Transport
5. Morskie	Panalpina	Hartwig	IFB	Allport	Damco/ Geodis
6. Lotnicze	TNT	DHL Express	Panalpina	Fiege	Diera
7. Drobnicowe	Raben Polska	Diera	Fiege	Poczta Polska	Hellmann
8. Częściowe	Polar	Raben Polska	Diera	Hellmann	Allport
9. Całopojazdowe	Link	Maszoński	Polar	Raben Transport	Omega Pilzno
10. Kontenerowe	Hartwig	IFB	Damco	Panalpina	Allport
11. Ogólnie: magazynowanie	arvato	FM	Fiege	DHL SC	ID
12. Przyjęcie towaru	arvato	FM	DHL SC	ID	Fiege
13. Magazynowanie	arvato	FM	DHL SC	ID	Fiege
14. Wysyłka	arvato	FM	DHL SC	ID	Fiege
15. Obsługa zwrotów	arvato	DHL SC	FM	ID	Fiege
16. Ogólnie: obsługa klienta e-sklepu	arvato	GLS	DPD	Poczta Polska	Spedimex
17. Obsługa infolinii	arvato	GLS	DPD	Poczta Polska	Spedimex
18. Obsługa zwrotów	arvato	GLS	Poczta Polska	DPD	Spedimex
19. Ogólnie: obsługa IT e-sklepu	GLS	Spedimex	arvato	Poczta Polska	DPD
20. Prowadzenie platformy informatycznej e-sklepu	DPD	Poczta Polska	GLS		
21. Integracja systemów informatycznych	DPD	GLS	arvato		
22. Ogólnie: VAS dla e-sklepu	GLS	arvato	DPD	Poczta Polska	Spedimex
23. Ogólnie: obsługa finansowa	DPD	GLS	Poczta Polska	TNT	DHL Express
24. Odbiór dokumentów zwrotnych	GLS	DPD	Poczta Polska	TNT	DHL Express
25. Pobranie gotówki za towar	DPD	GLS	Poczta Polska	TNT	DHL Express
26. Płatności on-line	GLS	DPD	TNT	Poczta Polska	DHL Express
27. Ogólnie: usługi kurierskie	TNT	DHL Express	DPD	GLS	Poczta Polska
28. Dostawa tego samego dnia	TNT	DPD	Poczta Polska	DHL Express	Diera
29. Dostawa w następny dzień roboczy	TNT	DPD	GLS	DHL Express	Poczta Polska
30. Gwarantowana godzina dostawy następnego dnia	TNT	DHL Express	GLS	DPD	Poczta Polska
31. Serwis międzynarodowy drogowy	TNT	DHL Express	GLS	DPD	Diera
32. Serwis międzynarodowy lotniczy	TNT	DHL Express			
33. Typ przesyłki: waga do 1 kg	TNT	DHL Express	DPD	GLS	Poczta Polska
34. Typ przesyłki: paczki	DHL Express	TNT	DPD	GLS	Poczta Polska
35. Usługi celne	Panalpina	DHL Express	TNT	IFB	Hartwig
36. Magazynowanie, zarządzanie zapasami i konfekcjonowanie	DHL SC	FM	DSV	ID	Damco
37. Spedycja	Diera	Geodis	Maszoński	Spedimex	Hartwig
38. Logistyka kontraktowa	FM	DHL SC	Fiege	ID	Damco
39. Zaopatrzenie produkcji	DHL SC	Maszoński	Damco	Fiege	Delta Trans
40. Dystrybucja produktów gotowych	Fiege	Damco	GLS	DPD	Omega Pilzno
41. Dostawy w trybie *just-in-time*	Maszoński	Link	Hellmann	FM	Raben Transport

Uwagi do tabeli:
Wynik danej firmy to iloczyn odsetka kluczowych klientów korzystających z danej usługi i odsetka klientów oceniających obsługę tej firmy bardzo wysoko (oceny 8-10 na skali 10-elementowej).

II. WYKONANIE ZAŁOŻONYCH NORM USŁUG LOGISTYCZNYCH W OCENIE KLUCZOWYCH KLIENTÓW

Pozycja			Terminowość		Kompletność		Bezbłędność		Ogółem
2013	2014		2013	2014	2013	2014	2013	2014	2014
1	1	Hellmann Worldwide Logistics Polska	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	**100,0%**
7	1	Maszoński Logistic	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	90,9%	100,0%	**100,0%**
8	3	TNT Express Worldwide (Poland)	94,2%	96,3%	96,2%	96,3%	90,4%	92,6%	**92,6%**
–	4	Polar Logistics	–	96,8%	–	96,8%	–	93,5%	**90,3%**
6	5	Diera	94,0%	94,0%	100,0%	94,0%	98,0%	92,0%	**90,0%**
–	6	General Logistics Systems Poland *obsługa e-commerce*	–	92,3%	–	94,2%	–	88,5%	**86,5%**
14	7	Delta Trans	86,4%	86,4%	86,4%	86,4%	86,4%	86,4%	**86,4%**
24	8	Omega Pilzno	85,7%	86,5%	89,3%	86,5%	82,1%	86,5%	**82,7%**
9	9	C. Hartwig Gdynia	94,0%	84,3%	96,0%	94,1%	92,0%	96,1%	**80,4%**
10	10	Geodis Calberson Polska	87,5%	80,0%	100,0%	100,0%	93,8%	100,0%	**80,0%**
16	11	DHL Express	92,3%	92,2%	88,5%	94,1%	80,8%	84,3%	**78,4%**
13	12	Allport Cargo Services Poland	90,0%	80,7%	96,0%	98,2%	92,0%	93,0%	**77,2%**
17	13	General Logistics Systems Poland	90,0%	90,4%	92,0%	90,4%	82,0%	80,8%	**76,9%**
–	14	Fiege	–	91,7%	–	91,7%	–	91,7%	**75,0%**
21	15	Link	77,8%	90,9%	88,9%	81,8%	83,3%	72,7%	**72,7%**
12	16	IFB International Freightbridge (Poland)	91,1%	76,5%	95,6%	96,1%	91,1%	88,2%	**72,5%**
–	17	Poczta Polska	–	84,0%	–	80,0%	–	80,0%	**72,0%**
20	17	FM Logistic	90,9%	76,5%	90,9%	82,4%	81,8%	76,5%	**70,6%**
–	19	Damco Poland	–	80,0%	–	95,0%	–	80,0%	**70,0%**
27	20	Raben Transport	72,2%	84,8%	86,1%	84,8%	83,3%	76,1%	**69,6%**
–	21	DPD Polska *obsługa e-commerce*	–	84,4%	–	87,5%	–	71,9%	**68,8%**
22	22	Spedimex	78,0%	78,4%	86,0%	96,1%	86,0%	82,4%	**68,6%**
–	23	arvato Polska	–	100,0%	–	83,3%	–	66,7%	**66,7%**
17	23	Panalpina Polska	83,1%	71,1%	100,0%	97,8%	88,1%	88,9%	**66,7%**
26	25	DPD Polska	80,4%	80,4%	77,1%	82,4%	62,9%	74,5%	**64,7%**
23	26	Raben Polska	75,8%	74,5%	87,1%	94,5%	80,6%	76,4%	**61,8%**
15	27	ND Polska	86,2%	72,1%	86,2%	83,7%	100,0%	76,7%	**60,5%**
–	28	DHL Supply Chain	–	77,8%	–	88,9%	–	66,7%	**55,6%**
–	29	DSV Solutions	–	60,0%	–	73,3%	–	66,7%	**53,3%**
–	30	ID Logistics Polska	–	60,0%	–	60,0%	–	40,0%	**40,0%**
–	31	Spedimex *obsługa e-commerce*	–	20,0%	–	20,0%	–	20,0%	**20,0%**

Uwagi do tabeli:

Wynik danej firmy to odsetek kluczowych klientów oceniających wykonanie założonych norm usług logistycznych przez tę firmę bardzo wysoko (oceny 8-10 na skali 10-elementowej). Wzięto pod uwagę najbardziej powszechne normy: terminowość dostaw (dostawy w uzgodnionym terminie), kompletność dostaw (dostawy zrealizowane w całości) oraz bezbłędność dostaw (dostawy bez uchybień dokumentacji i znakowania, uszkodzeń towarów lub opakowań). Ogólny wskaźnik przedstawia odsetek klientów danej firmy, którzy jednocześnie wysoko oceniają wykonanie wszystkich branych pod uwagę norm.

Ocena wykonania norm terminowości, kompletności i bezbłędności dostaw w ciągu obecnych kryzysowych lat jest zdecydowanie wyższa niż w okresie koniunktury. Średnia wartość ogólnego wskaźnika wynosi 72,6% (2013 r. – 78,1%, 2012 – 72,9%, 2011 r. – 72,6%, 2010 r. – 70,2%, 2009 r. – 77,5%, 2008 r. – 68,7%, 2007 r. – 66,3%, 2006 r. – 66,4%, 2005 r. – 68,3%).

III. POZYCJA RYNKOWA W OCENIE KLUCZOWYCH KLIENTÓW

Pozycja				Ważony wskaźnik satysfakcji		
2012	2013	**2014**		2012	2013	**2014**
1	1	**1**	**Maszoński Logistic**	89,80%	79,80%	**78,70%**
6	4	**2**	**TNT Express Worldwide (Poland)**	75,15%	74,87%	**76,89%**
22	5	**3**	**Raben Polska**	48,41%	73,33%	**70,18%**
2	7	**4**	**DHL Express**	75,72%	66,64%	**68,93%**
–	–	**5**	**General Logistics Systems Poland** *obsługa e-commerce*	–	–	**68,14%**
10	6	**6**	**General Logistics Systems Poland**	58,79%	72,30%	**64,67%**
–	–	**7**	**DPD Polska** *obsługa e-commerce*	–	–	**64,17%**
–	–	**8**	**arvato Polska**	–	–	**62,03%**
–	–	**9**	**Fiege**	–	–	**60,71%**
8	10	**10**	**Diera**	65,69%	65,56%	**60,59%**
–	26	**11**	**Allport Cargo Services Poland**	–	49,69%	**59,75%**
21	13	**12**	**C. Hartwig Gdynia**	48,50%	63,14%	**58,83%**
9	–	**13**	**DHL Supply Chain**	64,81%	–	**57,54%**
7	16	**14**	**Hellmann Worldwide Logistics Polska**	68,19%	59,60%	**57,24%**
–	–	**15**	**Poczta Polska**	–	–	**57,16%**
13	19	**16**	**IFB International Freightbridge (Poland)**	55,61%	56,83%	**56,88%**
31	2	**17**	**FM Logistic**	41,93%	79,11%	**56,73%**
4	19	**18**	**Panalpina Polska**	75,59%	65,65%	**54,55%**
12	22	**19**	**Geodis Calberson Polska**	57,28%	53,66%	**53,21%**
17	29	**20**	**Link**	50,85%	42,22%	**49,44%**
33	23	**21**	**Omega Pilzno**	40,49%	51,81%	**49,13%**
5	14	**22**	**Spedimex**	75,30%	62,80%	**49,02%**
32	24	**23**	**Delta Trans**	41,49%	51,66%	**46,49%**
19	–	**24**	**Damco Poland**	49,73%	–	**45,07%**
28	15	**25**	**DPD Polska**	45,32%	60,19%	**42,11%**
–	–	**26**	**DSV Solutions**	–	–	**34,66%**
36	–	**27**	**ID Logistics Polska**	16,53%	–	**34,15%**
18	28	**28**	**Raben Transport**	50,32%	46,80%	**32,23%**
–	30	**29**	**ND Polska**	–	38,43%	**23,29%**
–	–	**30**	**Spedimex** *obsługa e-commerce*	–	–	**11,83%**
–	–	**31**	**Polar Logistics**	–	–	**9,13%**

Uwagi do tabeli:

Wskaźnik ten obrazuje poziom zaufania do standardu obsługi danej firmy, która nie daje się przez inne zastąpić. Oferowany przez każdą firmę standard obsługi odnoszony jest do standardu proponowanego przez firmy konkurencyjne, wyznaczając pozycję na właściwym dla niej rynku.

Prezentowane wyniki pokazują, jak często firma logistyczna wskazywana jest przez swoich kluczowych klientów jako najlepsza firma na rynku w danych dziedzinach obsługi, przy uwzględnieniu znaczenia przypisywanego przez klientów danej dziedzinie. Każdy badany klient znaczenie danej dziedziny oceniał na skali 10-elementowej. W powyższym zestawieniu podano wynik ogółem, będący średnią oceną dla piętnastu badanych kategorii obsługi klienta.

Wskaźnik poziomu zaufania do obsługi badanych firm wynosi 53,62%, a więc jest zbliżony do stanu z lat 2010-2012, i tym samym jest wyraźnie niższy niż w latach 2006-2009 i 2013.

FIRMY OFERUJĄCE W OCENIE KLUCZOWYCH KLIENTÓW DANYCH FIRM NAJWYŻSZY NA RYNKU STANDARD OBSŁUGI

	Najwyżej oceniana firma				
Cecha obsługi	I	II	III	IV	V
a. Doświadczenie w obsłudze rynku e-commerce w Polsce i za granicą	ARVATO	GLS	DPD	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
b. Skalowalność biznesu (powierzchnia, infrastruktura, zasoby personalne)	GLS	DPD	ARVATO	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
c. Wielokanałowość (możliwość obsługi zarówno e-commerce, jak i B2B)	ARVATO	DPD	GLS	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
d. Czas odpowiedzi na zapytanie ofertowe	MASZOŃSKI	TNT	DHL EXPRESS	RABEN POLSKA	DIERA
e. Doświadczenie i wiarygodność	MASZOŃSKI	RABEN POLSKA	TNT	FM	DHL EXPRESS
f. Cena usług odpowiada jakości	FIEGE	POCZTA POLSKA	GLS	MASZOŃSKI	RABEN POLSKA
g. Informatyzacja i integracja systemów operacyjno-informatycznych	ARVATO	TNT	DHL EXPRESS	GLS	MASZOŃSKI
h. Kompleksowość usług	FM	TNT	DHL EXPRESS	FIEGE	DHL SC
i. Poprawność kompletacji	ARVATO	GLS	DPD	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
j. Usługi dodatkowe (VAS)	ARVATO	DPD	GLS	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
k. Zasięg geograficzny dostaw	HELLMANN	MASZOŃSKI	GLS	TNT	FIEGE
l. Elastyczność (terminy i forma dostaw)	MASZOŃSKI	HELLMANN	TNT	GEODIS	DIERA
m. Czas od zamówienia do dostawy	TNT	MASZOŃSKI	FIEGE	GLS	DHL EXPRESS
n. Terminowość dostaw (dostawy w uzgodnionym terminie)	MASZOŃSKI	TNT	GEODIS	GLS	DHL SC
o. Kompletność dostaw (dostawy zrealizowane w całości)	TNT	MASZOŃSKI	GEODIS	DHL SC	POCZTA POLSKA
p. Bezbłędność dostaw (dostawy bez uchybień dokumentacji i znakowania, uszkodzeń towarów lub opakowań)	TNT	MASZOŃSKI	DHL SC	GEODIS	HARTWIG
q. Obieg informacji o stanie realizacji dostaw/o trudnościach w realizacji	MASZOŃSKI	GLS	TNT	DPD	ALLPORT
r. Obsługa zwrotów	GLS	POCZTA POLSKA	ARVATO	DPD	SPEDIMEX
s. Procedury załatwiania sporów i reklamacji	MASZOŃSKI	TNT	RABEN POLSKA	GLS	DHL EXPRESS
t. Potencjał niezbędny do wykonania zamówień	FM	DHL EXPRESS	TNT	RABEN POLSKA	POCZTA POLSKA
u. Wprowadzanie nowych rozwiązań organizacyjnych i technologicznych	RABEN POLSKA	TNT	MASZOŃSKI	DHL EXPRESS	GLS

ALFA PROJEKT

Alfa Projekt jest liderem w dziedzinie innowacyjnych rozwiązań IT dla sektora KEP. Flagowym produktem spółki jest modułowy system &UP, stworzony i stale rozwijany z myślą o optymalizacji procesu logistycznego na każdym jego etapie – od momentu nadania przesyłki aż po jej doręczenie. Nowatorskie rozwiązania Alfa Projekt – dzięki przepływowi danych w czasie rzeczywistym – umożliwiają szybkie i efektywne zarządzanie pracą kurierów. Automatycznie analizują sytuację na drogach oraz przydzielają kolejne zlecenia na podstawie bieżącej lokalizacji doręczycieli. Ponadto – w przypadku zaistnienia zdarzeń losowych – aktualizują zadania całego zespołu, zapewniając skuteczną dostawę przesyłek. Stały przepływ danych gwarantowany przez rozwiązania informatyczne Alfa Projekt umożliwia przede wszystkim szybką reakcję w każdych okolicznościach, co finalnie przekłada się na zadowolenie konsumentów. Inteligentne systemy informatyczne Alfa Projekt są odpowiedzią na wyzwania, jakie stoją przed branżą logistyczną w dobie jej dynamicznego rozwoju.

Alfa Projekt Sp. z o. o.
01-651 Warszawa
ul. Gwiaździsta 71
tel. +48 22 401 09 53
fax. +48 22 831 75 45
www.alfa-projekt.pl

IV. POZYCJA RYNKOWA W OCENIE OGÓŁU KLIENTÓW

Pozycja				Odsetek wskazań		
2012	2013	**2014**		2012	2013	**2014**
1	1	**1**	**DHL Express**	3,51%	6,26%	**5,70%**
23	–	**2**	**DHL Supply Chain**	1,36%		**5,47%**
2	3	**3**	**Raben Polska**	3,08%	3,44%	**3,51%**
4	2	**4**	**TNT Express Worldwide (Poland)**	2,73%	3,94%	**3,36%**
12	6	**5**	**FM Logistic**	1,75%	3,15%	**2,81%**
13	21	**6**	**Geodis Calberson Polska**	1,65%	1,94%	**2,70%**
7	8	**7**	**Maszoński Logistic**	2,08%	3,02%	**2,69%**
5	5	**8**	**Hellmann Worldwide Logistics Polska**	2,66%	3,26%	**2,47%**
–	–	**9**	**DSV Solutions**	–	–	**2,44%**
–	–	**10**	**General Logistics Systems Poland** *obsługa e-commerce*	–	–	**2,34%**
10	7	**11**	**General Logistics Systems Poland**	1,83%	3,10%	**2,27%**
–	–	**12**	**DPD Polska** *obsługa e-commerce*	–	–	**2,23%**
–	–	**13**	**Fiege**	–	–	**2,01%**
6	11	**14**	**Panalpina Polska**	2,25%	2,40%	**1,98%**
16	9	**15**	**DPD Polska**	1,52%	2,73%	**1,94%**
–	–	**16**	**arvato Polska**	–	–	**1,91%**
21	13	**17**	**C. Hartwig Gdynia**	1,38%	2,23%	**1,90%**
9	12	**18**	**Diera**	1,84%	2,24%	**1,85%**
15	25	**19**	**IFB International Freightbridge (Poland)**	1,53%	1,84%	**1,84%**
–	28	**20**	**Allport Cargo Services Poland**	–	1,62%	**1,69%**
25	26	**21**	**Delta Trans**	1,30%	1,76%	**1,62%**
–	–	**22**	**Poczta Polska**	–	–	**1,51%**
8	18	**23**	**Spedimex**	1,99	2,12%	**1,51%**
11	10	**24**	**Raben Transport**	1,79%	2,26%	**1,50%**
17	29	**25**	**Link**	1,51%	1,59%	**1,49%**
32	24	**26**	**Omega Pilzno**	1,15%	1,85%	**1,41%**
19	–	**27**	**Damco Poland**	1,47%	–	**1,37%**
36	–	**28**	**ID Logistics Polska**	0,40%	–	**1,20%**
–	30	**29**	**ND Polska**	–	1,56%	**0,71%**
–	–	**30**	**Spedimex** *obsługa e-commerce*	–		**0,61%**
–	–	**31**	**Polar Logistics**	–	–	**0,25%**

Uwagi do tabeli:

Prezentowane wyniki pokazują, jak często dana firma logistyczna wskazywana jest przez ogół klientów badanych firm jako najlepsza w dziedzinie obsługi klientów.

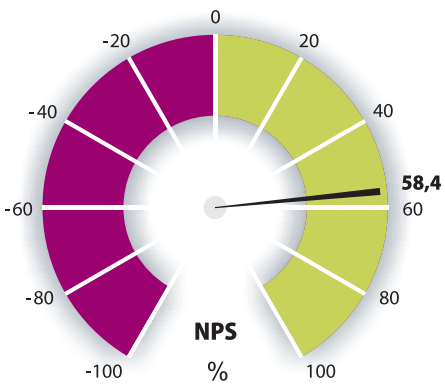
W powyższym zestawieniu podano wynik ogółem, będący średnią liczbą wskazań dla piętnastu badanych kategorii obsługi logistycznej, przy uwzględnieniu znaczenia przypisywanego przez klientów poszczególnym dziedzinom obsługi. Wynik ważony jest dla tych firm, których główni konkurenci nie wzięli udziału w badaniu.

Aż 70% wskazań objęło którąś z 31 firm uczestniczących w badaniu, a tylko w co 9 przypadku klienci nie potrafili wskazać firmy najlepszej w danej dziedzinie, w reszcie sytuacji klienci wskazywali na inne wymienione z nazwy firmy.

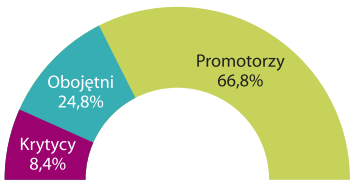
FIRMY OFERUJĄCE W OCENIE KLIENTÓW WSZYSTKICH FIRM NAJWYŻSZY NA RYNKU STANDARD OBSŁUGI

	Najwyżej oceniana firma				
Cecha obsługi	I	II	III	IV	V
a. Doświadczenie w obsłudze rynku e-commerce w Polsce i za granicą	ARVATO	GLS	DPD	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
b. Skalowalność biznesu (powierzchnia, infrastruktura, zasoby personalne)	DPD	GLS	ARVATO	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
c. Wielokanałowość (możliwość obsługi zarówno e-commerce, jak i B2B)	DPD	ARVATO	GLS	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
d. Czas odpowiedzi na zapytanie ofertowe	DHL SC	DHL EXPRESS	RABEN POLSKA	TNT	FM
e. Doświadczenie i wiarygodność	DHL SC	DHL EXPRESS	FM	DSV	RABEN POLSKA
f. Cena usług odpowiada jakości	DHL EXPRESS	DHL SC	RABEN POLSKA	FIEGE	GLS
g. Informatyzacja i integracja systemów operacyjno-informatycznych	DHL SC	DHL EXPRESS	RABEN POLSKA	TNT	ARVATO
h. Kompleksowość usług	FM	DHL SC	DHL EXPRESS	DSV	RABEN POLSKA
i. Poprawność kompletacji	ARVATO	DPD	GLS	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
j. Usługi dodatkowe (VAS)	ARVATO	DPD	GLS	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
k. Zasięg geograficzny dostaw	DHL EXPRESS	HELLMANN	RABEN POLSKA	TNT	GEODIS
l. Elastyczność (terminy i forma dostaw)	DHL SC	DHL EXPRESS	GEODIS	HELLMANN	TNT
m. Czas od zamówienia do dostawy	DHL SC	DHL EXPRESS	TNT	RABEN POLSKA	FM
n. Terminowość dostaw (dostawy w uzgodnionym terminie)	DHL EXPRESS	DHL SC	TNT	RABEN POLSKA	GEODIS
o. Kompletność dostaw (dostawy zrealizowane w całości)	DHL SC	DHL EXPRESS	GEODIS	TNT	RABEN POLSKA
p. Bezbłędność dostaw (dostawy bez uchybień dokumentacji i znakowania, uszkodzeń towarów lub opakowań)	GEODIS	DHL SC	DHL EXPRESS	TNT	RABEN POLSKA
q. Obieg informacji o stanie realizacji dostaw/o trudnościach w realizacji	DHL SC	DHL EXPRESS	TNT	RABEN POLSKA	MASZOŃSKI
r. Obsługa zwrotów	ARVATO	GLS	DPD	POCZTA POLSKA	SPEDIMEX
s. Procedury załatwiania sporów i reklamacji	DHL EXPRESS	DHL SC	RABEN POLSKA	TNT	MASZOŃSKI
t. Potencjał niezbędny do wykonania zamówień	FM	DHL EXPRESS	DHL SC	RABEN POLSKA	GEODIS
u. Wprowadzanie nowych rozwiązań organizacyjnych i technologicznych	DHL SC	DHL EXPRESS	RABEN POLSKA	TNT	FM

NPS - INDEKS LOJALNOŚCI DLA BRANŻY LOGISTYCZNEJ (2014)



Indeks NPS 2014



Rozkład opinii klientów

V. LOJALNOŚĆ KLUCZOWYCH KLIENTÓW

Pozycja		Odsetek wskazań			
2014		Krytycy	Obojętni	Promotorzy	NPS
1	Geodis Calberson Polska	0,0%	0,0%	100,0%	**100,0%**
1	Maszoński Logistic	0,0%	0,0%	100,0%	**100,0%**
3	Hellmann Worldwide Logistics Polska	7,1%	0,0%	92,9%	**85,8%**
4	arvato Polska	0,0%	16,7%	83,3%	**83,3%**
5	TNT Express Worldwide (Poland)	1,9%	14,8%	83,3%	**81,4%**
6	General Logistics Systems Poland	0,0%	19,2%	80,8%	**80,8%**
7	Raben Polska	0,0%	20,0%	80,0%	**80,0%**
8	General Logistics Systems Poland *obsługa e-commerce*	3,8%	15,4%	80,8%	**77,0%**
9	C. Hartwig Gdynia	5,9%	13,7%	80,4%	**74,5%**
10	Polar Logistics	0,0%	25,8%	74,2%	**74,2%**
11	DHL Express	2,0%	23,5%	74,5%	**72,5%**
12	Panalpina Polska	2,2%	24,4%	73,3%	**71,1%**
13	Diera	10,0%	12,0%	78,0%	**68,0%**
14	IFB International Freightbridge (Poland)	7,8%	19,6%	72,5%	**64,7%**
15	Allport Cargo Services Poland	3,5%	29,8%	66,7%	**63,2%**
16	Delta Trans	13,6%	13,6%	72,7%	**59,1%**
17	Poczta Polska	7,1%	26,8%	66,1%	**59,0%**
18	DPD Polska	5,9%	35,3%	58,8%	**52,9%**
18	FM Logistic	11,8%	23,5%	64,7%	**52,9%**
20	Omega Pilzno	13,5%	21,2%	65,4%	**51,9%**
21	Fiege	0,0%	50,0%	50,0%	**50,0%**
22	Spedimex	13,7%	25,5%	60,8%	**47,1%**
23	DPD Polska *obsługa e-commerce*	16,1%	22,6%	61,3%	**45,2%**
24	DHL Supply Chain	0,0%	55,6%	44,4%	**44,4%**
25	Raben Transport	15,2%	41,3%	43,5%	**28,3%**
26	DSV Solutions	26,7%	26,7%	46,7%	**20,0%**
27	Damco Poland	20,0%	45,0%	35,0%	**15,0%**
28	Link	27,3%	36,4%	36,4%	**9,1%**
29	ND Polska	27,9%	44,2%	27,9%	**0,0%**
30	ID Logistics Polska	40,0%	40,0%	20,0%	**-20,0%**
30	Spedimex *obsługa e-commerce*	20,0%	80,0%	0,0%	**-20,0%**

Uwagi do tabeli:

Prezentowane wyniki pokazują, jak często dana firma logistyczna wskazywana jest przez kluczowych klientów jako firma, którą bez zastrzeżeń poleciliby innym albo odradziliby korzystanie z jej usług, lub byłoby to im obojętne. W badaniu wzorujemy się na najbardziej popularnej na świecie metodzie badania lojalności klientów, opracowanej przez Fredericka F. Reichhelda. Indeks NPS (Net Promoter Score), który może przyjmować wartości od -100% do 100%, stanowi różnicę pomiędzy zdecydowanymi zwolennikami a krytykami danej firmy.

VI. LIDER RYNKU W OCENIE KLUCZOWYCH KLIENTÓW

Pozycja				Odsetek wskazań		
2012	2013	2014		2012	2013	2014
1	2	1	Maszoński Logistic	90,0%	81,8%	88,9%
–	–	2	arvato Polska	–	–	83,3%
4	10	3	DHL Express	64,0%	61,5%	74,5%
3	5	4	Raben Polska	66,0%	71,0%	70,9%
–	–	5	General Logistics Systems Poland *obsługa e-commerce*	–	–	65,4%
6	3	6	TNT Express Worldwide (Poland)	60,0%	76,9%	64,8%
31	1	7	FM Logistic	–	–	64,7%
		8	Diera	25,0%	91,7%	56,0%
12	6	9	General Logistics Systems Poland	52,0%	70,0%	53,8%
–	–	10	DPD Polska *obsługa e-commerce*	–	–	53,1%
14	16	11	Panalpina Polska	51,7%	54,2%	51,1%
6	8	12	Hellmann Worldwide Logistics Polska	60,0%	62,5%	50,0%
–	–	12	Fiege	–	–	50,0%
–	–	14	Poczta Polska	–	–	46,2%
12	18	15	DPD Polska	52,0%	52,0%	45,1%
24	17	15	C. Hartwig Gdynia	35,0%	54,0%	45,1%
6	–	17	DHL Supply Chain	60,0%	–	44,4%
–	28	18	Allport Cargo Services Poland	–	36,0%	43,9%
20	21	19	Spedimex	39,6%	48,0%	41,2%
21	13	20	Omega Pilzno	38,1%	57,1%	40,4%
16	25	21	Geodis Calberson Polska	46,7%	43,8%	40,0%
33	19	22	IFB International Freightbridge (Poland)	23,7%	51,1%	39,2%
9	27	23	Delta Trans	58,3%	40,9%	36,4%
–	–	24	DSV Solutions	–	–	33,3%
11	23	25	Raben Transport	52,9%	44,4%	28,3%
22	30	26	Link	37,5%	33,3%	27,3%
17	–	27	Damco Poland	46,4%	–	25,0%
35	–	28	ID Logistics Polska	14,3%	–	20,0%
–	–	28	Spedimex *obsługa e-commerce*	–	–	20,0%
–	–	30	Polar Logistics	–	–	16,1%
–	26	31	ND Polska	–	41,4%	7,0%

Uwagi do tabeli:

Prezentowane wyniki pokazują, jak często dana firma logistyczna wskazywana jest przez swoich kluczowych klientów jako najlepsza firma logistyczna na rynku. Brak wskazania na jakąkolwiek firmę nie jest usuwany z podstawy obliczeń i jest traktowany jak każde zaprzeczenie, że dana firma jest najlepsza na rynku.

Ogólny odsetek klientów potwierdzających, że obsługujące je firmy to liderzy rynku, jest niższe niż rekordowy ubiegłoroczny i wynosi 47,4% (2013 r. – 54,2%, 2012 r. – 43,9%, 2011 r. – 45,5%, 2010 r. – 45,9%, 2009 r. – 53,9%, 2008 r. – 49,8%, 2007 r. – 54,0%, 2006 r. – 47,9%, 2005 r. – 51,8%).

VII. NAJBARDZIEJ KONKURENCYJNA FIRMA W OCENIE OGÓŁU KLIENTÓW

Pozycja				Proporcja ogólnej liczby klientów uznających daną firmę za najlepszą na rynku do liczby poddanych badaniu jej klientów kluczowych		
2012	2013	**2013**		2012	2013	**2014**
1	1	**1**	**DHL Express**	3,840	4,019	**4,608**
9	5	**2**	**FM Logistic**	1,000	1,667	**2,235**
2	2	**3**	**Raben Polska**	3,500	2,258	**2,164**
14	–	**4**	**DHL Supply Chain**	0,800	–	**1,444**
18	28	**5**	**Geodis Calberson Polska**	0,600	0,438	**1,400**
–	–	**6**	**DPD Polska** *obsługa e-commerce*	–	–	**1,281**
5	4	**7**	**TNT Express Worldwide (Poland)**	1,320	1,750	**1,167**
–	–	**8**	**arvato Polska**	–	–	**1,000**
–	–	**8**	**DSV Solutions**	–	–	**1,000**
4	6	**10**	**Hellmann Worldwide Logistics Polska**	1,667	1,563	**0,929**
6	7	**11**	**DPD Polska**	1,200	1,440	**0,902**
7	11	**12**	**Maszoński Logistic**	1,100	0,909	**0,889**
13	12	**13**	**Panalpina Polska**	0,828	0,814	**0,844**
10	9	**14**	**General Logistics Systems Poland**	0,980	1,080	**0,827**
–	–	**15**	**General Logistics Systems Poland** *obsługa e-commerce*	–	–	**0,769**
–	–	**16**	**Fiege**	–	–	**0,750**
8	3	**16**	**Raben Transport**	1,059	1,778	**0,739**
35	–	**18**	**ID Logistics Polska**	0,143	–	**0,600**
16	16	**19**	**Diera**	0,659	0,700	**0,580**
20	16	**20**	**C. Hartwig Gdynia**	0,575	0,700	**0,549**
26	21	**21**	**Spedimex**	0,417	0,580	**0,510**
11	24	**22**	**Delta Trans**	0,917	0,545	**0,500**
–	–	**23**	**Poczta Polska**	–	–	**0,482**
–	30	**24**	**Allport Cargo Services Poland**	–	0,360	**0,456**
25	19	**25**	**Omega Pilzno**	0,429	0,643	**0,423**
32	25	**25**	**IFB International Freightbridge (Poland)**	0,263	0,511	**0,392**
23	29	**27**	**Link**	0,500	0,389	**0,364**
17	–	**28**	**Damco Poland**	0,607	–	**0,350**
–	23	**29**	**ND Polska**	–	0,552	**0,302**
–	–	**30**	**Spedimex** *obsługa e-commerce*	–	–	**0,200**
–	–	**31**	**Polar Logistics**	–	–	**0,161**

Uwagi do tabeli:

Wskaźnik pozycji lidera rynku liczony jest jako iloraz ogólnej liczby klientów uznających daną firmę za najlepszą na rynku do liczby poddanych badaniu jej klientów kluczowych. Spośród wszystkich badanych osób aż co piąta spontanicznie wskazała firmę DHL Express jako bezwzględnie najlepszą lub będącą największym konkurentem innych badanych firm.

NAJLEPSZE Z REKOMENDACJI KLIENTÓW DUŻE FIRMY LOGISTYKA KONTRAKTOWA

Pozycja		Korzystają z usług	Korzystają z usług lub rozważali korzystanie	Rekomendują jako jedną z trzech najlepszych firm
1	Raben Polska	60,2%	74,6%	40,8%
2	DHL	61,5%	75,8%	31,3%
3	DB Schenker	43,9%	65,6%	29,4%
4	Poczta Polska	50,0%	61,1%	23,2%
5	Spedimex	28,3%	35,2%	19,4%
6	FM Logistic	18,0%	35,7%	14,7%
7	Rohlig Suus	25,4%	36,1%	13,3%
8	Hellmann	21,3%	30,7%	11,8%
9	DSV	28,7%	39,8%	10,9%
10	Dachser	17,2%	29,5%	9,5%
10	Damco Poland	12,7%	20,1%	9,5%
10	PEKAES	30,3%	50,8%	9,5%

NAJLEPSZE Z REKOMENDACJI KLIENTÓW DUŻE FIRMY TRANSPORT I SPEDYCJA DROGOWA

Pozycja		Korzystają z usług	Korzystają z usług lub rozważali korzystanie	Rekomendują jako jedną z trzech najlepszych firm
1	Raben Transport	65,6%	76,7%	40,4%
2	DHL	67,9%	59,9%	33,2%
3	DB Schenker	46,9%	65,6%	27,4%
4	Omega Pilzno	23,7%	29,4%	17,9%
5	DSV Road	34,0%	43,5%	16,1%
6	Kuehne+Nagel	26,0%	39,3%	12,6%
7	Delta Trans	14,5%	21,0%	10,8%
7	ND Polska	18,3%	20,6%	10,8%
7	PEKAES	34,4%	48,9%	10,8%
10	VAN cargo	16,0%	22,1%	9,4%

Wydawca: DGC Data Group Consulting
ul. Sielecka 48/69 • 00-738 Warszawa • e-mail: piotr.szreter@dgc.com.pl • tel. kom.: 505 121 345
Opracowanie graficzne: Pracownia Graficzna Dąbrowa

NAJLEPSZE Z REKOMENDACJI KLIENTÓW DUŻE FIRMY SPEDYCJA MORSKA I LOTNICZA

Pozycja		Korzystają z usług	Korzystają z usług lub rozważali korzystanie	**Rekomendują jako jedną z trzech najlepszych firm**
1	**DHL Global Forwarding**	71,2%	78,3%	**40,2%**
2	**Panalpina**	38,5%	44,9%	**36,3%**
3	**Raben Polska**	51,7%	60,9%	**27,9%**
4	**DB Schenker**	52,7%	68,6%	**26,3%**
5	**Kuehne+Nagel**	35,1%	47,3%	**16,2%**
6	**C. Hartwig Gdynia**	35,1%	41,5%	**10,6%**
7	**Rohlig Suus**	24,4%	34,8%	**10,1%**
8	**cargo-partner**	24,9%	35,7%	**9,5%**
9	**PEKAES**	28,3%	41,5%	**8,4%**
10	**DSV Air & Sea**	19,5%	28,0%	**7,3%**

Raben
your partner in logistics

LOGISTYKA TO WIĘCEJ NIŻ LOGIKA

www.raben-group.com

Jeden partner. Wiele możliwości.

7500 pracowników
6000 środków transportu
1 000 000 m² powierzchni magazynowej

NAJLEPSZE Z REKOMENDACJI KLIENTÓW DUŻE FIRMY
USŁUGI KURIERSKIE

Pozycja		Korzystają z usług	Korzystają z usług lub rozważali korzystanie	**Rekomendują jako jedną z trzech najlepszych firm**
1	**DHL Express**	72,1%	85,0%	**58,7%**
2	**TNT Express**	52,8%	67,0%	**38,5%**
3	**UPS Polska**	51,1%	73,8%	**35,2%**
4	**DPD Polska**	53,2%	71,7%	**34,7%**
5	**GLS Poland**	48,9%	62,2%	**27,2%**
6	**DB Schenker**	33,9%	51,1%	**17,4%**
7	**Poczta Polska**	65,2%	76,4%	**16,9%**
8	**Raben Polska**	40,3%	50,6%	**16,4%**
9	**FedEx**	37,3%	54,5%	**11,3%**
10	**Siódemka**	25,3%	51,9%	**6,1%**

NAJLEPSZE Z REKOMENDACJI KLIENTÓW DUŻE FIRMY E-COMMERCE

Pozycja		Korzystają z usług	Korzystają z usług lub rozważali korzystanie	**Rekomendują jako jedną z trzech najlepszych firm**
1	**DHL Express**	54,6%	79,1%	**45,0%**
2	**DPD Polska**	65,0%	83,4%	**43,7%**
3	**UPS Polska**	42,3%	62,6%	**39,7%**
4	**Poczta Polska**	83,4%	89,0%	**39,1%**
5	**GLS Poland**	62,0%	77,9%	**37,7%**
6	**InPost**	38,0%	50,3%	**12,6%**
7	**Siódemka**	46,6%	73,6%	**11,9%**
8	**Raben Polska**	28,2%	45,4%	**11,3%**
9	**FedEx**	22,7%	38,7%	**7,3%**
10	**Rohlig Suus**	11,0%	14,1%	**4,0%**

DACHSER
Intelligent Logistics

LOGISTYKA LUDZI Z WIZJĄ.

DACHSER European Logistics

- Międzynarodowa i krajowa sieć drobnicowa
- Zarządzanie łańcuchem dostaw
- Logistyka kontraktowa i magazynowanie
- Innowacyjne technologie informatyczne

www.dachser.pl

Partnerzy programu 2014

Allport Cargo Services Poland – www.pl.allportcargoservices.com – należy do międzynarodowej grupy Allport Cargo Services, jednego z wiodących operatorów logistycznych na świecie obecnego na rynku od 1963 r., posiadającego sieć 450 własnych biur i przedstawicielstw w 130 krajach. Filozofia firmy zawarta w motto „ Local Knowledge Worldwide" towarzyszy grupie od samego początku, łączy znajomość rynków lokalnych oraz doświadczenie specjalistów pracujących na całym świecie. Allport Cargo Services Poland posiada oddziały w Warszawie, Gdyni, Krakowie oraz Poznaniu, świadcząc kompleksowe usługi spedycji morskiej, lotniczej i drogowej dopasowane do indywidualnych potrzeb klientów. W zakresie spedycji drogowej realizowane są transporty FTL i LTL w Polsce oraz Europie, z mocno rozwiniętym regularnym serwisem drobnicowym Polska – Wielka Brytania oferującym konkurencyjne terminy dostaw, także w temperaturze kontrolowanej. Usługi spedycji morskiej obejmują cały świat; jako operator NVOCC grupa przewozi w ramach Far East Cargo Line ponad 100 tys. TEU rocznie, oferując serwis pełnokontenerowy oraz drobnicowy z Chin via Tilbury, Hamburg, oraz Gdynia i Gdańsk. W odpowiedzi na rosnące wymagania rynku, Allport Cargo Services Poland oferuje klientom również rozwiązania oparte na transporcie kolejowym z Chin; pierwsze dostawy z powodzeniem zostały zrealizowane w ostatnich miesiącach. Usługi Project Cargo dotyczą kompleksowej aranżacji dostaw ładunków ponadgabarytowych zarówno drogą morską, jak i lądową. Usługi frachtów lotniczych realizowane są zarówno przez porty lotnicze polskie, jak i bezpośrednio główne huby europejskie. Poza połączeniami lotniczymi o szybkim czasie dostawy oferowane jest również ekonomiczne rozwiązanie via Heathrow z wykorzystaniem własnego połączenia drobnicowego do Polski. Allport Cargo Services Poland dysponuje nowoczesną bazą magazynową, oferując klientom szeroki wachlarz usług z zakresu logistyki kontraktowej, w tym kompletowanie wysyłek, metkowanie, znakowanie, pick & pack, konfekcjonowanie, przepakowanie, paletyzację a także dystrybucję. Unikatowe rozwiązania zarządzania łańcuchem dostaw, dedykowane m.in branży Retail umożliwiają pełną transparentność procesów logistycznych. Planowanie, prognozowanie, optymalizacja ładunków, sterowanie, kontrola przepływu, analiza, szybkie reagowanie w sytuacji krytycznej. Informacje są dostępne w rzeczywistym czasie dla każdego uczestnika w globalnym łańcuchu dostaw. Indywidualnie zaprojektowany program obsługi pod konkretne potrzeby pozwala klientom efektywnie zarządzać całościowym przepływem towarów od źródła do miejsca przeznaczenia w sposób przejrzysty i szybki. Allport Cargo Services Poland to zespół doświadczonych specjalistów działających z pasją, dbających o zapewnienie klientom optymalnych rozwiązań i wysoką jakość usług. Firma posiada certyfikat ISO 9001:2008.

arvato Polska – www.arvato.pl – wchodząca w skład grupy arvato AG, jest częścią międzynarodowego koncernu medialnego Bertelsmann SE & Co. KGaA. Firma świadczy kompleksowe usługi outsourcingowe w zakresie trzech grup rozwiązań: SCM (logistyka kontraktowa, obsługa programów lojalnościowych, e-commerce, healthcare), CRM (wielokanałowa obsługa klientów – call/contact center, back office, telesprzedaż) oraz FS (specjalistyczne usługi finansowe: faktoring, monitoring należności, windykacja, postępowanie sądowe i egzekucyjne, zakup wierzytelności, BPO finansowe, risk management). arvato wspiera swoich klientów na kilku poziomach: po pierwsze dostarcza im kompleksowe usługi wysokiej jakości, po drugie – oferuje zintegrowane i zaawansowane rozwiązania IT bazujące na najnowszych technologiach, a po trzecie – jako strategiczny partner – pomaga im optymalizować kluczowe procesy, zwiększając tym samym ich przewagę konkurencyjną na rynku. Firma posiada cztery oddziały Contact Center, trzy centra usługowo-logistyczne oraz dwa centra BPO finansowego. W dziewięciu lokalizacjach zatrudnia ponad 2500 pracowników. arvato Polska zapewnia kompleksowe usługi dla sektora e-commerce. Oferta, tworzona według zasady „One Stop E-commerce", obejmuje pełne wsparcie z zakresu zaawansowanych rozwiązań IT, obsługi klientów, logistyki, oraz finansów i księgowości. Dzięki dwudziestoletniemu doświadczeniu w obsłudze procesów operacyjnych, wiedzy eksperckiej na temat kompleksowej wysyłki B2C i B2B oraz elastycznej ofercie, arvato zapewnia sklepom on-line możliwość uzyskania natychmiastowych korzyści biznesowych, wpływając na zwiększenie poziomu satysfakcji klientów.

C. Hartwig Gdynia S.A. – www.chg.pl – to wiodący polski operator logistyczny, działający na rynku krajowym i międzynarodowym. Niezmiennie zajmuje pozycję lidera na polskim rynku w zakresie organizacji morskich przewozów kontenerowych. C. Hartwig Gdynia zapewnia również sprawną i kompleksową obsługę transportów lotniczych w dowolne miejsce na świecie. Oferta w zakresie spedycji lądowej to usługi transportu samochodowego i kolejowego w kraju i zagranicą poprzez sieć oddziałów w Polsce i w Europie. Firma oferuje pełną obsługę dostaw inwestycyjnych Project Cargo oraz ładunków ponadgabarytowych. Bogate doświadczenie, szeroki zakres obsługiwanych towarów i połączeń, oraz posiadane uprawnienia pozwalają C. Hartwig Gdynia zachować silną pozycję na rynku spedycji ładunków konwencjonalnych i masowych. Oferta spedycji targowej, specjalistyczna obsługa celna oraz logistyka dystrybucji odgrywają w działaniach C. Hartwig Gdynia coraz większą rolę. Kompleksowy i terminowy dowóz towarów stanowi uzupełnienie oferty logistyki magazynowej i pozwala na przejęcie od klientów większej odpowiedzialności za towar. W trosce o bezpieczeństwo każdej powierzonej przesyłki, C. Hartwig Gdynia oferuje wszystkim zleceniodawcom unikatowy na rynku pakiet bezpieczeństwa. C. Hartwig Gdynia posiada oddziały w Gdańsku, Warszawie, Szczecinie, Wrocławiu, Katowicach, Poznaniu i Łodzi, a także własne spółki zagraniczne – w Hamburgu, Felixstowe i Nowym Jorku. Wysoka jakość usług została potwierdzona certyfikatami: ISO 9001-2008, WSK, AEO i licencją NVOCC. Podstawę sukcesu firmy stanowią: kompleksowa oferta, nowoczesne rozwiązania technologiczne, dynamika w działaniu oraz profesjonalizm pracowników. C. Hartwig Gdynia od stycznia 2014 r. weszła w skład grupy kapitałowej OT Logistics, zyskując tym samym stabilnego inwestora i szerokie perspektywy na przyszły rozwój.

Damco – www.damco.pl – to wchodzący w skład A.P. Møller-Maersk Group globalny operator logistyczny, działający na rynku polskim od 1994 r. świadczący kompleksowe usługi związane z zarządzaniem łańcucha dostaw. Poza pełnym wachlarzem standardowych usług operatora logistycznego, w którego skład wchodzą: magazynowanie, kompletacja, konfekcjonowanie, co-packing, co-manufacturing, transport drogowy krajowy (drobnica, doładunki, transporty całopojazdowe i częściowe) oraz międzynarodowy (przewozy całopojazdowe), spedycja frachtu morskiego i lotniczego, oraz usługi celne, Damco wykonuje również usługi dedykowane. Firma specjalizuje się w projektowaniu oraz wdrażaniu kompleksowych rozwiązań logistycznych opartych na najnowocześniejszych technologiach. Ogólna powierzchnia magazynowa oferowana klientom to w chwili obecnej blisko 28 tys. m² powierzchni magazynowej zlokalizowanej w najważniejszych punktach geograficznych kraju (Mszczonów, Łódź, Gdańsk). Damco specjalizuje się w obsłudze produktów branży farmaceutycznej i weterynaryjnej, jak również wspiera inne grupy produktowe, m.in. FMCG, materiały branży budowlanej, artykuły przemysłowe i chemiczne, materiały oraz sprzęt medyczny. Damco oferuje taką wizję logistyki, która zaspokaja potrzeby każdego z klientów, niezależnie od tego czy charakteryzuje się ona konkurencyjnością kosztu dla priorytetowej przesyłki, czy skomplikowanym procesem długofalowego zarządzania ciągłością łańcucha dostaw. Firma wiele lat temu wdrożyła system zapewnienia jakości i bezpieczeństwa żywności w oparciu o ISO 9001:2008 oraz ISO 22000:2005. DAMCO może się również poszczycić posiadaniem certyfikatu GMP, stanowiącym potwierdzenie spełnienia wymagań Dobrej Praktyki Wytwarzania dla produktów leczniczych przeznaczonych dla ludzi i produktów leczniczych weterynaryjnych, wydanym dla wytwórni farmaceutycznej mieszczącej się w Mszczonowie.

Grupa Delta Trans – www.deltatrans.pl – należy do największych prywatnych przedsiębiorstw w branży transportowo-logistycznej w Polsce. W tym roku obchodzi 25-lecie istnienia. Firma oferuje kompleksową obsługę logistyczną na każdym etapie łańcucha dostaw, począwszy od planowania przez zarządzanie, aż po realizację dostaw. Oferta obejmuje usługi spedycyjne, obsługę celną, organizację regularnych przesyłek drobnicowych w ruchu międzynarodowym i krajowym, przewóz paczek, projektowanie, oraz wytwarzanie specjalistycznych opakowań wielokrotnego użytku dla przemysłu i handlu, koprodukcję, jak również przygotowanie zestawów CKD/SKD. Obecnie Grupa Delta Trans składa się z 4 niezależnych firm zlokalizowanych na terenie Polski i Czech, w których zatrudnionych jest ponad 1000 pracowników. Firma posiada blisko 400 własnych pojazdów umożliwiających krajowy i międzynarodowy transport, a także przewóz materiałów niebezpiecznych podlegających przepisom konwencji ADR. Ten operator logistyczny jako jeden z nielicznych oferuje transport wielkogabarytowych tafli szkła na specjalnie przez siebie zaprojektowanych i przygotowanych stojakach transportowych. Na terenie centrum logistycznego w Świętochłowicach posiada ok. 80 tys. m² nowoczesnych powierzchni magazynowych, w tym: magazyn wysokiego składowania, składy celne oraz hale produkcyjne. Firma świadczy usługi najwyższej jakości czego potwierdzeniem są posiadane certyfikaty jakości usług zgodne z normą ISO 9001, a także system zarządzania środowiskiem ISO 14001. Dział konstrukcji stalowych posiada ponadto certyfikat ISO 3834-3 potwierdzający wysoką jakość spawania materiałów metalowych. Firma stale inwestuje w rozwój swojej działalności i zwiększa zakres świadczonych przez siebie usług.

DHL Express (Poland) – www.dhl.com.pl – jest częścią międzynarodowej grupy DHL należącej do Deutsche Post DHL, obecnej w ponad 220 krajach. Światowa sieć obejmuje 220 krajów i terytoriów zależnych, 3 globalne centra przeładunkowe (Hong Kong, Cincinnati – USA, Lipsk – Niemcy) i 15 regionalnych, 4 tys. biur, terminali i sortowni, 34 tys. punktów obsługi klienta, 29,5 tys. pojazdów, 260 samolotów i ponad 500 lotnisk. 77 tysięcy pracowników DHL Express pracuje na rzecz 2,6 mln klientów na całym świecie. Tylko w 2011 r. firma dostarczyła 468 mln przesyłek. DHL Express wyróżnia się wysoką jakością obsługi świadczoną przez wyszkolony i profesjonalny zespół pracowników i kurierów. Firma inwestuje w jego rozwój, wiedzę i postawę, np. w ramach globalnego szkolenia „Certificate International Specialists". DHL Express w Polsce jest liderem na rynku międzynarodowych przesyłek ekspresowych lotniczych i drogowych. Stale ulepsza i rozszerza ofertę usług, wprowadzając rozwiązania logistyczne dostosowane do potrzeb klientów. Zlecenia wymagające specjalnych warunków transportu realizują dedykowane działy – Dział Usług Niestandardowych i Medical Desk. Za obsługę klientów odpowiada wykwalifikowany zespół pracowników i kurierów. Klienci DHL Express mogą korzystać z kompleksowego pakietu międzynarodowych usług ekspresowych, nowoczesnych rozwiązań *e-commerce*, ułatwiających zarządzanie procesem obsługi przesyłek, branżowych rozwiązań logistycznych (DHL Collect&Return, DHL Medical Express) oraz usług dodatkowych, wspomagających prowadzenie biznesu. Firma posiada certyfikaty zgodności z normą ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, WSK (Wewnętrzny System Kontroli), Status Upoważnionego Przedsiębiorcy AEO F oraz Zarejestrowanego Agenta. Za swoje osiągnięcia DHL Express (Poland) otrzymał wiele prestiżowych nagród, wśród nich jest tytuł Lidera Zarządzania Zasobami Ludzkimi 2011, Superbrands 2012, Godło Jakości Obsługi 2011, Lider Społecznej Odpowiedzialności „Dobra Firma 2011", czy Skrzydła Sukcesu za wzrost przewozów All cargo na lotnisku Chopina w 2011 r. Jest zdobywcą licznych wyróżnień i nagród w programie **Operator Logistyczny Roku**, w tym Złotego Godła w latach 2004 i 2011. W 2013 r. firma otrzymała wyróżnienie w konkursie „Lider w zakresie stosowania dobrych praktyk w zarządzaniu BHP 2013 r. Motyl Bezpieczeństwa", a także bursztynową statuetkę w konkursie Lider Zarządzania Zasobami Ludzkimi za budowanie kapitału społecznego. W tym roku firma otrzymała Gwiazdę Jakości Obsługi, wyróżnienie za najwyższe standardy obsługi klientów, a także Złote Godło w ogólnopolskim programie Konsumencki Lider Jakości 2014.

DHL Supply Chain – www.dhl.com.pl – to największy operator logistyczny na świecie, obecny w 60 krajach, dający pracę 140 tys. osób. Działalność DHL Supply Chain opiera się na znajomości rynków lokalnych i doświadczeniu globalnym w zakresie każdego z elementów

łańcuchów dostaw. Firma dostarcza specjalistyczne rozwiązania dla różnych branż i ogniw łańcuchów dostaw, od planowania, zaopatrzenia, logistyki produkcji, składowania, konfigurowania, dystrybucji po logistykę dla usług posprzedażnych i logistykę zwrotów. Globalne, regionalne i lokalne doświadczenie zapewnia zrozumienie wyzwań w ciągle zmieniającym się środowisku i wspiera przewidywanie potrzeb logistycznych klientów. Klienci darzą firmę zaufaniem dzięki kompleksowym rozwiązaniom, innowacyjnemu i zdyscyplinowanemu podejściu do kwestii dotrzymywania zobowiązań jakościowych, zarządzania projektami, troski o środowisko oraz nieustannej pracy nad usprawnieniami. DHL Supply Chain jest częścią międzynarodowej grupy Deutsche Post DHL, obecnej w 220 krajach. Firma posiada certyfikaty: ISO 9001,14001,TAPA A.

DIERA

Diera – www.diera.pl – powstała w maju 2006 r., kontynuując tradycję jednej z najstarszych prywatnych firm o tej specjalności w Polsce, firmy Promexim. Trzon tej firmy o wyłącznie polskim kapitale stanowi ponad stuosobowa kadra z kilkunastoletnim doświadczeniem pracy w branży. Firmę DIERA wyróżnia niestandardowe podejście do operacji w zakresie spedycji drogowej, morskiej i lotniczej. Firmowe hasło „Elastyczne rozwiązania" jest wyrazem klarownej strategii, która zakłada, że istnieje wielu klientów, którzy poszukują spedytorów „domowych": elastycznych, kładących nacisk na jakość usług i znajdowanie najlepszych, często dedykowanych, rozwiązań spedycyjnych oraz bliskie, partnerskie relacje w biznesie. Specjalnością firmy Diera są przewozy drogowe (Europa oraz rynki wschodnie – LTL/FTL), lotnicze i morskie z Dalekiego Wschodu (Chiny, Tajwan, Japonia, Korea). Dodatkowym atutem są własna agencja celna, magazyny oraz skład celny zlokalizowany w Błoniu.

DPD

DPD Polska – www.dpd.com.pl – zajmuje ustabilizowaną pozycję na polskim rynku kurierskim. Od ponad 20 już lat z powodzeniem świadczy usługi miejskie, krajowe i międzynarodowe. Firma specjalizuje się w obsłudze najbardziej wymagających klientów, dostarczając szyte na miarę rozwiązania w zakresie przesyłek kurierskich i logistyki. DPD Polska działa w tych obszarach, gdzie klient szuka wartości dodanej oraz nietypowego serwisu. Od 2004 r. firma należy do Grupy GeoPost, której właścicielem jest LaPoste – Poczta Francuska. Obecnie firma zatrudnia ponad 5500 pracowników i współpracowników, dysponuje flotą 3000 pojazdów i 50 oddziałami, w tym nowoczesną i jedną z największych w tej części Europy sortownią w Strykowie. Grupa kapitałowa DPD Polska obejmuje firmę kurierską DPD wraz z firmą DPD Strefa Paczki, której oferta przeznaczona jest dla klientów indywidualnych, firmę kurierską Siódemka oraz agencję celną Air Cargo Poland prowadzącą działalność celną i spedycyjną – lotniczą, morską i drogową.

DSV Solutions

DSV Solutions – www.pl.dsv.com – działa na rynku polskim od 1995 r. Firma specjalizuje się w logistyce kontraktowej i zarządzaniu łańcuchem dostaw, a zakres jej usług obejmuje całość procesu logistycznego na wszystkich poziomach planowania. W ramach kompleksowych rozwiązań logistyki magazynowej oferuje zarówno rozwiązania indywidualne, jak i ustandaryzowany serwis logistyczny. DSV Solutions posiada w Polsce dedykowane powierzchnie magazynowe dla branży FMCG i przemysłowej, blisko połowa działalności firmy koncentruje się na obsłudze logistycznej dla farmacji. W Europie posiada ponad 2,5 mln m² powierzchni logistycznej. Projektując swoje usługi, DSV uwzględnia specyfikę każdego klienta oraz jego oczekiwania wobec outsourcingu procesów logistycznych. Wynikiem tego jest obsługa szyta na miarę potrzeb i zwiększająca ogólną efektywność działalności klientów. Kluczowe atuty DSV Solutions to międzynarodowe doświadczenie we wdrażaniu projektów logistycznych, a także w zarządzaniu sprzedażą, zapasami i dystrybucją, wsparte zastosowaniem profesjonalnych narzędzi informatycznych.

FIEGE
The World of Logistics

Grupa Fiege – www.fiege.pl – z siedzibą w Greven (Niemcy) jest jednym z wiodących dostawców usług logistycznych w Europie. Firma specjalizuje się w obsłudze zintegrowanych łańcuchów dostaw. Dysponuje powierzchnią magazynową o łącznej wielkości 3 mln m² i zatrudnia ponad 11 tys. pracowników na całym świecie. Jej gęstą sieć logistyczną tworzy 200 placówek i partnerów w 17 krajach. Współpraca Grupy Fiege z klientami z branży oponiarskiej sięga ponad 30-tu lat. Na polskim rynku Grupa Fiege obecna jest od 1997 r. i zatrudnia 700 osób. Obsługuje 150 tys. m² powierzchni magazynowej. Fiege w Polsce świadczy usługi dla różnych branż m.in. przemysłowej, motoryzacyjnej, oponiarskiej, farmaceutycznej, sprzedaży detalicznej, oraz FMCG (m.in. chemia gospodarcza i produkty spożywcze). Domeną firmy jest dostarczanie klientom zintegrowanych, innowacyjnych rozwiązań logistycznych, a także skuteczne i optymalne kosztowo zarządzanie łańcuchem dostaw w oparciu o najnowocześniejsze systemy informatyczne. Fiege w opinii międzynarodowej firmy rekrutacyjnej należy do grupy najbardziej pożądanych pracodawców w branży logistycznej w Polsce, aktywnie promuje dobre praktyki w procesie rekrutacji, przystępując do koalicji „Rekrutuj przyjaźnie".

FM LOGISTIC

FM Logistic – www. fmlogistic.com – to założona w 1967 r. francuska firma, posiadająca ponad 60 centrów logistycznych w Europie, Azji (Chiny) i Ameryce Południowej (Brazylia). W Polsce jest ich osiem: Mszczonów, Tomaszów Mazowiecki, Wolbórz, Wola Bykowska, Piotrków Trybunalski, Olszowa, Pruszków i Błonie. Główna siedziba firmy w Polsce mieści się w Mszczonowie, gdzie w roku 1995 powstała pierwsza platforma polskiego oddziału Grupy FM. Trzy główne domeny działalności FM Logistic to składowanie i handling towarów, transport krajowy i międzynarodowy, oraz usługi stanowiące wartość dodaną, takie jak co-manufacturing i co-packing. Firma zatrudnia w Polsce ponad 2,7 tys. osób, dysponuje ponad 500 tys. m² powierzchni magazynowej i flotą w sumie około 3 tys. pojazdów. Jako świadomy i odpowiedzialny uczestnik rynku FM Logistic bardzo poważnie traktuje swoją rolę w zakresie minimalizowania negatywnych skutków wynikających z działalności transportowej, dlatego chętnie angażuje się w projekty o podłożu proekologicznym. Przykładem może być wdrożenie systemu rozliczeń motywującego przewoźników do używania aut

emitujących jak najmniej zanieczyszczeń i zachęcanie do stosowania ekologicznego paliwa LPG. W roku 2013 operator przystąpił do europejskiego projektu Green Freight Europe. FM Logisitc to przykład firmy efektywnie zarządzanej i otwartej na potrzeby klientów, dbającej o wysoką jakość świadczonych usług, konsekwentnie budującej swoją obecność w czołowych branżach, z których wywodzą się główni klienci: sieci handlowe, wiodący krajowi i międzynarodowi producenci artykułów spożywczych, kosmetycznych, farmaceutycznych, codziennego użytku, środków czystości, sprzętu high-tech i motoryzacyjnego.

General Logistics Systems Poland – www.gls-group.eu – to firma, dla której bycie „Liderem jakości w europejskiej logistyce przesyłek" stanowi cel fundamentalny. Służąc tej dewizie, GLS wyznaje takie wartości jak: niezawodność, bezpieczeństwo, przejrzystość, elastyczność i zrównoważony rozwój. Ich realizacja w codziennej pracy pozwala zapewnić najwyższą jakość świadczonych usług, która z kolei wyróżnia GLS Poland spośród innych firm na rynku KEP. General Logistics Systems Poland to spółka córka europejskiej Grupy GLS, która od lat świadczy usługi kurierskie, logistyczne oraz ekspresowe dla ponad 220 tys. klientów w całej Europie. Aby sprostać stawianym przed firmą oczekiwaniom, GLS nieustannie rozbudowuje swoją sieć, która obecnie obejmuje już 37 państw europejskich. W 39 sortowniach i 662 oddziałach zatrudnionych jest 14 tys. pracowników, utrzymanie łączności zapewnia ok. 16 tys. samochodów kurierskich oraz 2000 samochodów liniowych transportujących 404 mln paczek rocznie. W Polsce firma świadczy usługi za pośrednictwem 30 filii oraz ponad 900 punktów ParcelShop zlokalizowanych w całym kraju. GLS Poland gwarantuje i nieustannie poprawia jakość dzięki ogólnoeuropejskiemu systemowi zarządzania jakością ISO 9001:2008. Szczególną wagę przywiązuje również do kwestii dbałości o środowisko naturalne z największym zaangażowaniem realizując na co dzień zasady inicjatywy ThinkGreen oraz wdrożonego w 2008 r. systemu zarządzania środowiskowego zgodnego z normą ISO 14001. GLS Poland jest laureatem wyróżnienia honorowego w programie badawczym **Operator Logistyczny Roku 2013** w kategorii „Konsekwentne umacnianie pozycji na rynku przesyłek ekspresowych dla handlu".

Geodis Calberson Polska – www.geodis.com – jest częścią działającej globalnie grupy Geodis, należącej do kolei francuskich SNCF. Grupa obecna jest aż w 120 krajach i zatrudnia ponad 30 tys. pracowników. Pod względem obrotów zajmuje czwarte miejsce wśród europejskich liderów logistyki. Polska filia grupy istnieje od 2002 roku. Firma prowadzi działalność w pięciu oddziałach: w Gdyni, w Strykowie, we Wrocławiu, w Czeladzi i w Warszawie, gdzie ma również swoją siedzibę. Geodis Calberson Polska oferuje pakiet innowacyjnych rozwiązań dla firm poszukujących optymalizacji dla przepływu towarów, gwarancji wysokiej jakości obsługi, oraz efektywnego i bezpiecznego dostarczenia produktów do klienta. Firmę wyróżnia indywidualne podejście do projektowania procesów logistycznych, szczególnie w takich branżach jak Automotive, FMCG & Retail, Industry, oraz w sektorze farmaceutycznym i meblowym. Dzięki wiedzy i zaangażowaniu profesjonalnego zespołu specjalistów, a także doświadczeniu zdobytemu przez całą grupę w obsłudze renomowanych klientów, Geodis Calberson Polska dostarcza nowoczesne narzędzia obsługi łańcucha dostaw: od transportu morskiego, lotniczego, drogowego i multimodalnego, poprzez składowanie i usługi wartości dodanej, aż po dystrybucję i dostawy w trybie *Just-in-time* i *Just-in-sequence*. Wśród flagowych produktów firmy są wymagające szczególnej wiedzy i doświadczenia transporty specjalne i ponadgabarytowe (tzw. industrial projects), wysoko zindywidualizowane projekty dystrybucyjne dla branży farmaceutycznej (w trybie dostaw w kontrolowanych temperaturach) oraz obsługa logistyczna wydarzeń sportowych (71. Tour de Pologne, Turniej Orlika o Puchar Premiera RP). Operacje transportowe Overseas wyróżnia kompleksowe dopełnienie wszelkich formalności dzięki posiadanym własnym agencjom celnym. W trosce o bezpieczeństwo powierzonych towarów w firmie obowiązują wysokie standardy kontroli realizacji zleceń na wszystkich etapach, czego potwierdzeniem są certyfikowane systemy zarządzania jakością. Podstawą dynamicznego rozwoju firmy są działania skoncentrowane na osiągnięciu pełnej satysfakcji klientów, poprzez zaspokojenie ich potrzeb w zakresie zarządzania i optymalizacji przepływów.

FIEGE

Rozwiązania logistyczne dla wymagających

- Magazynowanie i obsługa zapasów
- Transport i dystrybucja (kraj i zagranica)
- Transport morski i lotniczy
- Zarządzanie łańcuchem dostaw
- Usługi podnoszące wartość produktu (VAS)
- Logistyka produkcyjna
- Składy konsygnacyjne i hurtownie farmaceutyczne
- Kompleksowe rozwiązania dla e-commerce

FIEGE
The World of Logistics

Fiege Sp. z o.o.
ul. Ługowa 85
96-320 Mszczonów
woj. mazowieckie

Tel: +48 46 857 6000
Tel: +48 22 447 7900
Fax: +48 46 857 6010
e-mail: info@fiege.pl
www.fiege.pl

Hellmann Worldwide Logistics Polska – www.hellmann.pl – to globalna sieć spedycyjna łącząca 443 biura w 157 krajach w światowy system logistyczny. Oferuje zintegrowany łańcuch dostaw na całym świecie: spedycje drogową (drobnicową i całopojazdową), lotniczą i morską, obsługę celną, dystrybucję krajową, kompleksową obsługę magazynową, doradztwo logistyczne, usługi dodane. Hellmann Worlwide Logistics Polska dysponuje dziesięcioma oddziałami i siedmioma magazynami logistycznymi na terenie całego kraju. Spółka może poszczycić się Zintegrowanym Systemem Zarządzania Jakością, w którego skład wchodzą: System Zarządzania Jakością ISO 9001:2001 dla każdego obszaru działania firmy i System Bezpieczeństwa Żywnościowego (HACCP). Firma posiada również uprawnienia do przewozu towarów niebezpiecznych (ADR i DGR) oraz certyfikat AEO. HWL Polska świadczy usługi w zakresie spedycji drogowej (krajowej i międzynarodowej), lotniczej i morskiej, oraz kompleksową obsługę logistyczną. W zakresie spedycji drogowej firma oferuje przewozy całopojazdowe i drobnicowe, regularne połączenia drobnicowe z całą Europą oraz sieć biur partnerskich na terenie Europy. Usługi spedycji lotniczej i morskiej obejmują cały świat, zarówno w imporcie, jak i eksporcie towarów, czartery towarowe i osobowe, konsolidacje kontenerów, oraz Project Cargo. Kompleksowa obsługa magazynowa obejmuje magazynowanie, składy i magazyny celne, logistyczne usługi dodatkowe (VAS), jak również dystrybucję krajową drobnicową i całopojazdową. Ostatnio w pakiecie usług firmy HWL Polska klienci znajdą ofertę na ekspresowy transport kolejowy z 14 dniowym czasem tranzytu z Chin do Polski.

ID Logistics Polska – www.idlogistics.pl – jest częścią międzynarodowej grupy ID Logistics, która powstała w 2001 r. we Francji i obecnie posiada ponad 170 centrów logistycznych na całym świecie z obrotami sięgającymi miliarda euro rocznie. Grupa zatrudnia ponad 13 tys. pracowników i obsługuje dla swoich klientów ponad 3,5 mln m² powierzchni magazynowych. Główną domeną działalności jest logistyka kontraktowa. W Polsce siedziba firmy mieści się w Katowicach, centra logistyczne są zlokalizowane w Będzinie, Katowicach, Piotrkowie Trybunalskim, Błoniu, Mszczonowie, Sadach i Krakowie. ID Logistics obsługuje większość wiodących sieci handlowych w Polsce oraz klientów z branży FMCG, DIY, e-commerce oraz przemysłowej zatrudniając ponad 1000 pracowników. Model rozwoju ID Logistics od momentu powstania zakłada utrzymanie dynamiki wzrostu dzięki kreatywności pracowników, nowym technologiom oraz zdolnościom inwestycyjnym. Klientów mają przyciągać globalny zasięg działania, integrowanie usług dodanych oraz optymalizacja kosztów transportu. Firma oferuje najbardziej odpowiednie rozwiązania, nie tylko pod względem ekonomicznym, ale także pod kątem zrównoważonego rozwoju, które znacznie zmniejszają emisję dwutlenku węgla, jednocześnie optymalizując łańcuch dostaw.

IFB International Freightbridge (Poland) – www.ifb-poland.pl – jest częścią IFB Group, w której skład wchodzi ponad 40 oddziałów na świecie zatrudniających ponad tysiąc specjalistów. Od ponad 30 lat IFB postrzegane jest jako ekspert w dziedzinie usług *overseas* na kierunku Daleki Wschód – Europa oraz zindywidualizowanych usług transportowych i logistycznych. Sieć biur własnych oraz wyselekcjonowanych agentów umożliwia świadczenie profesjonalnych usług w zakresie spedycji i logistyki, zarówno o zasięgu międzynarodowym, jak i lokalnym. IFB International Freightbridge w Polsce realizuje potrzeby klientów za pośrednictwem oddziałów w Gdyni, Wrocławiu, Gliwicach i Warszawie świadcząc usługi w zakresie spedycji morskiej, lotniczej, drogowej krajowej i międzynarodowej. Zespół IFB Poland cechuje wysoki profesjonalizm, oraz pasja i zaangażowanie poparte kilkunastoletnim doświadczeniem w branży TSL, co w połączeniu ze znakomitą infrastrukturą oddziałów IFB na świecie jest gwarantem wysokiej jakości usług o indywidualnym charakterze.

Link – www.link.waw.pl – to firma transportowa działająca na rodzimym rynku już ćwierć wieku. Specjalizuje się w międzynarodowym transporcie drogowym do państw Unii Europejskiej, w szczególności do Wielkiej Brytanii, krajów Beneluxu oraz Niemiec. W ostatnim czasie oferta firmy została rozszerzona o usługi w transporcie krajowym oraz intermodalnym. Dzięki otwartej wymianie informacji, Link może kompleksowo zaplanować obsługę każdego klienta, zapewniając serwis na najwyższym poziomie. Cały proces transportu w firmie odbywa się z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi informatycznych. Zintegrowany system logistyczny wysokiej klasy czuwa nad prawidłową realizacją zlecenia poprzez śledzenie przesyłki (GPS), kontakt z kierowcą, planowanie zasobów aż po fakturowanie i elektroniczną wymianę danych (EDI). W celu poprawy elastyczności obsługi, Link uruchomił cztery krajowe oddziały: w Łodzi, Gliwicach, Poznaniu i Wrocławiu, dzięki którym monitoruje swoje usługi przez całą dobę. Oferta Link adresowana jest zarówno do lokalnych producentów i dystrybutorów, jak i do dużych międzynarodowych organizacji wytwarzających towary na wielką skalę. Z usług firmy korzystają klienci z branży motoryzacyjnej, producenci AGD i FMCG, a także koncerny z branży chemii przemysłowej. Link występuje tu zarówno w roli bezpośredniego partnera, zajmującego się transportem, jak i przyjmuje rolę ogniwa w łańcuchu dostaw. Firma koncentruje swoje usługi w obszarze obsługi ładunków całopojazdowych. Do dyspozycji klientów pozostaje ponad 350 nowoczesnych naczep typu mega oraz własna flota ponad 240 ciągników siodłowych, wspieranych przez dodatkowe zasoby sprawdzonych podwykonawców. Link oferuje profesjonalną obsługę, bezpieczeństwo, terminowość oraz wysoką jakość świadczonych usług. Firma od lat posiada certyfikaty wg normy PN-EN ISO 9001, ISO14000, OHSAS18001 i SQAS.

Maszoński Logistic – www.mts-logistic.pl – istnieje na rynku od ponad 18 lat, ciesząc się renomą zarówno na polskim, jak i zagranicznym rynku transportowym. Firma oferuje kompleksowe usługi w zakresie transportu i spedycji międzynarodowej pojazdami od

100 do 120 m^3, specjalizując się w całopojazdowych przewozach kubaturowych. Dodatkowo świadczy usługi w zakresie konfekcjonowania i komisjonowania powierzonych towarów. Celem zespołu pracowników jest kreowanie nowych, skuteczniejszych rozwiązań transportowo-logistycznych, które stanowią o pełnej satysfakcji klientów. Misja firmy budowana jest na podstawie norm i wartości istotnych dla klientów, przy czym skupia się na działaniach umożliwiających wykraczanie ponad ich oczekiwania. Dynamiczny rozwój wymaga ciągłego inwestowania, czego świadectwem jest nowopowstała baza transportowa z powierzchnią parkingową, ekologiczną myjnią i własnym serwisem, świadczącym usługi również dla klientów zewnętrznych. Dowodem na nienagannie funkcjonowanie wyspecjalizowanego systemu zarządzania jest wieloletnia obsługa znaczących europejskich producentów o zróżnicowanych potrzebach w zakresie usług transportowych, wykonywanych głównie na kierunku do Niemiec, Beneluksu, Wielkiej Brytanii, Francji, Włoch, Hiszpanii, Grecji, Portugalii, Austrii i Szwajcarii. Charyzmatyczny styl zarządzania firmą Maszoński Logistic ma bezpośredni wpływ jej wizerunek. Efektywną działalność firmy potwierdza zdobyte przez firmę drugie miejsce w konkursie **European Transport Company of the Year 2012**. Wyniki osiągane przez Maszoński-Logistic w badaniu **Operator Logistyczny Roku** pokazują, że firma nie tyle naśladuje, co tworzy i wyznacza najlepsze standardy w branży.

ND Polska – www.norbert-dentressangle.pl – należy do grupy Norbert Dentressangle, jednej z największych międzynarodowych firm transportowych w Europie, osiągającej w ubiegłym roku obrót rzędu 4 mld €, z czego 60% poza Francją. Grupa działa również globalnie, dysponuje siecią kilkuset oddziałów, zatrudnia 43,2 tys. pracowników, świadcząc usługi w dwudziestu pięciu krajach na trzech kontynentach. ND Polska prowadzi działalność w czterech oddziałach (Łódź, Zielona Góra, Poznań i Sosnowiec). To największe przedsiębiorstwo transportowe w Polsce. Założone przed szesnastu laty jest stale rozwijane, należąc do najbardziej dynamicznych firm w branży logistycznej. Stale powiększany i umacniany zespół liczy obecnie 759 doświadczonych specjalistów. Firma skutecznie poszerza grono klientów. Zdobyta pozycja na rynku świadczy o najwyższej jakości usług.

Omega Pilzno ITiS Godawski & Godawski – www.omega-pilzno.com.pl – jest wiodącym dostawcą nowoczesnych rozwiązań w branży logistycznej. Przejrzysta polityka firmy i umiejętne zarządzanie procesami logistycznymi pozwalają osiągnąć niski poziom kosztów, co czyni jej ofertę konkurencyjną. Dążąc do stałego wzrostu wartości rynkowej i wymiernych zysków, firma dba o to, by dzięki synergii stale zwiększała się efektywność wszystkich operacji logistycznych. Ponad 20-letnie doświadczenie w realizacji projektów logistycznych dla różnych branż pozwala na tworzenie modeli systemowych, optymalizujących procesy i koszty. Utrzymanie wysokiego tempa wzrostu wiąże się z polityką utrzymania aktualnego udziału w rynku, grupa stale poszerza współpracę w ramach istniejących kontraktów oraz zawiera nowe. Na każdym etapie realizacji zleceń logistycznych firma stosuje zaawansowany system kontroli. Obecnie grupa Omega Pilzno dysponuje ponad pięciuset ciągnikami siodłowymi oraz zatrudnia ponad tysiąc osób. Infrastruktura firmy to również nowoczesny Podkarpacki Park Logistyczny o powierzchni 35 tys. m^2 , który pozwala realizować wszystkie składowe łańcucha dostaw ukierunkowane na osiągnięcie strategicznych celów. Grupa Omega Pilzno wypracowała wysoki standard obsługi logistycznej, który znalazł uznanie wśród szerokiego grona odbiorców zarówno w Polsce, jak i w Europie. Dzięki dbałości o stały rozwój kadry grupa dysponuje wysokiej klasy specjalistami w swej dziedzinie, dzięki którym możliwa jest realizacja nawet najbardziej skomplikowanych logistycznie zadań. Napływające rekomendacje od wielu firm są potwierdzeniem najwyższego poziomu usług.

Panalpina Polska – www.panalpina.com – na polskim rynku działa od stycznia 2006 r. Obecnie zespół tworzy ponad 200 osób zatrudnionych w oddziałach w Gdyni, Krakowie, Warszawie, Poznaniu oraz we Wrocławiu, gdzie znajduje się główna siedziba firmy a także niedawno otwarty magazyn o powierzchni 10 tys. m^2. Pomimo stosunkowo niedługiej obecności w Polsce firma zdobyła wysoką pozycję rynkową. Strategia Panalpina Polska oprócz rozwijania dotychczasowej działalności w zakresie spedycji lotniczej i morskiej zakłada ekspansję w kierunku

Qguar
Zaprojektowany dla Ciebie
Quantum OGUAR
IT DLA ZARZĄDZANIA ŁAŃCUCHEM DOSTAW
www.quantum-software.com
info@quantum-software.com
+48 (12) 646 98 00

logistyki, dystrybucji, oraz rozwiązań drogowych i kolejowych do krajów wschodniej Europy. Dodatkowo firma realizuje zadania w zakresie projektów specjalnych, takich jak: współpraca w obszarze logistyki i transportu z instytucjami rządowymi i siłami zbrojnymi, oraz obsługa logistyczna przedsiębiorstw z branży przemysłu lotniczego. Dział Panalpina Energy Solutions (PES) świadczy specjalistyczne usługi dla ładunków ponadgabarytowych i szczególnie ciężkich, oraz usługi spedycyjne w sektorze wydobycia oraz eksploracji kopalnianych złóż lądowych i podmorskich, w szczególności ropy i gazu. Panalpina Polska posiada certyfikaty: ISO 9001, 14001 oraz WSK zgodnie z normą PN-N-19001. W 2013 r. uzyskała dodatkowo TAPA-A, Regulated Agent oraz OHSAS 18001. Dzięki temu firma wpisuje się w oczekiwania firm z najbardziej wymagających branż, oferując pełen zakres usług logistycznych. Panalpina globalnie to sieć 500 oddziałów w ponad 80 krajach zatrudniająca ponad 15 tys. osób. W kolejnych 80 krajach grupa współpracuje z wyselekcjonowanymi partnerami. Panalpina jest jednym z największych na świecie dostawców usług spedycyjnych i logistycznych, specjalizującym się w organizacji międzykontynentalnego frachtu lotniczego i morskiego, oraz w rozwiązaniach związanych z zarządzaniem łańcuchem dostaw. Dzięki doskonałej znajomości branży oraz najnowocześniejszym systemom IT, firma zapewnia globalnie zintegrowane rozwiązania spedycyjne door-to-door dostosowane indywidualnie do potrzeb klientów. Oferta obejmuje specjalnie zaprojektowane i zaawansowane rozwiązania, takie jak: chartery, usługę Courier on Board, oraz transport morsko-lotniczy i kolejowo-lotniczy. Panalpina wykazuje szczególne kompetencje dotyczące przemysłu motoryzacyjnego, branży zaawansowanych technologii, telekomunikacji, branży odzieżowej, medycznej i farmaceutycznej, a także przemysłu paliwowego. Panalpina jest pierwszą firmą z branży logistycznej na świecie, która wprowadziła globalny program środowiskowy, a jego standardy potwierdza certyfikat ISO 14001:2004.

Poczta Polska – www.poczta-polska.pl – działająca w pocztowo-finansowo-logistycznej grupie kapitałowej to jeden z największych krajowych pracodawców, lider rynku pocztowego w Polsce oraz jeden z największych operatorów pocztowych w tej części Europy. Oferowane obecnie przez Pocztę Polską usługi obejmują, poza klasycznymi usługami realizowanymi przez firmę jako powszechnego operatora pocztowego, także usługi logistyczne, których sprzedaż podlega normalnym warunkom konkurencji rynkowej. Do usług tych zaliczają się: usługi drobnicowe – Przesyłka Paletowa, usługi ekspresowe i kurierskie – Pocztex, usługi paczkowe. W najbliższym czasie oferta kierowana na rynek logistyczny zostanie poszerzona o usługi magazynowe. Poczta Polska świadczy usługi logistyczne w oparciu o infrastrukturę pocztową: 14 platform logistycznych oraz węzły pomocnicze na terenie kraju, flotę 6 tys. pojazdów o ładowności od 0,5 tony do 24 ton, wykorzystując rozległą sieć połączeń pocztowych. Centra dystrybucji zlokalizowane są we wszystkich największych miastach w kraju. Wszystkie platformy logistyczne Poczty Polskiej umożliwiają sprawną, najwyższej jakości operacyjnej, obsługę przesyłek. Poczta Polska posiada także największą wśród operatorów logistycznych sieć stałych połączeń transportu drogowego, dzięki której możliwe jest dotarcie z przesyłką do każdego zakątka kraju. Daje to wyjątkową możliwość oferowania na rynku szerokiego spektrum usług logistycznych (listy, paczki, palety), bez konieczności budowania osobnych sieci połączeń transportowych dla poszczególnych strumieni towarowych.

Polar Logistics Poland – www.polarlog.com – należy do międzynarodowego operatora transportowo-logistycznego Polar Logistics International Oy z siedzibą w Vantaa w Finlandii. Grupa Polar rozpoczęła działalność w 2001 r., poczynając od Finlandii i Rosji. Polski oddział powstał w czerwcu 2012 r. równolegle w dwóch lokalizacjach (Warszawa i Chorzów). Dla Polar Logistics Poland rynkiem strategicznym jest Finlandia. W przewozach do tego kraju firma zajmuje jedną z czołowych pozycji, realizując obecnie ponad 350 transportów całopojazdowych miesięcznie do tego kraju i podobną liczbę transportów w odwrotnym kierunku, wykorzystując zarówno trasę Via Baltica przez Tallinn, jak i połączenia promowe Gdynia – Helsinki. Dla lepszej obsługi rosnących przewozów firma zaczęła inwestować w tabor własny. W 2014 r. dokonała zakupu nowoczesnych naczep typu mega, przystosowanych do przewozu rolek stali i papieru (coil-mulda). Do końca października firma posiadała 35 takich jednostek. Pilne dostawy firma jest w stanie organizować mniejszymi samochodami (oferta specjalna Polar Express). Na potrzeby obsługi transportowej i logistycznej pozostałych kierunków skandynawskich – Szwecji oraz Norwegii – Polar Logistics Poland planuje w tym roku otwarcie biura w Gdyni. Ważnym kierunkiem transportowym dla Grupy Polar pozostaje też Rosja. Warszawa jest punktem, w którym następuje konsolidacja przesyłek drobnicowych z Niemiec, Wielkiej Brytanii i Holandii. Firma oferuje cotygodniowe (piątek) wyjazdy do terminalu Chimki w obwodzie moskiewskim, w którym Polar ma możliwość dokonania odpraw celnych dla rosyjskich importerów. Polar Logistics Poland współpracuje na terenie naszego kraju z firmami z wielu branż: papierniczej, budowlanej, chemicznej, odzieżowej, opakowań, konstrukcji stalowych itp. Celem firmy jest partnerska, długoterminowa współpraca. W maju b.r. polski oddział Polar wraz z placówkami w Finlandii, Rosji, Niemczech i na Ukrainie otrzymał certyfikat jakości ISO 9001:2008. Polar Logistics Poland działa aktywnie w Polsko-Skandynawskiej Izbie Gospodarczej. W tym roku wystąpił w roli eksperta w zakresie transportów do Finlandii w projekcie „SWOT Skandynawia" organizowanym przez izbę.

Raben Polska – www.raben-group.com – oferuje usługi z zakresu dystrybucji krajowej, międzynarodowej oraz kompleksowej obsługi logistycznej, a także frachtu morskiego i lotniczego. W Polsce firma Raben istnieje już ponad dwie dekady (początek działalności miał miejsce w roku 1991). Zdobyte w tym czasie doświadczenie i pozycja na rynku gwarantują świadczenie najwyższej jakości kompleksowych usług logistycznych. Funkcjonująca w Polsce od wielu lat stabilna sieć oddziałów ułatwia szybkie i bezpieczne przemieszczanie przesyłek. Firma posiada w Polsce 39 lokalizacji. W Europie Grupa Raben działa już ponad 80 lat (od 1931 r.) dysponując własnymi oddziałami zlokalizowanymi, nie tylko na terenie Polski, ale również w Czechach, Estonii, Holandii, Niemczech, oraz na Litwie, Łotwie, Słowacji, Ukrainie i Węgrzech. Firma Raben Polska zatrudnia ok. 3500 pracowników, dysponuje zróżnicowanymi magazynami o powierzchni około 440 tys. m^2 i ma do swojej dyspozycji ponad 2400 nowoczesnych środków transportu. Raben zajmuje się obsługą wielu grup produktowych, min. artykułów spożywczych (wymagających kontrolowanej temperatury), FMCG, kosmetyków, artykułów

przemysłowych, artykułów chemicznych, produktów niebezpiecznych. W 2012 r. Raben Polska wprowadziła nową usługę pod nazwą Raben e-Commerce. Serwis obejmuje obsługę sklepów internetowych i wchodzi w skład pakietu usług logistyki kontraktowej. Raben Polska posiada certyfikaty jakości ISO 9001, ISO 14001 oraz ISO 22000 (spełniający także normę HACCP). Dodatkowo w czerwcu 2012 r. oddziały zlokalizowane w Gądkach i Strykowie przeszły pozytywnie certyfikację wg standardu OHSAS 18001. Od 2007 r. firma Raben Polska należy do System Alliance Europe.

Raben
your partner in logistics

Raben Transport – www.rabentransport.pl – jest spółką wchodzącą w skład Grupy Raben, specjalizującą się w świadczeniu przewozów całopojazdowych w ruchu międzynarodowym i krajowym, oraz intermodalnym. Posiada 20-letnie doświadczenie na rynku i działa w strukturze 5 oddziałów na terenie kraju. Usługi świadczone są klientom z różnych sektorów gospodarki, w tym również OEM *automotive* w trybie *Just-In-Time*. Potencjał spółki to ponad 130 własnych zestawów o okresie eksploatacji poniżej 3 lat oraz porównywalna baza przewoźników kontraktowych. Niezawodny stan techniczny floty gwarantuje własny autoryzowany serwis. Wszystkie pojazdy własnej floty spełniają wymagania umowy ADR, a naczepy posiadają certyfikat DIN-EN 12642 code XL. Dla zapewnienia bezpieczeństwa przewożonych towarów, efektywnego zarządzania flotą oraz sprawnej komunikacji pojazdy kompleksowo wyposażono w komputery pokładowe, dzięki którym poza określaniem pozycji pojazdu możliwe jest potwierdzanie statusów realizacji zlecenia, a nawet przesłanie skanów dokumentacji transportowej. Dzięki takim rozwiązaniom Raben Transport postrzegany jest przez swoich klientów jako niezawodny i innowacyjny partner w biznesie. Firma posiada szerokie doświadczenie w opracowywaniu

prasa | serwis informacyjny | spotkania biznesowe

www.eurologistics.pl

i wdrażaniu dodatkowych rozwiązań wspierających realizację podstawowej usługi. Przykładem może być usługa *stand-by trailer* realizowana aktualnie w kilku projektach krajowych i zagranicznych. Raben Transport przejawia ciągłą troskę o jakość świadczonych usług oraz środowisko naturalne, co potwierdzają posiadane przez spółkę certyfikaty: ISO 9001:2008/ISO 14001:2004 PL oraz SQAS (Safety & Quality Assessment System). Istotnym elementem przewagi konkurencyjnej firmy jest fakt, że na kolejnych etapach rozwoju spółki do zespołu dołączali pracownicy przedsiębiorstw przyłączanych do Grupy Raben, wnosząc swoje doświadczenia i kompetencje. Od 2013 r. Raben Transport świadczy również usługi transportu intermodalnego, pozycjonując się jako firma transportowa przyjazna środowisku.

Spedimex – www.spedimex.pl – jest wiodącym, polskim operatorem logistycznym. Już od ponad 20 lat pomaga optymalizować koszty logistyki małych, średnich i dużych przedsiębiorstw. Oferuje sprawdzone rozwiązania magazynowe i dystrybucyjne. Specjalizacja firmy to obsługa sieci detalicznych, branży tekstylnej, sportowej, artykułów dziecięcych, dom i ogród oraz FMCG. Spedimex projektuje i wdraża kompleksowe projekty magazynowo-dystrybucyjne. Firma dysponuje siecią terminali przeładunkowych zlokalizowanych w strategicznych regionach Polski. W oparciu o transport drogowy oferuje optymalny kosztowo serwis dystrybucyjny na terenie kraju i Europy, w tym pełną obsługę transportów drobnicowych i całopojazdowych. Ponadto Spedimex zarządza ponad 130 tys. m² powierzchni magazynowej. Oprócz standardowych usług składowania firma oferuje wszystkie czynności towarzyszące logistyce, takie jak: pakowanie i sortowanie towarów, etykietowanie, foliowanie, składanie zestawów, obsługę zwrotów czy kontrolę jakości. Spedimex konsekwentnie realizuje politykę rozwoju firmy opartą na wysokiej jakości usług, budowaniu i utrzymywaniu trwałych relacji z klientami, oraz doskonaleniu procesów operacyjnych.

TNT – www.tnt.com.pl – jest jedną z największych firm kurierskich świata. Każdego dnia transportuje milion przesyłek, dokumentów, paczek i frachtów, do ponad 200 państw świata. Firma zarządza lotniczą i drogową siecią transportową w Europie, na Bliskim Wschodzie, w Afryce, w regionie Azji i Pacyfiku, oraz w obu Amerykach. W Europie TNT posiada największą infrastrukturę w zakresie doręczeń transportem lotniczym i drogowym w systemie „od drzwi do drzwi". Firma jest znana z najwyższej jakości usług, a także ich innowacyjności – przykładem jest usługa ekspresowego transportu nocnego „Night". TNT jest liderem rozwiązań sektorowych: specjalistycznych usług ekspresowego transportu, świadczonych na rzecz przemysłu motoryzacyjnego, branży medyczno-farmaceutycznej oraz zaawansowanych technologii. jest jedną z największych firm kurierskich świata. Każdego dnia dostarcza milion przesyłek, dokumentów, paczek i frachtów, do ponad 200 państw świata. Jej hasło to „The People Network" – podkreśla główne zasoby firmy: zespół oraz sieci transportowe. Firma zarządza lotniczą i drogową siecią połączeń na wszystkich kontynentach. W Europie TNT posiada największą infrastrukturę w zakresie doręczeń transportem lotniczym i drogowym w systemie „od drzwi do drzwi". Firma jest znana z jakości usług i ich innowacyjności – przykładem jest serwis ekspresowego transportu nocnego „Night". TNT jest liderem rozwiązań sektorowych: dla przemysłu motoryzacyjnego, branży medyczno-farmaceutycznej oraz zaawansowanych technologii. Przychód TNT w 2013 r. wyniósł 6,7 mld €.

textra poland
transport
spedycja
magazynowanie
intrastat
www.textrapoland.eu

www.tsl-biznes.pl

www.truck-van.pl

TSLbiznes

MIESIĘCZNIK PROFESJONALISTÓW BRANŻY TRANSPORT-SPEDYCJA-LOGISTYKA

Miesięcznik dla wszystkich profesjonalistów branży transportowej i logistycznej

Czytaj nasze miesięczniki **całkowicie bezpłatnie** on-line!
Zarejestruj się na :
www.tsl-biznes.pl/gratis

Truck&Van

www.truck-van.pl

Miesięcznik profesjonalistów transportu drogowego

Sprawdź także **SPOTKANIA TRANSPORTOWE** - cykl **bezpłatnych konferencji** dla branży transportowej i logistycznej, odbywających się w ośmiu miastach Polski.
www.spotkania.tsl-biznes.pl

WE ARE

TNT

THE PEOPLE NETWORK