



## XBS LOGISTICS ROZWIJA SIĘ W PARKU P3 BŁONIE

➤ P3. Fot. P3

P3 długoterminowy właściciel i deweloper europejskich obiektów magazynowych podpisał umowę najmu na ponad 9.200 m<sup>2</sup> powierzchni magazynowo – biurowej w parku P3 Błonie z firmą XBS Logistics. To już drugi magazyn firmy w podwarszawskim parku P3.

XBS Logistics jest częścią grupy XBS i zajmuje się kompleksową obsługą łańcucha dostaw, w tym zaopatrzeniem, finansowaniem zapasów, logistyką wewnątrzmagazynową oraz transportem. Firma rok temu przedłużyła umowę najmu 10.000 m<sup>2</sup> powierzchni magazynowo – biurowej zajmowanej w innym magazynie P3 parku w Błonie. Udana współpraca z deweloperem i doskonała lokalizacja parku P3 sprawiły, że klient zdecydował się na wynajęcie dodatkowej powierzchni.

Jacek Kołodziejczyk, Prezes Zarządu, XBS Logistics, mówi: „Wśród czynników, które przemawiały za wynajęciem w parku P3 Błonie dodatkowej powierzchni była sprawdzona lokalizacja, a także konieczność pilnego znalezienia nowego magazynu w jak najbliższej odległości od naszych obecnych klientów. Firma P3 szybko odpowiedziała na naszą potrzebę. Rozwiązania proponowane przez dewelopera, z którym współpracujemy już od lat,

bardzo dobrze wpisują się w naszą długoterminową strategię rozwoju”.

W parku P3 Błonie firma XBS Logistics wprowadzi się do magazynu numer 12, w którym zajmie prawie 9000 m<sup>2</sup> powierzchni magazynowej i 250 m<sup>2</sup> przeznaczonych na biura.

**Anna Brym**, Leasing Manager P3 Logistic Parks w Polsce, mówi: „Dodatkowa powierzchnia dla firmy XBS Logistics potwierdza nasze kompetencje w zakresie dostarczania najwyższej jakości powierzchni magazynowej oraz zarządzania aktywami. Lokalizacja parku P3 Błonie oraz dobre połączenia z pobliskimi obwodnicami pozwalają na sprawną komunikację z każdą częścią Polski. Położenie parku jest bardzo korzystne dla klientów z różnych branż. Cieszymy się, że możemy wspierać rozwój i umacnianie pozycji rynkowej firm takich jak XBS Logistics”.

W transakcji najemcą reprezentowała firma doradcza Cresa Polska.

## Solideal On-Site Service w polskiej wersji językowej

➤ Solideal

Solideal On-Site Service, dział serwisowy opon do wózków widłowych Camso, ogłasza oficjalne uruchomienie strony internetowej Solideal.com w języku polskim. Od tej chwili klienci w Polsce mają dostęp do spersonalizowanego serwisu opon do wózków widłowych na miejscu, na czas i online.

„Dodanie polskiej wersji językowej do strony serwisowej Solideal.com idzie w parze z rozszerzeniem działań Solideal On-Site Service: to część naszego zobowiązania do poprawy i standaryzacji oferowanych usług dla naszych klientów”, mówi **Krzysztof Polesiak**, dyrektor zarządzający w Solideal On-Site Service w Polsce.

Poza wersją w języku polskim firma uruchamia również włoską, rosyjską i hiszpańską wersję strony serwisowej. Ta decyzja jest częścią szerszej strategii, aby jeszcze lepiej obsługiwać klientów, w tym przypadku zgodnie z ich regionalnymi potrzebami.

„Solideal On-Site Service zapewnia wysokiej jakości produkty i terminowe rozwiązania serwisowe przez doświadczonych techników. Dzięki bazującej na zamówieniach usłudze montażu opon w miejscu pracy wózka widłowego, zaprojektowanej w celu maksymalizacji czasu pracy firm, klienci mogą liczyć na nas, aby uzyskać najniższe koszty operacyjne dla swoich flot transportu wewnętrznego minimalizując ewentualne przestoje” – dodaje Krzysztof Polesiak.

## Logistyczna La Vuelta a España

➤ Dachser. Fot. Dachser

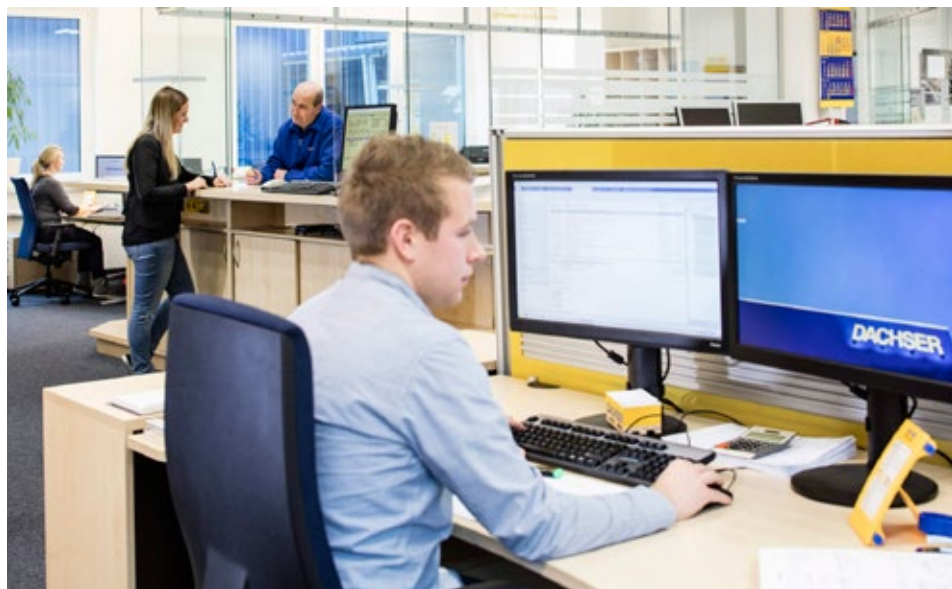
Dachser, jeden z wiodących operatorów logistycznych na świecie, po raz 11-ty z rzędu jest partnerem słynnych zawodów kolarskich La Vuelta a España. Na trzytygodniowej imprezie nie zabrakło kompleksowej obsługi firmy – 29 ciężarówek i 35 ekspertów z Dachser dba o sprawną dostępną uczestników do sprzętu na starcie oraz mecie wszystkich etapów wyścigu.

Wielki tour La Vuelta a España 2019 składa się z 21 etapów o łącznym dystansie 3272,2 km. W tym roku wyścig odbywa się w trzech sąsiadujących krajach – Hisz-

panii, Andorze oraz Francji. Zawodnicy wystartowali z hiszpańskiej miejscowości Salinas de Torrevieja, skąd ruszyli dalej w trasę, często przebiegającą przez wyjątkowo wymagające tereny – aż 9 poszczególnych etapów prowadzi przez góry.

Jako partner logistyczny zawodów, Dachser jest odpowiedzialny za przetransportowanie sprzętu oraz zorganizowanie obszaru startu i mety dla każdego z poszczególnych etapów trasy Vuelt. Operator przeznaczył na ten cel 29 pojazdów...

WIĘCEJ NA [log4pl.pl](http://log4pl.pl)



## DACHSER NA TARGACH SPOGA+GAFA

↳ Dachser. Fot. Dachser

Jedne z największych międzynarodowych targów ogrodniczych, spoga+gafa, odbędą się w dniach 1–3 września w niemieckiej Kolonii. Na imprezie przyciągającej co roku ponad 2 tysiące wystawców z całego świata nie zabraknie również polskich stoisk – swoją ofertę przedstawi blisko 50 firm znad Wisły. Globalny operator logistyczny Dachser, który w naszym kraju specjalizuje się w obsłudze eksporterów, przybliży uczestnikom wydarzenia inteligentne wielokanałowe rozwiązania logistyczne dla przedsiębiorców z branży DIY, takie jak m.in. dropshipping.

Na tegorocznych targach spoga+gafa eksperci Dachser podzielą się wiedzą m.in. o logistyce dla e-commerce, w której coraz ważniejszą rolę odgrywają zaawan-

sowane systemy IT i integracja danych pomiędzy producentami, sklepami i operatorem logistycznym. To odpowiedź na zmiany w łańcuchach dostaw w branży DIY,

kóre do niedawna zazwyczaj rozpoczynały się od dostawców, a kończyły w sklepach budowlano-remontowych czy centrach ogrodniczych. Obecnie zaś coraz częściej towary są przekazywane bezpośrednio od producentów do klientów finalnych, bez fizycznego pośrednictwa marketów. Konsument składa zamówienie w sklepie – stacjonarnym lub internetowym, to zamówienie jest widoczne w systemie jednocześnie u producenta i operatora logistycznego; następnie operator odbiera towary od producenta i transportuje je bezpośrednio do klienta. Dużą zaletą takiej organizacji logistyki jest możliwość poszerzenia swojej oferty produktowej przez sklepy bez konieczności zwiększania ich powierzchni, zapewniając tym samym wartość dodaną dla klientów.

– W tym roku targowe motto Dachser to „Optimal fulfillment through integrated connectivity”. To ukłon w stronę firm prowadzących handel przez Internet. Grono podmiotów, do których kierujemy swoją ofertę jest jednak znacznie szersze. Każdego roku dostarczamy do 18 tys. marketów typu „dom i ogród” na całym kontynencie ponad 6 milionów przesyłek, zarówno od dużych rynkowych graczy, jak i mniejszych przedsiębiorców, także tych dopiero stawiających pierwsze kroki w eksporcie – komentuje **Juliusz Pakuński, kierownik rozwoju biznesu Dachser DIY-Logistics Polska**. – Mamy ponad 20 lat doświadczenia w logistyce DIY, dzięki czemu jesteśmy w stanie zaoferować optymalną obsługę branżowym przedsiębiorcom niezależnie od skali i kanałów ich sprzedaży – dodaje.

W ramach rozwiązania branżowego Dachser DIY-Logistics operator obsługuje dostawy do marketów budowlano-remontowych i ogrodniczych na terenie całej Europy. Kompleksowy serwis obejmuje nie tylko transport, ale też usługi dodatkowe na terenie sklepów. Dysponując w poszczególnych krajach zespołami doświadczonych merchandiserów, firma organizuje m.in. wyłożenie produktów na półkę czy przeprowadza akcje promocyjne. Operator zajmuje się także magazynowaniem produktów sezonowych. Coraz więcej branżowych przesyłek obsługiwanych przez Dachser to towary z Polski – w 2018 roku eksport rodzimych firm zrealizowany za pośrednictwem firmy podwoił się w porównaniu z 2017 r. Krajowi wytwórcy mają bowiem coraz silniejszą pozycję na europejskim rynku, z powodzeniem sprzedając za granicę m.in. meble ogrodowe, drewniane domki i place zabaw, ogrodzenia, karmniki dla ptaków czy grille.

### emil ELEKTRONICZNY MIESIĘCZNIK INFORMACJI LOGISTYCZNEJ NR 8/2019

#### WYDAWCA

LOG4.PL  
Andrzej Szymkiewicz  
Os. Bol. Chrobrego 34/64  
60-681 Poznań  
NIP: 9720481162  
REGON: 634238765

#### REDAKCJA

ul. Szarych Szeregów 27 lok. 28  
60-462 Poznań  
Tel. 61 847 49 08  
Fax 61 847 45 67  
E-mail: log4@log4.pl  
Website: www.log4-emil.pl

#### REDAKTOR NACZELNY

Andrzej Szymkiewicz  
andrzej@log4.pl

#### WSPÓŁPRACA

BLACK & WHITE PR  
Bluevine Consulting  
Cohn & Wolfe  
dfusion communication  
First Public Relations  
GENESIS PR  
GlobalBrand Institute  
Havas PR Warsaw  
InPlus PR  
Partner of Promotion

#### STUDIO DTP

Monolitera.pl

#### Publikacja specjalistyczna



## NOWY ODDZIAŁ NA PÓŁNOCY NIEMIEC

↳ Dachser. Fot. Dachser

Dachser, jeden z wiodących globalnych operatorów logistycznych, rozpoczyna budowę nowego oddziału w Neumünster w Szlezwiku-Holsztynie, najbardziej wysuniętym na północ kraju związkowym Niemiec. Powstanie tam terminal przeładunkowy dla towarów przemysłowych i żywności. Wartość 17,4 mln euro inwestycja ma zostać sfinalizowana w trzecim kwartale 2020 r.

„Neumünster stanie się jednym z kluczowych terminali dla Dachser na północnym krańcu Niemiec. Nowa lokalizacja połączy się bezpośrednio z naszą rozległą europejską siecią transportu lądowego”, mówi **Alexander Tonn**, Dyrektor Zarządzający Dachser European Logistics w Niemczech.

Nowy oddział Dachser powstanie w dogodnej lokalizacji przy autostradzie B205, z bezpośrednim dostępem do autostrady A7. Prace budowlane rozpoczną się na początku września br. Planowana powierzchnia terminala to 6,7 tys. mkw., z czego 5 tys. mkw. będzie przeznaczona na przeładunki towarowe, a na pozostałych 1,7 tys. mkw. znajdzie się chłodnia do obsługi produktów żywnościowych. Obiekt będzie dysponował 76 stanowiskami do załadunku i rozładunku ciężarówek. Dodatkowo przy cross-docku powstanie budynek biurowy o powierzchni 1 tys. mkw. W nowym oddziale zatrudnionych ma zostać ok. 30 osób.

Dotychczas obsługą przesyłek w tej lokalizacji zajmował się lokalny partner Dachser – firma 17111 Transit Transport & Logistik. Współpraca ta będzie kontynuowana do czasu otwarcia nowego oddziału.

↳ Eksperti Dachser będą prezentować ofertę firmy na stoisku D.001 w hali 6.1. centrum targowego Koelnmesse. Tegoroczne targi spoga+gafa będą podzielone na cztery części tematyczne: garden living (m.in. meble i dekoracje ogrodowe, kemping, sport i gry), garden creation & care (m.in. rośliny i kwiaty, narzędzia i akcesoria do pielęgnacji ogrodu, wiaty), garden unique (ekskluzywne wyposażenie ogrodu) oraz garden bbq (grillowanie). Łączna powierzchnia wystawiennicza imprezy to ponad 230 tys. mkw.



Od lewej: Jan-Ferdinand Lühmann – kierownik operacyjny oddziału Dachser European Logistics Neumünster, Paul Bartram z Bartram Bau-Systeme, Alexander Tonn – dyrektor zarządzający Dachser European Logistics w Niemczech i dr Olaf Tauras, burmistrz Neumünster.

## TRAXTER



Firma GISACO Sp. z o.o., jako generalny importer marki TRAXTER, ma wielką przyjemność poinformować, że w 2019 roku świętujemy 10 lat obecności produktów TRAXTER na polskim rynku!

### Jesteśmy dumni z tych lat oraz z faktów:

- ponad **10.000** sztuk sprzedanych opon
- ponad **400** powracających, a więc zadowolonych użytkowników
- blisko **50** partnerów, dystrybutorów i klientów hurtowych.

Z tej okazji chcemy gorąco podziękować wszystkim klientom, partnerom i promotorom produktów TRAXTER za poświęcony czas i energię, za zaufanie i lojalność, a także za wyrozumiałość w trudnych momentach.

GISACO Sp. z o.o. | ul Mszczonowska 76A, 05-090 Janki | [www.gisaco.pl](http://www.gisaco.pl)



## RABEN WSPIERA FORMUŁĘ STUDENT

➤ Raben, Fot. Raben

**Co łączy operatora logistycznego z torem wyścigowym? Odpowiedź jest prosta: pasja, przedsiębiorczość i... bolid. Wspierając młode talenty Grupa Raben została partnerem logistycznym PWR Racing Team z Politechniki Wrocławskiej, który godnie reprezentuje nasz kraj na największych torach we Włoszech, Niemczech i Czechach, ścigając się w ramach programu Formuła Student.**

Grupa Raben dysponuje dynamiczną siecią połączeń w całej Europie. Jej rozwój jest możliwy dzięki przedsiębiorczości i pasji tworzących ją ludzi. Dlatego, firma chętnie współpracuje także ze szkołami i uczelniami wyższymi, często wspierając studentów w ich rozwoju. I właśnie na styku transportu i studenckiej pasji udało się zrealizować ciekawy międzynarodowy projekt transportowy, polegający na transporcie bolidu samochodem ciężarowym.

„Z pierwszej rozmowy z Arkadiuszem Żurkiem, przedstawicielem Instytutu INTL, pamiętam tylko pasję rozmówcy oraz hasła: Formuła 1, transport, wyścigi, bolid, Włochy, Czechy,

Niemcy. Po kolejnej rozmowie wiedziałam, że choć nie chodzi o Formułę 1, tylko o Formułę Student, to jest to projekt, którym warto się zainteresować i przedstawić go kolegom.” – tłumaczy Kasia Ostojka, Menedżer ds. marketingu Raben Logistics Polska.

Formuła Student to międzynarodowa seria zawodów dla inżynierskich zespołów uniwersyteckich organizowana corocznie przez organizację Society of Automotive Engineers. Studenci z najlepszych uniwersytetów i politechnik z całego świata przez rok projektują, konstruują i budują bolid wyścigowy, aby po odbytej fazie testów ścigać się na

największych i najslynniejszych torach wyścigowych na świecie. Pojazdy i zespoły podczas poszczególnych konkurencji oceniane są przez przedstawicieli największych koncernów z branży automotive.

„W Grupie Raben nieustannie rozwijamy transport międzynarodowy. Otwieramy nowe kierunki, ale nie zapominamy o połączeniach, które mamy już w swojej ofercie, a do takich należy choćby kierunek włoski, czy niemiecki.” – tłumaczy Maciej Zieliński, Dyrektor Dystrybucji Międzynarodowej w Raben Logistics Polska. – „Początkowo zaskoczył nas pomysł transportu bolidu, ale w końcu jesteśmy firmą, która nie boi się wyzwań i ciekawych zadań. Tym razem był to transport dedykowany, choć warto dodać, że połączenia między Polską a Italią realizowane są w ramach regularnych połączeń drobnicowych, przy współpracy z włoską spółką Grupy

Raben – firmą Sittam. – dodaje. I tak firma podstawiała dedykowany środek transportu, na który załadowano bolid oraz cały dodatkowy sprzęt PWR Racing Team z Politechniki Wrocławskiej. Kierowca Raben bezpiecznie dowiózł całość do Parmy, dzięki temu wrocławska drużyna mogła się godnie zaprezentować na torze Riccardo Paletti Autodromo Varano, gdzie w dniach 24-28.07.2019, zajęła 5 miejsce (do 4 lokaty zabrakło zaledwie 0,43 punktu na 1000 możliwych do zdobycia).

Kolejny wyścig odbędzie się już wkrótce w Niemczech w Hockenheimring Baden-Württemberg. Także i tym razem Raben zadba o logistykę trzymając kciuki za osiągnięcia przyszłych inżynierów. Formuła Student stanowi w końcu bodziec do rozwoju pasjonatów motoryzacji. Z kolei Grupa Raben wychodzi z założenia, że transport nie tylko dostarcza towary, ale także rozwija pasje.

# NIEBEZPIECZNY ZHAKOWANY SMARTWATCH

➤ G-Data. Fot. G-Data

Czym dzisiaj jest smartwatch, jeśli nie tylko gadżetem w formie elektronicznego naręcznego zegarka? To kolejna forma zminiaturyzowanego komputera, odpowiadająca funkcjonalnościom urządzeń mobilnych. Coraz częściej staje się też modnym dodatkiem, zastępującym tradycyjny zegarek. Co natomiast wiemy o zabezpieczeniach smartwatchy? Czy ich zhakowanie jest możliwe?

Pierwsze cyfrowe zegarki, wyświetlające jedynie godzinę pojawiły się już w 1972 roku. Jednak już 12 lat wcześniej modele podobne do obecnych wyobrażali sobie m.in. twórcy kultowego Star Treka. Wracając do teraźniejszości – smartwatch to wielofunkcyjne urządzenie mobilne w formie zegarka, o dotykowym ekranie, kompatybilne ze smartfonem i spełniające niektóre jego funkcje. Jest to tzw. inteligentny zegarek typu wearable.

W ostatnich latach stały się one prawdziwym must have. Korzystać z nich mogą wszyscy ponieważ urządzenia te są ukierunkowane na każdą grupę konsumentów. Ich producentami są największe światowe marki, takie jak Apple, Samsung, Huawei i wiele innych. Ze względu na to, że spełniają niektóre z zastosowań smartfona, wykorzystuje się je m.in. do wykonywania

połączeń, a także pisania wiadomości. Odgrywają także rolę kalkulatora, kalendarza i odtwarzacza muzyki. Umożliwiają również kontrolę aparatu czy nawigacji GPS. Oprócz funkcji smartfonów wyposażone są we własne moduły np. do pomiaru wskaźników zdrowotnych (tętno, spalanie kalorii, ilość kroków).

Jak w przypadku każdej nowinki technologicznej, do smartwatchy również pojawia się kilka zastrzeżeń. Najważniejsze z nich to forma zabezpieczenia sieciowego. Smartwatch, jak każde urządzenie mobilne, łączy się z Internetem, przez co staje się kolejną furtką do danych dla hakerów. Przetwarza on niemal identyczne dane, jak smartfon. Pomimo tego, że w smartwatchach są one przesyłane do chmury i tak istnieje możliwość, że cyberprzestępcy będą w stanie je przechwytać. Oprócz adresów i kontaktów przesyłanych na zegarki gromadzą one także bardzo personalne informacje o ich właścicielu, takie jak waga, wzrost, a nawet lokalizacja lub przebyte trasy.

Choć smartwatche i instalowane na nich systemy są ciągle ulepszane, wciąż nie powstały w pełni zabezpieczające moduły, które skutecznie zabezpieczą użytkowników przed przechwytem danych. Jednak należy pamiętać, że inteligentne zegarki, działają na zasadzie połączenia ze smartfonem. Dlatego w pierwszej kolejności należy

zadbać o zabezpieczenie telefonu. – mówi **Robert Dziemianko z firmy G DATA**, będącej producentem oprogramowania antywirusowego.

Ochrona smartwatchy pozostawia zatem wiele do życzenia. Co ciekawe już w 2015 roku ogłoszono wątpliwości co do odpowiedniego zabezpieczania tych urządzeń. Student z Kopenhagi, Tony Beltramelli udowodnił, że przez zhakowanego smartwatcha przestępca może śledzić gesty właściciela, tym samym odczytując, co zostaje wpisywane. Odkrycie to miało miejsce 4 lata temu. Wciąż można obawiać się tego, jak hakerzy mogą wykorzystywać postęp technologiczny do dalszego zbierania danych z inteligentnych zegarków.

Smartwatche, pomimo wspomnianego mankamentu, na który jak się wydaje, producenci nie zwracają uwagi, to wciąż niezwykle przydatne urządzenia. Dla wielu osób jest to nieodłączny element garderoby, tak jak dawniej był nim tradycyjny zegarek. Niektórzy nie wyobrażają sobie już bez nich życia. Obecnie zaobserwować można coraz większy rozwój technologii zabezpieczających urządzenia mobilne, takich jak telefony i tablety. Czy przyjdzie także czas na to, aby odpowiednio chronione były inteligentne zegarki? Z pewnością jest to temat godny dalszego śledzenia.





## TRANSPORT SIĘ NIE OPŁACA, CZYLI O TYM, KTO RZĄDZI W BRANŻY TSL?

OCRK. Fot. OCRK

Średnia ocena sytuacji finansowej przedsiębiorstwa wystawiona przez przedstawicieli branży transportowej to 3,3<sup>1</sup>. W pięciostopniowej skali ta trójka z plusem wypada dość słabo. Skoro Eurostat pokazuje, że w 2018 roku eksport w krajach Unii Europejskiej wzrósł o 4,7 proc., a import o 5,4 proc., popyt na międzynarodowy transport drogowy jest duży. Warto zwrócić uwagę, że w ostatnim czasie liczba rejestrowanych samochodów ciężarowych zwiększyła się o 8 proc. do 29,9 tys. sztuk, a ilość przewiezionych towarów liczonych w tonach wzrosła o 18 proc<sup>2</sup>. Dane wskazują na dobrą kondycję polskich firm przewozowych. Okazuje się jednak, że mimo swojej pozycji, to nie przedsiębiorcy dyktują warunki na rynku. Sektorem TSL w Polsce i w Europie rządzi klient.

Produkcja przemysłowa, wzrost wymiany handlowej czy rozwój branży ecommerce – wszystko to wpływa na rosnące zapotrzebowanie na usługi transportowe. Szacuje się, że 80 proc. przewozu towarów na świecie odbywa się drogą lądową. Wydawałoby się więc, że przedsiębiorcy mogą dyktować warunki. Nic bardziej mylnego.

Polscy transportowcy są bardzo rozdrobnieni. Według danych rynkowych 95 proc. to małe i średnie firmy, często

rodzinne, operujące średnio od 4 do 8 samochodami ciężarowymi. Takie biznesy są szczególnie podatne na wszelkie wahania, w tym między innymi zmiany ceny oleju napędowego, wzrost wynagrodzeń i obowiązków administracyjnych związanych z kosztami pracowniczymi – mówi **Kamil Wolański, ekspert Ogólnopolskiego Centrum Rozliczania Kierowców (OCRK)**. – Ponadto rozdrobnienie nie służy konkurencyjności. W ostatnim czasie OCRK zapytało swoich klientów, czego najbardziej obawiają się, myśląc o przyszłości branży transportowej. Oprócz braków wykwalifikowanej kadry, co już kolejny rok jest problemem numer jeden, spędzającym sen z oczu przewoźnikom, aż 29 proc. respondentów wskazało rosnącą konkurencję z krajów Europy Wschodniej, a 26 proc. konkurentów w innych krajach unijnej Wspólnoty – dodaje.

### CZY TRANSPORT SIĘ OPŁACA?

Przewoźnik, ustalając cenę za fracht powinien wziąć pod uwagę wszystkie koszty, jakie musi ponieść realizując zlecenie. Wobec tego wpływy za przewieziony ładunek nie powinny być niższe niż poniesione wydatki. Transportowcy w różny sposób naliczają opłatę za wykonaną pracę. Jedni podają cenę za zrealizowany przewóz, inni natomiast liczą ilość przejechanych kilometrów. Średnia stawka za przewieziony fracht wynosi około 3,23 zł/km, zakładając, że kierowca przejechał 10 000 km. Co robią przedsiębiorcy, by zyskać klienta? Rywalizują cenami, obniżając oferowaną kwotę za przewiezienie ładunku.

Warto podkreślić, że sprawa nie dotyczy tylko Polski, ale również innych krajów europejskich. Na przykład w Niemczech stosowana jest podobna praktyka jak u nas, co negatywnie oddziałuje na kondycję finansową przewoźników. Zakłady coraz częściej mają problem z zatorami płatniczymi i balansują na krawędzi rentowności. Jak wynika z danych Krajowego Rejestru Długów firmy transportowe – samym leasingodawcom – mają do oddania ponad 112 mln zł<sup>3</sup>. Gdyby przedsiębiorcy nie transportowali ładunków poniżej określonej stawki, klient musiałby zapłacić więcej, a zleceniobiorcy nie ponosiliby start finansowych – wyjaśnia Kamil Wolański, ekspert OCRK.

### GIEŁDA PODWYKONAWCÓW

Najczęściej stosowaną praktyką jest tzw. zlecenie od spedycji. Kontrahenci nawiązują współpracę ze spedytorem, który poszukuje dostępnego transportowca. W procesie negocjacji pomiędzy stronami przedstawiany jest wzór umowy, którą przewoźnik zobowiązuje się podpisać, jeżeli zaakceptuje warunki współpracy. Nie ma on możliwości wprowadzania żadnych modyfikacji do zapisów i jest zobowiązany wywiązać się ze wszystkich punktów kontraktu. Na co warto zwrócić uwagę w takiej sytuacji?

Najczęściej pojawiającym się zapisem jest obowiązek zapłacenia określonej kary pieniężnej za niewykonanie lub nieprawidłowe wykonanie zlecenia. W przypadku, gdy na przykład dojdzie do nieterminowego pod-

1 Raport Transcash, lipiec 2019.

2 Dane ZMPD i GUS.

3 Dane KRD dot. zadłużeń wobec firm leasingowych: <https://krd.pl/Centrum-prasowe/Informacje-prasowe/2019/Branza-leasingowa-rosnie-i-liczy-dluznikow>

## Implementacja nowoczesnych technologii

↳ Dachser. Fot. Dachser

Dachser, globalny operator logistyczny, prowadzi badania nad możliwościami wykorzystania koncepcji takich jak IoT (Internet rzeczy) czy uczenia maszynowego do zarządzania łańcuchami dostaw. Międzynarodowa firma od początku swego istnienia przywiązuje dużą wagę do innowacyjności. Operator odgrywał kluczową rolę m.in. przy wdrożeniu nadwozi wymiennych w latach 70. czy rozpoznaniu kodów kreskowych na paletach w ostatniej dekadzie XX wieku. Cel tych działań zawsze jest taki sam: zapewnienie najsprawniejszej obsługi logistycznej przy maksymalnej kontroli na każdym etapie łańcucha dostaw.

Działania te idą w parze ze strategicznym programem badań fokusowych, w ramach którego operator angażuje swój zespół ponad 30 tys. pracowników na całym świecie w celu poszukiwania nowych koncepcji i zarządzania innowacjami dla sieci Dachser. Firmowy dział R&D ściśle współpracuje w tym zakresie z Instytutem Przepływu Materiałów i Logistyki Fraunhofera – największej organizacji badań stosowanych w Europie. W ten sposób operator wzbogaca swój potencjał w obszarze R&D o kluczowe kompetencje, zapewniając sobie elastyczny dostęp do specjalistów. W laboratorium Fraunhofer IML pracuje obecnie ponad 500 naukowców i eksper-

tów z różnych dziedzin. Kluczowe przedmioty ich badań to przepływ materiałów i AutoID (automatyczna identyfikacja), zarządzanie przedsiębiorstwem oraz łańcuchem dostaw, a także logistyka transportu.

### INFORMACYJNE SYNERGIE

Obecnie działania badawczo-rozwojowe Dachser koncentrują się m.in. na zagadnieniu łączności. Głównym celem badań jest zintegrowanie informacji uzyskiwanych z całego łańcucha dostaw oraz zapewnienie jeszcze sprawniejszej wymiany danych. Dotyczy to w szczególności integracji danych z głównych, autorskich systemów Dachser do zarządzania transportem (Domino) i magazynem (Mikado) z publicznymi źródłami

danych np. dotyczących pogody czy ruchu ulicznego. Prowadzone działania zdążyły się już przełożyć na zaoferowanie konkretnych rozwiązań. Od początku 2019 r. Dachser oprócz klasycznych usług elektronicznej wymiany danych (EDI), oferuje także usługi sieciowe API (Application Programming Interface), umożliwiające klientom jeszcze lepszą komunikację z operatorem w czasie zbliżonym do rzeczywistego. Ponadto w ostatnim czasie Dachser uruchomił całkowicie nową „platformę łączności” pod nazwą Dachser LLP Control Tower, która pozwala na oferowanie klientom usług 4PL jako Wiodący Operator Logistyczny (LLP).

WIĘCEJ NA [log4pl](http://log4pl.pl)

stawienia pojazdu do załadunku/rozładunku lub nie zostanie zrealizowana miesięczna liczba kilometrów, wówczas przewoźnicy są zobligowani do zapłacenia kary umownej. Średnia grzywna, jaką przewoźnik może zostać obciążony za niedotrzymanie umowy liczy od 5 do 7,5 tys. złotych. Kierowcy obawiają się bardzo wysokich kar wynikających z przepisów ustawy SENT, która dotyczy nadzoru nad przewozem towarów tak zwanych wrażliwych, gdzie często nie mają wielkiego wpływu na ewentualne naruszenia – wyjaśnia Wolański.

Poza tym kontrahenci opóźniają terminy płatności za dokonane usługi. Ze względu na to, że istnieje możliwość zawierania umów przez podmioty mające siedzibę na terenie całej UE, czas zapłaty jest dłuższy niż 30, a nawet 60 dni. Wynika to z faktu, iż okres realizacji należności nie jest liczony od momentu wykonania usługi, lecz od chwili doręczenia dokumentów zleceniodawcy, co zdecydowanie wydłuża termin uzyskania zaległych pieniędzy. Małe firmy borykają się więc z zatorami płatniczymi.

Warto też zaznaczyć, że umowa, jaką przewoźnik zawiera ze spedytorem, często uwzględnia klauzulę dotyczącą możliwości jej rozwiązania. Jak się jednak okazuje nie jest to takie proste. Rozwiązanie umowy poprzedzone jest bowiem kilkumiesięcznym okresem wypowiedzenia. Wiąże się to z tym, że firma transportowa nadal jest zobowiązana pracować dla danego klienta. Relacja przewoźnik-spedytor/zleceniodawca nie jest łatwa, a obecnie, przy tak dużym rozdrobnieniu rynku, coraz rzadziej stanowi długoterminową współpracę opartą na wzajemnych korzyściach i szacunku – dodaje ekspert OCRK.



**TENSOR**

NAJLEPSZY  
W SWOJEJ KLASIE  
DO WYMAGAJĄCYCH  
ZASTOSOWAŃ



Wydajniejsza praca dzięki:

- większej pojemności (= więcej energii),
- wyższemu napięciu (= więcej energii),
- wydajnemu odzyskiwaniu energii,
- odporności na wysoką moc szczytową.

Dłuższa żywotność dzięki:

- niższej temperaturze pracy,
- wysokiej wydajności przy intensywnej eksploatacji.

Perfekcyjne dopasowanie do użytkownika i okazjonalnego ładowania.

Oszczędność energii dzięki doskonałej wydajności energetycznej.



**TENSOR XGEL**

POŁĄCZENIE  
WIODĄCYCH TECHNOLOGII

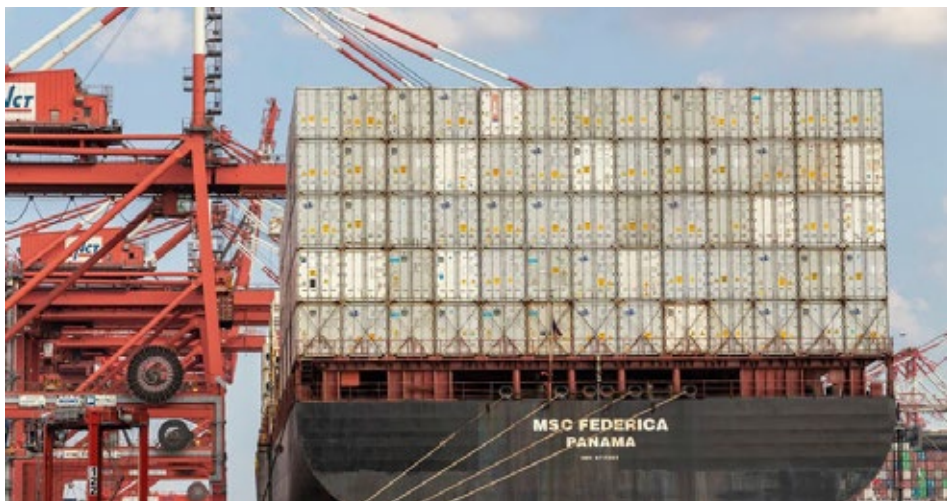


Tensor xGEL to efekt technologicznej rewolucji, która wykorzystuje technologię TENSOR, czyli miedzianą kratkę 3D w kształcie rombu pokrytą otokiem, pozwalającą na uzyskanie dziesięciokrotnie większej przewodności w płycie ujemnej oraz lepszych parametrów – dzięki całkowicie przeprojektowanej płycie dodatniej o cylindrycznej budowie i zwiększonej powierzchni.

W nowej baterii TENSOR XGEL zastosowano kombinację wyżej opisanej budowy z technologią Sonnenschein dryfit. W efekcie TENSOR XGEL jest wysokowydajną baterią o dużej pojemności i doskonałej zdolności przyjmowania ładunku, całkowicie bezobsługowa, możliwa do pełnego doładowania z poziomu rozładowania wynoszącego 70% – w ciągu 8 godzin – dzięki unikalnemu profilowi GNB X.

**GNB**  
INDUSTRIAL POWER  
A Division of Exide Technologies

WIĘCEJ INFORMACJI NA: [WWW.EXIDE.COM](http://WWW.EXIDE.COM)



## KONTENEROWE „WĄSKIE GARDŁA”

↳ Schenker. Fot. Schenker

Podczas gdy udział ładunków przewożonych drogą morską w kontenerach zwiększa się w skali świata nieznacznie, segment kontenerów chłodniczych przeżywa obecnie wyraźny wzrost. Do tego stopnia, że eksperci obawiają się wystąpienia wąskich gardła w zakresie przepustowości.

Konteneryzacja frachtu morskiego jest uznawana za największą rewolucję w transporcie XX wieku. Nie jest to proces zakończony. Po dokładniejszej analizie możemy zauważyć, że przed konteneryzacją zupełnie nowe wyzwania pojawiają się w segmencie chłodni. Na przykład, jeden z głównych producentów bananów niedawno całkowicie zamienił sposób swoich dostaw z Ameryki Łacińskiej do Europy na kontenerowce kosztem tradycyjnej floty statków chłodniczych na tej trasie. Dzięki większej pojemności gwarantowanej przez kontenerowce, transport towarów łatwo psujących się wymaga stosunkowo mniej energii, co pozwala na zredukowanie emisji CO<sub>2</sub>.

Impuls do zmian w obszarze konteneryzacji w segmencie statków chłodniczych wiąże się z kwestią ochrony środowiska. Obecne prawodawstwo zainicjowane przez Międzynarodową Organizację Morską (IMO) nakłada obowiązek zmniejszenia zawartości siarki w paliwie

z 3,5 do 0,5% począwszy od 2020 r.

Ograniczenia te spowodują wzrost kosztów paliwa i należy przewidywać, że z przyczyn ekonomicznych wiele tradycyjnych chłodniowców zostanie zezłomowanych, a w konsekwencji więcej ładunków zostanie przekierowanych do kontenerów chłodniczych.

Komentarz **Bartosa Wilczyńskiego, Head of Ocean Solutions & Business Development Northeast Europe Cluster w DB Schenker:**

W związku z szybkim rozwojem i coraz większym zainteresowaniem klientów możliwością transportu dużych partii towarów wymagających temperatury kontrolowanej, jednym z największych wyzwań stojących przed armatorami jest dostępność kontenerów i ich relokacja. Kontenery chłodnicze są sprzętem specjalistycznym i nie zawsze dostępnym w ilościach, które mogą interesować klientów. W okresach tzw. „peaków” załadunkowych dostępność

staje się wręcz limitowana, a czas oczekiwania na kontener chłodniczy znacznie wydłuża się. Firmy takie jak DB Schenker współpracują z armatorami w tej kwestii, pomagając sobie nawzajem, importując towary niewymagające temperatury kontrolowanej w kontenerach typu Reefer.

Armatorzy od prawie roku przygotowują rynek przewozów kontenerowych na wprowadzenie nowych regulacji dotyczących rodzaju paliwa i na konsekwencje z tego płynące. IMO 2020 tak naprawdę zacznie obowiązywać najprawdopodobniej już w IV kwartale 2019 roku, kiedy to ma pojawić się nowa opłata paliwowa wynikająca z tych przepisów.

Obecnie armatorzy muszą rozpocząć proces dostosowania swojej floty do nowych przepisów. Większość jednostek kontenerowych zostanie poddana czyszczeniu i przez jakiś czas może być wycofana ze służby – taka sytuacja może doprowadzić do tzw. „blank salingów” i w efekcie zmniejszenia powierzchni załadunkowych na statkach obsługujących główne kierunki międzykontynentalne. Może stać się to kolejnym argumentem w rękach armatorów do podwyższenia stawek frachtowych.

## Globalna dystrybucja artykułów sportowych

↳ Kuehne + Nagel. Fot. Kuehne + Nagel

5-letnia umowa na obsługę Regionalnego Centrum Dystrybucji w zakresie magazynowania, usług celnych, importu oraz eksportu

Budowa nowego magazynu o powierzchni 23 000 m<sup>2</sup> wewnątrz obiektów należących do terminalu morskiego Contecar w mieście Cartagena

Kuehne + Nagel podpisało pięcioletni kontrakt z firmą Decathlon, zajmującą się komercjalizacją artykułów sportowych i odzieży. Firma będzie odpowiedzialna za prowadzenie nowego centrum dystrybucyjnego zlokalizowanego na terenie należącym do Grupy Port Cartagena o powierzchni 23 000 m<sup>2</sup>.

Jon Hernaez, dyrektor ds. łańcucha dostaw w Decathlon dla LATAM wskazuje, że „centrum dystrybucji w Cartagenie połączy Klientów sportowych z naszą unikalną ofertą produktów. Pierwsze badania komercyjne przeprowadzone w Kolumbii, Meksyku i Chile potwierdzają atrakcyjność tego regionu i zwiastują dobry odbiór naszej oferty. Kuehne + Nagel jest wyróżniającym się liderem w branży logistycznej, jego doświadczenie i globalna sieć połączeń sprawia, że port w Cartagenie stanie się bardziej globalny niż regionalny.”

Ingo Goldhammer, dyrektor Kuehne + Nagel w regionie Ameryki Środkowej i Południowej: „Cieszymy się, że możemy obsługiwać firmę Decathlon i jej Klientów, wnosząc w to partnerstwo nasze wieloletnie doświadczenie i specjalistyczną wiedzę na temat międzynarodowych łańcuchów dostaw. Kuehne + Nagel, oferując wysokiej jakości innowacyjne rozwiązania logistyczne dla kluczowych graczy różnych branż, stało się wzorem na rynku kolumbijskim i regionalnym, Współpraca firmy Decathlon, Grupy Port Cartagena i Kuehne + Nagel oraz implementacja innowacji w zakresie logistyki i obsługi celnej są kluczowymi elementami projektu.”

Aníbal Ochoa, przedstawiciel Grupy Port Cartagena dodaje: „Współpraca z Kuehne + Nagel świadczy o tym, że Cartagena staje się idealnym miejscem promującym rozwój społeczno-gospodarczy i handel w regionie Karaibów”.

Centrum dystrybucyjne w Cartagenie wyposażone w 25 000 funkcjonalnych stanowisk będzie obsługiwało ponad 15 000 towarów. Centrum posiada także trzypoziomą antresolę o pojemności ponad 40 000 miejsc magazynowych, zaprojektowanych tak, aby zapewnić najwyższy poziom wydajności pracy zgodnie z wymaganiami rynków regionalnych. Rozpoczęcie działalności planowane jest na trzeci kwartał 2019 roku.

Aby wzmocnić lokalną dostawę, Kuehne + Nagel zostało również wybrane do zarządzania magazynem o powierzchni 10 000 m<sup>2</sup> w Bogocie. Obiekt przeznaczony jest do magazynowania i dystrybucji produktów Decathlon na rynek kolumbijski.



# TRENDY REKRUTACYJNE W E-COMMERCE

➤ Magdalena Letko, Senior Recruitment Business Partner

Rynek e-commerce w Polsce to jeden z obszarów gospodarki o najszybszym wzroście, nie tylko w skali Europy ale i świata. Według prognoz do 2022 r. wartość rynku e-commerce ma się zwiększyć o kolejne 6 mld dolarów. 15 mln. osób w Polsce dokonuje regularnych zakupów w internecie, a co drugi z nas finalizuje transakcje poprzez urządzenia mobilne – to aż 45% wszystkich użytkowników. Mimo iż, e-commerce jest młodą dziedziną gospodarki, to jego dynamizm powoduje szybko zmieniające się trendy oraz potrzeby pracodawców. To także ogromna szansa i perspektywa dla osób aktualnie poszukujących nowych wyzwań zawodowych.

Kogo dziś poszukują pracodawcy? Jakie kompetencje stają się coraz bardziej popularne? Jakie umiejętności gwarantują sprzedaż online sukces?

Realizując w BIGRAM procesy rekrutacji w tym obszarze zauważam dość szybko zmieniające się, po stronie moich klientów, tendencje. Coraz częściej obserwuję potrzebę zatrudnienia ekspertów specjalizujących się w zarządzaniu procesami customer experience. Mam na myśli osoby specjalizujące się w modelowaniu procesu zakupowego, poczynając od tworzenia pierwszego kontaktu z ofertą, przez wybór odpowiedniego wariantu oferty (zdjęcia, kolor, itp.), aż po zarządzanie bezpieczną płatnością za towar i szybką dostawę. Kto z nas nie dostał spersonalizowanej oferty, przeglądając kolejne strony prędko rozwijających się sklepów online? Tworzą ją osoby odpowiedzialne za monitorowanie, analizę ruchów konsumenckich i dostosowanie oferty do naszych potrzeb.

Tegorocznym trendem e-handlu jest tworzenie marketingu opartego o jakościowe treści. Osoby odpowiedzialne za działania content2commerce to najczęściej osoby, które posiadają umiejętności tworzenia oraz redakcji tekstów. Ważną umiejętnością jest też tzw. lekkie pióro. Działania content2commerce zwiększają ruch i konwersję, poprawiają pozycjonowanie na stronach. Specjaliści content2commerce odpowiadają na pytania internautów, a poprzez prowadzoną komunikację poniekąd wyzwalają w konsumencie jego potrzeby zakupowe.

Social marketing, content marketing, e-mail marketing – wszystkie te specjalizacje są odmianami digital marketingu. Specjaliści tych dziedzin są „towarem deficytowym” na rynku pracy, a charakteryzuje ich zbiór pewnych powtarzających się kompetencji. To kandydaci, którzy świetnie porozumiewają się w języku angielskim, mają nad wyraz rozwinięte kompetencje analityczne, dobrze poruszają się w międzynarodowych środowiskach; są otwarci na innowację; poszukują trendów i nowych narzędzi technologicznych. Zmieniające się środowisko, w którym pracują, wymaga, aby szybko reagowali i świetnie radzili sobie w problematycznych i stresujących sytuacjach. To osoby, które wykazują się dużą elastycznością w złożonym i dynamicznym środowisku pracy. Łączą umiejętności szacowania zysków i strat, strategii organizacyjnej z odpowiedzialnością na potrzeby konsumentów. To na nich zazwyczaj spoczywa odpowiedzialność za nadzór i koordynowanie różnych procesów związanych z dystrybucją produktów lub usług w internecie.

I wreszcie tak modne obszary jak machine learning, big data czy sztuczna inteligencja. Eksperti e-commerce



to młodzi ludzie łączący coraz częściej bardzo skrajne kompetencje oraz zakresy wiedzy. Nie ma jednej szkoły czy studiów, które dadzą możliwość wykonywania któregoś z wyżej opisywanych zawodów. Wykształcenie wyższe z zakresu nauk informatycznych, matematyki połączone z praktyczną znajomością machine learningowych framework-ów czy robotyki, w połączeniu z tzw. orientacją w biznesie sprawiają, iż często rekruterzy obracają się w zamkniętej grupie ekspertów. To, co łączy wszystkie te osoby o tak różnych specjalizacjach to pasja, dynamika działania, ogromne zrozumieniem procesów biznesowych i zachowań konsumenckich, a także pogłębiona analiza całego środowiska online. Według moich obserwacji to kandydaci, którzy mają ogromny potencjał do odniesienia sukcesów godnych Marca Zuckerberga czy Jeffa Bezosa.

## JAK WYGLĄDA WYNAGRODZENIE W BRANŻY E-COMMERCE?

Według ekspertyzy specjalistów BIGRAM osoby na najwyższych stanowiskach w organizacjach e-commerce wynagradzane są w zależności

od skali biznesu oraz celów, jakie są stawiane na wejściu do organizacji. Ich poziom porównywalny jest do tego, jaki otrzymują osoby na stanowiskach CEO w innych branżach. Poziom N-1, czyli osoby zajmujące stanowiska menedżerskie (Manager e-Commerce, Key Account Manager, Digital Marketing Manager, CRM Manager, Digital Brand Manager) otrzymują wynagrodzenia w granicach 15–20 tys. zł brutto miesięcznie. Specjaliści z danych dziedzin (analityk CRM, specjalista SEO, specjalista SEM) mogą liczyć na 10 tys. zł brutto bądź więcej.

Trudno usystematyzować obecnie pojawiające się trendy, a co za tym idzie – przewidzieć zmieniające się technologie tworzenia e-commerce. Daje to duże pole do aktywności dla zawodów przyszłości, jakim jest bez wątpienia dynamiczny obszar e-commerce. Stale zmieniające się trendy i zainteresowania wymuszają trzymanie ręki na biznesowym pulsie, by z wyprzedzeniem odpowiadać na potrzeby klientów. W tym na pewno pomocna jest dobrze zaplanowana struktura zatrudnienia, wynikająca z przyjętej strategii dalszego rozwoju organizacji.