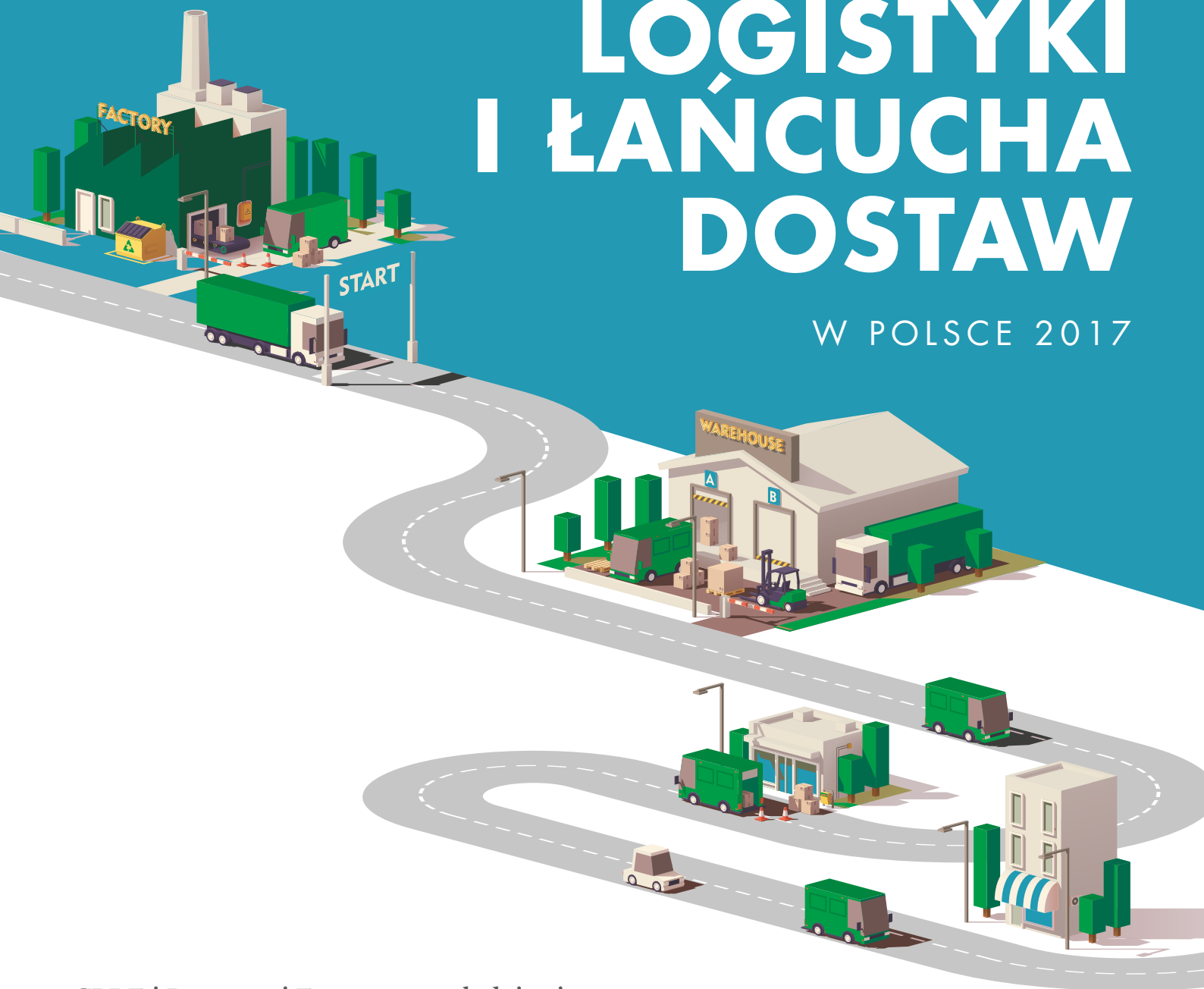


WSKAŹNIK POZIOMU OPTYMIZMU W ZAKRESIE LOGISTYKI I ŁAŃCUCHA DOSTAW

W POLSCE 2017



CBRE i Panattoni Europe przyglądają się
najnowszym trendom i prognozom dla branży

CBRE

PANATTONI EUROPE

Wstęp



Panattoni Europe BTS dla H&M, Mazowsze, Polska

Wskaźnik Poziomu Optymizmu w zakresie Logistyki i Łańcucha Dostaw w Polsce 2017 to pierwsze wydanie badania rynku podjętego w celu dokonania oceny poziomu optymizmu oraz oczekiwań w sektorze logistycznym i łańcucha dostaw w Polsce. CBRE i Panattoni Europe, przy silnym wsparciu ze strony agencji badawczej Analytiqa specjalizującej się w badaniach tego sektora rynku, opracowały zestawienie kluczowych wskaźników efektywności przedsiębiorstw działających w sektorze logistycznym i łańcucha dostaw. Niniejszy raport nawiązuje do podobnych badań przeprowadzonych w innych krajach europejskich.

Dokonanie analizy sytuacji na rynku logistycznym było możliwe dzięki ponad 50 osobom na stanowiskach kierowniczych, które wzięły udział w ankiecie badawczej i podzieliły się swoimi opiniami oraz przemyśleniami. Respondenci reprezentowali zarówno firmy logistyczne, jak i przedsiębiorstwa korzystające z usług logistyków (kategoria obejmowała firmy działające w branży produkcyjnej i handlowej). W grupie respondentów znaleźli się dyrektorzy generalni, dyrektorzy zarządzający oraz kadra kierownicza wyższego szczebla.

Respondenci byli pytani o obecną sytuację rynkową w Polsce oraz przewidywania na przyszłość w kontekście planów rozwoju ich przedsiębiorstw pod względem przypuszczalnych zmian wysokości obrotów, rentowności, nakładów inwestycyjnych związanych z logistyką i łańcuchem dostaw, a także przewidywanych zmian w zatrudnieniu. Dokonali oni porównania sytuacji na polskim rynku z sytuacją na arenie międzynarodowej i wyrazili swoje poglądy na temat kluczowych zagadnień,

takich jak wymagania stawiane obiektom logistycznym, handel elektroniczny, technologia, innowacyjność oraz znaczenie współpracy z podmiotami zewnętrznymi. Mamy również ogromną przyjemność przedstawić Państwu towarzyszące analizie ilościowej komentarze naszych partnerów, którzy zgodzili się podzielić się swoimi rozważaniami w kluczowych kwestiach.

Przeprowadzone badanie potwierdza pozytywne perspektywy dla rynku logistycznego. Wskaźnik Poziomu Optymizmu w zakresie Logistyki i Łańcucha Dostaw w Polsce 2017 został określony na poziomie 60,7. Wyniki osiągnięte przez firmy logistyczne i przedsiębiorstwa korzystające z usług logistyków były zbliżone, z nieco lepszym rezultatem dla pierwszej grupy respondentów. Poziom optymizmu wśród firm logistycznych został określony na 62,1, natomiast w grupie firm produkcyjnych i handlowych badany współczynnik wyniósł 59,1. Obliczenie wskaźnika zostało przeprowadzone w oparciu o odsetek respondentów zgłaszających zmianę na lepsze, brak zmian lub też zmianę na gorsze w sektorze. W efekcie wynik ponad 50,0 oznacza trend pozytywny, a poniżej 50,0 wskazuje na zmianę negatywną. Im wynik bardziej oddalony od 50,0, tym silniejsza zmiana na przestrzeni czasu.

Mamy nadzieję, iż pierwsze wydanie Wskaźnika Poziomu Optymizmu w zakresie Logistyki i Łańcucha Dostaw w Polsce 2017 spotka się z Państwa zainteresowaniem, a zawarte w nim informacje okażą się dla Państwa przydatne. Równocześnie będziemy wdzięczni za wszelkie informacje zwrotne dotyczące tego przeprowadzonego po raz pierwszy badania.



Wszystkie dane liczbowe odnoszące się do Wskaźnika Poziomu Optymizmu w zakresie Logistyki i łańcucha Dostaw w Polsce przedstawione w niniejszym raporcie zostały opracowane przez Analytiqa.

Analytiqa jest organizacją specjalizującą się w badaniach rynkowych i pozyskiwaniu informacji o działających na rynku przedsiębiorstwach, której oferta obejmuje opracowywanie raportów, przeprowadzanie dostosowanych do indywidualnych potrzeb klientów badań rynkowych oraz świadczenie usług doradztwa strategicznego na rzecz międzynarodowych Klientów ze wszystkich sektorów i branż w ramach globalnego łańcucha dostaw.

Analytiqa świadczy najwyższej jakości usługi w zakresie badań rynkowych niezbędnych klientom z handlowego punktu widzenia w procesie rozwoju i osiągnięcia zysków w coraz bardziej wymagających i konkurencyjnych warunkach rynkowych.

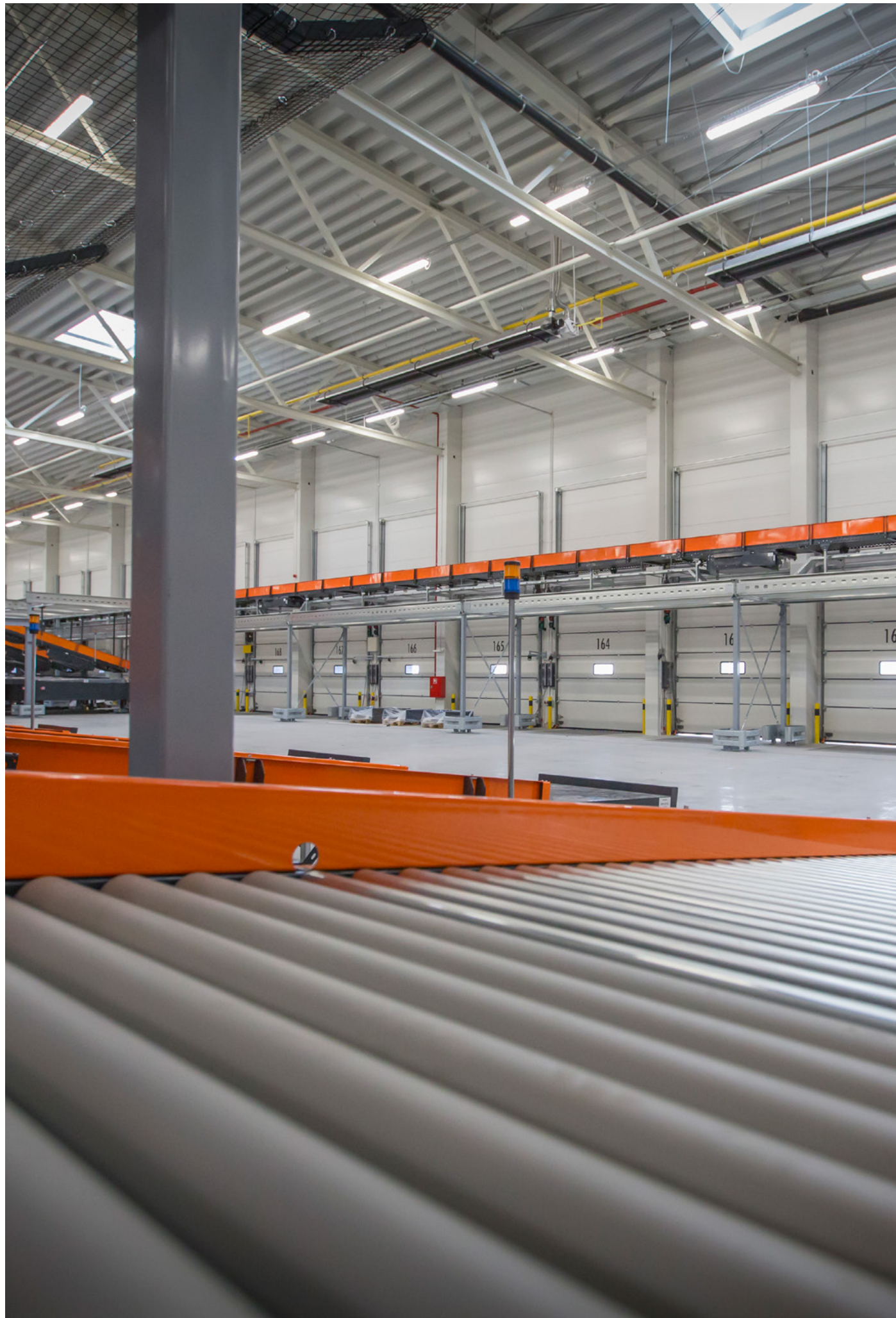
www.analytiqa.com

Spis treści

Badanie poziomu optymizmu	7	Kluczowe zagadnienia	25
Respondenci	10	Porównanie sytuacji w Polsce z sytuacją na arenie międzynarodowej	26
Jak kształtuje się poziom optymizmu w sektorze logistycznym w Polsce?	12	Nieruchomości logistyczne	30
		Przewidywania w zakresie kierunków rozwoju regionalnego	34
		Handel elektroniczny	36
		Pozyskiwanie nowych klientów	40
		Zwiększanie rentowności dostawców usług 3PL	40
		Cele nadrzędne z punktu widzenia prowadzenia działalności	41
		Zwiększenie efektywności	42
		Znaczenie technologii	42
		Innowacyjność	44
		Współpraca w ramach łańcucha dostaw	45
Możliwości rozwoju	17		
Przewidywane zmiany wysokości obrotów	18		
Przewidywane zmiany rentowności	19		
Prognozy w zakresie nakładów inwestycyjnych	20		
Prognozy w zakresie zmian w zatrudnieniu	21		
		O nas	47







W czasie przeprowadzania niniejszego badania zastosowaliśmy tę samą metodologię, która została użyta przez Analytiqą podczas podobnych badań wykonywanych przez ten podmiot na terenie innych krajów.

Niniejszy raport jest analizą kluczowych wskaźników efektywności dla przedsiębiorstw działających w sektorze logistycznym i łańcucha dostaw. Daje możliwość wglądu w tę branżę z perspektywy zarówno podmiotów korzystających z usług logistycznych, jak i tych świadczących takie usługi, co w efekcie pozwala nam na uzyskanie całościowego poglądu na panujące na rynku nastroje, a także bieżące kwestie i zagadnienia, mające wpływ na ten sektor. Respondenci wyrazili swoje opinie na temat wyników osiągniętych w ostatnim czasie przez sektor logistyczny,

a także przedstawili swoje oczekiwania i prognozy dla branży na najbliższy czas.

Niniejsze opracowanie jest pierwszym wydaniem Wskaźnika Poziomu Optymizmu w zakresie Logistyki i Łańcucha Dostaw w Polsce, którego wartość będzie wzrastać w miarę zbierania danych przez kolejne lata, co pozwoli na dokonanie wiarygodnej analizy porównawczej.

Opracowanie niniejszego wydania inauguracyjnego było możliwe dzięki dyrektorom generalnym, dyrektorom zarządzającym oraz kadrze kierowniczej wyższego szczebla wywodzącej się z zaliczających się do największych i najlepiej prosperujących dostawców usług logistycznych oraz przedsiębiorstw z branży produkcyjnej i handlowej w Polsce, w tym między innymi:





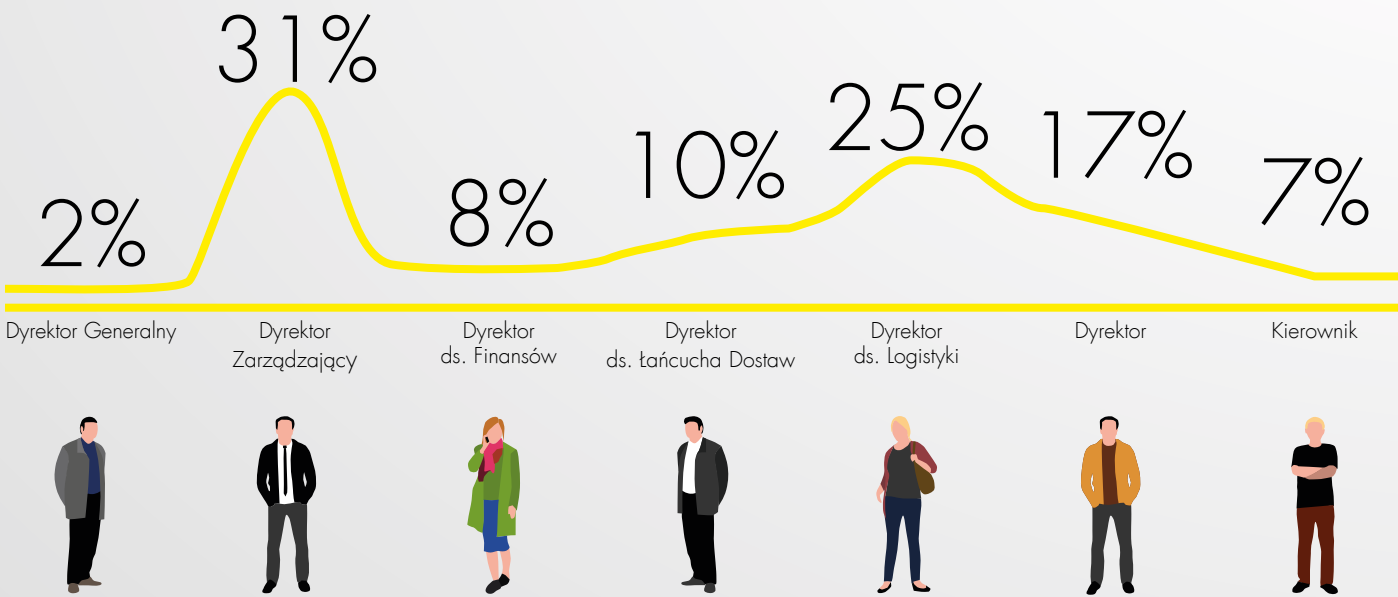
Respondenci

W badaniu wzięło udział 52 respondentów, z których 28 reprezentowało firmy logistyczne, a 24 wywodziło się z branży produkcyjnej i handlowej (firmy korzystające z usług logistyków). Grupa uczestników badania obejmowała głównie Dyrektorów Zarządzających, którzy stanowili blisko 31%

respondentów, a także Dyrektorów ds. Logistyki i Dyrektorów ds. łańcucha Dostaw, którzy w sumie stanowili 35% ankietowanych. Kolejne 17% respondentów to Dyrektorzy własnych firm. W ponad połowie przebadanych firm logistycznych ankieta została wypełniona przez Dyrektora

Zarządzającego. Przedsiębiorstwa produkcyjne i handlowe były reprezentowane głównie przez Dyrektorów ds. Logistyki oraz Dyrektorów ds. łańcucha Dostaw (w sumie 75% respondentów).

Stanowisko respondentów



Respondenci z sektora logistycznego

Większość firm logistycznych, które wzięły udział w badaniu, została sklasyfikowana jako dostawcy usług 3PL – stanowili oni

blisko 71% wszystkich respondentów z sektora logistycznego. 14% i 11% to odpowiednio przedsiębiorstwa spedycyjne i przewozowe,

gdzie pozostałe 4% reprezentowane są przez firmy kurierskie.

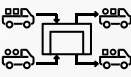
Respondenci z sektora logistycznego z podziałem na rodzaj świadczonych usług

71%



3PL

14%



Spedytorzy

4%



Kurierzy

11%



Przewoźnicy

Respondenci z grupy firm produkcyjnych i handlowych

W grupie firm produkcyjnych i handlowych, które wzięły udział w badaniu, największy udział miały firmy z sektora przemysłowego, włączając w to przemysł

motoryzacyjny oraz chemiczny. Firmy z sektora przemysłowego stanowiły 38% respondentów z badanej grupy. Pozostałe odpowiedzi pochodziły od przedsiębiorstw

działających w branży handlowej (33%), branży spożywczej i towarów konsumpcyjnych (21%) oraz w sektorze farmaceutycznym/ opieki zdrowotnej (8%).

Respondenci z grupy firm produkcyjnych i handlowych z podziałem na branżę

21%



Artykuły spożywcze i towary konsumpcyjne

38%



Przemysł

8%



Farmacja/ opieka zdrowotna

33%



Handel

Jak kształtuje się poziom optymizmu w sektorze logistycznym w Polsce?

Przeprowadzone badanie potwierdza pozytywne perspektywy dla rynku logistycznego. Wskaźnik Poziomu Optymizmu w zakresie Logistyki i łańcucha Dostaw w Polsce 2017 został określony na poziomie 60,7, co stanowi rezultat nieznacznie lepszy od tego osiągniętego przez zarówno Irlandię, jak i Wielką Brytanię, które również wzięły udział w badaniu w tym roku i uzyskały odpowiednio wynik 60,4 oraz 56,7.

W Polsce nie zostały odnotowane znaczące różnice pomiędzy wynikami osiągniętymi przez firmy logistyczne oraz przedsiębiorstwa produkcyjne i handlowe, z nieco lepszym rezultatem dla pierwszej grupy respondentów. Poziom optymizmu wśród firm logistycznych został określony na 62,1, natomiast wśród firm produkcyjnych i handlowych wskaźnik wyniósł 59,1.

Kalkulacja wskaźnika została przeprowadzona w oparciu o odsetek respondentów zgłaszających zmianę na lepsze, brak zmian lub zmianę na gorsze w sektorze. W efekcie wynik ponad 50,0 oznacza trend pozytywny, a poniżej 50,0 wskazuje na zmianę negatywną. Im wynik bardziej oddalony od 50,0, tym silniejsza zmiana na przestrzeni czasu.

Wskaźnik Poziomu Optymizmu w zakresie Logistyki i łańcucha Dostaw w Polsce 2017



Poziom optymizmu wśród przedsiębiorców w porównaniu z ostatnimi 12 miesiącami

Porównując aktualną sytuację na rynku z sytuacją panującą rok temu, 29% respondentów w polskim badaniu stwierdziło, iż poziom ich optymizmu co do warunków prowadzenia działalności jest wyższy niż 12 miesięcy temu.

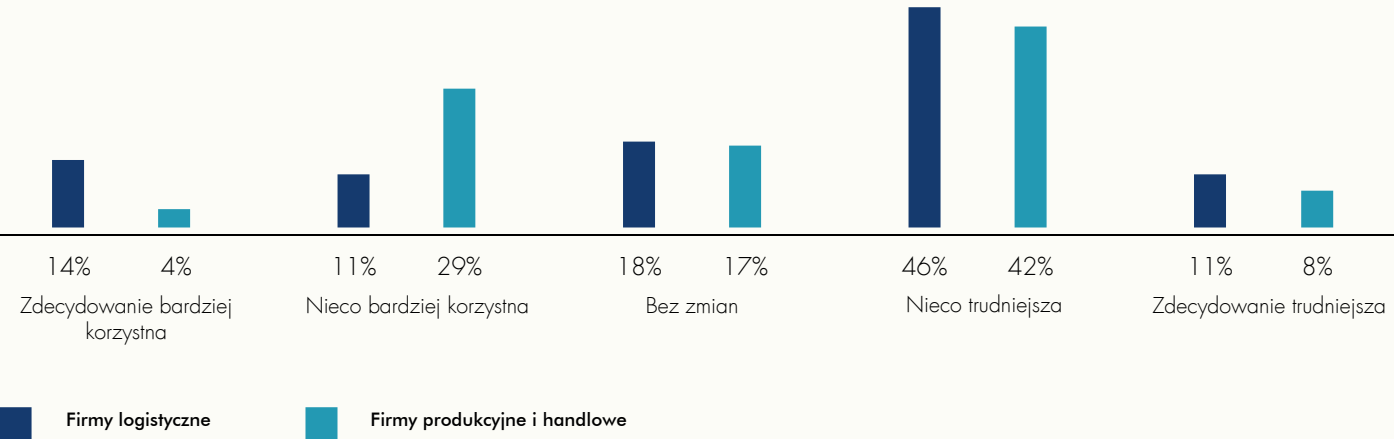
Jednakże, aż 54% respondentów oceniło aktualną sytuację rynkową jako „trudniejszą” niż w ubiegłym roku. Trudności zauważono głównie w sektorze logistycznym. Firmy produkcyjne i handlowe były zazwyczaj

znacznie bardziej optymistycznie nastawione niż firmy logistyczne i 33% z nich udzieliło odpowiedzi pozytywnych. Według 17% badanych firm sytuacja na rynku nie uległa zmianie od ostatniego roku.

Obecna sytuacja rynkowa w porównaniu z ostatnimi 12 miesiącami



Obecna sytuacja rynkowa w porównaniu z ostatnimi 12 miesiącami



Poziom optymizmu wśród przedsiębiorców – prognoza na następne 12 miesięcy

Kiedy zapytano respondentów o poziom ich optymizmu co do następnych 12 miesięcy, 29% było optymistycznie nastawionych i postrzegało przyszłą sytuację na rynku jako korzystną, podczas gdy ponad

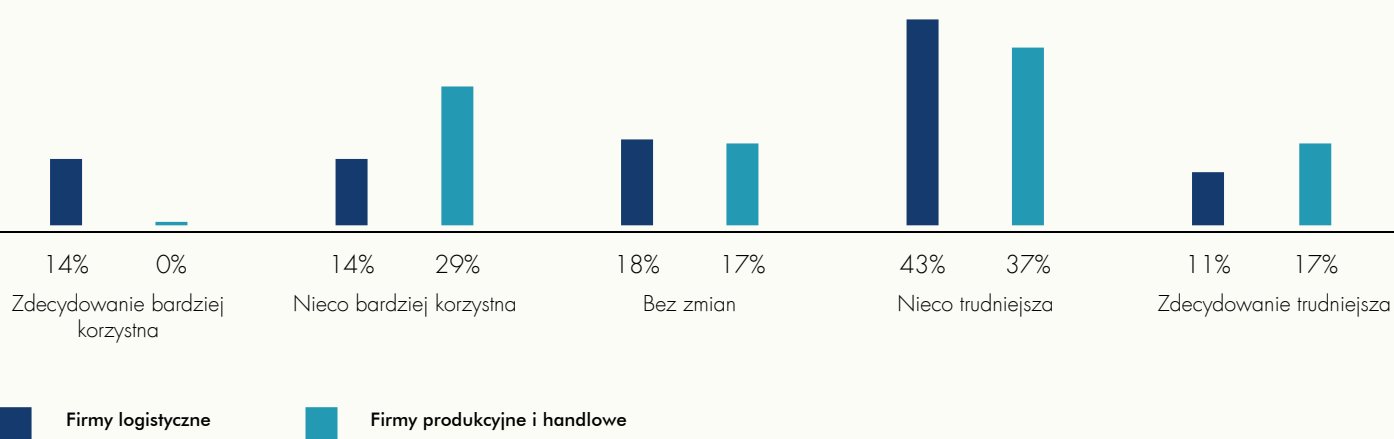
54% przewidywało zewnętrzne trudności w skutecznym prowadzeniu działalności. Około 17% uznało, że sytuacja na rynku pozostanie bez zmian. Sektor logistyczny wydawał się być bardziej optymistyczny co do przyszłości

niż firmy produkcyjne i handlowe. Ponad 14% firm logistycznych wierzy w „znacznie bardziej korzystne” warunki, podczas gdy grupa firm korzystających z usług logistyków wybrała jedynie kategorię „nieco bardziej korzystne”.

Sytuacja rynkowa – prognoza na następne 12 miesięcy



Sytuacja rynkowa – prognoza na następne 12 miesięcy





Ingo Goldhammer

Managing Director
Kuehne + Nagel

Pomimo licznych pozytywnych opinii wiele firm oczekuje, że kolejny rok w Polsce będzie wiązać się z pewnymi wyzwaniami. Jak Pan myśli, dlaczego? Czy chodzi o ustawodawstwo, zagrożenia gospodarcze, czy może o inne kwestie? Jak Pan postrzega perspektywy dla rozwoju branży logistycznej w Polsce w najbliższej przyszłości?

Wyzwania stojące przed firmami logistycznymi w Polsce można zakwalifikować do trzech głównych obszarów:

1) zasoby ludzkie – jak radzić sobie z rozwojem firmy (rekrutacja), jak przygotować pracowników (rozwój) i jak ich zatrzymać (retencja). Kluczowe działania, takie jak budowanie marki pracodawcy, nowe formy rekrutacji i, co bardzo ważne, ciekawa oferta w zakresie kariery i drogi rozwoju, jak również wymagające, ale równocześnie przyjazne środowisko pracy to najważniejsze elementy konieczne do sprostania temu wyzwaniu,

2) dodawanie wartości poprzez innowacyjne produkty, usługi i rozwiązania cyfrowe, tak aby sprostać oczekiwaniom rynku wrażliwego na ceny oraz podejściu „relacja wartości do ceny” po stronie działów zakupów. Punkt ten ponownie podkreśla zwiększenie poziomu dojrzałości wymagań rynkowych w odniesieniu do branży logistycznej i nie dotyczy jedynie zwykłego transportu lub składowania – automatyzacja, cyfryzacja, robotyka i analityka predykcyjna odegrają kluczową rolę w rozwoju sektora w przyszłości,

3) wysoce konkurencyjny rynek, gdzie kluczowi gracze z sektora logistyki przeznaczają znaczne zasoby i inwestycje na rozwój. Prowadzi to do bardzo specyficznej sytuacji rynkowej: gospodarki rozwijającej się (podobnej do wschodzącego rynku), ale o cechach rynku dojrzałego.

Taka kombinacja jest rzadko spotykana w gospodarce globalnej i przynosi ze sobą tyle samo korzyści, co wyzwań. Jednym z ważnych czynników sprzyjających osiągnięciu sukcesu jest dostosowanie usług logistycznych do poszczególnych branż. Dla branży logistycznej stanowi to okazję do stworzenia specjalistycznych rozwiązań, jak również centrów poświęconych badaniom i rozwojowi oraz tzw. laboratoriów pomysłów.

Jakie są perspektywy rozwoju sektora logistyki w Polsce? Czy Polska posiada duży potencjał? Jakie są przewagi konkurencyjne Polski na tle innych krajów?

Prognozy dotyczące rozwoju sektora logistycznego w Polsce są bardzo dobre. Przewagę Polski na tle innych krajów tworzą: tańsza siła robocza, również z Ukrainy, choć pozyskiwanie pracowników staje się dla nas coraz większym wyzwaniem, bardzo duża elastyczność polskiego biznesu, który jest w stanie dostosować się do potrzeb klienta, a także najtańsza w Europie i najszybciej budująca się powierzchnia magazynowa. Okres powstania nowego budynku to zaledwie 6 miesięcy. Cały czas posiadamy duży zapas ziemi pod nowe inwestycje.



Beata Oleszek

Sourcing and Procurement Director
Arvato Polska sp. z o.o.



MOŻLIWOŚCI ROZWOJU

Poniższa analiza ma na celu identyfikację kluczowych czynników wpływających na wskaźnik poziomu optymizmu na poziomie organizacji. Respondenci zostali poproszeni o nakreślenie ich planów w perspektywie jednego roku. Wzięto pod uwagę cztery główne kategorie: zmiany wysokości obrotów, rentowność, przewidywane nakłady inwestycyjne oraz prognozy związane z zatrudnieniem.

Przewidywane zmiany wysokości obrotów

Zapytani o przewidywane zmiany wysokości obrotów w przyszłym roku, niemal wszyscy respondenci przewidują ich wzrost. 35% przewiduje silny wzrost o ponad 8%, 37% ankietowanych spodziewa się umiarkowanego rocznego tempa wzrostu na poziomie 2-5%, podczas gdy 22% respondentów oczekuje wzrostu wysokości

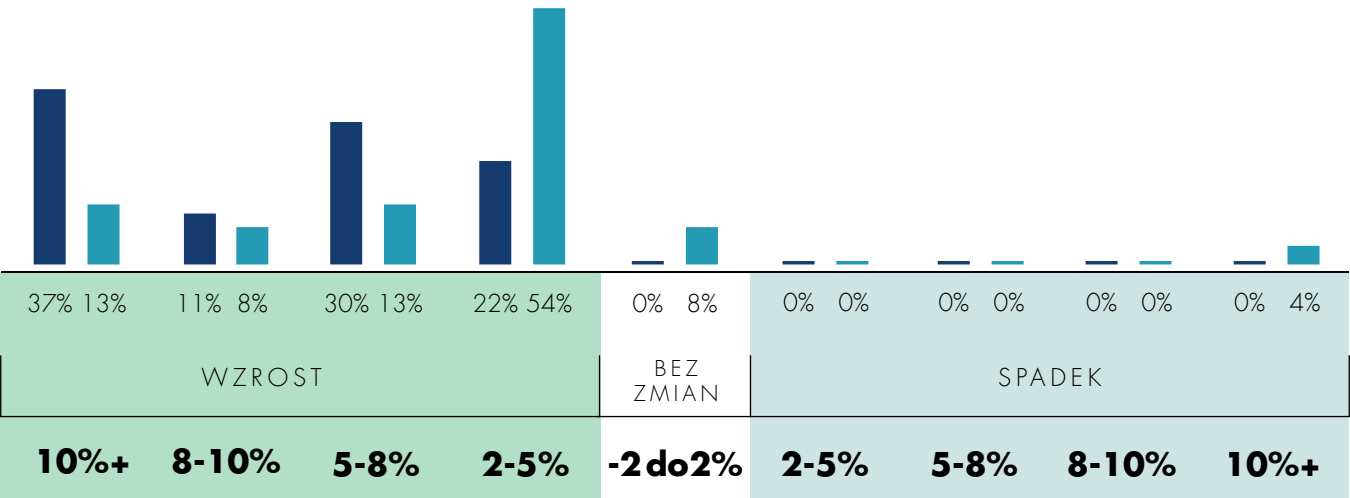
obrotów w kolejnych 12 miesiącach na poziomie 5-8%. Firmy logistyczne są niezwykle optymistycznie nastawione w odniesieniu do skali wzrostu ich działalności w nadchodzącym roku. Wszyscy oczekują wzrostu wysokości obrotów, a 37% respondentów z sektora logistycznego wierzy, że ich roczny obrót

wzrośnie o ponad 10%. Optyzm w sektorze logistycznym, który jest jednym z najbardziej wrażliwych barometrów gospodarczych, stanowi obiecującą prognozę dobrych wyników polskiej gospodarki w najbliższym horyzoncie czasowym.

Zmiana wysokości obrotów – prognoza na następne 12 miesięcy



Zmiana wysokości obrotów – prognoza na następne 12 miesięcy



Firmy logistyczne Firmy produkcyjne i handlowe

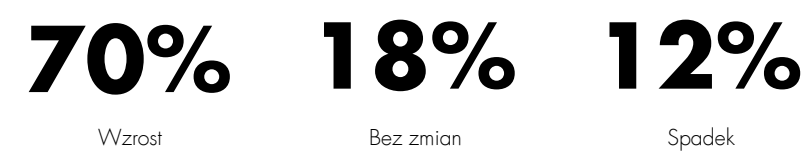
Przewidywane zmiany rentowności

Optyzm dotyczący wzrostu wysokości obrotów jest w większości przypadków związany także z pozytywnymi prognozami dotyczącymi rentowności, chociaż aż 18%

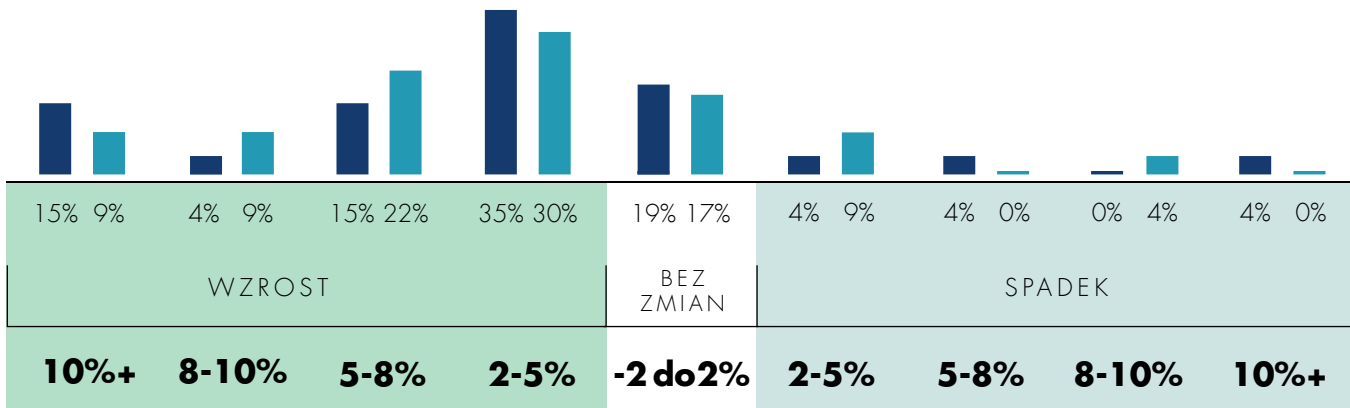
respondentów stwierdziło, że nie oczekuje żadnych zmian. Tylko 12% z nich oceniło, że ich zyski mogą spaść, podczas gdy 70% oczekuje wzrostu zysków, przy czym

większość przewiduje, iż przyszła stopa wzrostu kształtować się będzie na poziomie 2-5%.

Zmiana rentowności – prognoza na następne 12 miesięcy



Zmiana rentowności – prognoza na następne 12 miesięcy



Firmy logistyczne Firmy produkcyjne i handlowe

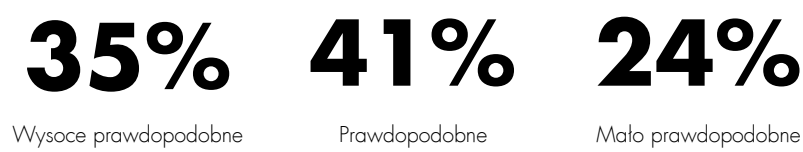
Prognozy w zakresie nakładów inwestycyjnych

Odpowiedzi respondentów były bardzo pozytywne, gdy zapytano ich o prawdopodobieństwo dokonania znacznych nakładów inwestycyjnych związanych

z logistyką i łańcuchem dostaw w ciągu następnego roku. 76% respondentów wykazuje chęć dokonania nakładów inwestycyjnych w tych obszarach.

Zarówno firmy logistyczne, jak i przedsiębiorstwa produkcyjne oraz handlowe są skłonne ponieść nowe wydatki, co jest pozytywnym trendem.

Prawdopodobieństwo dokonania znacznych nakładów inwestycyjnych na przestrzeni następnych 12 miesięcy



Prognozy w zakresie zmian w zatrudnieniu

Zapytani, czy planują zwiększyć lub zmniejszyć liczbę pracowników w ciągu kolejnych 12 miesięcy (z wyłączeniem wpływu zjawiska sezonowości), zdecydowana większość respondentów (62%) odpowiedziała, że zakłada wzrost zatrudnienia. Tylko 8% przewiduje spadek liczby pracowników w przyszłym roku. Odpowiedź „bez zmian” została wybrana przez 30% ankietowanych. Wyniki badań w tym zakresie różnią się

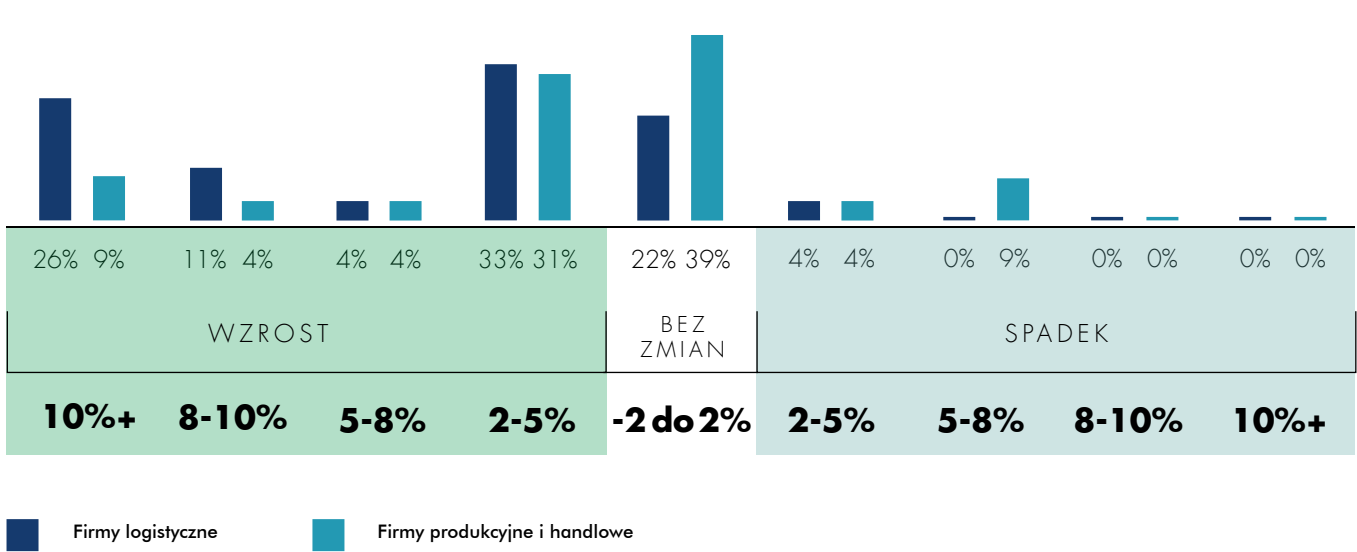
dla branży logistycznej i grupy firm produkcyjnych i handlowych. Firmy logistyczne są bardziej entuzjastycznie nastawione do zatrudniania nowych osób niż przedsiębiorstwa korzystające z usług logistyków (odpowiednio 74% i 48% firm logistycznych i przedsiębiorstw produkcyjno-handlowych jest skłonnych zwiększyć swoją siłę roboczą). Biorąc pod uwagę rekordowo niskie bezrobocie odnotowywane w całym kraju, zwłaszcza

na zachodzie, gdzie rynek pracy został wydrenowany w wyniku ogromnych inwestycji magazynowych, potrzeba zwiększenia liczby zatrudnionych osób będzie prawdopodobnie stanowić duże wyzwanie. Organizacjom brakuje wykwalifikowanych zasobów ludzkich i konkurują one o nowych pracowników, natomiast wymagania pracowników w zakresie zarobków i warunków pracy nieustannie rosną.

Oczekiwania w zakresie liczby zatrudnionych osób na przestrzeni następnych 12 miesięcy



Oczekiwania w zakresie liczby zatrudnionych osób na przestrzeni następnych 12 miesięcy





Piotr Zaitz

Business Development Director
Eastern & Central Europe
CEVA Logistics

Pomimo licznych pozytywnych opinii wiele firm oczekuje, że kolejny rok w Polsce będzie wiązać się z pewnymi wyzwaniami. Jak Pan myśli, dlaczego? Czy chodzi o ustawodawstwo, zagrożenia gospodarcze, czy może o inne kwestie? Jak Pan postrzega perspektywy dla rozwoju branży logistycznej w Polsce w najbliższej przyszłości?

Możemy oczekiwać, że następne 12 miesięcy czy nawet kilka kolejnych lat w Polsce to będzie okres ogromnych zmian na rynku pracy i podejścia do pracownika. A ponieważ branża logistyczna, zwłaszcza magazynowa i dystrybucyjna, jest oparta w znacznym stopniu na bezpośredniej pracy rąk ludzkich i ponadto „cierpi” na określoną sezonowość – jest pewne, że dostępność pracowników na każdym szczeblu będzie głównym wyzwaniem najbliższych miesięcy w logistyce.

Oczywiście zmiany legislacyjno-prawne, dyskutowane ostatnio w kręgach rządowych, niekoniecznie będą służyły branży. Będą one raczej pro-socjalne, co tylko pogłębić może kłopoty z marżowością usług, a w konsekwencji branża będzie musiała również znacznie zmienić swoje podejście do wymagań klientów i zapewne zrewidować niektóre istniejące długoletnie umowy. Z pozytywów jest natomiast pewne, że wciąż pozostaniemy atrakcyjnym rynkiem dla ekspansji czy relokacji centrów dystrybucyjnych z zachodu Europy.



KLUCZOWE ZAGADNIENIA



Porównanie sytuacji w Polsce z sytuacją na arenie międzynarodowej

Respondenci zostali poproszeni o porównanie Polski z innymi krajami Unii Europejskiej pod względem wyników osiąganych przez sektor logistyczny i łatwości zarządzania łańcuchem dostaw w celu identyfikacji największych zalet polskiego rynku. Dokonali oni oceny kilku kluczowych zagadnień, takich jak szybkość i koszty prowadzenia operacji w ramach łańcucha dostaw, ustawodawstwo, formalności i stopień biurokracji towarzyszące procesom decyzyjnym, atrakcyjność inwestycyjna oraz umiejętności pracowników. Respondenci wykazali niezwykle optymistyczne nastawienie, zwłaszcza co do kosztów prowadzenia działań w ramach łańcucha dostaw w Polsce (75% respondentów oceniło polskie warunki jako „lepsze niż średnie”). Również atrakcyjność inwestycyjna

została oceniona bardzo pozytywnie. 64% spośród ankietowanych wierzy, że Polska posiada przewagę konkurencyjną jako destynacja inwestycyjna w porównaniu z innymi krajami Unii Europejskiej. Umiejętności pracowników stanowią kolejny mocny punkt polskiej gospodarki. Prawie 48% respondentów uważa zasoby ludzkie w Polsce za „lepsze niż średnie”. Respondenci wskazali na dwa obszary wymagające poprawy. Połowa z nich stwierdziła, że w zakresie ustawodawstwa, formalności i biurokratycznego procesu decyzyjnego sytuacja w Polsce jest „gorsza niż średnia”, kolejne 48% oceniło sytuację w Polsce jako „średnią” w tym aspekcie, natomiast zdecydowana większość (64%) sądzi, że szybkość działań w ramach łańcucha

dostaw jest jedynie „średnia”. Zarówno firmy logistyczne, jak i firmy korzystające z usług logistyków zgadzały się w swoich opiniach i uważają koszty działań w ramach łańcucha dostaw, atrakcyjność inwestycyjną i umiejętności pracowników za główne zalety Polski w porównaniu z innymi krajami Unii Europejskiej, podczas gdy biurokracja stanowi główne wyzwanie w zakresie podniesienia konkurencyjności Polski.

Jak wygląda sytuacja w Polsce w porównaniu z innymi krajami Unii Europejskiej pod względem wyników osiąganych przez sektor logistyczny i łatwości zarządzania łańcuchem dostaw?

	 Szybkość działań w ramach łańcucha dostaw	 Koszty działań w ramach łańcucha dostaw	 Ustawodawstwo/formalności i stopień biurokracji procesów decyzyjnych	 Atrakcyjność inwestycyjna	 Umiejętności pracowników
OGÓŁEM					
Średnio	64%	16%	48%	29%	45%
Lepiej niż średnio	36%	75%	2%	64%	48%
Gorzej niż średnio	0%	9%	50%	7%	7%
FIRMY LOGISTYCZNE					
Średnio	76%	16%	40%	36%	60%
Lepiej niż średnio	24%	72%	4%	56%	36%
Gorzej niż średnio	0%	12%	56%	8%	4%
FIRMY PRODUKCYJNE I HANDLOWE					
Średnio	47%	16%	58%	21%	26%
Lepiej niż średnio	53%	79%	0%	74%	63%
Gorzej niż średnio	0%	5%	42%	5%	11%



Janusz Anioł
General Director
Raben Logistics Polska

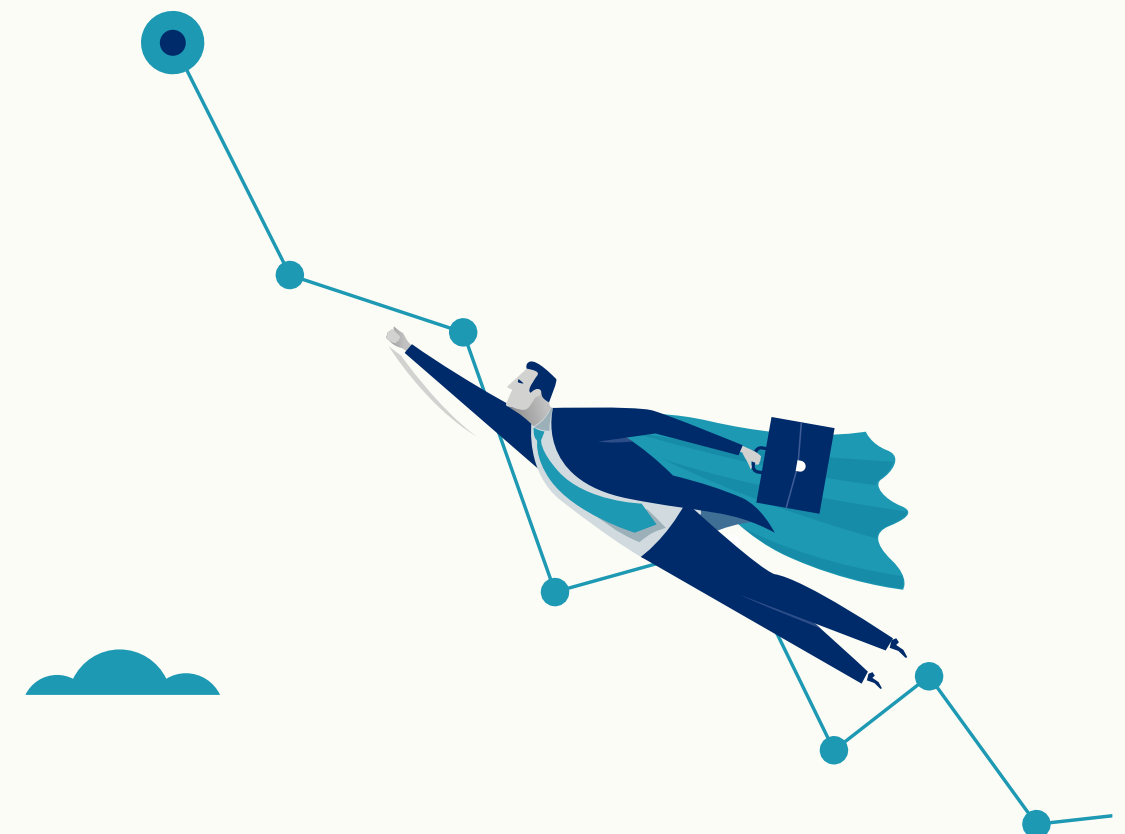
Jakie są prognozy dla sektora logistycznego w Polsce? Czy będzie się rozwijał? Jak Pan ocenia potencjał Polski? Jaką przewagę konkurencyjną posiada Polska w porównaniu do innych krajów?

Polski transport międzynarodowy dominuje w Europie już od jakiegoś czasu. Kolejnym etapem rozwoju jest tworzenie europejskich centrów logistycznych w Polsce oraz przeniesienie tutaj operacji logistycznych z innych krajów.

Takie działania obejmują kompleksową obsługę logistyczną, świadczenie usług co-packingu e-commerce. Jest to możliwe ze względu na konkurencyjne koszty operacyjne, w tym koszty siły roboczej, a także dostępność powierzchni magazynowej i bieżący rozwój infrastruktury drogowej.

Należy tu podkreślić znaczenie nowoczesnych rozwiązań technologicznych oraz odpowiednią współpracę firm z instytucjami naukowymi i uczelniami wyższymi.

W związku z tym należy stwierdzić, że znaczenie i udział polskiej logistyki w Europie będą nadal rosnąć bez względu na zmiany na lokalnym rynku pracy oraz wdrożenie przepisów takich jak MiLOG.



Bogdan Augustyniak
Managing Director
Allport Cargo Services

Jakie są prognozy dla sektora logistycznego w Polsce? Czy będzie się rozwijał? Jak Pan ocenia potencjał Polski w perspektywie kolejnych 12 miesięcy? Jaką przewagę konkurencyjną posiada Polska w porównaniu do innych krajów?

Perspektywy rozwoju sektora logistyki w Polsce są pozytywne. Polska nadal posiada spory potencjał. Przewagi konkurencyjne Polski na tle innych krajów to przede wszystkim korzystne położenie geograficzne, relatywnie niskie koszty pracy oraz wykształcona i młoda kadra. Polska dysponuje jedną z największych flot samochodów ciężarowych w Europie. Ponadto, obserwowany jest dynamiczny wzrost przeładunków w portach morskich, inwestuje się w transport intermodalny i w infrastrukturę kolejową (New Silk Road/ One Road One Belt). Sukcesywnie powiększa się baza obiektów logistycznych i magazynowych.

Nieruchomości logistyczne

Dwie trzecie respondentów przewiduje w 2017 roku wzrost popytu na powierzchnie logistyczne, przy czym firmy logistyczne wykazują szczególny optymizm w tym zakresie. 84% firm logistycznych zakłada wzrost popytu na powierzchnie logistyczne, podczas gdy 45% przedsiębiorstw

produkcyjnych i handlowych przewiduje, iż do końca 2017 roku zaistnieje u nich potrzeba najmu nowych pomieszczeń. Oczekiwania badanej grupy znajdują odzwierciedlenie w zebranych do tej pory danych rynkowych. W pierwszej połowie 2017 roku całkowita aktywność najemców

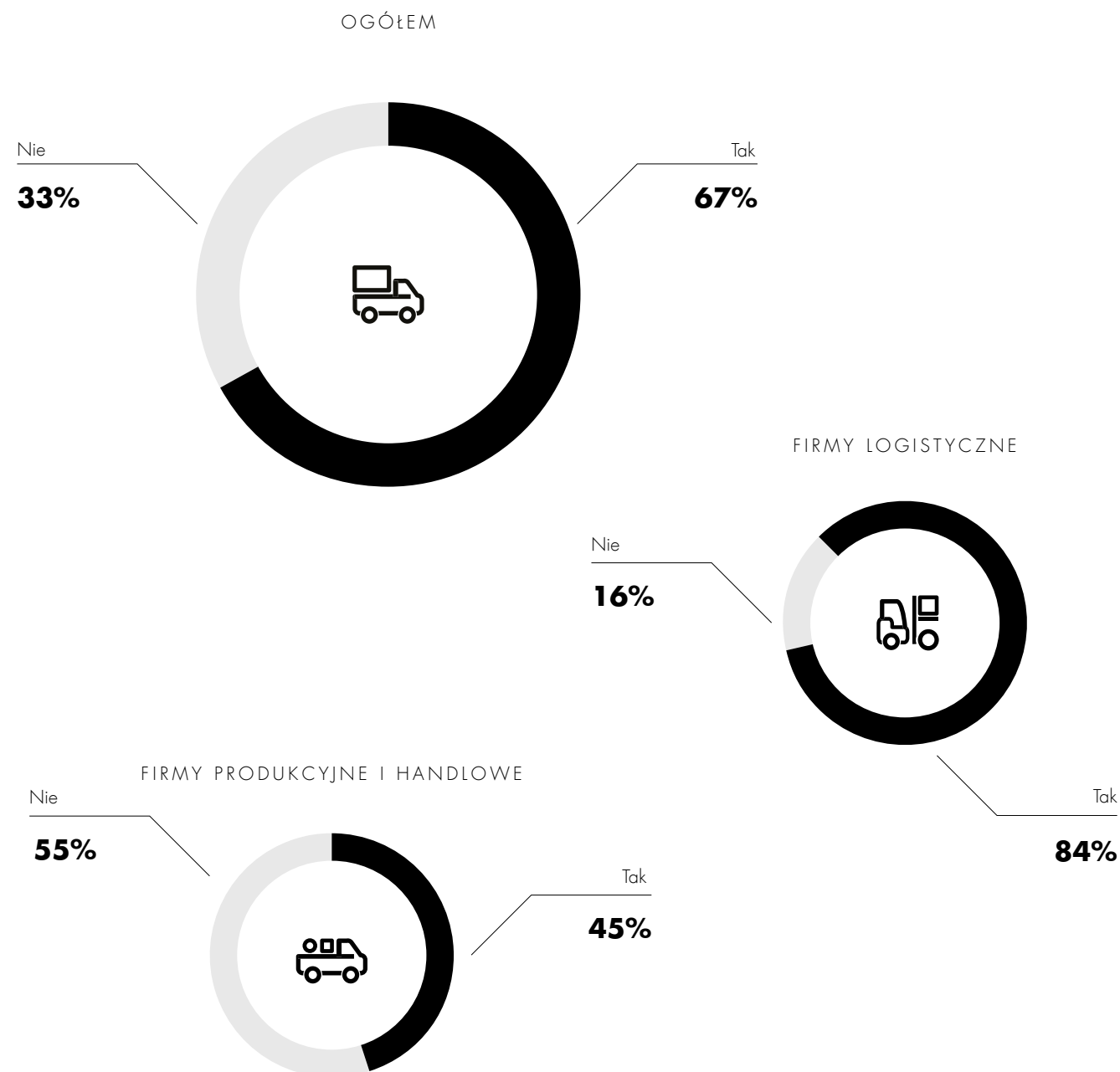
osiągnęła poziom 1,9 miliona metrów kwadratowych, co stanowi 38% wzrost w porównaniu z analogicznym okresem z poprzedniego roku, a tym samym daje widoki na osiągnięcie rekordowego poziomu najmu pod koniec 2017 roku.

Zapytani o potencjalne kwestie problematyczne związane z podażą lub pozyskaniem dodatkowej powierzchni magazynowej, respondenci najczęściej wymieniali lokalizację obiektów (31%). Kolejne 23% ankietowanych wyraziło obawy w zakresie warunków umownych, a 19% niepokoi kwestia zarówno wielkości, jak i kosztu pozyskania powierzchni. Tylko

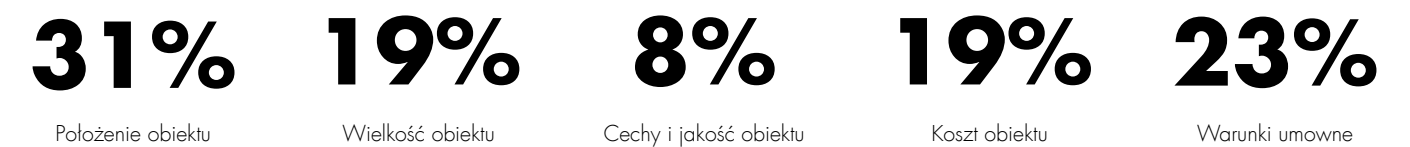
8% respondentów zasygnalizowało niepewność w odniesieniu do standardu powierzchni magazynowych, co potwierdza, że polski rynek magazynowy oferuje wysokiej jakości nieruchomości, a deweloperzy są otwarci i dopasowują powierzchnię magazynową do wymagań klienta, dostarczając rozwiązania wykraczające

ponad standard. Największym problemem dla firm logistycznych było położenie obiektów. Nic dziwnego, ponieważ dogodna lokalizacja magazynu decyduje o sukcesie w działalności logistycznej. Firmy produkcyjne i handlowe zwracają uwagę głównie na wielkość i koszt obiektów.

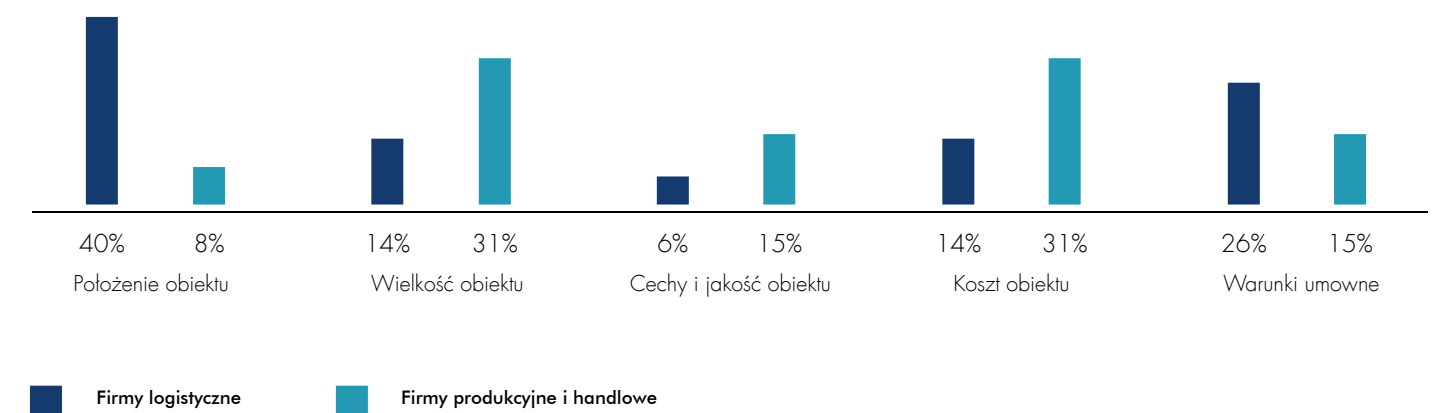
Oczekiwania co do wzrostu popytu na powierzchnię logistyczną w 2017 roku



Kwestie problematyczne związane z pozyskaniem nowej powierzchni magazynowej



Kwestie problematyczne związane z pozyskaniem nowej powierzchni magazynowej





Piotr Ruszecki

Finance Director
Hellmann Worldwide Logistics

Jakiego rodzaju powierzchni magazynowych poszukują firmy logistyczne? Co z ich punktu widzenia jest najważniejsze, jeżeli chodzi o standard obiektów magazynowych? Jakie korzyści płyną z wprowadzenia systemów automatyzacji w obiektach magazynowych?

Istnieje kilka czynników determinujących wybór powierzchni magazynowej. Najważniejszym jest właściwa lokalizacja odpowiednio dostosowana do planowanych działań. Firma logistyczna musi wziąć pod uwagę rodzaj świadczonych usług, zwłaszcza transport, w tym pierwotną i wtórną dystrybucję. Oczekiwania te są określone przez przepływy towarów i obsługiwanych klientów.

Jednakże ostateczny wybór lokalizacji w danym obszarze jest dokonywany przez dewelopera. Istotne czynniki obejmują łatwy dostęp do sieci drogowej oraz dogodny dojazd do obszarów miejskich, które powinny zapewnić wystarczającą siłę roboczą. Bezpieczną opcją będzie konsultacja jeszcze przed rozpoczęciem procesu poszukiwań z profesjonalną firmą konsultingową działającą na rynku nieruchomości.

W przeciągu ostatnich kilku lat oczekiwania w zakresie standardu obiektów magazynowych nieustannie rosły. Aspekty techniczne mają wpływ na koszt konserwacji powierzchni magazynowej, jakość usług oraz warunki pracy.

Najemcy oczekują certyfikacji BREEAM w zakresie zużycia energii, naturalnego oświetlenia, jak również jakości materiałów wykorzystanych podczas budowy, np. podłóg lub doków. Jakość powierzchni biurowej wciąż zyskuje na znaczeniu, tak samo jak wielkość powierzchni parkingowej, wielkość placów manewrowych oraz minimalizacja współczynnika powierzchni wspólnych. Współczynnik ilości bram na metr kwadratowy powierzchni magazynowej oraz ich położenie są kluczowe, zwłaszcza mając na uwadze możliwość tworzenia swoistych powierzchni dedykowanych cross-dockingowi poprzez umieszczenie bram w narożnych ścianach magazynu.

Wydaje się, że producenci to grupa użytkowników najbardziej zainteresowana wprowadzeniem systemów automatyzacji w obiektach magazynowych. Wynika to z konieczności stworzenia odpowiedniego projektu magazynu, zwłaszcza dla potrzeb linii produkcyjnych i dystrybucyjnych. Naturalnie, specjalistyczny projekt wiąże się ze stosunkowo dłuższym czasem uzyskania zwrotu z inwestycji i może drastycznie obniżyć elastyczność wykorzystania powierzchni do innych celów.

Jednakże dużą zaletą systemów automatyzacji jest znaczne obniżenie zapotrzebowania na pracowników magazynowych. Biorąc pod uwagę bieżącą sytuację na rynku pracy, jak również prognozy demograficzne, niskie zapotrzebowanie na pracowników staje się coraz istotniejsze.

Dla firm logistycznych pozyskanie klienta w systemie zautomatyzowanym oznacza zazwyczaj utrzymanie takiego klienta przez wiele kolejnych lat.



Panattoni Europe BTS dla UPS, Stryków, Polska



dr inż. Grzegorz Lichocik

Managing Director European Logistics
DACHSER

Jakie kryteria powinna spełniać powierzchnia magazynowa, aby umożliwić efektywne prowadzenie działalności logistycznej?

W ostatnim czasie obserwujemy zmianę podejścia firm deweloperskich na rynku. Dla firm takich jak DACHSER, oprócz tradycyjnych powierzchni magazynowych, bardzo ważnym elementem prowadzenia działalności jest dostosowanie powierzchni pod technologię prowadzenia biznesu. Nasze potrzeby dotyczące powierzchni pod działalność terminalowo-przeładunkową (cross-dock) zaczynają być postrzegane jako element strategii realizowanej przez deweloperów. Nasza skłonność do długich kontraktów zależy bowiem od możliwości prowadzenia operacji i perspektyw rozwojowych nieruchomości. Niezbędne są dla nas odpowiednie ilości bram przeładunkowych, szerokość terminali oraz miejsca postojowe i odstawcze dla środków transportowych.

Potencjał rozwojowy wpisany w nieruchomość pozwala na planowanie biznesu z wyprzedzeniem nawet ponad dekadę. Każda przeprowadzka związana jest z dużym ryzykiem zatrzymania operacji, co w firmie sieciowej oznacza katastrofę (choćby lokalną). Z tego powodu wiele firm opiera swój rozwój o własne aktywa. Zaoferowanie rozwiązań dla operatora logistycznego dostosowanych do jego planów ekspansji jest krokiem w dobrą stronę, aby rozważyć najem długoterminowy zamiast własnej inwestycji.

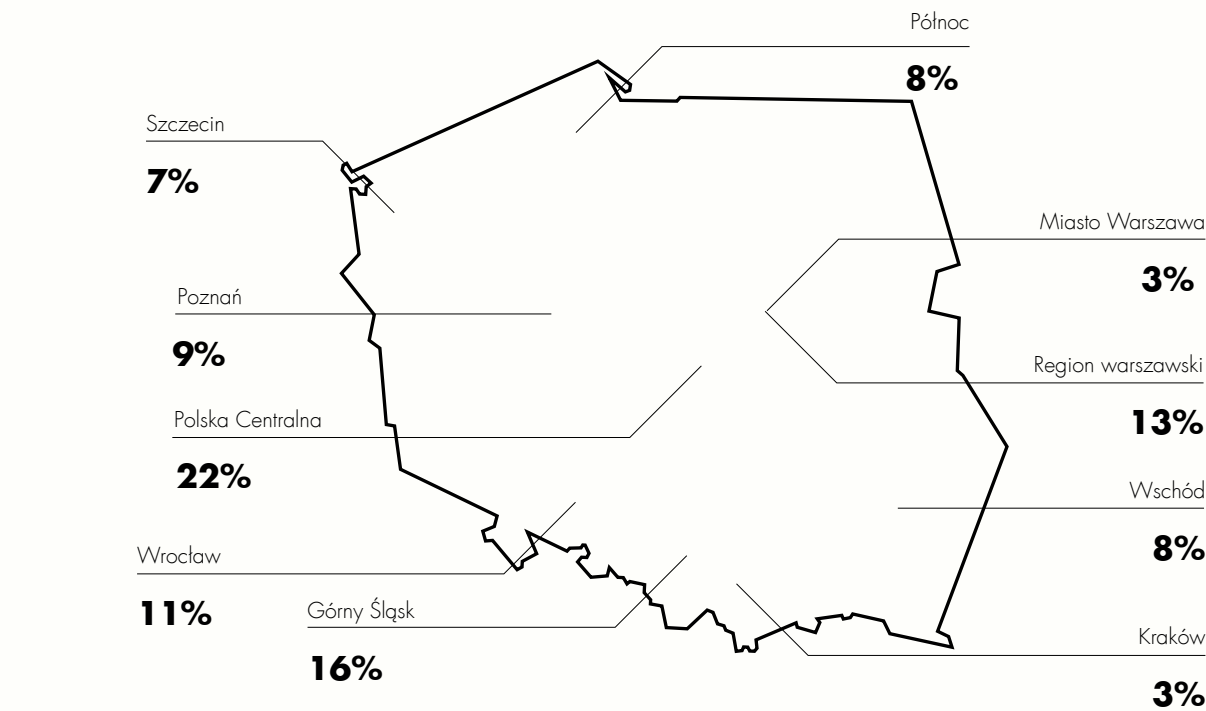
Przewidywania w zakresie kierunków rozwoju regionalnego

Biorąc pod uwagę wszystkie lokalizacje logistyczne w Polsce, respondenci zidentyfikowali trzy regiony, które zgodnie z oczekiwaniami mają doświadczyć największego wzrostu popytu na usługi w ramach łańcucha dostaw w latach 2017-2018. Centralna Polska zgromadziła największą ilość punktów (22% respondentów), Górny Śląsk i region warszawski znalazły się odpowiednio na drugim i trzecim miejscu, zdobywając

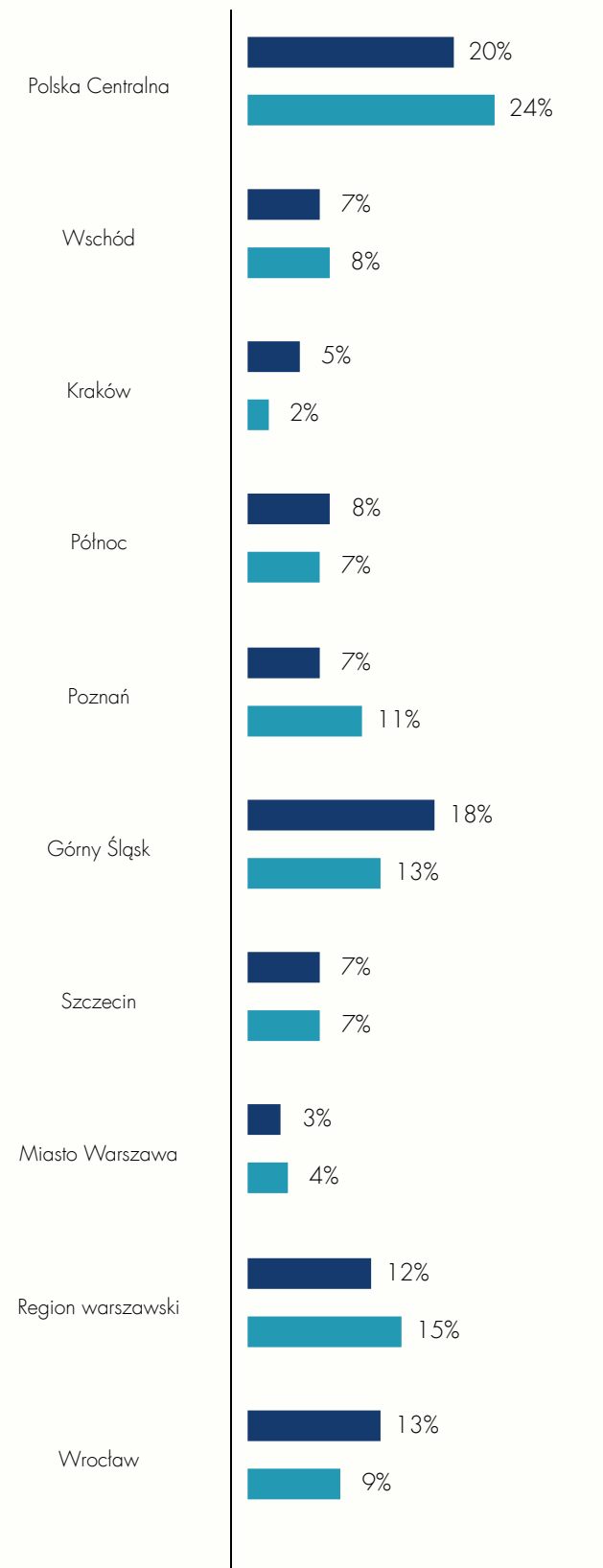
16% i 13% twierdzących odpowiedzi respondentów. Kolejne regiony to Wrocław (11%) oraz Poznań (9%). Pięć wymienionych powyżej regionów zdominowało ranking, zdobywając ponad 70% odpowiedzi twierdzących. Prognozy dotyczące wzrostu popytu odzwierciedlają wielkość podaży oferowanej przez te lokalizacje. Jeśli chodzi o zasoby powierzchni logistycznych, udział pięciu największych regionów w rynku wynosi

80%. Jednakże wysoki współczynnik rozwoju rynku powierzchni magazynowych w głównych polskich lokalizacjach doprowadził do ograniczenia dostępności siły roboczej, w konsekwencji przesuwając zainteresowanie najemców oraz rozwój na rynki wschodzące, takie jak Szczecin, Bydgoszcz, Toruń, Zielona Góra, Kielce, Lublin i Rzeszów, które będą cieszyć się coraz większą popularnością wśród najemców.

Lokalizacje, w których w latach 2017-2018 przewidywany jest największy wzrost popytu na usługi w ramach łańcucha dostaw



Lokalizacje, w których w latach 2017-2018 przewidywany jest największy wzrost popytu na usługi w ramach łańcucha



Maciej Walenda
Head of CEE and Russia
CEO Poland – DSV Solutions

Które regiony Polski wykazują największy potencjał wzrostu w sektorze logistycznym w nadchodzących latach?

Ogólnie rzecz biorąc, Polska utrzymuje wysokie tempo rozwoju w sektorze logistycznym i możemy optymistycznie podchodzić do rozwoju tego sektora w przyszłości. Jeśli chodzi o regiony, sytuacja pozostaje stabilna, ponieważ trzy główne obszary napędzają trend wzrostowy: zachód (Poznań i Wrocław) zaopatrujące rynek niemiecki i przepływ towarów za zachodnią granicę, południe (Śląsk) z rosnącym popytem na rozwiązania obejmujące dystrybucję w regionie Europy Środkowej i Wschodniej, jak również region warszawski, który łączy w sobie centralne położenie z bliskością siedzib klientów.

W mojej ocenie to właśnie te trzy regiony będą napędzać popyt na powierzchnie magazynowe. Jeśli chodzi o potencjał wzrostowy, rynki takie jak Lublin i Szczecin będą się rozwijać, jednak nawet jeśli odsetek procentowy może wyglądać imponująco, przeważająca liczba nowych metrów kwadratowych znajdzie się przede wszystkim w trzech wskazanych regionach.



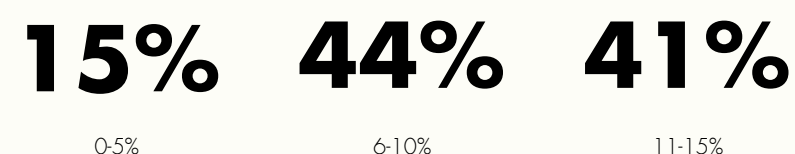
Handel elektroniczny

Branża handlu elektronicznego w Polsce nadal rozwija się w niezmiernie szybkim tempie, dzięki czemu jesteśmy liderem wśród krajów Europy Środkowej i Wschodniej.

Polscy klienci doceniają wygodę, atrakcyjne ceny oraz możliwość dokonywania zakupów w Internecie w dowolnym momencie. Polska wykazuje wysoki potencjał wzrostowy

w branży handlu elektronicznego. Większość respondentów (44%) oceniło tempo rozwoju sektora handlu elektronicznego w 2017 roku na około 6-10%.

Przewidywania w zakresie tempa rozwoju w sektorze handlu elektronicznego w 2017 roku (r-d-r)



Zapytani o to, w jaki sposób ich organizacje zamierzają sprostać wyzwaniom wynikającym z rozwoju sektora handlu elektronicznego w 2017 roku, respondenci odpowiadali, że plany obejmują inwestycje przede wszystkim w ulepszenia technologiczne (odpowiedź udzielona przez 39% ankietowanych). Kolejne 27% rozważa rozszerzenie okien

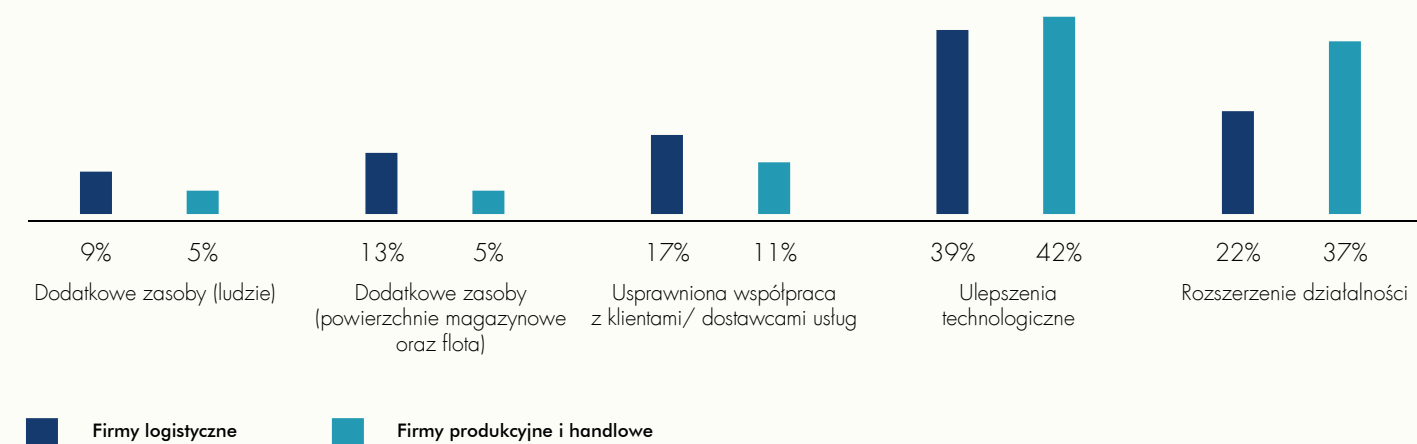
czasowych, a 18% planuje poświęcić więcej uwagi usprawnieniom w zakresie współpracy z klientami i dostawcami usług. Pozostali respondenci planują dokonać inwestycji w dodatkowe zasoby: powierzchnie magazynowe oraz flotę (9% odpowiedzi twierdzących) oraz ludzi (7%). Firmy logistyczne oraz produkcyjne i handlowe

pozostają zgodne co do ważnej roli ulepszeń technologicznych i postrzegają je jako główne narzędzie umożliwiające efektywne funkcjonowanie ich organizacji w świetle przewidywanego na najbliższą przyszłość dynamicznego tempa rozwoju sektora handlu elektronicznego.

Możliwe sposoby podejścia do kwestii dynamicznego wzrostu handlu elektronicznego w 2017 roku



Możliwe sposoby podejścia do kwestii dynamicznego wzrostu handlu elektronicznego w 2017 roku





Tomasz Buraś

Managing Director Express International
DHL Express (Poland) sp. z o.o.

**Jakie czynniki są kluczowe dla polskich klientów kupujących przez Internet?
Jakie formy dostawy preferują polscy e-konsumenci? Jak bardzo istotny jest
czas realizacji zamówienia?**

Polscy klienci dokonują zakupów w zagranicznych sklepach internetowych z dwóch powodów: ze względu na szerszą ofertę produktów niedostępnych lokalnie bądź poszukując niższych cen wyrobów.

W naszej opinii są dwie podstawowe grupy kupujących:

1) klienci grupy premium, której udział szacujemy na ok. 20% transakcji, preferują zakupy w sklepach oferujących wysoką jakość, przyjazną obsługę, szybką wysyłkę i krótki czas dostawy (np. jeden dzień roboczy z dowolnego kraju europejskiego). Oczekują szerokiego wyboru opcji doręczenia (dostawy do domu, pod inny adres, w innym terminie lub też możliwość skierowania przesyłki do punktu doręczenia lub automatu paczkowego). Co istotne wartość jednorazowego koszyka zakupów tych klientów jest wyższa nawet o 60% od klientów grupy economy. Międzynarodowa sieć i usługi DHL Express, a także rozwiązanie On Demand Delivery udostępniające różnorodne opcje doręczenia przesyłki, są doskonale dopasowane do potrzeb klientów premium,

2) klienci grupy economy zainteresowani są niższą ceną produktów i ekonomiczną opcją ich dostarczenia. Akceptują nieco dłuższe czasy doręczeń, ale nadal poszukują zróżnicowanych opcji doręczenia przesyłek.



Yann Belgy

Managing Director
ID Logistics

W jaki sposób rozwój sektora handlu elektronicznego wpływa na organizację łańcucha dostaw?

Dynamiczny rozwój sektora handlu elektronicznego wywiera ogromny wpływ na łańcuch dostaw pod wieloma względami, m.in.:

1) tworzenie dedykowanych centrów dystrybucyjnych, często obejmujących swoim zasięgiem kilka czy kilkanaście krajów, co wynika z faktu, iż oferta asortymentowa nie jest ograniczona do wyłącznie jednego kraju,

2) reorganizacja łańcuchów dostaw tradycyjnych uczestników rynku mająca na celu przystosowanie działań do handlu wielokanałowego, która może obejmować przebudowę centrum dystrybucyjnego i sieci dystrybucyjnej,

3) wzrost wolumenu kompletacji artykułów jednostkowych w porównaniu do wolumenu kompletacji opakowań zbiorczych w centrach dystrybucyjnych, co wymaga wprowadzenia drastycznych zmian w stosowanych procesach – często przy wykorzystaniu automatyzacji, a także w zakresie układu centrum, czasu realizacji i wymagań,

4) wzrost wolumenu dostarczanych przesyłek, a w konsekwencji wzrost kosztów dystrybucji.

Powyższe czynniki oznaczają, iż łańcuch dostaw odzyskuje kluczową pozycję w strategiach producentów i handlowców, co z kolei prowadzi do ewolucji w zakresie ich oczekiwań w stosunku do podmiotów świadczących usługi logistyczne, od których wymagana jest umiejętność ich przewidywania i odpowiedniego dostosowania się do nich.



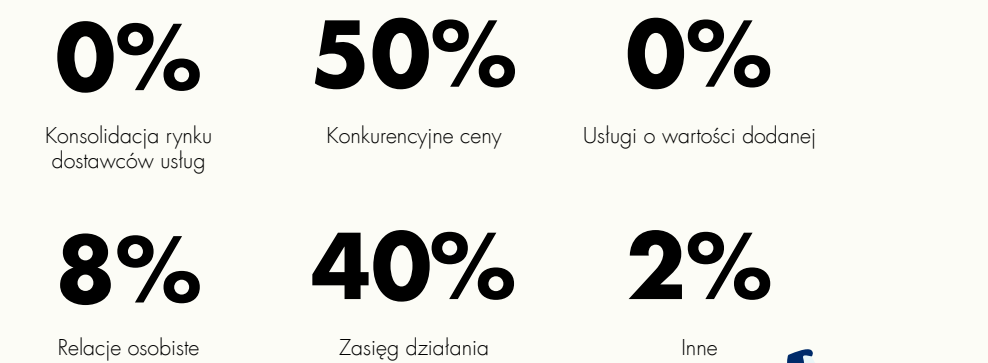
Pozyskiwanie nowych klientów

Poproszeni o określenie najważniejszych czynników warunkujących pozyskiwanie nowych klientów i zawieranie umów z dostawcami usług logistycznych

w przeciągu ostatnich 12 miesięcy, zarówno respondenci wywodzący się z firm logistycznych, jak i przedsiębiorstwa produkcyjne i handlowe postrzegali

konkurencyjne ceny i zasięg działania jako czynniki kluczowe dla osiągnięcia sukcesu. Przypadło na nie odpowiednio 50% i 40% uzyskanych odpowiedzi twierdzących.

Najważniejsze czynniki warunkujące pozyskiwanie nowych klientów/ zawieranie umów z dostawcami usług w przeciągu ostatnich 12 miesięcy



Zwiększanie rentowności dostawców usług 3PL

Zarówno firmy logistyczne, jak i przedsiębiorstwa produkcyjne i handlowe, zostały poproszone o określenie (z zachowaniem hierarchii ważności od 1 do 7) czynników, które mogły przyczynić się do osiągnięcia przez operatorów logistycznych i firmy korzystające z usług logistycznych długotrwałych zwiększonych marży zysku. Oferowanie usług o wartości dodanej było najważniejszym czynnikiem dla firm logistycznych. Został on wskazany jako jedna z dwóch najczęściej wybieranych odpowiedzi przez 25% respondentów z sektora logistycznego. Tuż za uplasowało się uzgadnianie podwyżek cen w porozumieniu z klientami i zwiększenie wykorzystania technologii, gdzie obydwie odpowiedzi uzyskały 20% w rankingu dwóch

najważniejszych czynników. Przedsiębiorstwa produkcyjne i handlowe były podobnego zdania, jednakże przywiązują one większą wagę do utrzymania niskich stóp procentowych (16% respondentów wskazało na ten czynnik jako jedną z dwóch najistotniejszych kwestii), równocześnie doceniając znaczenie usług o wartości dodanej oraz zwiększenie wykorzystania technologii.

Czynniki przyczyniające się do osiągnięcia przez firmy logistyczne długotrwałych zwiększonych marży zysku (ranking 2 najważniejszych czynników)

	FIRMY LOGISTYCZNE		FIRMY PRODUKCYJNE I HANDLOWE
Oferowanie usług o wartości dodanej	25%	Oferowanie usług o wartości dodanej	22%
Uzgadnianie podwyżek cen w porozumieniu z klientami	20%	Zwiększenie wykorzystania technologii	19%
Zwiększenie wykorzystania technologii	20%	Utrzymanie niskich stóp procentowych	16%
Niższe ceny paliwa	15%	Uzgadnianie podwyżek cen w porozumieniu z klientami	16%
Utrzymanie niskich stóp procentowych	8%	Niższe ceny paliwa	14%
Konsolidacja rynku dostawców usług w branży	8%	Inwestycje ze strony sektora publicznego w infrastrukturę drogową	8%
Inwestycje ze strony sektora publicznego w infrastrukturę drogową	4%	Konsolidacja rynku dostawców usług w branży	5%

Cele nadrzędne z punktu widzenia prowadzenia działalności

Respondenci zostali poproszeni o wskazanie (z zachowaniem hierarchii ważności od 1 do 8) obszarów działalności, na których zamierzają skupić oni swoją uwagę na przestrzeni najbliższych 12 miesięcy w celu realizacji określonych dla organizacji planów rozwojowych. Firmy logistycznie na pewno skoncentrują się na pozyskiwaniu nowych klientów. 42% respondentów wywodzących

się z sektora logistycznego wskazało na tę odpowiedź jako jeden z dwóch nadrzędnych celów. Niemniej jednak, utrzymanie istniejącej bazy klientów na równi ze zwiększeniem marży również odegra niezmienne ważną rolę. W przypadku przedsiębiorstw produkcyjnych i handlowych najważniejszym celem, na którym skupią oni swoją uwagę w najbliższym roku,

będzie optymalizacja wydajności i szybkości działań. Jedna trzecia z nich wskazała na tę odpowiedź jako jeden z dwóch nadrzędnych celów z punktu widzenia prowadzenia działalności. Podobnie jak w przypadku dostawców usług logistycznych, kolejnym najważniejszym obszarem okazała się redukcja kosztów, jednakże zaraz za nią uplasowała się technologia.

Cele nadrzędne dla realizacji określonych w organizacji planów rozwojowych z punktu widzenia prowadzenia działalności na przestrzeni najbliższych 12 miesięcy (ranking 2 najważniejszych czynników)

	FIRMY LOGISTYCZNE		FIRMY PRODUKCYJNE I HANDLOWE
Pozyskiwanie nowych klientów	42%	Optymalizacja wydajności i szybkości działań	34%
Redukcja kosztów	13%	Redukcja kosztów	27%
Zwiększenie marży	11%	Technologia	20%
Utrzymanie istniejącej bazy klientów	11%	Zapewnienie dostaw materiałów przychodzących	10%
Oferowanie zwiększonego zakresu usług	9%	Inwestycje w aktywa (flota, transport materiałów, itp.)	3%
Zwiększenie efektywności łańcucha dostaw	7%	Zwiększenie efektywności łańcucha dostaw	3%
Ekspansja na nowe rynki (pod względem geograficznym)	5%	Zwiększenie efektywności operacji związanych z dostawami przychodzącymi	3%
Rozszerzenie działalności o nowe branże	2%	Zwiększenie efektywności operacji związanych z dostawami wychodzącymi	0%

Zwiększenie efektywności

Efektywność jest kluczowym czynnikiem wpływającym na rentowność działalności, dlatego też w ramach przeprowadzonego badania organizacje zostały poproszone o określenie, w jaki sposób zwiększają one efektywność ich codziennych działań. Ogółem 24% respondentów stwierdziło, iż skupiają oni swoją uwagę

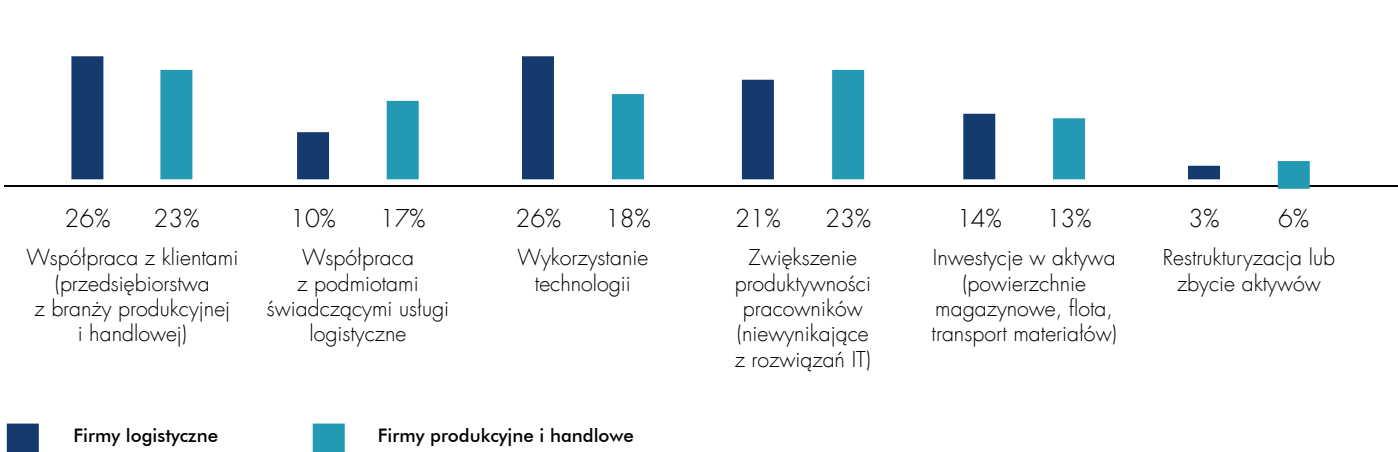
na współpracy z klientami, a 22% wskazało na wykorzystanie technologii oraz zwiększenie produktywności pracowników (niewynikające z rozwiązań IT) jako działania o dużym znaczeniu. 14% stwierdziło, iż inwestycje w aktywa (powierzchnie magazynowe, flota, transport materiałów) są czynnikami kluczowymi

dla osiągnięcia wyższej efektywności w prowadzeniu ich działalności. Pomiedzy firmami logistycznymi a przedsiębiorstwami produkcyjnymi i handlowymi doszło do pewnych rozbieżności, jako że pierwsza grupa przywiązuje dużo większą wagę do kwestii związanych z technologią.

Sposoby zwiększenia efektywności działalności organizacji



Sposoby zwiększenia efektywności działalności organizacji



Znaczenie technologii

Nie ulega wątpliwości, iż kwestie związane z technologią odgrywają ogromną rolę w prowadzeniu osiąggającej pozytywne

wyniki działalności. 82% respondentów stwierdziło, że wykorzystanie technologii jest bardzo ważne w dążeniu do uzyskania

przez organizację przewagi konkurencyjnej, a pozostałe 18% określiło ten czynnik jako „w miarę ważny”.

Znaczenie technologii w dążeniu do uzyskania przez organizację przewagi konkurencyjnej



Respondenci określili trzy główne obszary, w których technologia może przynieść organizacji największe korzyści: zwiększona wydajność operacji magazynowych (42%), wydajniejsza obsługa procesu dystrybucji (24%) oraz skuteczniejsza współpraca z klientami i konkurencją (18%). Przedsiębiorstwa produkcyjne i handlowe wykazały wyjątkowy entuzjazm w odniesieniu do wpływu technologii na operacje

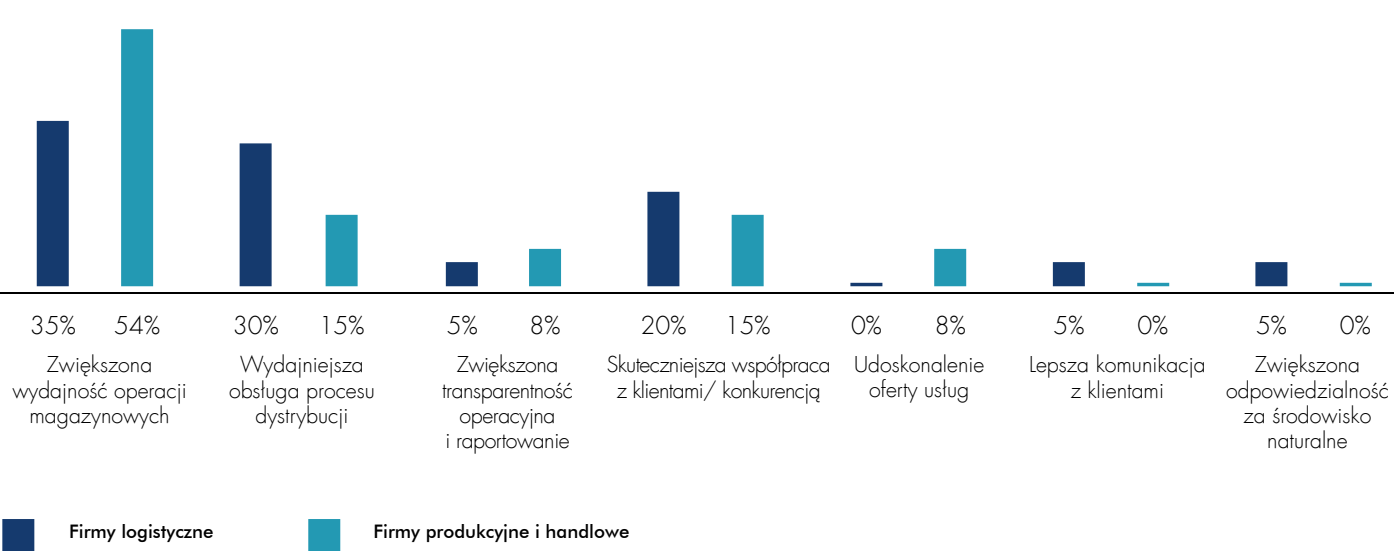
magazynowe. Ponad połowa respondentów wywodzących się z grupy firm produkcyjno-handlowych uznała operacje magazynowe za obszar, w którym zastosowanie technologii przynosi wymierne korzyści dla organizacji. Obszar ten uplasował się na pierwszym miejscu również wśród firm logistycznych, jednakże w tej grupie w większym stopniu doceniono wpływ technologii na

wydajniejszą obsługę procesu dystrybucji oraz skuteczniejszą współpracę z podmiotami zewnętrznymi. 35% respondentów wywodzących się z sektora logistycznego wskazało na operacje magazynowe jako obszar, w którym zastosowanie technologii ma największe znaczenie, a 30% i 20% opowiedziało się za wydajniejszą obsługą procesu dystrybucji i skuteczniejszą współpracą z innymi podmiotami.

Obszary, w których technologia może przynieść organizacji największe korzyści



Obszary, w których technologia może przynieść organizacji największe korzyści



Innowacyjność

Niemal wszyscy przedstawiciele firm logistycznych oraz przedsiębiorstw produkcyjnych i handlowych, którzy wzięli udział w badaniu (93%) zamierzają wdrożyć nowe rozwiązania innowacyjne do ich łańcucha dostaw w ciągu najbliższych 12 miesięcy.

Większość respondentów myślących o innowacjach dla swoich organizacji planuje dokonać inwestycji w automatyzację i robotykę (25% wszystkich ankietowanych), a także w rozwiązania big data i narzędzia analityczne (23%). Inne proponowane

rozwiązania, takie jak wykorzystanie gospodarki współdzielenia, Internet Rzeczy oraz usługi w chmurze, również okazały się popularne i uzyskały odpowiednio po 18%, 16% i 12% odpowiedzi twierdzących.

Rozwiązania innowacyjne, których wprowadzenie do łańcucha dostaw planowane jest w ciągu najbliższych 12 miesięcy

23%

Big data i narzędzia analityczne

3%

Druk 3D

2%

Wykorzystanie dronów

18%

Wykorzystanie gospodarki współdzielenia

25%

Automatyzacja/ robotyka

16%

Internet Rzeczy

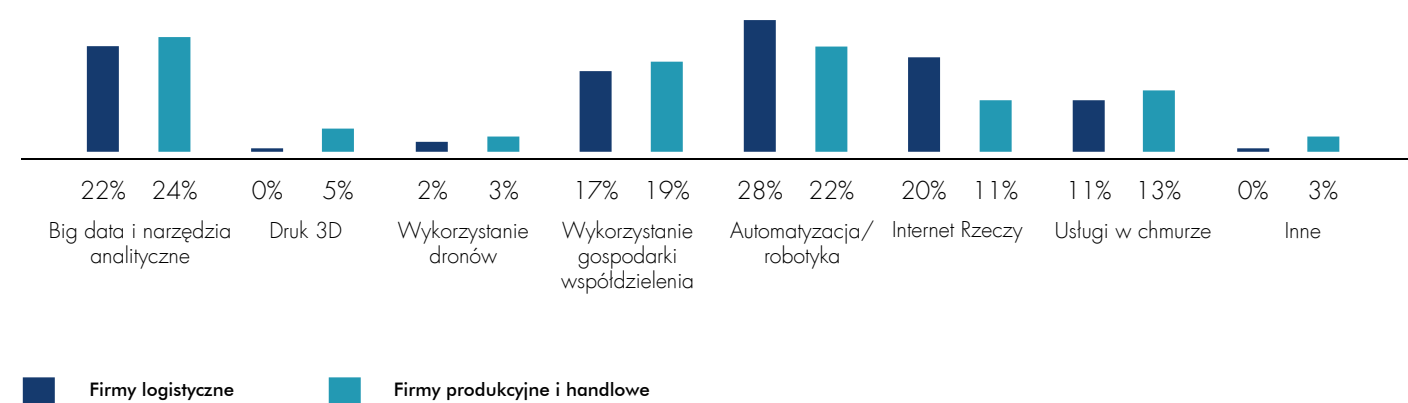
12%

Usługi w chmurze

1%

Inne

Rozwiązania innowacyjne, których wprowadzenie do łańcucha dostaw planowane jest w ciągu najbliższych 12 miesięcy



Współpraca w ramach łańcucha dostaw

Respondenci zostali poproszeni o ocenę ich współpracy z podmiotami zewnętrznymi, włączając w to klientów, innych dostawców usług oraz firmy produkcyjne i handlowe,

na przestrzeni ostatnich 12 miesięcy. Niemal wszyscy ankietowani (93%) odnotowali wzrost w poziomie współpracy z podmiotami zewnętrznymi, a pozostałe

7% stwierdziło, że w ciągu ostatniego roku nie zaszły w tym względzie żadne zmiany.

Zmiana w poziomie współpracy z klientami/ dostawcami usług/ firmami produkcyjnymi i handlowymi na przestrzeni ostatnich 12 miesięcy

7%

Znaczny wzrost

42%

Pewien wzrost

44%

Niewielki wzrost

7%

Nie zaszły żadne zmiany w poziomie współpracy

0%

Poziom współpracy obniżył się

Respondenci wskazali na wiele obszarów w zakresie działań w ramach łańcucha dostaw, co do których zauważalne jest ogromne zapotrzebowanie na współpracę: logistyka w handlu elektronicznym (19% odpowiedzi twierdzących), usługi o wartości dodanej

w ramach operacji magazynowych (14%), dystrybucja krajowa, zarówno przychodząca, jak i wychodząca (w obydwu przypadkach 14%), handel międzynarodowy i ruch towarowy (12%), proces składowania w ramach operacji magazynowych (12%).

Najrzadziej wskazywanymi odpowiedziami w kontekście zapotrzebowania na współpracę było pozyskiwanie produktów i zakupy (10%) oraz logistyka zwrotna (5%).

Obszary w ramach łańcucha dostaw wykazujące największe zapotrzebowanie na współpracę

10%

Pozyskiwanie produktów i zakupy

12%

Handel międzynarodowy i ruch towarowy

12%

Operacja magazynowe – składowanie

14%

Operacja magazynowe – usługi o wartości dodanej

14%

Dystrybucja krajowa – przychodząca/ pierwotna

14%

Dystrybucja krajowa – wychodząca/ wtórna

19%

Logistyka w handlu elektronicznym

5%

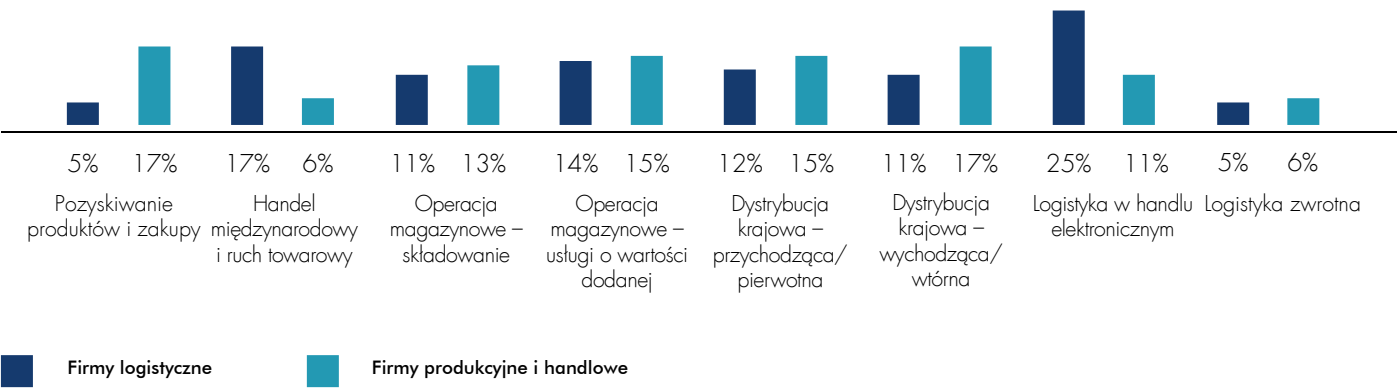
Logistyka zwrotna

Pomiędzy firmami logistycznymi a przedsiębiorstwami produkcyjnymi i handlowymi doszło do pewnych rozbieżności, jako że pierwsza grupa zauważa największe zapotrzebowanie na współpracę głównie w odniesieniu

do logistyki w handlu elektronicznym (25%) oraz handlu międzynarodowego i ruchu towarowego (17%). Z kolei w odczuciu firm produkcyjno-handlowych działania skierowane na pozyskiwanie produktów i zakupy, a także operacje w ramach

wychodzącej dystrybucji krajowej wykazują największe zapotrzebowanie na współpracę i obydwie te odpowiedzi uzyskały 17% głosów ankietowanych z tej grupy.

Obszary w ramach łańcucha dostaw wykazujące największe zapotrzebowanie na współpracę



O nas

CBRE

CBRE to największa na świecie firma doradcza i inwestycyjna działająca w sektorze nieruchomości komercyjnych. CBRE, z siedzibą główną w Los Angeles, zatrudnia około 70.000 pracowników w ponad 60 krajach i obsługuje inwestorów, właścicieli oraz najemców nieruchomości. CBRE oferuje szeroki zakres zintegrowanych usług dla klientów: doradztwo strategiczne w zakresie inwestycji i wynajmu, usługi korporacyjne, usługi zarządzania nieruchomościami oraz projektami, administrację firm, bankowość hipoteczną, wyceny, usługi deweloperskie, usługi zarządzania inwestycjami oraz usługi konsultingowe i analityczne.

CBRE Polska zatrudnia około 1.000 pracowników w Warszawie, Gdańsku, Krakowie, Wrocławiu i Poznaniu, oferując klientom pełen zakres usług dedykowanych nieruchomościom komercyjnym.

Z myślą o klientach z sektora przemysłowo-logistycznego stworzyliśmy specjalny zespół ekspertów, Integrated Industrial Platform, który pomoże klientom w znalezieniu odpowiedzi na wszystkie ich pytania, zaczynając od doradztwa w zakresie wyboru lokalizacji i doradztwa technicznego, poprzez wsparcie w procesie transakcyjnym oraz zarządzanie obiektem. Tworzymy doświadczony zespół złożony z najlepszych doradców, negocjatorów, inżynierów, kierowników projektu, licencjonowanych architektów, rzeczoznawców budowlanych, rzeczoznawców majątkowych, a także biegłych w zakresie certyfikacji Breeam i Leed. Naszym zadaniem jest budowanie wartości dla naszych klientów.

Zapraszamy do odwiedzenia naszych stron internetowych www.industrialgo.pl oraz www.cbre.pl.

PANATTONI EUROPE

Panattoni Europe jest częścią Panattoni Development Company, jednego z największych deweloperów powierzchni przemysłowych na świecie, prowadzącego działalność w 26 oddziałach w Ameryce Północnej i Europie. Panattoni obecny jest w Europie Środkowej od 2005 roku. Deweloper wybudował dotychczas w Polsce, Czechach i Niemczech ponad 5 miliona mkw. nowoczesnej powierzchni przemysłowej. W ramach Panattoni Europe działa struktura, dedykowana projektom dopasowanym do indywidualnych potrzeb najemców, typu build-to-suit. Wśród kluczowych klientów są takie firmy jak Amazon, Arvato Services Polska, Coty Cosmetics, DSV, H&M, Intermarché, Leroy Merlin, ND Logistics, Still, Schenker, Selgros czy Tesco. Oprócz Polski Panattoni Europe ma swoje przedstawicielstwa w Wielkiej Brytanii, Czechach, Luksemburgu, Niemczech i teraz w Rumunii.

www.panattonieurope.com

Kontakt

CBRE Research

Joanna Mroczek

Head of Research & Marketing
+48 500 000 583
joanna.mroczek@cbre.com

Emilia Filimoniuk

Industrial Research & Consultancy
+48 728 437 614
emilia.filimoniuk@cbre.com

CBRE Industrial Integrated Services

Beata Hryniewska

Head of Industrial & Logistics
+48 608 649 922
beata.hryniewska@cbre.com

Jonathan Steer

Head of Building Consultancy
+48 608 652 173
jonathan.steer@cbre.com

Sean Doyle

Head of Investment Properties
+48 500 070 744
sean.doyle@cbre.com

Maciej Wójcikiewicz

Head of Valuation & Advisory Services
+48 501 746 503
maciej.wojcikiewicz@cbre.com

Rondo ONZ 1
00-124 Warszawa
www.industrialgo.pl

PANATTONI EUROPE

Robert Dobrzycki

Chief Executive Officer Europe
+48 22 540 8888

Anita Pietrykowska

Marketing & Communications Director Europe
+48 697 114 484
apietrykowska@panattoni.com

Plac Europejski 1
00-844 Warszawa
info@panattoni.com
www.panattonieurope.com