



Daj zarobić fachowcom

Gospodarcza zadyszka wymusza na przedsiębiorstwach cięcie kosztów, zwłaszcza w obszarach nie związanych bezpośrednio z produkcją. Czy i w jaki sposób można zyskać oszczędności dzięki logistyce i magazynowaniu towarów, zwłaszcza szybko psujących się?

Jarosław Maślaneck

Kluczem jest optymalizacja obsługi łańcucha dostaw i szukanie oszczędności dzięki logistyce, a nie na niej – W przemyśle spożywczym, a zwłaszcza w segmencie towarów szybko psujących się, koszty logistyczne mają często decydujący udział w cenie produktów na półce sklepowej – zauważa **Stanisław Żurawski**, dyrektor operacyjny firmy PAGO. – Zarządy łatwo się więc poddają pokusie szukania rezerw właśnie w tej sferze działalności.

◀ Nie ciąć na oślep ▶

Dyrektor Żurawski przestrzega jednak przed próbami radykalnego ograniczania kosztów obsługi łańcucha dostaw, bowiem bardzo często taka operacja może się w pewnym momencie skończyć

gwałtownym obniżeniem parametrów logistycznych. – To natomiast przynosi skutki odwrotne do zamierzonych, czyli następuje zmniejszenie sprzedaży i udziału w rynku, utrata wizerunku i, paradoksalnie, gwałtowny wzrost kosztów ogólnych oraz obsługi reklamacji – mówi Stanisław Żurawski.

Jak wskazuje nasz rozmówca, pamiętać należy, że optymalizacja kosztów to nie to samo, co ich ograniczanie. W czasie kryzysu należy więc koncentrować działania racjonalizujące na maksymalnie efektywnym wykorzystaniu zasobów. A ten efekt uzyskuje się poprzez dokładne zdefiniowanie i wykonywanie procedur obsługi łańcucha dostaw oraz odchudzenie tych procedur ze zbędnych czynności. – Przede wszystkim zaś poprzez niedopuszczenie do popełniania błędów na którymkolwiek etapie przepływu towarów i informacji – przestrzega przedstawiciel PAGO.

Przedsiębiorstwa sektora spożywczego powinny więc przede wszystkim ponownie przeprowadzić uważną analizę wszystkich procesów logistycznych oraz odważnie wykorzystywać narzędzia informatyczne, które pomagają w planowaniu obrotu, zarządzaniu zaopatrzeniem, magazynowaniem, kompletacją i transportem. – To jest klucz do optymalizacji kosztów logistyki – uważa dyrektor Żurawski.

W ten sposób uzyskuje się pełniejszą kontrolę, lepsze wykorzystanie sprzętu, szybszy i efektywniejszy obrót towarowy, nawet przy mniejszej liczebnie załodze. – Owocuje to wzrostem efektywności i spadkiem poziomu reklamacji, co radykalnie odciąża zasoby firmy od zajmowania się naprawianiem błędów – mówi Stanisław Żurawski.

Bogna Błasiak-Niciejewska, dyrektor marketingu Grupy Raben, podkreśla natomiast, że nie można oszczędzać na logistyce, tylko dzięki niej. – Należy również pamiętać, iż obsługa produktów spożywczych ma wyjątkowy charakter ze względu na specyfikę towaru – mówi. Jak wskazuje, wszystkie czynniki mogące mieć wpływ na jakość towarów muszą być kontrolowane na wiele sposobów. Najważniejsze dla produktów typu food są temperatura i wilgotność, które sprawdzane powinny być na każdym etapie procesu. – Koszty specjalnych zabezpieczeń oraz nieustannego monitorowania istotnych dla procesu wskaźników stanowią zasadniczą różnicę między produktami typu food i non-food – wyjaśnia przedstawicielka Grupy Raben.

◀ Outsourcing dobry na kryzys? ▶

Nawet w czasie bessy przedsiębiorstwa powinny skupiać się na tym, by zwiększać udziały w rynku, osiągać wzrost sprzedaży, efektywność działania i maksymalizację zysku. Zwłaszcza w okresie finansowych perturbacji skupienie się na podstawowej sferze działalności daje szansę na zdystansowanie konkurencji. Czy więc powierzenie obsługi logistycznej zewnętrznej firmie jest dobrym ruchem w obecnych czasach?

– Operator logistyczny, dzięki swojej wiedzy, doświadczeniu i skali działania, gwarantuje wzrost jakości serwisu, optymalizację kosztów oraz innowacyjne i elastyczne podejście do zmieniającej się sytuacji na rynku – przekonuje **Marek Prószynski**, zastępca dyr. logistyki Schenker. Jego zdaniem, właśnie w obecnej trudnej sytuacji gospodarczej jedną z najważniejszych korzyści wynikających z outsourcingu transportu i logistyki magazynowej są elementy finansowe, takie jak koncentracja własnej mocy inwestycyjnej na kluczowych obszarach działalności przedsiębiorstwa oraz zamiana kosztów stałych na koszty zmienne.

Tomasz Cegielski, dyrektor Międzynarodowego Biznesu Ładowego Schenker, dodaje, że podstawową korzyścią z przekazania logistyki silnemu operatorowi z gęstą siecią logistyczną zarówno w Polsce, jak i w wymiarze międzynarodowym, jest możliwość elastycznego kształtowania strumienia dostaw.

– Operator logistyczny z silną siecią może taką elastyczność zapewnić swoim klientom, tak pod względem częstotliwości dostaw, jak i wielkości czy liczby przewożonych towarów – mówi dyrektor Cegielski. – Dzięki temu firmy, które decydują się na współpracę, mogą zmniejszyć poziom kapitału zamrożonego w zapasach oraz zredukować koszty związane z utrzymywaniem własnego systemu zaopatrzenia.

Kolejną korzyścią płynącą z outsourcingu logistyki jest większa elastyczność i szybsza reakcja na dynamiczne zmiany zachodzące na rynku, np. wahania popytu.

– Zlecenie obsługi logistycznej firmie zewnętrznej to także szansa na usługi o niezmiennym poziomie jakości, przede wszystkim w okresie „podwyższonego ryzyka”, np. w czasie tzw. żniw logistycznych, które przypadają na okresy przedświąteczne – przekonuje Tomasz Cegielski.

Stanisław Żurawski dyrektor operacyjny firmy PAGO



Sytuacja rynkowa, która zmusza przedsiębiorstwa do bardziej skrupulatnego niż do tej pory liczenia kosztów, sprawia, że zarządy firm nie doświadczane podobnymi zjawiskami, wybierają często najbardziej intuicyjne, ale i najmniej oryginalne metody wyjścia z chwilowego impasu. Dokonują próby ograniczenia kosztów pracy, ograniczając liczebność załogi albo wywierają wzmożoną presję na zespoły pracownicze, usiłując osiągnąć większą ich efektywność. Łatwo wówczas popełnić błąd, nadmiernie koncentrując się na tego rodzaju działaniach, zamiast szukać rezerw w doskonaleniu procesów i całego systemu obsługi łańcucha dostaw. Nadmierny nacisk na ludzi grozić może gwałtowną utratą entuzjazmu, wiedzy i doświadczenia, najważniejszych niematerialnych zasobów w nowoczesnych przedsiębiorstwach.

Zyskiem jest także redukcja kosztów z tytułu współpracy z operatorem dzięki jego kompleksowej ofercie. Wszystkie swoje potrzeby logistyczne przedsiębiorstwo może zaspokoić w jednym miejscu. Otrzyma przy tym dostęp do nowoczesnych technologii umożliwiających sprawny przepływ informacji i ułatwiających bieżącą współpracę. Przedstawiciel firmy Schenker zwraca również uwagę na fakt, że w czasach kryzysu klienci często wysyłają mniejsze partie towarów, ale z większą częstotliwością.

– W związku z tym zwiększamy częstotliwość naszych połączeń drobnicowych, dążąc do tego, aby większość kierunków miała codzienne nadania – mówi Tomasz Cegielski. – Nasi klienci mają więc pełny komfort szybkich dostaw. Z punktu widzenia klientów podstawową korzyścią, płynącą z rozwiązania drobnicowego, jest możliwość elastycznego kształtowania strumienia dostaw, zarówno pod względem częstotliwości, jak i wielkości przewożonych przesyłek. Korzystanie z regularnej



**CHCESZ OTRZYMYWAĆ
REGULARNIE RYNEK
SPOŻYWCZY?**

**CHCESZ OTRZYMYWAĆ
ZAPROSZENIA NA
KONFERENCJE RYNKU
SPOŻYWCZEGO?**

**Zamów
prenumeratę**

**11 NUMERÓW
tylko**

80 zł

Bogna Błasiak-Niciejewska dyrektor marketingu Grupy Raben

Kierowanie się tylko ceną przy wyborze operatora logistycznego może prowadzić do niebezpiecznych sytuacji. Należy pamiętać, iż kontrola temperatury oraz wilgotności, systemy zabezpieczeń przed szkodnikami oraz wiele innych istotnych elementów procesu obsługi produktów spożywczych sprawia, że niewiele firm świadczy tego rodzaju usługi. Nieliczne przedsiębiorstwa posiadają system monitorowania najważniejszych czynników na każdym etapie procesu logistycznego, począwszy od transportu, poprzez magazynowanie, skończywszy na dystrybucji do finalnego odbiorcy. Szukając zatem operatora logistycznego, należy zwrócić uwagę nie tylko na atrakcyjność cenową oferty, ale również na możliwości w zakresie obsługi takich wrażliwych towarów, jak produkty spożywcze.

► sieci linii drobnicowych pozwala zatem eksportować mniejsze partie towarów z większą częstotliwością oraz przekłada się na obniżenie poziomu zapasów i zmrożonych w nich pieniędzy.

◀ Mali muszą dobrze liczyć ▶

Dla firm mniejszych powierzenie obsługi logistycznej operatorowi zewnętrznemu jest natomiast drogą do odchudzenia własnych struktur oraz uzyskania wyższego poziomu jakości dostaw i współczynnika penetracji rynkowej przy niewielkich kosztach operacyjnych.

Bogna Błasiak-Niciejewska z Grupy Raben przekonuje, że trudno wymagać, by fir-

ma zajmująca się np. produkcją żywności, która posiada wszelkie niezbędne, najwyższej jakości maszyny oraz doświadczony personel, inwestowała w innowacyjne oprogramowanie magazynowe, skanery, magazyny i nowoczesne środki transportu, które stanowią podstawę działalności operatorów logistycznych.

– Sprawdzone procesy, doświadczeni pracownicy oraz najnowocześniejsze oprogramowanie, które zapewnia operator zewnętrzny, stanowią gwarancję jakości oraz optymalizacji procesów i kosztów, a także profesjonalizmu – mówi przedstawicielka Raben. Nie przekonanych do outsourcingu przedsiębiorców Bogna Błasiak-Niciejewska

zachęca do szczegółowej kalkulacji obecnie ponoszonych wydatków, wśród których wymienić można wybudowanie i utrzymanie magazynu, zakup i serwis jego wyposażenia oraz koszty wyszkolenia i fluktuacji kadr. – Doświadczony operator logistyczny może zaproponować innowacyjne, szyte na miarę rozwiązania, które wyprzedzają potrzeby rynku, pozwalając skutecznie realizować cele oraz zwiększać udziały w rynku – zachęca przedstawicielka Grupy Raben.

Do zalet outsourcingu logistycznego zaliczyć można również przygotowywanie ofert dla każdego klienta. Raben nie posiada np. gotowych cenników, zatem usługi i ceny dostosowane są do indywidualnych potrzeb firm zlecających obsługę logistyczną. W sytuacji załamania gospodarczego przedsiębiorstwa posiadające własne magazyny oraz tabor muszą więc utrzymywać je bez względu na spadek sprzedaży. – Firmy, które zlecają obsługę logistyczną wyspecjalizowanym operatorom, ponoszą koszty adekwatne do ilości oddanego i sprzedanego wolumenu – wyjaśnia Bogna Błasiak-Niciejewska. ●

jarostaw.maslanek@portalspozywczy.pl

Zobacz także: www.portalspozywczy.pl/logistyka

reklama

Zamawiam prenumeratę Rynku Spożywczego

(11 numerów) – 80 PLN (w tym 7% VAT)

RYNEK SPOŻYWCZY

Kolportaż, prenumerata:
tel. 32/ 209 13 03 w. 51, fax 32/ 782 13 01
e-mail: kolportaz@wnp.pl

Prenumeratorom gwarantujemy udział w konferencjach organizowanych przez Rynek Spożywczy

Ilość prenumerat Prenumeratę chcę rozpocząć od numeru

Firma

Adres pocztowy

Osoba zamawiająca

Stanowisko

Telefon

Fax

E-mail

NIP

◀ Jestem płatnikiem podatku VAT i upoważniam PTWP SA do wystawienia faktury bez mojego podpisu

◀ Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych przez PTWP SA z siedzibą w Katowicach, przy ul. Jana Matejki 3, zgodnie z Ustawą z dnia 29.08.1997 r. o Ochronie Danych Osobowych (Dz. U. nr 133 poz. 883).