

Poland's air freight – will EU entry improve its prospects?

When Poland eventually achieves its entry into the European Union it will produce definite benefits in the easing of Customs clearance and issues concerning 'open sky' aircraft operations over Polish territory

Removing the need to Customs-clear cargo from the European Union (EU) would free up Customs to concentrate on clearing goods from outside the EU, says Piotr Iwaniuk of Austrian-headquartered freight forwarder Cargoline. A side-effect, however, is that Polish Customs will be obliged to implement an EU-authorised IT system enabling electronic clearance – a capability it lacks at present.

"A lot of freight, especially heavy cargo from the Far East and the US is at the moment trucked into Poland from European hubs like Frankfurt, Amsterdam, Paris and Vienna," Iwaniuk says. "When Poland joins the EU, it will be possible to Customs-clear that cargo at the point of entry ... where the process is incomparably smoother," he predicts. "That should, and will, free up a lot of potential for the whole economy of Poland, with freight becoming a service for which the customer is willing to pay."

As a forwarder with an annual turnover of between US\$12-13 million, Cargoline's Iwaniuk says "around 40 percent of our business is handled by LOT - Polish Airlines, mainly on the carrier's direct flights into North America. Serious air freight within Europe does not exist in Poland. Anything above 300kgs is almost certainly going out on wheels. If you talk about air freight out of Poland, you have to talk about the US, Far East and Latin America," Iwaniuk says.

"Although I am a dedicated enemy of all monopolies, I have to say that LOT Cargo is about the only airline in Poland which is organised and run professionally. It obviously has its internal problems, coming from the way it was organised for so many years and from the fact that it was state-owned until very recently," he says.

"That does not change the fact that LOT is trying hard to get the most out of the market not by squashing the competition with the tools the government has given them, but they are really trying to please the customer and be there when they are needed."

Currently, the Polish air freight market is very fragmented, he says. "Almost none of the large forwarders have set foot in Poland. There are a lot of customers who have come to consider forwarders here more as Customs brokers... Many small 'mom-and-pop' companies are being set up just to service this brokerage portion, offering at the same time air freight at cost, not adding any value to the process, just to get the Customs clearance."

"These, obviously, do not survive very long," he says. "The customers in Poland, even those local ones, are seeing more and more sense in giving their business to organisations that bring some value to the table, and offer more than just a booking and Customs clearance – like freight management, process control, and so on."



Iwaniuk – the importance of adding value

CZECH OGDEN & Menzies AVIATION GROUP
GROUND SERVICES
PRAGUE ♥ CZECH REPUBLIC
Heart of Europe

We will take care about any of your cargo

Your Cargo Hub in Central Europe

- general and specific goods cargo handling
- special cargo charter flights handling
- outsized cargo handling
- road feeder services

New Cargo Terminal

- 10,000 sqm of Warehousing Area
- 5,000 sqm of Office Space in Administration Building
- 100,000 tonnes / year capacity
- Safe room, Fridges & Freezer
- full range of Ground Handling & Warehousing equipment
- fully equipped terminal with truck loading doors
- direct access to own cargo apron where can be handled all types of aircraft up to B747 or AN 124

Contact:
Airport Prague Ruzyně
K letišti 57/1049, 161 00 Prague 6, Czech Republic
Tel: +420-2-2011 3078, +420-2-2011 4617, Fax: +420-2-2011 3029
e-mail: ladislav.klimes@menziesaviation.cz, SITA: PRGKKXH
<http://www.menziesaviation.cz>

AIRNAUTIC AG

Head Office:
Peter Merian
Strasse 2, CH 4002
Basel, Switzerland

Tel: **+41 61 227 9797-9**
Fax: **+41 61 227 9780**
Sita: **BSLHQXH**

BASEL AIRPORT

Fax: +41 61 325 2766

ZURICH AIRPORT

Fax: +41 1 816 3845

Over 40 years' experience
Specialist for Cargo Charters

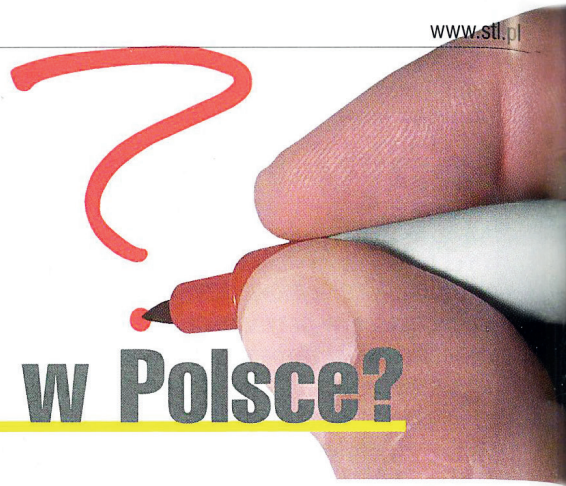
GENEVA AIRPORT

Fax: +41 22 717 8902

*"the cargo
GSA with its own fully staffed
offices at all three
Swiss Airports"*

Regular Interline TRUCKS
to: LUX, PAR, FRA, DUS,
BRU, OST, AMS, MST, VIE

Czy kryzys finansowy dotknie branżę logistyczno-spedycyjną w Polsce?



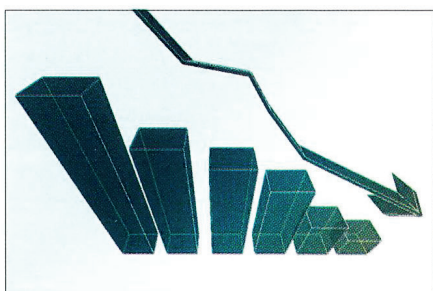
Branża logistyczno-transportowa to swoisty papierek lakmusowy całej gospodarki. Jeżeli gdzieś zaczyna się spowolnienie wzrostu lub dostrzegalne są załazki kryzysu, natychmiast znajduje to przełożenie na wolumeny transportowanych towarów.

To, czy kryzys finansowy będzie odczuwalny w branży zależy zatem od tego, czy kryzys ten będzie odczuwalny w całej – szeroko pojętej – gospodarce, zarówno światowej jak i lokalnej. Jeżeli przełoży się na mniejszy popyt, będzie to miało odbicie w mniejszej produkcji. Mniejsza produkcja to mniej towaru do przewiezienia. – *Równanie jest dosyć proste, chociaż ma sporo niewiadomych. Wydaje się jednak, że jakieś spowolnienie jest nieuniknione* – mówi Piotr Iwaniuk, Prezes DHL Global Forwarding. – *Jeżeli następuje kryzys zaufania do instytucji finansowych i są mniejsze możliwości kupowania na kredyt, to mniej się kupuje. Kiedy mniej się kupuje, to mniej się produkuje etc. Poza tym, niepewność co do przyszłości i losów gospodarki skutkuje tym, że konsument mniej przeznaczają na konsumpcję. W czasach kryzysu częściej wybiera zakup metali szlachetnych lub lokatę w pewnym banku, kontrolowanym przez państwo. To potęguje efekt spadającego popytu.*

Większość ekspertów uspokaja, że kryzys finansowy Polsce nie grozi, przynajmniej nie w takim wymiarze jak w Ameryce Północnej czy Europie Zachodniej. Nie oznacza to jednak, że polska gospodarka zupełnie go nie odczuje. – *Bardzo dumni byliśmy, gdy zagraniczne firmy lokowały swój kapitał*

w Polsce, budując fabryki i tworząc w ten sposób miejsca pracy – kontynuuje Piotr Iwaniuk. – *Te fabryki produkują jednak dobra nie tylko dla nas, Polaków, ale w znacznej mierze na rynki zagraniczne, które są tym kryzysem dotknięte znacznie mocniej niż Polska. Zapotrzebowanie na tę produkcję spada w wyniku kryzysu w naturalny sposób, spada więc również ilość*

na transport morski globalnie – mówi Piotr Iwaniuk. Eksport z Europy do USA zmalał o kilkadziesiąt procent. Większość rynków w Azji rozlicza się w dolarach amerykańskich, więc te rynki również dotkliwie odczuły spadający kurs tej waluty. Import z Azji do Europy drogą morską wzrósł tylko o 5% w stosunku do roku ubiegłego (dane do końca sierpnia), podczas oczekiwano wzrostu o 15-20% (i takie były też plany armatorów przy zapewnianiu przestrzeni ładunkowej na statkach). Po „krachu” na giełdach ostatnich 2-3 tygodni, opisane



towaru do przewiezienia. Reasumując – w globalnej gospodarce, połączonej siecią zależności, nie tylko kapitałowych, nie ma lokalnych kryzysów. Ten kryzys również dotknie Polskę, a już na pewno dotknie branżę transportowo-logistyczną w Polsce. – *Załamki kryzysu pokazały już kilka miesięcy temu, jak sytuacja w USA i słaby dolar wpłynął na popyt w USA, a tym samy*

powyżej efekty mogły się tylko nasilić. Co będzie w najbliższej przyszłości – tego przewidzieć chyba nikt nie potrafi. Nie należy jednak spodziewać się dramatu. Gospodarcie nie grozi raczej recesja. Z pewnością jednak coś się na rynkach stało – i wszyscy w branży logistyczno-transportowej odczuwają tego skutki.

C.C.

Cargolinie Polska – Spółka z o.o.

Jak przekonać klientów?

Spółka Cargoline Polska wchodzi w skład austriackiego holdingu, który razem z siostrzanymi firmami: Cargoplan, Cargocare i Cargodata obecny jest w 16 krajach, zatrudniając ponad pięćset osób. Początek działalności w Polsce przypada na rok 1991, kiedy to równocześnie otwarto dwie placówki — w Łodzi i Warszawie.

Biuro warszawskie skoncentrowało swoje zainteresowania na obsłudze transportu lotniczego. Po rozszerzeniu w 1994 r. kontraktu Cargoplanu z firmą AEI na Europę Wschodnią, spółka Cargoline Polska podjęła się reprezentowania AEI w Polsce. Oznacza to połączenie poczty elektronicznej z ponad 960 biurami na całym świecie i umożliwia bardzo szybki, łatwy i efektywny kontakt.

Na temat możliwości działania i o dotychczasowych doświadczeniach opowiedział „PGT” **Piotr Iwaniuk** — szef oddziału warszawskiego Cargoline Polska:

— Oferujemy pełną gamę usług logistycznych w transporcie lotniczym, drogowym i morskim oraz magazynowanie i obsługę celną. Naszą ofertę uzupełniamy jeszcze przez ekspres lotniczy, ekspres drogowy, dystrybucję, kontrolę stanów magazynowych i projekty logistyczne, które pozwalają zaoferować naszym klientom unikalne rozwiązania ich indywidualnych potrzeb i problemów. Krótko mówiąc: dążymy do tego, aby być dostawcą usług logistycznych „pierwszego wyboru” dla klientów, poszukujących kompleksowych rozwiązań i dążących do utrzymania w ryżach związanych z tym kosztów. Byliśmy jedynymi z pierwszych, którzy zainwestowali w stały rozwój własnego zintegrowanego pakietu oprogramowania spedycyjnego na rynkach Europy Środkowej i Wschodniej. Dzięki tym inwestycjom i koncentracji na nowych technologiach odnieśliśmy dużo sukcesów w zdobywaniu kluczowych korporacyjnych klientów.

— Jesteśmy włączeni w system monitoringu przesyłek o nazwie Logis. Tak więc każda przesyłka, wysłana z Warszawy w świat lub odwrotnie, jest wprowadzana do tego systemu. Wszystkie dane z listu lotniczego, który powstaje w naszym biurze w Warszawie są przysyłane przez EDI do Logisu. Po kilku minutach nasz partner za oceanem lub jeszcze dalej widzi na ekranie swojego komputera, co do niego jest wysyłane. Logis generuje również automatyczne tzw. „pre-alerty”, czyli informacje o przesyłce wysyłanej drogą elektroniczną do stacji docelowej lub klienta, jeśli tego sobie życzy. Możliwe jest również przekierowanie takiej informacji na faks. W krajach o bardziej zaawansowanym systemie odpraw celnych, np. w Stanach Zjednoczonych, system taki umożliwia dokonanie odprawy celnej importowej praktycznie zanim przesyłka fizycznie opuści Warszawę. Logis zapewnia nam również szereg innych bardzo pomocnych narzędzi. Każda stacja ma tzw. fact sheet, czyli

informacje o personelu, oferowanych usługach i lokalnych uwarunkowaniach w danym kraju. Zanim więc nasz partner z Australii wyśle do nas przesyłkę, może sprawdzić do kogo zaadresować prośbę o stawki za lokalną obsługę, jakie są potrzebne dokumenty do odprawy celnej itp. Pozwala to uniknąć wielu błędów i pomyłek oraz uczulić klienta na pewne lokalne uwarunkowania (czas odprawy celnej, konieczność wysłania oryginalnych faktur), co z kolei pozwoli mu uniknąć składania obietnic jego klientom, które byłyby niemożliwe do dotrzymania.

— W związku z naturą polskiej gospodarki oraz brakiem równowagi w handlu zagranicznym, większość transportu lotniczego obsługiwanej przez naszą firmę to import. Stosunek ilości przesyłek w imporcie do eksportu wynosi 7 : 1. Dlatego też od ponad dwóch miesięcy funkcjonuje u nas z dobrymi rezultatami dział sprzedaży promujący eksport towarów drogą lotniczą. **Napotykać jednak na wiele problemów z przekonaniem naszych klientów do tej formy transportu, uważanego generalnie za drogi. W porównaniu z krajami na podobnym poziomie (Węgry, Czechy) warszawskie Okęcie jest lotniskiem bardzo drogim. Opłaty handlingowe, zarówno w eksporcie, jak i w imporcie są o wiele wyższe. Dodając do tego o wiele bardziej skomplikowany i restrykcyjny system odpraw celnych, otrzymujemy efekt omijania Warszawy jako lotniska wysyłkowego, docelowego i tranzytowego. Jest to doskonale widoczne na przykładzie naszej firmy, gdzie obserwujemy przesuwanie wielu przesyłek do biur w Pradze i Wiedniu. Często zdarza się, iż my również wysyłamy większe przesyłki samochodem z Warszawy do Wiednia, aby ominąć większe opłaty handlingowe, dłuższe i bardziej skomplikowane odprawy celne. Coraz częściej nakłaniany również naszych partnerów, aby wysyłając duże przesyłki wysłali je albo do Wiednia, albo do Frankfurtu, skąd zabieramy je samochodami. W ten sposób jesteśmy w stanie odprawić przesyłkę o wiele szybciej w naszym oddziale drogowym i uniknąć krociowych opłat za składowanie.**

— Po wejściu w życie Kodeksu Celnego zaobserwowaliśmy bardzo wiele pozytywnych zmian w jakości i szybkości odpraw celnych na Okęciu, jednak system pracy pozostaje jeszcze daleko w tyle za Budapesztem czy Pragą, gdzie odprawa trwa kilka godzin, a rewizja celna zdarza się raz na tydzień. Pomiędzy fakt o wiele bardziej liberalnego podejścia służb celnych w tamtych

krajach do dokumentów celnych (tam można już od dawna odcisnąć dowód na podstawie faksowych kopii faktur), co jest — niestety — niemożliwe w Warszawie. Do powyższego dochodzi jeszcze fakt rzeczywistej już konkurencji w zakresie świadczenia usług handlingowych, co ma oczywiście kolosalny wpływ na poziom cen i jakość usług (zarówno Praga jak i Budapeszt są obsługiwane przez dwóch niezależnych agentów handlingowych). Również infrastruktura w Warszawie pozostawia wiele do życzenia, o drodze dojazdowej nie wspominając. Brak dostatecznej ilości pomieszczeń biurowych (pomimo wysokich cen za ich wynajem) jest przy czym bardzo ciężkich warunków pracy. Kilkanaście osób musi często zmieścić się na 30-40 metrach kw. powierzchni, co z kolei rodzi ograniczenia w rozwoju firmy. Pomimo wysiłków administratora budynku Cargo — LGS — nie zanoś się na szybkie zmiany w tym zakresie. W porównaniu na przykład z Pragą, gdzie nowoczesna powierzchnia biurowa wyposażona w najnowocześniejsze urządzenia i struktury jest dostępna bez żadnych ograniczeń za ceny znacznie niższe od warszawskich, wypadamy bardzo blisko. Warszawskie Cargo potrzebuje nowych inwestycji i to w bardzo krótkim czasie. W przeciwnym razie zostaniemy na uboku rozwoju transportu lotniczego w tej części Europy. Myślę, że nadrobienie zaległości za kilka lat może okazać się już mało prawdopodobne. Jeśli jest koniunktura — trzeba ją koniecznie wykorzystać, bo inaczej będzie się mówiło o kolejnej zmarnowanej szansie rozwoju...

NOTOWAŁ: (AN)



CARGOTRANS '99

V Targi Transportu, Spedycji i Logistyki
Szczecin, 20-22.10.1999

- konferencja naukowo techniczna
- konkurs „Polska Firma Transportowa Roku”
- giełda kontaktowa, prezentacje firm
- ogólnopolska wkładka targowa do „Gazety Wyborczej”

Organizator: Cargotrans Polska Sp. z o.o.
ul. Nauczycielska 4, 71-892 Szczecin
tel. 091 / 46 21 948, tel. kom. 090 / 65 25 65HOYER Polska
biuro kontaktowe 1998 roku

9900091-01



INŻYNIEROWIE

WYŻSZA SZKOŁA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I ZARZĄDZANIA
im. LEONA KOŹMIŃSKIEGO

ogłasza nabór na

LOGISTYKĘ

DWUSEMESTRALNE STUDIA PODYPLOMOWE
(Program zgodny z wytycznymi European Board for Logistics ECBU)

Termin składania dokumentów do 30.09.1999 r.

Szczegółowe informacje:
tel./fax (0-22) 811-30-69 oraz 811-30-61 w. 152
lub w siedzibie uczelni, ul. Jagiellońska 59, pok. 17
00-987 Warszawa, skr. poczt. 240

9900122-01

W KAŻDĄ POGODĘ

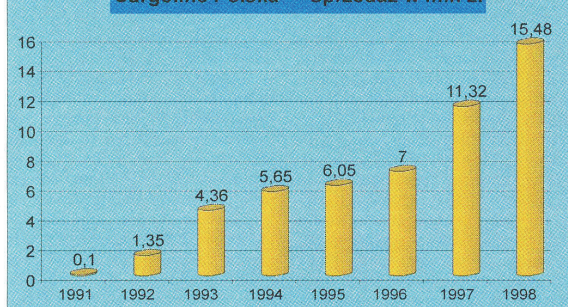


POLSKIE LINIE LOTNICZE

LOT CARGO

Dział Sprzedaży i Marketingu, 00-905 Warszawa, ul. Żwirki i Wigury 1, tel. (+48) (22) 606 61 71, fax 606 99 05
Rezerwacja, tel. (+48) (22) 606 62 26, fax 606 81 66
Terminal Cargo, 02-158 Warszawa, ul. Wirażowa 35, tel. (+48) (22) 606 80 88, fax 606 85 65

Cargoline Polska — sprzedaż w mln zł



Źródło: Cargoline.

Grafika komputerowa: Radosław Kieryłowicz

Rynek transportowy powoli odżywa

TRANSPORT | BRANŻA LOGISTYCZNA ZACZYNA ODCZUWAĆ OŻYWIENIE NA RYNKU.

To – na razie bardzo odległa – zapowiedź końca kryzysu gospodarczego.

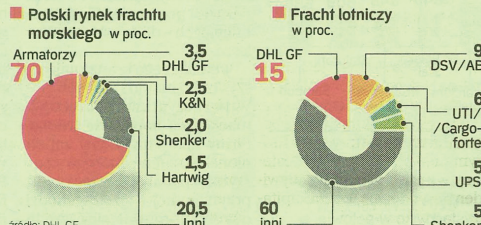
Firmy liczą na utrzymanie ubiegłorocznych obrotów, a niektóre nawet na niewielki wzrost

AGNIESZKA STEFAŃSKA

Firmy transportowe jako pierwsze, z rocznym wyprzedzeniem, odczuły nadchodzący kryzys i jako pierwsze mają zacząć odczuwać skutki ożywienia. Pierwsze trudności pojawiły się już od połowy 2007 roku. Dotknęły one szczególnie transportu kolejowego i samochodowego. Zapas finansowy z jesieni 2008 r. i jej negatywne skutki dla handlu i przemysłu uderzyły ze zdwojoną siłą w borykającą się z problemami branżę logistyczną – mówi Marek Tarczyński, prezes Polskiej Izby Spedycji i Logistyki. Przedstawiciele innych sektorów głośno o recesji zaczęli mówić dopiero w drugiej połowie 2008 roku.

Początek tego roku to dalszy spadek całego sektora logistycznego. W I kwartale 2009 r. obroty w transporcie obniżyły się o 13,4 proc. w porównaniu z analogicznym okresem zeszłego roku. W konsekwencji uciuryły m.in. firmy prowadzące magazyny logistyczne i porty, w których odnotowano spadek przeladunków kontenerów o ok. 25 proc. – wylicza prezes Tarczyński.

Widać jednak pierwsze symptomy ożywienia. – Kwiecień i początek maja jednoznacznie pokazują, że popyt się



RYNEK LOGISTYCZNY CZEKA NA WZROST

Przewozy lotnicze na razie najmocniej odczuwają kryzys gospodarczy. Operatorzy liczą jednak na wzrost eksportu z Azji.

zwiększa – mówi Arkadiusz Glinka, prezes Apreo Logistics. Wtórnie mu Dariusz Stefański, prezes PCC Intermodal. – Od początku tego roku jest zdecydowanie lepiej – mówi. Zdaniem Rafała Dziury, dyrektora w TNT Polska, już koniec pierwszego kwartału wskazał na ustabilizowanie popytu. Ostrożnie prognozuje, że branża najgorsze może mieć już za sobą.

– Trudno mówić o procencie wzrostu, który będzie pokazywał zmianę na rynku od początku tego roku, ale zwiększenie zainteresowania logistyką magazynową jest faktem – mówi Katarzyna Nowakowska, rzeczniczka Pekaesu. Jak wskazują eksperci

z TNT, wzrost liczby zleceń powierzanych firmom transportowym wynika m.in. z zastosowania coraz powszechniej outsourcingu. Jak dodają, trudno jest jednak określić, czy dzięki tej sytuacji zwiększa się wartość rynku, szacowana przez PISiL na ok. 35 mld zł. Zwiększa się bowiem głównie transport drogowy, wciąż spada popyt na usługi lotnicze. Dopiero umocnienie złotego ma odwrócić ten trend – może przyczynić się do zwiększenia importu z Dalekiego Wschodu, a co za tym idzie – wzrostu zainteresowania transportem lotniczym.

Mimo optymistycznych prognoz przedstawicieli branży transportowej na razie jest

za wcześnie, by mówić o wzroście zatrudnienia czy budowie nowych magazynów logistycznych. W centra przeładunkowe inwestują nieliczni, jak np. PKP Cargo, które planuje budowę dwóch nowych terminali, czy PCC Intermodal – pięciu.

Podobnie na zatrudnianie nowych pracowników decyduje się zaledwie kilka firm. Apreo deklaruje, że w ciągu najbliższych kilkunastu miesięcy przyjmie kilkanaście osób (wzrost o ok. 15 proc.). DPD chce zwiększyć w tym roku zatrudnienie o ok. 10 proc., czyli o ponad 120 pracowników. Reszta stawia na zwiększenie wydajności istniejącej kadry.

Wszyscy liczą na utrzymanie w tym roku przychodów na ubiegłorocznym poziomie lub na niewielkim wzroście, co w porównaniu z załamaniem, jakie branża przeżyła w roku ubiegłym, jest już odbiciem się od dna. Pekaeś zamierza poprawić swój przychód ze sprzedaży o 3 mln zł – do 514 mln zł. Apreo Logistics liczy na wzrost obrotów o ok. 40 proc., do ponad 100 mln zł. DPD, której przychody w zeszłym roku wyniosły 415 mln zł, ma nadzieję na ich zwiększenie o 10 proc. ■

✉ masz pytanie, wyślij e-mail do autorki

a.stefanska@rp.pl

♦ SPECJALNIE

DŁA „RZ”



Delikatny optymizm

♦ Piotr Iwaniuk
prezes DHL Global Forwarding

W: Ile wart jest rocznie rynek logistyki w Polsce?

PIOTR IWANIUK: W zależności od definicji, jaką przyjmijemy, aby określić „rynek logistyki”, możemy mówić o konkretnych danych liczbowych lub nie. Jeżeli mówimy o rynku, mając na myśli rynek usług kurierskich, pocztowych, rynek transportu drogowego, morskiego, lotniczego, kolejowego oraz logistyki kontraktowej – magazyny, to takie dane nie są dostępne na rynku. Żadna instytucja badawcza nie zbiera i nie analizuje danych dotyczących tak rozróżnianego rynku. Jeśli chodzi o rynek obejmujący spedycję lotniczą i morską, możemy mówić o ok. 26,5 tys. ton kontenerów transportowanych rocznie. Wartość i wielkość rynku spedycyjnego rosła do trzeciego kwartału 2008 roku. Obecna sytuacja gospodarczo-ekonomiczna powoduje, iż rynek ten kurczy się o ok. 15–30 proc. w transporcie lotniczym i o ok. 20 proc. w transporcie morskim. Sytuacja gospodarcza

wpływa na spowolnienie w każdej branży. Dotyczy to również rynku spedycji, na którym obserwujemy zmniejszenie zainteresowania transportem lotniczym na rzecz transportu morskiego. **Czy można się spodziewać konsolidacji rynku?**

Rynek spedycji morskiej i lotniczej to rynek o bardzo niskiej barierze wejścia. Telefon, komputer i dostęp do Internetu wystarczą na uruchomienie działalności w tym zakresie i konkurowanie z największymi firmami na rynku. Niemniej jednak obserwujemy stopniową konsolidację tego rynku, ale na pewno nie możemy oczekiwać, iż stanie się on podobny do rynku usług kurierskich czy pocztowych, gdzie mamy do czynienia z kilkoma dużymi graczami.

– rozmawiała Agnieszka Stefańska

Pełna wersja wywiadu

rp.pl/ekonomia

Sprzedaż aut w Europie nadal bardzo słaba

MOTORYZACJA
Maj był 13. z kolei miesiącem spadku sprzedaży samochodów w Europie – podała organizacja producentów ACEA

W 28 krajach kontynentu (Unia bez Cypru i Malty plus Islandia, Norwegia i Szwajcaria) sprzedano 1,27 mln nowych pojazdów, co oznacza spadek o 4,9 proc. wobec maja 2008. Po pięciu miesiącach rynek skurczył się o 13,9 proc., do 5,96 mln szt. Globalny spadek popytu nie skończył się, są jednak pierwsze oznaki poprawy.

Widać ją np. w Niemczech – tu dzięki dopłatom notowano wzrost sprzedaży aż o 39,7 proc., – i we Francji (+11,8), zdecydowane pogorszenie zanotowały Hiszpania (-38,7), bo niedawno wprowadzone premie nie zmniejszyły obaw Hiszpanów o sytuację gospodarczą, Szwecja (-30,6), Wielka Brytania (-24,8, mimo sprzedaży ponad 60 tys. szt. za premię 2 tys. funtów) i w mniejszym stopniu Włochy (-8,6).

W Europie Wschodniej wyniki były jeszcze bardziej

zróżnicowane: sprzedaż wzrosła na Słowacji (+46,4) i w Czechach (20,5), a załamała się na Węgrzech (-66), w Rumunii (-53,4) i zmalała w Polsce (-3,6).

W rankingu marek grupa Volkswagena ze sprzedażą 260,4 tys. sztuk poprawiła się o 5,3 proc., podczas gdy w kwietniu wypadła źle. Nadal dobrze wypadła Fiat z wynikiem 111,3 tys., co oznacza wzrost o 2,4 proc. Drugi w Europie PSA Peugeot Citroën zanotował spadek o 4,1 proc., do 159,4 tys., trzeci na naszym kontynencie Ford – podobnie, o 4,2 proc., do 118,45 tys. GM Europe sprzedał 112,5 tys. (-8,6 proc.), BMW 64,4 tys. (-13,9), Daimler 60,6 tys. (8,3), a Toyota 54,8 tys. (-6,7).

General Motors podpisał ze szwedzkim producentem luksusowych aut sportowych Koenigsegg wstępny umowę sprzedaży swej filii Saab Automobile. Sprzedaż nastąpi w III kwartale, Europejski Bank Inwestycyjny udzielił na nią pożyczki 600 mln dol., gwarantowaną przez rząd Szwecji. Tak wie firma zatrudniająca 45 osób przejmie firmę z załogą liczącą 3400 pracowników. – afp, dpa, reuters, p.r.

Bogdanka teraz, Śląsk później

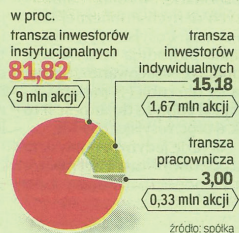
PRYWATYZACJA
Redukcja zapisów na akcje Bogdanki wyniesie wstępnie 88,2 proc. Debiut 25 czerwca. Śląskie kopalnie mogą o nim myśleć dużo później – uważa resort gospodarki

Sprawdzili się piątkowe prognozy „Rz” – redukcja zapisów na akcje Bogdanki w transzy inwestorów indywidualnych wyniesie 88,2 proc. (pisaaliśmy, że przekroczy 80 proc.). W transzy tej do objęcia jest 1,67 mln z 11 mln akcji lubelskiej kopalni (9 mln trafi do inwestorów instytucjonalnych – głównie OFE i TFI).

Cieszymy się, że inwestorzy docenili osiągnięcia Bogdanki. Jestem przekonany, że będziemy nadal dynamicznie się rozwijać, a nowi akcjonariusze staną się beneficjentami tego wzrostu – powiedział Mirosław Taras, prezes Bogdanki.

W piątek przedział akcji Lubelskiego Węgla. Analitycy przekonują, że jeśli oferta (528 mln zł) będzie udana, to przyspieszy prywatyzację. Ale czy kopalni te?

Warunki funkcjonowania Bogdanki i kopalń Śląska są różne, dlatego porównywanie nie ma większego sensu – uważa wiceminister gospodarki Joanna Strzelec-Łobodzińska.



♦ PRZYDZIAŁ AKCJI

88,2-proc. redukcji zapisów na akcje Bogdanki to tegoroczny rekord. W Eni było to ok. 20 proc. ■

Jastrzębska Spółka Węglowa, odłączyła włączyła do swoich struktur kopalnię Budryk, nie zrobiła nic w kierunku utworzenia grupy węglowo-koksowej (zakłada to strategia dla górnictwa). Wyłączono tylko z grupy walczyńska koksownię Victoria.

Zdaniem Strzelec-Łobodzińskiej, nawet gdyby grupa istniała, to dziś czas debiutu byłby nieodpowiedni. Powód? JSW to największy w Europie producent węgla koksującego, bazy do produkcji stali, na którą jest dekonstrukcja. – Jeśli spowolnienie gospodarcze potrwa jeszcze rok, to po tym czasie JSW jako grupa poważnie może zacząć

myśleć o debiucie – uważa Strzelec-Łobodzińska.

Opóźnia się też prywatyzacja Katowickiego Holdingu Węglowego. – Według mnie nie jest gotowy, chociażby ze względów politycznych finansowej. Dlatego emituje splacane surowcem obligacje węglowe – tłumaczy Strzelec-Łobodzińska. Wartość emisji ma wynieść 900 mln zł.

Bierzemy pod uwagę, że może to być trudne w krótkim czasie – przyznał w wywiadzie dla „Rz” Stanisław Gajos, prezes KHW. Spółka planowała emisję jeszcze w drugim kwartale. – Może z czasem KHW pójdzie tą ścieżką, co Bogdanka. Teraz konieczne jest zasilanie kapitałem – mówi Strzelec-Łobodzińska. W przypadku holdingu rozważane jest też pre-ipo – emisja obligacji zamiennych na akcje, ale najwcześniej w 2010 r.

Ostatnia w kolejce na parkiet jest Kompania Węglowa. – Splaca stare długie przejęte kopalnie, ma ich jeszcze ponad miliard zł, więc o tyle zaniżona byłaby jej wycena. A przecież nie chodzi o to, by sprzedać i dopłacić – tłumaczy Strzelec-Łobodzińska. Kompania zgodnie z gwarancjami rządowymi powinna dostać 400 mln zł do kapitału zainwestowanego. – Jest na to czas do końca 2010 r. – mówi Strzelec-Łobodzińska. – Karolina Baga

♦ W SKRÓCIE

■ Europejski Bank Centralny przestrzegł w raporcie publikowanym co pół roku przed nadal dużym ryzykiem cięższym na systemie finansowym strefy euro. Jednym z takich zagrożeń jest nowy kryzys zaufania do dużych banków, których większość ma dostateczne kapitały. EBC niepokoi się też o solidność finansową firm ubezpieczeniowych. Nie wyklucza ponadto większych od spodziewanych nowych spadków cen nieruchomości w Stanach Zjednoczonych. – p.r., afp

■ Amerykańska administracja chce stworzyć niezależną agencję, która będzie tworzyć i egzekwować regulacje sprzedaży produktów finansowych. Celem agencji będzie ochrona klientów instytucji, które takie produkty, także bardzo skomplikowane, oferują. – reuters, el

■ 16,3 proc. rok do roku, do 16,15 tys., spadła w maju liczba wydanych pozwoleń na budowę – podała GUS. Od początku roku liczba zezwoleń wyniosła niemal 75 tys., czyli 18,5 proc. mniej niż rok temu. Z kolei według danych GUS także w maju liczba mieszkań oddanych do użytku wzrosła 4,4 proc. rok do roku, do 10,15 tys. Od początku roku oddano 63,6 tys. mieszkań, 8,2 proc. więcej niż w pięciu pierwszych miesiącach 2008 r. – p.m., pap

Drożej-taniej Szczyt cen za nami, czas na stabilizację



Urszula Cieślak
BM Reflex sp. z o.o. i Wspólnicy Spółka Komandytowa

REFLEX

Ceny paliw na stacjach kolejny tydzień z rzędu pozostały na niezmienionym poziomie. Nadal musimy średnio zapłacić 4,48 zł za litr Pb95, 3,75 zł za litr ON i 1,91 zł za litr LPG. Na poziomie hurtowym w ostatnim tygodniu również nie było większych zmian w przypadku cen benzyn, co powinno przełożyć się na stabilizację i utrzymanie obecnego ich poziomu do końca wakacji. Ceny ropy, a co za tym idzie, produktów gotowych spadły od początku tygodnia o 2,5 proc., jednak ta obniżka jest kompensowana ponownym osłabieniem naszej waluty w stosunku do dolara.

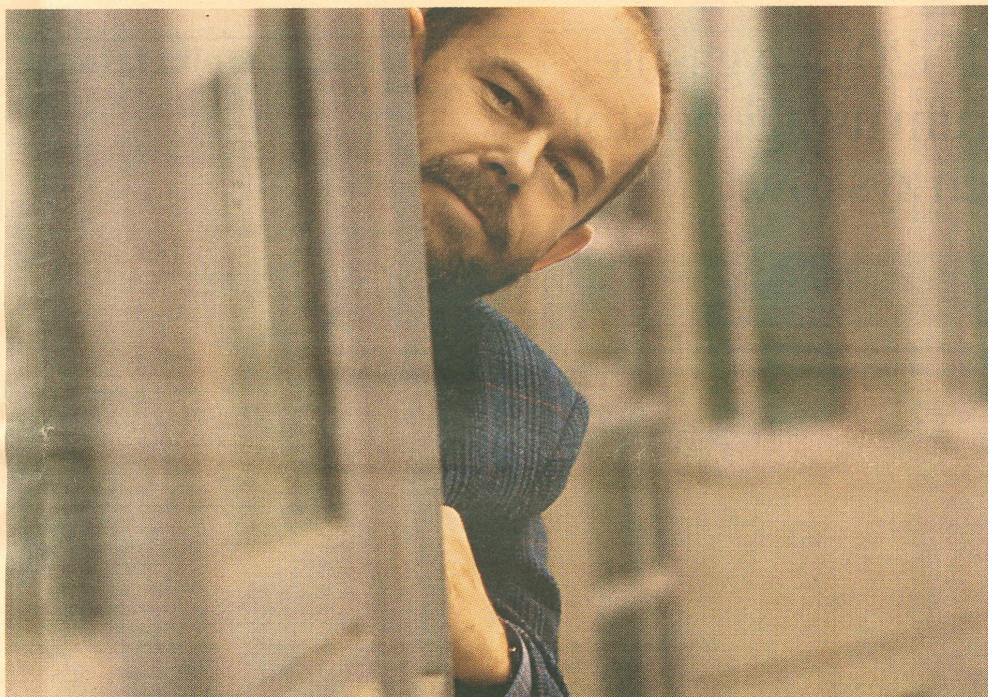
Ceny benzyny w hurcie obecnie (3,4 tys. zł/1000 l) są na poziomie z początku lipca, kiedy to obserwowaliśmy wzrost cen detalicznych na stacjach do poziomu 4,62 zł/l, natomiast dziś w detalu obserwujemy ceny 15 groszy niższe. Widoczny jest wyraźny spadek marż detalicznych, co nie powinno dziwić, kiedy szczyt sezonu wakacyjnego mamy za sobą.

W nadchodzących tygodniach powinna zmniejszać się różnica między cenami benzyny i diesla. Kolejny tydzień z rzędu olej napędowy w hurcie drożeje o 50 zł/1000 l, a ceny benzyny pozostają na niezmienionym poziomie.

Forum relacji inwestorskich
„Pulsu Biznesu”.
**Inwestorze, chcesz
zadać pytanie
zarządowi spółki
giełdowej?**
Wejdź na stronę
akcjinwestor.pb.pl

Puls Biznesu
czwartek 13 VIII 2009

powietrze



Znaczący udział w przepływach towarowych drogą morską i lotniczą (z reguły na duże odległości) ma „globalna fabryka”, czyli Chiny. Mimo recesji w krajach rozwiniętych, gospodarka chińska w dalszym ciągu odnotowuje wzrost (optymistyczne prognozy Goldman Sachs mówią nawet o 8 proc.).

— Z pewnością należy się spodziewać ponownego wzrostu popytu na dobra konsumpcyjne po odbiciu się od dna kryzysu gospodarczego. Nie będzie on już tak żywiołowy i napędzany przez przegrany system kredytowania jak w ostatnich latach przed kryzysem. Z pewnością w obszarze transportu dóbr wysoko przetworzonych, tam gdzie decydujące

znaczenie ma serwis dostaw, swoją niszę znajdzie transport lotniczy. Musi się on jednak liczyć z postępującym wzrostem konkurencyjności przewozów morskich. Już obecnie armatorzy zaczynają świadczyć efektywne kosztowo usługi transportowe o zwiększonej szybkości i terminowości dostaw.

Przykładem jest firma APL Logistics oferująca usługę Ocean Guaranteed, która w powiązaniu z usługą Con-way Freight gwarantuje dostawę punktualną co do dnia dla ładunków kontenerowych LCL (less-than-containerload) z siedmiu portów w Azji do klientów w USA — zwraca uwagę Jacek Olszewski.

SPECJALNIE DLA PULSU

Tak czy inaczej chodzi o transport

W ostatnim roku zaobserwowaliśmy poważne spadki zarówno we frachcie lotniczym, jak i morskim. Choć w transporcie morskim jest lepiej niż w lotniczym, to i tak w ciągu pierwszego kwartału 2009 r. spadek zapotrzebowania na usługi sięgnął — zależnie od regionu — 10-20 proc. To dużo, ale pamiętajmy, że prognozy z początku tego roku mówiły o większym tapnięciu. Z uwagą obserwujemy sytuację w obu rodzajach przewozów, jednak minąłbym się z prawdą, twierdząc, że niepokoi nas wybór przez klientów tańszego frachtu morskiego kosztem droższych połączeń lotniczych. Dla DHL Global Forwarding ważny jest skuteczny transport bez względu na wykorzystywany środek — ani my, ani nasi klienci nie chcemy przecież, by towar zalegał w magazynach, a puste statki stały w portach. Zatem, jeśli klient mówi nam, że nie stać go na szybki fracht lotniczy, wychodzimy naprzeciw jego potrzebom, oferując tańszy, choć wolniejszy transport drogą morską lub fracht kombinowany, w którym ładunek część drogi pokonuje



Piotr Iwaniuk
prezes DHL Global Forwarding

Minąłbym się z prawdą, twierdząc, że niepokoi nas wybór przez klientów tańszego frachtu morskiego kosztem droższych połączeń lotniczych

na pokładzie statku, a część — samolotem.

Czy transport się jeszcze opłaca? Oczywiście.

Na transporcie opiera się cała nasza gospodarka, ponieważ w dzisiejszych realiach prawie wszystko trzeba przewozić: od wielkogabarytowych części maszyn i urządzeń dla celów ogromnych inwestycji po drobne elementy elektroniczne czy artykuły spożywcze. A recepta na opłacalność transportu jest prosta: trzeba w porę znajdować elastyczne rozwiązania, zaspokajające zmieniające potrzeby klientów i skutecznie obniżające koszty.

Wyjaśnienie

W ubiegłotygodniowym wydaniu „Transportu i Logistyki” („PB” nr 152) omyłkowo podałem błędne informacje dotyczące spółki Siódemka. Firma ma 42 oddziały oraz przewozi ponad 35 tys. przesyłek dziennie. Za pomyłkę przepraszam

Marcin Botryk

Lotnicze cargo zaczyna wychodzić z tarapatów

Jest źle. Samolotami wozi się coraz mniej towarów. Pierwsze jaskółki zwiastujące poprawę sytuacji podobno już nadleciały.

Od jesieni 2008 r. widać wyraźny spadek przewozów lotniczych.

— W przypadku niektórych firm po prostu zrezygnowano z transportu lotniczego — mówi Robert Pastryk, dyrektor Air & Sea w spółce Diera.

Eksperti przewidują, że w 2009 r. popyt na lotnicze cargo spadnie o 17 proc.

— W 2009 r. linie lotnicze na świecie prognozowały łączne przewozy na poziomie 33,5

mln ton w porównaniu z 40,1 mln ton w roku 2008 — mówi Edyta Wiland-Rogulska, dyrektor, doradca prezesa Cargo & Mail Bureau PLL LOT.

Lotnisko we Frankfurcie, europejski lider pod względem ruchu cargo, w czerwcu 2009 r. obsłużyło 148,2 tys. ton ładunków, czyli aż 16,5 proc. mniej niż w tym samym miesiącu rok wcześniej. Całkowita wielkość lotniczych przewozów towarowych w pierwszej połowie tego roku znalazła natomiast we Frankfurcie o 21,4 proc.

Z kolei Hong Kong Air Cargo Terminal (HACTL), jeden z największych tego typu w Azji, zaprezentował dopiero dane dotyczące tzw. tonażu z maja



► Niższe loty nie na zawsze: Spadek ilości towarów przewożonych samolotami nie wydaje się tendencją trwałą. [FOT. ARC]

2009. Port ten zanotował wówczas 18,6-proc. spadek obsługi towarów. W ciągu pierwszych pięciu miesięcy 2009 r. prze-

winęło się przezeń 815,8 tys. ton, co w porównaniu z takim samym okresem roku poprzedniego oznacza 23-proc. spadek.

Co to wszystko oznacza dla polskich linii lotniczych?

— Należy zwrócić uwagę na dużą obniżkę stawek na przewozy cargo. Trwa wojna cenowa, w której prym wiodą przewoźnicy „all cargo” i ich klienci, którzy muszą zapewnić wypełnienie dla swoich samolotów. W tych zmaganiach biorą również udział duzi operatorzy logistyczni, kupujący stałą przestrzeń w samolotach cargo. Aby zmniejszyć koszty przewożenia cargo, redukują ilość połączeń, uzimając samoloty, natomiast operatorzy logistyczni po zakończeniu umów na „stałą powierzchnię” w samolotach cargo z pewnością

zredukują swoje potrzeby przy podpisywaniu nowych umów. W przypadku LOT Cargo, operującego z wykorzystaniem samolotów, w których cargo stanowi tylko część wypełnienia maszyny, takich zagrożeń nie ma — zapewnia Edyta Wiland-Rogulska.

Jak będzie? Robert Pastryk jest spokojny.

— Myślę, że w 2010 r. będziemy powracać do szczytowych wolumenów lotniczych przewozów towarowych z połowy roku 2008. Już nadchodząca jesień przyniesie poprawę sytuacji. Pierwsze symptomy, mimo sezonu wakacyjnego, już dostrzegamy — podsumowuje Robert Pastryk. [MIB]

Lektury dla menedżera

Twórcze rozwiązywanie problemów

Książka stanowi podręcznik z zakresu rozwiązywania problemów w pracy zespołowej dla osób zajmujących się zarządzaniem, a także dla studentów. Prezentuje przegląd technik, które mogą okazać się pomocne przy prowadzeniu grup zespołowych.

Na początku publikacji znajduje się próba wyjaśnienia samego pojęcia twórczości. Jedno z nich mówi, że proces twórczy ma miejsce wówczas, kiedy potrafimy spojrzeć na dane zagadnienie z nowego punktu widzenia, zakwestionować i przekształcić posiadany już wiedzę. To z kolei umożliwia nowatorskie spojrzenia na dany problem. Definiuje jest wiele, ale każda z nich

wym ujednolicenie niektórych zewnętrznych przejawów kultury, ale to wcale nie oznacza zaniku różnicowań wartości, norm i postaw. Nie istnieją też organizacje idealne, które funkcjonowałyby bez tych różnic. Kluczem do sukcesu jest rozumienie własnej kultury, a także rozumienie innych, co do których mamy pewne oczekiwania. Może w tym pomóc teoria siedmiu wymiarów kultury. Każdy z nich proponuje różne, odmienne postawy:

- stosunek do zasad etycznych, prawnych i wynikających z zobowiązań międzykulturowych (uniwersalizm i partikularyzm)
- stosunek do jednostki i grupy (indywidualizm a kolektywizm)
- sposób zachowania (powszechność a emocjonalność)
- sposób postrzegania świata (wycinkowy kolektywizm)
- sposób wyznaczania statusu społecznego (osiąganie a przypisywanie)
- stosunek do czasu
- stosunek do otoczenia

Warto się zastanowić, dlaczego tak wiele metod zarządzania traci swoją skuteczność po przekroczeniu granicy kulturowej?

Firmy międzynarodowe stosują często w swych zagranicznych oddziałach metody, które dobrze sprawdziły się w jednym kraju, ale w innym mogą sprawić kłopoty. Autorzy zauważają, że menedżerowie często nie krytykują otwarcie wprowadzanych metod zarządzania, ale są one bojkotowane przez nich w sposób ukryty, podstępny, niekiedy nie do końca uświadomiony.

Książka prezentuje wyniki badań dotyczących widocznych i niewidocznych wpływów, jakie kultura wywiera na organizację.

siedem wymiarów kultury



Jako przykład autorzy podają różnice między mieszkającymi po sąsiedzku Holendrami i Belgią. Przeciętny belgijski menedżer widzi w organizacji raczej model rodziny z silnym zaznaczeniem pozycji szefa – ojca (podobnie jak w wielu krajach basenu Morza Śródziemnego). Natomiast Holendrzy mają bardziej luźne – można powiedzieć: demokratyczne – podejście.

Wielkość dyskusji i unifikacji Europy skupia się na kwestiach natury techniczno-prawnej. Poważniejsze jednak wydaje się niespójności między różnymi zroznicowanymi europejskimi kulturami i problemami, jakie może to być dla nas. Jeśli ktoś np. zamierza robić interesy z Francuzami, to musi przyznać do częstego jadania w restauracjach. Kultura jest kontekstem, w którym wszystko się dzieje – nawet zagadnienia prawne wybrane z kontekstu tracą znaczenie.

Sposób, w jaki społeczeństwa traktują czas, też zależy od kręgu kulturowego. Dla niektórych społeczeństw ważniejsze jest to, co ktoś osiągnął w przeszłości (np. Francuzi), niż to, co osiągnie w przyszłości (jak Amerykanie).

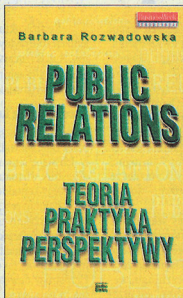
Problemem pozostaje – jak skutecznie wprowadzić w życie nowe pomysły, tak by firma mogła efektywnie działać i osiągać przewagę nad konkurencją. Nowe pomysły nie są akceptowane w sposób automatyczny i często spotykają się ze sprzeciwem i niechętnym nastawieniem. Trzeba je sobie przede wszystkim uświadomić – to pierwszy krok.

Po każdym rozdziale następuje seria pytań, które pozwalają zastanowić się nad poznana treścią i stanowią podsumowanie tekstu.

Tony Proctor, Twórcze rozwiązywanie problemów. Podręcznik dla menedżerów, Gdanskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdansk 2002, www.gwp.pl

Wymiary kultury

Globalizacja gospodarki wcale nie doprowadziła do wyściguścienia się jednej, światowej kultury. Według autorów książki „Siedem wymiarów kultury” globalizacja jest częścią



cinie promocji, ale także jako ważny element marketingu. Istota public relations jest takie działanie, które sprawi, że obraz firmy w oczach otoczenia będzie jak najbardziej pozytywny.

Barbara Rozwadowska, Public relations, teoria, praktyka, perspektywy, Studio Enka, Warszawa 2002

Partnerstwo we współczesnych organizacjach

Dialog i współpraca dają z pewnością lepsze rezultaty niż kłótnie i walki o własne racje i przekonania. Książka obrazuje skomplikowaną strukturę zbiorowych stosunków pracy. Podaje przykłady – jak tworzyć dialog społeczny, jakie wprowadzać mechanizmy, by funkcjonowanie relacji pracowniczych – pracodawca przebiegało jak najbardziej poprawnie. Składa się z pięciu rozdziałów: I – Akторы społeczni w organizacji i ich role, II – Partnerzy instytucjonalni w przedsiębiorstwie, III – Pozytywne partnerstwo społeczne, IV – Strategie aktywności, V – Warunki dynamicznej kooperacji, zawiera też słowniczek terminów związanych z problematyką dialogu społecznego.

Autorzy omówili polskie doświadczenia i dylematy dotyczące roli partnerów społecznych oraz ich wpływ na zdolność adaptacji przedsiębiorstwa do nowoczesnej gospodarki rynkowej. Starali się też przekonać czytelników, że warto tworzyć dla negocjacji, który będzie trwałym modelem postępowania w razie powstania konfliktów w przedsiębiorstwie. Książka na pewno przyda się wszystkim, którzy interesują się problematyką tego zakresu i poszukują wiedzy na ten temat. Autorzy prezentują również doświadczenia w negocjacji z innymi krajami europejskimi. G. RA.



Partnerzy społeczni, konflikty, kompromisy, kooperacja, Poltek, Warszawa 2002

Podręcznik reklam

Wśród cennych liczników na naszym rynku książek poświęconych reklamie pracę W. P. Nowaka wyróżnia to, że adresowana jest do ściśle określonego odbiorcy. Odbiorcą tym jest osoba profesjonalnie zajmująca się reklamą. Potwierdza to tytuł książki, będący określeniem pochodzącym z żargonu lub, jak kto woli, języka zawodowego ludzi reklamy.

Książka ma charakter racjonalnie skonstruowanego podręcznika. W części pierwszej zapoznaje czytelnika z mediami, w których ukazują się reklamy. Szczegółowo omawia ich ujęcie z tego punktu widzenia zalety i wady. W drugiej części wskazując, jak planować kampanie reklamowe. W ostatniej rekapitułuje wyniki tych przedsięwzięć, czyli skutki oddziaływania reklamy na jej odbiorców. Książka podaje liczne przykłady obliczania skuteczności reklamy oraz sposobów reklamowania różnych produktów. A. G.

Wojciech Paweł Nowak, Media planning, Proteus Marketingowy Dom Wydawniczy, Kraków 2001

Media Publisher
ul. Mińska 102B, 01-116 Warszawa
tel/fax: 022 288-17-14 e-mail: media.publisher@wp.pl

REKONIESANS GOSPODARCZY

Sektor ubezpieczeniowy w Polsce stanowi bardzo ważną, integralną część gospodarki i odgrywa w niej coraz większą rolę. Celem w procesie reformy i transformacji tej branży, było rozwinięcie nowoczesnego rynku usług ubezpieczeniowych. Obecnie w naszym kraju działa kilkudziesięć

Aon posiada ponad 550 biur na całym świecie. W Polsce, główne biuro znajduje się w Warszawie, a dzięki intensywnemu rozwojowi trwającemu niezmennie od 10 lat, udało się stworzyć oddziały obsługujące Klientów w Katowicach, Szczecinie i Poznaniu.

10 LAT FIRMY AON W POLSCE

ubezpieczeni. Porównując oferty i decydując się na zakup polisy, warto jednak skorzystać z profesjonalnego doradcy – brokera ubezpieczeniowego. Z takich usług dochodzą korzyści także i średnie przedsiębiorstwa, jednak coraz częściej brokery pomagają również w doborze korzystnego pakietu firmom małym i osobom prywatnym. Robią to zarówno w przypadku poszukiwania ubezpieczenia na życie, mieszkanie, czy też samochód. Czołową rolę wśród brokerów na naszym rynku zajmuje firma Aon Polska Sp. z o.o., która obchodzi 10-lecie działalności.

Aon Corporation (AOC) to światowy lider w dziedzinie zarządzania ryzykiem, działalności brokerskiej, reasekuracji oraz usług konsultingowych w zakresie zasobów ludzkich. Spółka notowana jest na giełdach parowych wartościowych w Nowym Jorku, Chicago, Londynie i Frankfurtu. W Polsce firma zaczęła działalność w 1992 roku jako Hudig - Langeveld Poland Sp. z o.o., a od 1996 roku działa jako Aon Polska Sp. z o.o. Oddziałem swojej działalności firma zajmuje się obsługą zarówno Klientów lokalnych, jak międzynarodowych.

Główną specjalizacją Aon Polska stała się współpraca z klientami instytucjonalnymi, a ponieważ każda branża wymaga odmiennych, dopasowanych do swojej specyfiki warunków ubezpieczenia, toteż umożliwiono przygotowywanie pakietów indywidualnych zapotrzebowania Klientów.

Do dyspozycji naszych Klientów oddaliśmy znaczną część zasobów, wyspecjalizowanych w zakresie ubezpieczeń finansowych, odpowiedzialności cywilnej, ryzyka budowlano-montażowego, ubezpieczeń komunikacyjnych, i wielu innych – mówi Sławomir Bany, prezes Aon Polska Sp. z o.o. – Nasz zespół potrafi dostosować polisy do specyfiki działalności każdego Klienta. Bardzo dużą wagę przywiązujemy również do Klientów indywidualnych. To dla nich stworzyliśmy specjalny dział - Employee Benefits.

Aon Polska dba o najwyższą jakość obsługi swoich Klientów, nie tylko w trakcie procesu analizy ryzyka, przygotowywania strategii zarządzania, czy wyboru towarzystwa ubezpieczeniowego. Wysoka jakość usług jest rzeczą nadzmierną w codziennej filozofii firmy, także na etapie wspierania Klientów przy likwidacji szkód, przygotowywaniu niezbędnej do tego dokumentacji, pomocy w uzyskiwaniu należnych odszkodowań.

Jest jedna rzecz, która charakteryzuje się niezmiennością i trwałością – jakością obsługi. Pozostając wykonywaną przez nas usług jest naprawdę wysokiej. Zawsze staraliśmy się przeprowadzić rzetelną analizę sytuacji i dajemy możliwość podjęcia świadomej decyzji przez Klienta, ponieważ jest ona wiodącą decyzją odpowiedzialną. Myślę, że to właśnie dzięki takiej specyfice pracy i stawianiu w pierwszym rzędzie na profesjonalizm oraz najwyższą jakość obsługi, cieszymy się systematycznie rosnącym zainteresowaniem Klientów naszą ofertą – dodaje prezes.

Spółka realizuje pełną obsługę brokerską ubezpieczeń zakładów produkcyjnych, sieci handlowych, przedsiębiorstw spedycyjnych i transportowych, dla jednostek służby zdrowia, przedsiębiorstw energetycznych, pomaga wyspecjalizowanym podmiotom zaangażowanym w procesy inwestycyjne w budownictwie kolejnictwie, transporcie, przemyśle morskim i stoczniowym. Ponadto, Aon Polska oferuje specjalistyczne ubezpieczenia dla instytucji kulturowych (muzea, kina, teatry) oraz dla produkcji filmowej. Niejednokrotnie firma zajmowała się ubezpieczeniem dużych imprez rozrywkowych organizowanych w naszym kraju. Specjaliści Aon Polska potrafili znaleźć rozwiązanie ubezpieczeniowe dla każdego ryzyka, również związane z sportem i rekreacją; obsługą w tym zakresie jest jedną z wielu specjalności rozwijanych wspólnie z Aon Corp.

Skuteczne ubezpieczenie jest najsilniejszą stosowaną techniką ochrony przed różnymi rodzajami zagrożeń w działalności gospodarczej. Nie pokrywa ono jednak wszystkich rodzajów zagrożeń, a

intensywność szkód, zwiększa zazwyczaj koszty ubezpieczenia. W wyniku tego zmniejsza się rentowność działalności, co często uniemożliwia należyte właściwe ochrony w następnych latach. Aon Polska dysponuje szerokim doświadczeniem do wyspecjalizowanej wiedzy, aktywnie uczestniczy w procedurach zarządzania

ryzykiem. Dzięki ogólnosiłwowemu zaangażowaniu pracowników Aon posiadają dostęp do rozległej wiedzy na temat rynku ubezpieczeniowego i jego najnowszych produktów. Przy pomocy nowoczesnych technik zarządzania ryzykiem, umożliwiają swoim Klientom efektywną analizę jakościową i wartościową ryzyka, zmniejszając je, kontrolując, a przede wszystkim znajdując odpowiednie źródła jego finansowania.

Naszym najważniejszym celem jest zapewnienie Klientom takich rozwiązań, aby były one jak najbardziej adekwatne do ich potrzeb. Wtedy wszyscy są zadowoleni. Należy zauważyć, iż od wielu lat zajmujemy czołową lokatę na polskim rynku wśród brokerów pod względem wysokości obsługiwanej składki. Tylko trzeba podziękować wszystkim, którym to zawdzięczamy: pracownikom, którzy z największym poświęceniem wykonują swoje obowiązki i stanowią bezcenny kapitał firmy, wszystkim partnerom Aon Corporation za nieustającą pomoc i zachowanie współpracy, towarzyszącemu ubezpieczeniowemu za pełny profesjonalizm i zaangażowanie.

Najwyższe podziękowania pragniemy złożyć wszystkim Klientom Aon Polska Sp. z o.o., którzy korzystają z naszego doradztwa i usług już od 10 lat. Ich zaufanie stało się źródłem naszego sukcesu – resumee Sławomir Bany.

Aon Polska Sp. z o.o.
ul. Tanka 38, 00-355 Warszawa
tel.: 022 556 28 00, fax: 022 556 28 03

DANZAS CARGOLINE

NOWOCZESNE ROZWIĄZANIA LOGISTYCZNE

Łącząc swe siły w jedną markę o nazwie Danzas Cargoline, możemy zaoferować Klientom jeszcze pełniejsze obsługę: połączone, kompleksowe rozwiązania logistyczne z transportem kolejowym, powiatem i morskim o zasięgu globalnym. Ponadto, firma oferuje także pojedyncze usługi strukturalne, które dynamicznie rozwijającym przedsiębiorstwom na naszym rynku – mówi Piotr Iwanicki, prezes Danzas Cargoline Sp. z o.o.

Podstawową działalnością firmy obejmuje kompleksowe rozwiązania logistyczne. Służby Danzas Cargoline, które obejmują obsługę logistyczną, transportową i magazynową, oferujemy w ramach Solutions operacyjnych wielu bardzo dużych projektów i współpracujemy ze znanymi koncernami, między innymi: Ford, Gillette, IBM, HP, Dell. Naszym Klientom oferujemy w 8 miastach Polski magazyny wysokiego składowania, wraz z nowoczesnym wyposażeniem i pełnym zaopatrzeniem. Ponadto, zapewniamy kompleksową obsługę celną

Unit), transport morski i powietrzny oraz globalne projekty połączeń transportowych (Intercontinental Business Unit). Dział Solutions zajmuje się opracowywaniem i realizacją strategii magazynowania, oferuje pełną obsługę logistyczną, funkcjonowanie, obsługę celną. Z takich usług korzystają koncerny wielu branż, np.: FMCG, elektroniczne, telekomunikacyjne, odzieżowe, motoryzacyjne...

W ramach Solutions opracowaliśmy wiele bardzo dużych projektów i współpracujemy ze znanymi koncernami, między innymi: Ford, Gillette, IBM, HP, Dell. Naszym Klientom oferujemy w 8 miastach Polski magazyny wysokiego składowania, wraz z nowoczesnym wyposażeniem i pełnym zaopatrzeniem. Ponadto, zapewniamy kompleksową obsługę celną

Danzas Cargoline Sp. z o.o.
Diamond Business Park
ul. Jana Pawła II 66, 05-500 Piaszno
tel.: 022 703 75 00, fax: 022 703 75 28

AGROMA - POLSKA TRADYCJA

Każdy posiadacz ogródka czy działki pragnie, żeby jego trawnik przypominał ładny, puszysty, zielony dywan. Aby tak się stało, musi on być trokroćsielnie pielęgnowany, co wymaga dużego nakładu pracy – począwszy od przygotowania ziemi, a kończąc na koszeniu. To właśnie regularne koszenie trawnika jest najważniejszym zabiegiem pielęgnacyjnym. Dlatego, bardzo istotną rzeczą jest zakup dobrej, wytrzymałej kosiarki, dzięki której nasza trawa stanie się przyjemnością.

Agroma jest firmą, która już od 50 lat zaopatruje rolników, ogrodników oraz działkowców w środki mechaniczne. W 1991 roku przedsiębiorstwo przekształciło formę prawną oraz zmieniło profil działalności. Obecnie funkcjonuje jako Agroma Warszawa Sp. z o.o. i jest jedną z największych polskich firm w swojej branży.

Agroma znana jest na rynku jako producent kosarek elektrycznych do trawy, wykaszarek oraz różnego rodzaju akcesoriów. W tym noży maszyn zarówno do kosarek elektrycznych, jak spalinowych.

Nasza oferta jest stale poszerzana, a w ostatnim czasie wprowadziliśmy do sprzedaży urządzenia znanych, światowych producentów. Ale poza tym, chcemy skupić na naszych własnych urządzeniach i w przyszłości zwiększyć segment produktów produkowanych urządzeń, na których będzie widniała marka Agroma – mówi Piotr Staszewski, prezes Agroma Warszawa Sp. z o.o.

Urządzenia Agromy są znane i cenione przez Polaków. Firma dzięki wieloletniemu doświadczeniu stworzyła produkty trwałe, funkcjonalne, konkurencyjne z wyrobami

zachodnimi zarówno pod względem jakościowym, jak i cenowym. Kosiarke i inny sprzęt Agromy, dzięki wykorzystaniu nowoczesnych rozwiązań technologicznych, pozwalają na bezpieczną oraz komfortową pracę w każdym ogrodzie, na działce, czy przydomowym trawniku. Kilka miesięcy temu, firma pozyskała nowego inwestora, który pragnie na naszym rynku jeszcze intensywniej promować dobrą jakość polskich produktów – markę Agroma.

Nasza firma dynamicznie się rozwija. Chcemy przypomnieć Polakom o Agromie, przecież nie uświadczymy, iż polskie produkty są naprawdę wysokiej jakości, że konstruowane i wytwarzane przez nas urządzenia, nie odbiegają najgorszym zachodnim markom. Nasze wyroby, rozprowadzane są przez kilkadziesiąt wyspecjalizowanych punktów sprzedaży oraz sieci supermarketów na terenie całej Polski. Ponadto, nawiązaliśmy współpracę z producentami będącymi liderami na światowym rynku, co zaoferowało naszym Klientom, już w przyszłym roku planujemy wprowadzić na rynek polski traktory pod marką własną Agroma. Rozwijamy

również sieć sprzedaży w Rosji – dodaje prezes Agromy.

Rozwojowe plany Agromy Warszawa Sp. z o.o. nie są jedynie związane z samą produkcją urządzeń. W najbliższych miesiącach firma chce wdrożyć w swoje struktury system zarządzania jakością ISO 9002. Fakt ten, jest wystarczającym dowodem na to, iż Agroma poważnie traktuje plany swojego rozwoju. Zastosowanie nowoczesnych metod zarządzania jest tego wyrazem. Ponadto firma zamierza zgłosić swój udział w konkursie „Teraz Polska”.

„Polski Klient” ma do nas duże zaufanie, gdyż coraz częściej sięga po urządzenia z logo Agroma. W ostatnim sezonie oddawałymi 30% wzrost sprzedaży naszych produktów.

Agroma Warszawa Sp. z o.o. ze względu na wysoką jakość i trwałość proponowanych urządzeń oraz dzięki profesjonalnie przygotowanym doradcom techniczno-handlowym, potrafi zadowolić najbardziej wymagających Klientów.

Agroma Warszawa Sp. z o.o.
ul. Piękna 68, 00-950 Warszawa
tel.: 022 628 27 85; fax: 022 628 78 35
www.agroma.pl

