Година XVI, Брой 10, декември 2020
Цена 4 лв.

Към електронното издание

www.logistika.bg

ТРАНСПОРТ & ЛОГИСТИКА

ТОЧНОТО СПИСАНИЕ В ТОЧНОТО ВРЕМЕ НА ТОЧНОТО МЯСТО

ISSN 1312-6261

ПРАЗНИК

Списание Логистика навърши 15 години и прави 15 подаръка на своите читатели

ПРОИЗВОДСТВО

От оригинална семейна рецепта се ражда бизнес идея

АНАЛИЗ

Кой ще е Дядо Коледа 2020?

Транспрес - цялостни интелигентни логистични решения

Транспрес е един от лидерите в транспорта и логистиката повече от 25 г. Компанията има ясно дефинирани цели и ценности, което помогна за изграждането на екип от професионалисти. Постоянното оптимизиране на процесите, внедряването на иновации и високото качество на работа правят компанията това, което е днес. Днес екипът наброява повече от 400 души, транспортната мрежа се простира в цяла Европа, разполага с един от най-модерните автопаркове в България и екипът продължава да влага време, усилия и средства за развитието на всички звена в компанията.

Транспрес предлага цялостни интелигентни логистични решения.

Всяка стъпка и процес в компанията са обмислени и оптимизирани така, че да срещнат нуждите на клиента. В Транспрес всеки служител съзнава важността и на най-малките пратки и се отнася отговорно към доверието, което оказват клиентите. С четвърт век опит на раменете си компанията развива широк диапазон услуги:

- ✅ **TRANSPAL - превоз на палетизирани товари**
- ✅ **GREEN COURIER - куриерски услуги на пратки до 31,5 кг.**
- ✅ **превоз на групажни пратки**
- ✅ **цели и частични товари**
- ✅ **складиране и логистика**

Благодарение на развитата си мрежа и ефективните процеси на работа Транспрес осигурява както експресни, така и гъвкави срокове за доставка. Например, ако трябва да изпратите спешно пратка, куриер ще я вземе и достави до 10 ч. на следващия работен ден. Това гарантира услугата ни Speed10. За пратките с гъвкав срок за доставка, подходяща е услугата Flex – доставка до два работни дни.

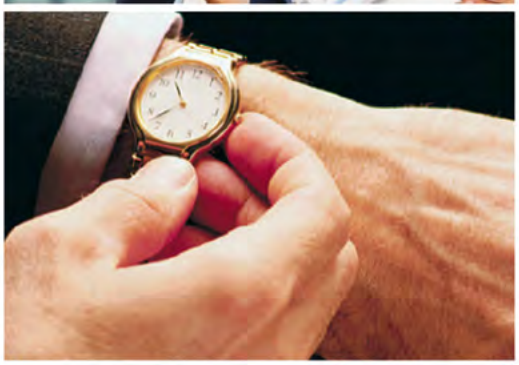
Една от най-търсените услуги е TRANSPAL, защото осигурява най-добро съотношение между маршрут, цена и срок.

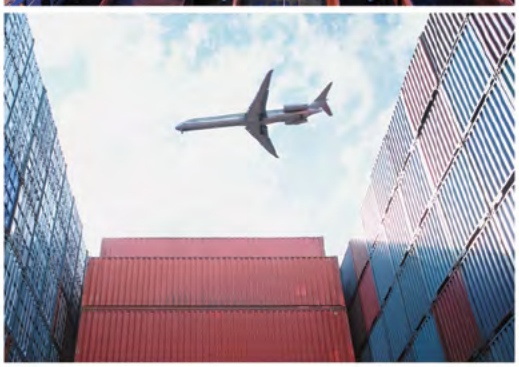
Транспрес предлага оптимална транспортна цена на пратки до 1200 кг, както и съпътстващите услуги - палетизиране на пратките, палети под наем, връщане на транспортна опаковка. Компанията покрива всички видове доставки - от и до врата или офис, според нуждите на клиента. Всяка пратка може да се следи от всяка точка на света онлайн.

Ежедневни отпътувания и възможност за доставка до всяка точка в България и Европа.

Транспрес успешно си партнира с немския логистичен гигант DACHSER. Като значима част от единната европейска мрежа, предлага свързаност на българския бизнес с всяка точка на стария континент посредством повече от 400 терминала. Мрежата в България продължава да расте и в момента има 12 платформи в големите градове с обща складова площ над 13 000 кв. м. Ежедневните връзки между тях позволяват бързи доставки до всяко кътче на страната.

С разнообразие от услуги и добро планиране Транспрес гарантира на клиентите си високо качество на оптимална цена в зададения срок.





Innovation

Differentiation

Perfectionism

DISCORDIA

Коледна приказка за вярата

«Това е приказка за нашата вяра,
че добре написаното и полезно слово
винаги ще е нужно и винаги ще се чете...»

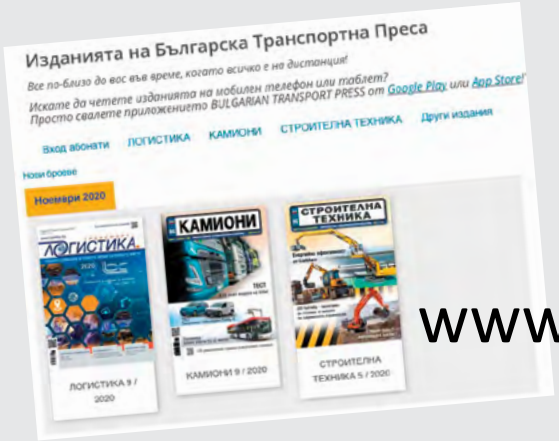
Скъпи читатели, обикновено по това време на годината пишем пожелания и приказка за Дядо Коледа, но тази година решихме да ви разкажем една по-различна приказка – как се става на 15 години. Да, както се досещате, ще ви разкажем историята на списание ЛОГИСТИКА, което тази година навърши 15 години. Това е приказка за това как се ражда една идея и какво ѝ дава възможност да стане реалност. Това е приказка за много работа и творчески спорове, за хиляди разговори и срещи, за осъществени и неосъществени идеи, за кризи, спадове, оцеляване и... за това как винаги продължаваш напред. Това е приказка за гъвкавост, за адаптиране, за намиране на нови решения и... за това как никога не се отказваш. Дори във време, когато всички твърдят, че печатните издания умират. Това е приказка за нашата вяра, че дори във времето на социалните мрежи, където всеки си мисли, че има какво да каже и знае как да го каже, добре написаното и полезно слово винаги ще е нужно и ще се чете...

За съжаление, пандемията ни попречи да ви съберем на изискано парти както за 10-годишнината ни, в Ботаническата градина в центъра на София, но и това ще стане – неусетно ще дойде и 20-ата ни годишнина. Затова в този последен за тази година брой ви разказваме за нашия път (стр. 6– 12), който всъщност извървяхме с вас, нашите читатели. Дълбоко ви благодарим за подкрепата и вярата в нас; за това, че сте наш коректив и че продължавате да се абонирате за нашето/вашето списание – без значение дали го четете на хартия или онлайн. Като стана дума за абонамент, можете да го направите тук онлайн или по традиционния стар начин, като попълните талончето за абонамент, приложено в списанието, снимате го и ни го изпратите.

И както всеки рожденик, и ние искаме да почерпим. Затова сме приготвили 15 въпроса и 15 награди, които можете да спечелите на стр. 13.

Целият ни екип ви желае светли, спокойни и здрави празници. И до нови срещи догодина!

Снежина БАДЖЕВА



www.transport-press.bg

СТРОТЕХ ИНЖЕНЕРИНГ АД ПОЖЕЛАВА ЗДРАВЕ И КЪСМЕТ НА ВАС И ВАШЕТО СЕМЕЙСТВО!

СТРОТЕХ ИНЖЕНЕРИНГ

София 1186, ул. „Патриарх Герман“ 140

www.strotech.bg

София: +359884 003 811; +359 889 969 920
Сервиз: +359 878 899 097
Резервни части: +359 888 222 760
Стара Загора: +359 889 581 138

Бургас: +359 889 218 794
Варна: +359 882 47 39 87
Шумен: +359 882 315 309

ПРАЗНИК

6 **15 години добри думи за добрите логистични практики**
През 2005 г. се роди списание ЛОГИСТИКА, едно от децата на Българска Транспортна Преса

13 **15 късмета и 15 подаръка за 15 години списание ЛОГИСТИКА**

НОВО В БГ

16 **Търсим „зелените“ решения във всичко**
Веселин Стоянов, управител на Транспрес

18 **В тежки времена оцеляват най-силните**
Лъчезар Рубчев, управител на Gefco България и Gefco Сърбия

20 **Българските оператори реагираха смело и адекватно на пандемията**
Димитър Секулов, директор направление „Собствен транспорт“ в Дискордиа

МЕНИДЖМЪНТ

24 **TransitNet улеснява превозвачи и спедитори при Брекзит**
Димитър Марикин, управител на СЖС България ЕООД

ЮБИЛЕЙ

30 **20 години иновативни решения**
Вилиян Кулев, управител на Баркод Системи България

ПРОИЗВОДСТВО

32 **От оригинална семейна рецепта се ражда бизнес идея**
Шоколадите Casa Kakau се правят от какаови зърна, които идват от фермите в Еквадор

FREIGHTTECH 2020

36 **Класацията FREIGHTTECH 2021**

ФИНАНСИ

38 **Кризата налага преоткриване на бъдещето**
Юлиян Михов, директор Бизнес развитие за Централна и Източна Европа в PwC

ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ

40 **Празничният шопинг: дигитално изживяване в нова реалност**
Йорей Абрахам: Потребителите искат повече от бърза и гъвкава доставка

АНАЛИЗ

42 **Кой ще е Дядо Коледа 2020?**
Възходът на онлайн пазаруването превръща куриерите в най-чаканите доставчици на коледни подаръци

МОДЕРНИЯТ СКЛАД

46 **4 важни съвета за подбор на правилния WMS**
Радослав Минчев, управител на STAXELOT, с ценни съвети за избора на складов софтуер

SUPPLY CHAIN

50 **Изграждаме мрежа от надеждни местни доставчици**
Габриел Станчу, управител на Alstom за Румъния, България и Молдова

ОБРАЗОВАНИЕ И БИЗНЕС

52 **Нестандартни стартъп идеи са основата за успешни бизнеси**
Представители на успешни компании влизат в ролята на ментори в Тийноватор

ДОБРАТА ПРАКТИКА

56 **Спринт във веригите на доставки**
Nike е сред пионерите във въвеждането на аутсорсинг практики

КОЛИ ЗА РАБОТА

58 **Dacia Spring Electric идва и с карго версия**

2Х2

60 **Събития, Книги**

Разширената дигитална версия на декемврийския брой на списание ЛОГИСТИКА можете да прочетете тук

За мобилни устройства свалете приложението Bulgarian Transport Press

РУБРИКИ

2 **Редакционна**
61 **Abstracts in English language**
62 **Индекс на рекламодателите**

Елате в света на двойната гума с двигател V6 и категория B!

Sprinter 519 CDI за регистрация на 3,5 тона и уникалния 6-цилиндров V-образен двигател на Mercedes-Benz

Изключително здрав, с безспорно доказания V6 двигател, с висока остатъчна стойност, новият Mercedes-Benz Sprinter е тук, за да промени статуквото в динамичния лекотоварен сегмент! Прочут по цял свят, признат с типичните за марката иновативни технологии, той се предлага във вариант с усилено шаси с товароносимост 5 тона и двойни гуми на задния мост.

СПЕЦИАЛНА ОФЕРТА:

- ПРЕФЕРЕНЦИАЛНИ УСЛОВИЯ ЗА SPRINTER 519 CDI
- 5-ТОННА ВЕРСИЯ, СВАЛЕНА НА 3,5 ТОНА
- ДВИГАТЕЛ V6 – ЕДИНСТВЕН В ЛЕКОТОВАРНАТА ГАМА
- С ДВОЙНИ ГУМИ
- КАТЕГОРИЯ B
- БЕЗ ТАХОГРАФ

Mercedes-Benz

Оторизирани дилъри:

www.mercedes-benz.bg

Силвър Стар Ритейл ЕАД

София: тел. (02) 40 82 582, (02) 40 82 621 | Пловдив: тел. (032) 800 600 | Варна: тел. (052) 502 282 | Бургас: тел. (056) 599 099

Евро Старс ООД, Русе: тел. (082) 813 343

15 години добри думи за добрите логистични практики

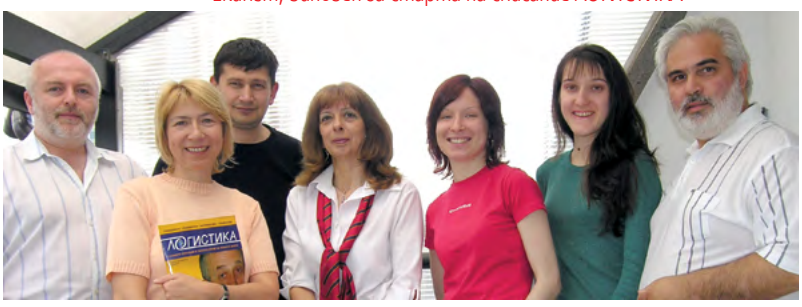
През 2005 г. се роди списание ЛОГИСТИКА, едно от децата на Българска Транспортна Преса

Корицата на първия брой

Ако някой колега ни интервюираше в момента, вероятно щеше да попита:

– Трудно ли е да си тийнейджър в медийната среда?

– Няма лесни тийнейджърски години – бихме казали ние. – Като всички 15-годишни и ние сме динамични и с лекота възприемаме всичко ново. Новите технологии и нашият търсачески дух са причина за развитието ни. Толкова се променихме, че разглеждаме първите броеве с усмивка и умиление. Единствено мотото на нашето списание остана непроменено през годините – точното списание, в точното време, на точното място, което се роди от един вдъхновен разговор с Мариета Григорова, управител на Гебрюдервайс. Да си част от логистичния свят не е лек избор, но пък носи тръпката да открием и разкажем за всяка добра практика, за всеки мениджърски успех или екипна победа на логистичния терен…



Екипът, виновен за старта на списание ЛОГИСТИКА

15-годишните нямат време за спомени, затова в забързан каданс и с много снимки ще ви разкажем за нашия свят.

Началото

– Как решихте, че трябва да издавате точно списание ЛОГИСТИКА? – би попитал интервюиращият ни колега, а Снежина ще му отговори:

– Има идеи, които ти идват в главата, и просто знаеш, че трябва да ги реализираш. Първия брой го направих за един месец с много любов и вдъхновение, тормозейки колегите с непрекъснати поправки и изисквания... Дотолкова, че един от тях възкликна: „Колкото и добре да работи една фирма, ръководството ѝ рано или късно разбира, че не може да мине без логистика."

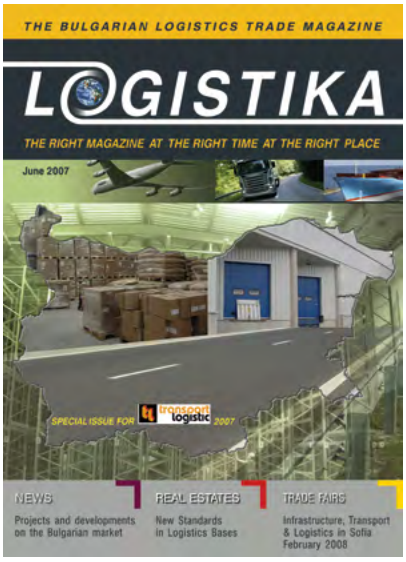
Останалото вече е история. Ето какво сме си планирали още в редакционната статия на брой 1: Желанието ни е списание ЛОГИСТИКА да стане неразделно „звено от логистичната верига", която да свърже чрез страниците си производители, търговци, доставчици на логистични услуги, производители на оборудване и софтуер, спедитори и превозвачи. Смятаме, че много български фирми на практика ще направят първите си стъпки заедно с нас в не особено познатата територия на логистиката и искаме да се опитаме да бъдем за тях поне „фенерче", което да хвърли допълнителна светлина. Ще даваме примери как водещи предприятия и търговци у нас са оптимизирали производството и доставките си, ще описваме нови услуги, ще правим различни обзори: за складово оборудване или софтуерни продукти, ще даваме гласност на световния опит, ще изясняваме основни понятия и теории.

Ами, май сме го изпълнили...

Три са опорните точки на едно издание – подбор на темите и събеседниците, стил на разказване и графично оформление. Във всяка от тях влизат поне по три журналистически подхода към темата и героите, но те са запазено ноу-хау на всяка редакция.

Всяка тема си има място в отделна рубрика, а нашата водеща рубрика във всеки брой е „Мениджмънт". Героят в нея е лице на корицата – това е ръководителят, който се фокусира върху важното, мотивира екипа си, има аналитично мислене и достатъчно решителност, за да управлява развитието.

Много хора през 2005-а година ни пожелаха успех. Благодарим за подкрепата не само тогава, но и през всичките 15 години



Издавали сме и броеве на английски език за престижното изложение transport logistik в Мюнхен

В рубриките Производство, Дистрибуция, Транспорт, Спедиция във всеки брой разказваме за спецификата на логистичните процеси в тези браншове. В Supply chain и Добрата практика споделяме най-иновативните решения, а Модерният склад е мястото, където може да се научи всичко за складовата техника, технологиите и оборудването за склада.

През годините създадохме и много рубрики, които отговаряха точно на своето време, а после бяха заменени от други: Чичко Логистичко, Професия логистик, Хобито на шефа, Колата на шефа…

Винаги сме получавали високи оценки за стила, с който разказваме. Може би, защото основната съставка в него е коректният подход към събеседника и темата. Ние никога не тръгваме с агресивната нагласа да открием слабостите на фирмата. Че кой ще се похвали, че ги няма? Нашата цел е да открием доброто, което, извадено на бял свят, носи добро и на други в бизнеса.

В света на заливащата ни отвсякъде информация заетите хора нямат време да следят всичко. Затова всеки ден на сайта www.logistika.bg и фейсбук страницата „Списание Логистика“ публикуваме новини не само от света на транспорта и логистиката, а и важни икономически новини, както и информация за промени в закони и нормативни актове. И тези бързи наши реакции на събитията получават обществен отзвук за часове.

Ще спомена само един факт. През март 2020 г. Ковид-19 затвори хора и производства и светът се разтревожи веригите на доставки да не се скъсат, защото това би означавало да няма храна в домовете и лекарства в аптеките и болниците. И всички обърнаха поглед към транспортно-логистичния бранш, който трябваше да придвижи, съхрани и разпредели стоките в своите складове. А ние отново бяхме сред хората на един от предните фронтове в битката с пандемията, разговаряхме с мениджърите и търсехме отговор на въпросите, как работите в кризисната ситуация, какво е най-важното в момента за транспортно-логистичния бранш и какво казвате на клиентите и на екипа си.

Но да не забравим дизайнерите. Когато превърнем мислите и впечатленията от нашите срещи в думи и снимки, идва ред на графичното оформление на корицата и текстовете. Това е нашата визия, която от пръв поглед казва на читателя: тук е събран деловият свят, но той също е цветен и емоционален.

ТРАНСПОРТ & ЛОГИСТИКА

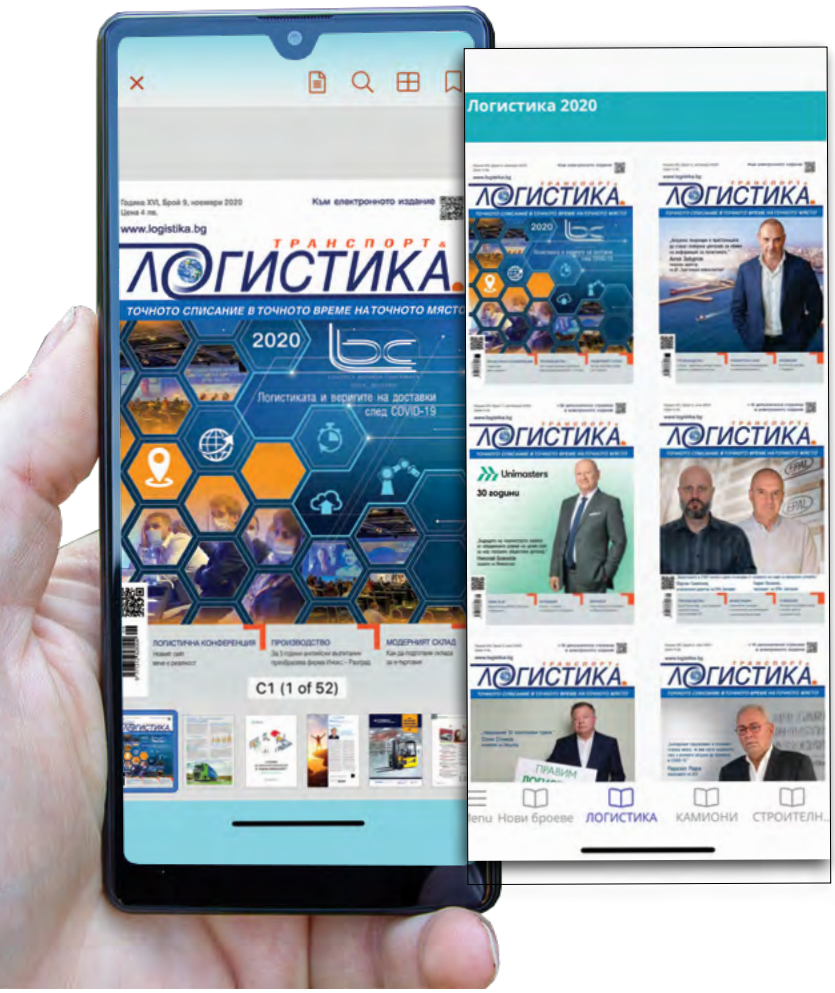
ТОЧНОТО СПИСАНИЕ В ТОЧНОТО ВРЕМЕ НА ТОЧНОТО МЯСТО

Графичното изображение на буквата „О“ символизира същността на логистичните дейности в световен мащаб. Оптимална организация и непрекъснатост на:

- доставка на стоки, материали или услуги,
- доставка на точното място,
- доставка в точното време,
- доставка при зададени количества и качество.

И така в творчески спорове и спазване на срокове издавахме брой след брой до 141-вия, който държите в ръцете си. Не са точно 150, защото първите години излизахме веднъж на два месеца, но и тогава, както и сега се опитваме да няма важно събитие в логистичния бранш в България, което да не намери място на страниците на списанието.

С годините станахме и дигитални – днес може да ни четете и на компютър, таблет и телефон...

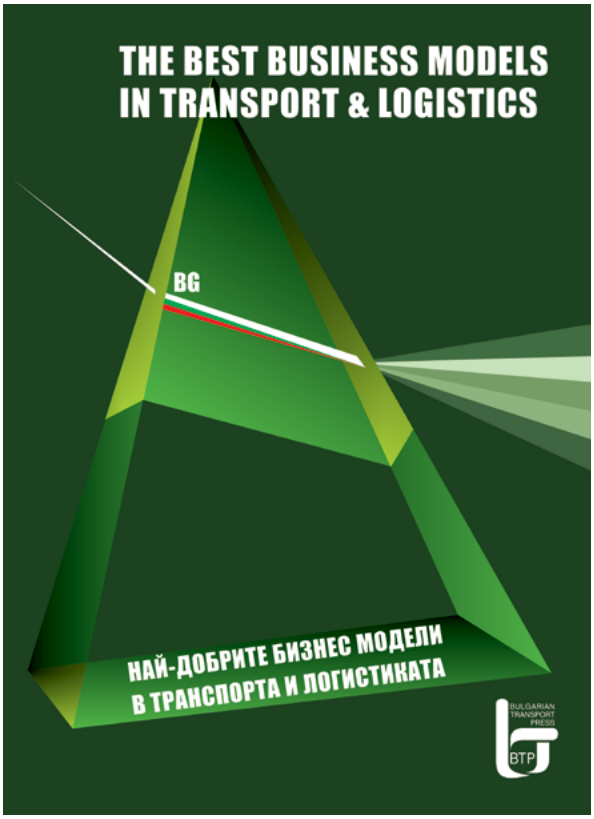


От хартиения носител до смартфона

Тези 15 години бяха години и на кризи, и на сериозни промени в медийния свят и в начина, по който информацията стига до читателите. Мненията и очакванията бяха в двете крайности: от „печатните издания умират“ до „не, не искам да чета онлайн – друго си е на хартия“. И ние през цялото време се стараехме да сме в крак с новостите и същевременно да отговаряме на целия спектър от изисквания на читателите и рекламодателите ни. Ето какъв път извървяхме в дигиталната ера:

- 2008 г. – стартирахме сайта www.logistika.bg
- 2010 г. – направихме страницата на списание ЛОГИСТИКА във Facebook
- 2011 г. – стартирахме електронния седмичен бюлетин ТРАНСПОРТ, който и досега се разпраща всеки петък и обхваща всички по-важни новини от седмицата
- 2015 г. – започнахме да правим абонаменти за електронните варианти на списанията през системата biblio, както и да ги предлагаме през helikon.bg
- 2016 г. – стартирахме Bulgarian Transport Press в LinkedIn
- 2017 г. – стартирахме YouTube канала ни Bulgarian Transport Press, научихме се да правим видеа
- 2019 г. – направихме наш сайт за абонамент както за печатни, така и за електронни издания – https://abo.transport-press.bg/
- април 2020 г. – когато започна пандемията, стартирахме сайта www.transport-press.bg, където дадохме пълен достъп до всички наши издания, които могат да се четат както на екран, така и да се свалят в pdf формат
- септември 2020 г. – създадохме приложението Bulgarian Transport Press, през което нашите издания могат да се четат удобно и на мобилни устройства
- ноември 2020 г. – създадохме новинарското приложение КАМИОНИ ЛОГИСТИКА ТРАНСПОРТ, през което нашите читатели могат лесно да четат ежедневните новини на своите телефони и таблети

През 2015 г. на Еньов ден отпразнувахме първото си десетилетие с оригинално парти в Ботаническата градина в центъра на София



Алманах Логистиката в България и Книга с най-добрите бизнес модели

През 2015 г. навръх Еньовден поканихме бизнес партньори, читатели и приятели в Университетската ботаническа градина в София, където сред аромат на билки и юнски цветен дъжд отпразнувахме 10-годишнината на списание ЛОГИСТИКА.

Специалната ни изненада за гостите беше токущо излезлият от печат алманах ЛОГИСТИКАТА В БЪЛГАРИЯ. Изданието съдържа 192 страници и информацията в него продължава да е полезна и търсена. Тогава един от гостите ни поздрави така: „Удивен съм от упоритостта ви да съберете на едно място логистичния свят на България. Вие още веднъж доказахте, че сте част от нас. И завиждам на студентите, които полезно ще пишат дипломните си работи по това толкова богато със съдържание творение."

Точно тук е мястото да споменем, че нас, журналистите от списание ЛОГИСТИКА, често ни наричат логистици. И ние много се гордеем с факта, че ни смятат за част от логистичния свят, за който професионално и с любов разказваме както в алманаха, така и във всеки брой на списанието.

През 2019 г. отново издадохме първа по рода си книга, която събира на едно място добрите практики на водещи български фирми в сектора Транспорт и логистика. Нарекохме я НАЙ-ДОБРИТЕ БИЗНЕС МОДЕЛИ В ТРАНСПОРТА И ЛОГИСТИКАТА В БЪЛГАРИЯ.

Защо книга? Защото във времето на бързо потъващите постове в социалните мрежи искахме да оставим нещо по-трайно и ценно. Защото успехът не се постига за един ден, а с години работа, творчество и упоритост. Също както и написването на една книга. И дадохме на читателите идеи и модели на подражание, които да ги вдъхновят и направят още по-успешни.

Издадохме и две сериозни книги – Алманах Логистиката в България през 2015 г. и Най-добрите бизнес модели в транспорта и логистиката в България през 2019.
Изданията са двуезични – на български и на английски език

През 2007 г. организирахме в Интер Експо Център първото в бранша изложение Транспорт и логистика

Изложение, Шоу в склада и Логистика в действие

Неуморни в търсенията си как да бъдем полезни на логистичния свят, през 2007 г. организирахме първото изложение на бранша в България ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА. Икономическата криза не ни стресна, защото бяхме убедени, че когато пазарите са затруднени, на ход са иновациите и през следващите години в Интер Експо Център събирахме транспортни и спедиторски фирми, производители и вносители на стелажно оборудване и складова техника, фирми, предлагащи софтуерни решения... Обогатявайки проекта си, в рамките на изложението започнахме да правим семинари, посветени на оптимизирането на бизнес процесите във веригата на доставки.

И така цели 8 години, докато през 2016 г. не стартирахме нов, по-атрактивен формат на изложение за складова техника и складово оборудване – действието се развиваше направо в реалната работна среда на тези машини. Затова го и нарекохме ШОУ В СКЛАДА.

Първото изложение Шоу в склада се проведе през юни 2016 г. в Сграда 2 на Логистичен парк East Ring и предизвика очакван интерес сред бизнеса с възможността машините да се тестват в реални условия. А на първото по рода си у нас „Състезание за майсторско управление на кари“ производители, дистрибутори и логистични оператори изпратиха най-добрите си водачи на кари, които освен че се бореха за награди, искрено се забавляваха.

На следващата година към изложението и популярното вече състезание добавихме и мастър клас „Управление на склада“. На него ръководители на големи дистрибуционни и логистични центрове споделяха как управляват своите екипи и с какви решения правят процесите в склада по-ефективни.

Развивайки проекта и търсейки все по-атрактивни начини да покажем логистиката на терен, ребрандирахме събитието в ЛОГИСТИКА В ДЕЙСТВИЕ и през 2019 г. за първи път го проведохме на открита площадка в специално изграден „склад под небето“ в София Еърпорт Център (SAC), близо до Летище София. Това даде нова визия на изложението, което, за съжаление, не успяхме да проведем през юни 2020 г. заради строгите мерки за събиране на хора в пандемичната обстановка.

През 2016 г. стартирахме нов, по-атрактивен формат на изложение за складова техника и складово оборудване ШОУ В СКЛАДА, което включваше и единственото по рода се у нас Състезание за майсторско управление на кари

От първата към деветата Логистична бизнес конференция

На 31 октомври 2013 г. се състоя първата в България логистична конференция, организирана от списание ЛОГИСТИКА и неговия издател Българска Транспортна Преса.

„Днес ние слагаме началото на една традиция – да организираме B2B форуми всяка година, на които да се представят иновативни продукти и решения по цялата верига на доставки", заяви при откриването Снежина Баджева, издател и главен редактор на списанието.

Прозорливо още първото събиране на логистичния свят в София Ивент Център бяхме посветили на технологичните тенденции в логистиката. За 8 години имахме над 2500 участници, 150 вдъхновяващи лектори и още толкова изложители на фирмени щандове в експозоната. И с този проект не беше лесно, защото си поставихме голяма цел – конференцията да се утвърди като водещ форум на транспортно-логистичния бранш и свързаните с него производства и услуги. Затова всяка година търсим най-актуалните теми и най-подходящите лектори, които да ги представят пред аудиторията. Гостуваха ни лектори от Европа и Китай, български мениджъри споделяха ноу-хау и разглеждаха проблемните зони във веригата на доставки. Опит от практиката споделяха представители на водещи производствени предприятия, презентирани бяха десетки иновативни решения за управлението на транспорта и логистичните процеси във всички етапи от пътя на една стока. И най-доброто е, че често темите на лекторите си кореспондират, а самите те се допълват и водят диалог помежду си. Конференцията има много силни страни, но ние най-много се гордеем с факта, че хората ни имат доверие. Осмото издание на Логистичната бизнес конференция се проведе на 27 октомври 2020 г. ▶

Най-голямото ни събитие Логистичната Бизнес Конференция стартира през 2013 г. и то стана най-престижният годишен форум в логистичния бранш в България

Макар и с маски, екипът ни и тази година си направи снимка за спомен след успешната осма поред Логистична Бизнес Конференция

при изключителни мерки за сигурност в залата на София Ивент Център (SEC). В реално време събитието се следеше от офиси и домове онлайн. Мнозина не вярваха, че ще направим традиционния форум в условията на пандемия. Но ние успяхме, използвайки успешно хибридния модел. Не можехме да си позволим в трудната 2020 година да прекъснем комуникацията на логистичния свят у нас. Та нали сме едни от тях, нали сме онази информационно-комуникационна връзка между всички звена във веригата на доставки, чрез която всички научават какво се случва в България и света.

И така до деветата ЛОГИСТИЧНА БИЗНЕС КОНФЕРЕНЦИЯ през 2021 г.! Живи и здрави, ще се срещнем пак на точното място, в октомврийското време…

Работим, но и се забавляваме

– При толкова много работа остава ли ви време за забавления? – би попитал колегата, ако правеше интервю с нас.

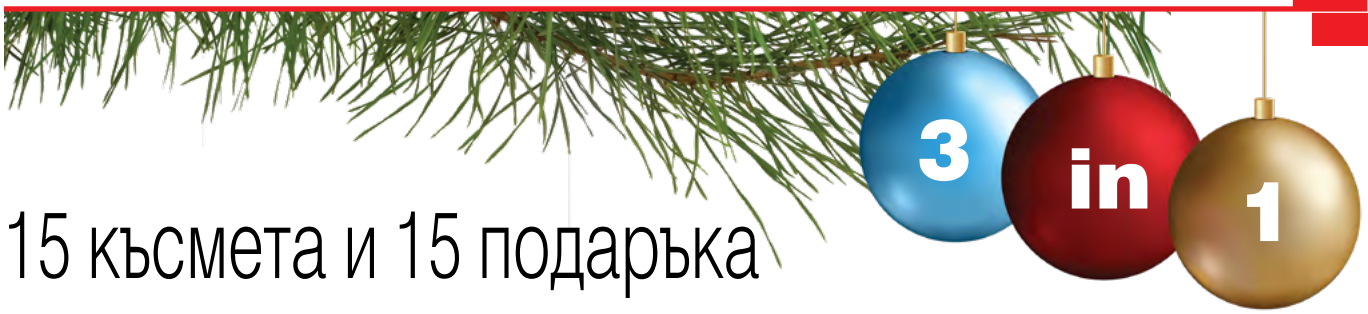
– Намираме – бихме се усмихнали ние. – Тиймбилдингите ни са творчески, забавни и вдъхновяващи, а вечерите след тях – танци и разговори до зори. Рождените дни на колегите също са повод да се повеселим, макар и в редакцията. А денят преди Коледа е наистина вълшебен: елхата е накичена още в началото на декември, питата с паричка е поръчана на специален майстор, баница с късмети, вкуснотии, направени от колеги, вино и мезета, тостове и подаръци от Дядо Коледа и от издателите.

Накъде от тук нататък

Продължаваме с пълната увереност, че каквито и промени да се случват в нашия свят, добре написаното и полезно слово винаги ще е нужно и ще се чете, защото... В началото бе словото. И словото бе у Бога...

Екипът на списание ЛОГИСТИКА

Тиймбилдингите ни са творчески, забавни и вдъхновяващи, рожденте дни на колегите са повод да се повеселим, а денят преди Коледа е наистина вълшебен



15 късмета и 15 подаръка за 15 години списание ЛОГИСТИКА

На прага на следващата нова година ние от списание ЛОГИСТИКА сме подготвили за вас – нашите читатели, много късмети и много подаръци. Както вече сте разбрали, Дядо Коледа няма да носи подаръци тази година, защото джуджетата му са под карантина. Освен това Европейската комисия е забранила на елените му да влизат на територията на Съюза, защото нямали ПСР тест и отказвали да носят маски.

Затова тази година приятните изненади идват от любимата ви медия, която ви е подготвила една голяма виртуална баница с късмети и… подаръци. А защо подаръци ли? Защото рожденикът черпи. Тази година се навършиха 15 години от излизането на първия брой на списание ЛОГИСТИКА.

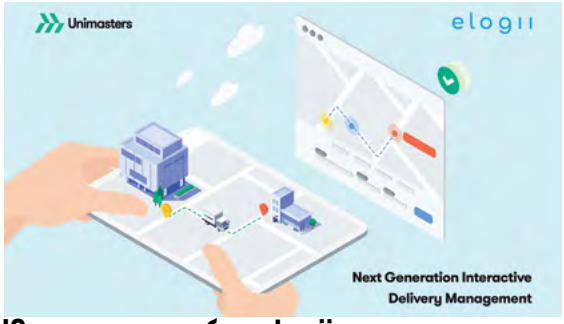
По този повод ви предлагаме 15 късмета, от които не само ще можете да видите какво ви очаква през новата 2021 г., но и да спечелите един от 15-те подаръка, които сме подготвили за вас:

- **7 годишни абонамента за списание ЛОГИСТИКА;**
- **5 годишни абонамента за комплекта списания на нашето издателство – КАМИОНИ, ЛОГИСТИКА и СТРОИТЕЛНА ТЕХНИКА;**
- **3 участия без такса на Логистичната бизнес конференция през 2021 г.**

За да спечелите някоя от тези привлекателни награди, просто щракнете с мишката върху някой от номерата в кристалните топки. Прочетете късмета си и след това попълнете регистрационната форма за участие в томболата. Така ще бъдете сигурен участник в жребия за нашите подаръци.

Томболата за тях ще се тегли след Нова година, като имената на победителите ще бъдат обявени на нашия сайт – www.logistika.bg. Ние лично ще информираме късметлиите по телефона и допълнително ще уточним как да си получат наградите.

ТОЧНОТО СПИСАНИЕ В ТОЧНОТО ВРЕМЕ НА ТОЧНОТО МЯСТО

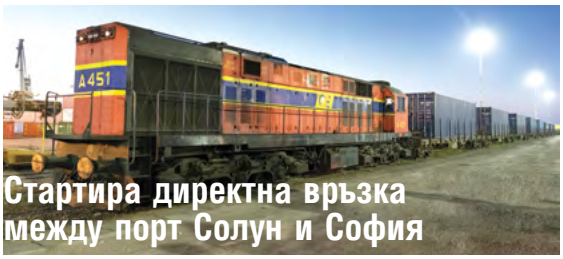


Юнимастърс избра eLogii за динамично управление и оптимизация на доставките

Юнимастърс избра eLogii – водещо решение от ново поколение за управление на доставки и оптимизация на маршрутите, за да замени статичното планиране на туровете за доставка с динамично. Резултатът ще бъде съществено намален брой турове в първата и последната миля, а оттам – значително подобрена ефективност.
Юнимастърс е логистичен доставчик за управление на веригата на доставки с регионална инфраструктура и глобално покритие чрез първокласни партньори в 178 държави. Компанията предлага транспортни и логистични решения на множество мултинационални и местни клиенти.
В Юнимастърс бяха изпробвани различни решения от целия свят за динамично планиране, повишаване на точността на доставките, спестяване на време за обработка и подобряване на клиентското обслужване в опит да се намери софтуер, който да предоставя едновременно лекота за работа, гъвкавост, бързо конфигуриране и мащабност. Със солидното SaaS решение на eLogii, Юнимастърс вече ще може да осъществява динамичен контрол върху операциите по вземане и доставка, включително автоматизирано планиране, препланиране в реално време и оптимизация на маршрутите в първата и последната миля, като същевременно ще има пълна видимост за процесите както от оперативните екипи, така и от клиентите на компанията.
„Ние сме изключително впечатлени от възможностите на решението eLogii, както и от съотношението цена – качество, което предлага софтуерът. Нашите оперативни екипи го определят като лесен за работа, интуитивен софтуер. Планираме значителни спестявания, както и съществено подобрение на клиентското преживяване, поради което очакваме едно силно дългогодишно партньорство“, сподели Николай Божилов, изпълнителен директор на Юнимастърс Лоджистикс.
„Логистичният B2B софтуер не е задължително да бъде труден за използване или скъп – имаме най-удобното за ползване, рентабилно решение на пазара, което е водещ стандарт в индустрията, когато става въпрос за управление на доставките – каза Андрю Мукърджи, основател и главен изпълнителен директор на eLogii/Brisqq. – Юнимастърс е изключително иновативна компания, която винаги поставя клиентите на първо място, и ние с нетърпение очакваме да подкрепим техния растеж, като осигурим феноменално изживяване на клиентите им години напред“.

IN MEMORIAM

Екипът на ОЙРОШПЕД се раздели със своя създател Стоян Стоянов. В писмо до Българска Транспортна Преса екипът на ОЙРОШПЕД изразява дълбоката си болка от загубата на своя лидер.
„Разделихме се с Човека, който създаде ОЙРОШПЕД и я направи една от най-успешните компании в България. Разделихме се с Лидера, който ни напътстваше умело през пътищата, по които вървяхме и който имаше невероятен усет за оцеляване. Разделихме се с Приятел, на когото можехме да разчитаме за съвет и посока и който имаше прекрасно чувство за хумор. Всички ние в ОЙРОШПЕД ще продължим делото на г-н Стоян Стоянов. Завещаното от него е достатъчно силно и ние ще го надградим успешно! Благодарим му за всичко! Мир на душата му! Ще остане завинаги в сърцата ни!“
Екипът на Българска Транспортна Преса изразява своите съболезнования към семейството на Стоян Стоянов и към екипа на ОЙРОШПЕД. Горди сме, че Стоян беше наш приятел. Да почива в мир!



Стартира директна връзка между порт Солун и София

След изграждането на сух порт в София първият влак от пристанище Солун до българската столица потегли в края на ноември 2020 г. Общата продължителност на пътуването по маршрута е 16 часа. С него се стартира пилотната фаза на тази услуга, която ще продължи до средата на януари 2021 г. През този период връзката и различните услуги ще бъдат подобрявани. Тя е част от стратегията на гръцкото пристанище да изгради няколко терминала в балкански държави, като стартира от България. Интермодалният терминал (сух порт) е базиран в Илиянци.
„Пристанище Солун се ангажира да развие стратегическата интермодална жп връзка на Балканите, стартирайки с директна железопътна връзка до София. Редовната седмична връзка между порт Солун и сухото пристанище в София ще повиши конкурентоспособността на порта и ще допринесе значително за местната и националната икономика и тази на Югоизточна Европа чрез засилване на дейността по внос и износ“, посочват от гръцкия порт.

#LogistikHilft с почетна награда в Logistics Hall of Fame

Журито на международната Logistics Hall of Fame за първи път в историята на наградите присъжда специален трофей. Той ще бъде връчен на инициативата #LogistikHilft за специално оказаната помощ на логистиката по време на кризата с коронавируса. Около 70-членното международно жури на Logistics Hall of Fame, което включва журналисти, учени и личности от логистичната индустрия, политиката и асоциациите, ще почете уникалната почетна ангажираност на инициативата с тази награда. В очите на журито решаващият фактор за почетната награда е фактът, че всички събрани от инициативата финансови ресурси не отиват косвено за логистичната индустрия, а директно за тези, които се нуждаят от тях.

Инициативата осигури на шофьорите на камиони хигиенни и чисти тоалетни и душ съоръжения дори по време на пандемията. През април беше инсталиран първият санитарен контейнер на магистрала A8 на почивната станция Hyllberg-Nord между Щутгарт и Пфорцхайм, последван от втори, близо до Берлин. До края на 2020 г. около 150 от тези съоръжения трябва да бъдат монтирани както по магистралите, така и в големите логистични центрове.

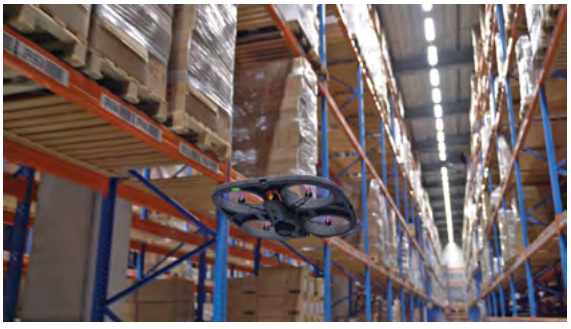
Ваксините изискват непознати досега логистични практики

С първите спешни разрешения за използването на ваксини срещу COVID-19, които се очаква да влязат в сила в края на 2020 г., доставчиците на логистични услуги са изправени пред предизвикателството бързо да изградят вериги за доставка на медицински стоки, за да доставят ваксини в количества от над 10 млрд. дози в световен мащаб. Ето защо DHL в партньорство с компанията за изготвяне на анализи McKinsey & Company публикува доклад на тема осигуряване на стабилна логистика за ваксини и медицински стоки по време на COVID-19, както и при бъдещи кризисни ситуации в здравеопазването.

В момента се разработват и тестват над 250 ваксини в общо 7 платформи. Тъй като ваксините за COVID-19 прескачат някои етапи на тестване, за някои от тях вероятно ще бъдат наложени строги температурни изисквания (до -80 °C), за да се гарантира запазването на ефикасността им по време на транспортирането и складирането. Това поставя нови логистични предизвикателства пред съществуващите вериги за доставка на медицински стоки, които обикновено превозват ваксини при температура от 2 до 8 °C. В доклада DHL проучват как транспортирането на ваксини като пример за силно чувствителен към температурата продукт може да се управлява ефективно за борба с по-нататъшното разпространение на вируса. Обхватът на това предизвикателство е огромен: за да се осигури глобално разпространение на ваксините срещу COVID-19, ще са необходими докъм 200 000 палетизирани пратки и 15 млн. доставки в охладителни кутии, както и близо 15 000 полета в различните вериги за доставка.

За да даде старт на диалога между различните участници и да подобри устойчивостта в логистиката на медицинските доставки, DHL предоставя рамка за сътрудничество на логистичните компании с различни органи на властта, политици, неправителствени организации, както и с компаниите в сектора науки за живота. Рамката помага да се установят мерки за осигуряването на възможно най-стабилните и безопасни вериги на доставки.

Дрон сканира баркодове в складовете на DSV Panalpina



В сътрудничество с технологичната компания Verity, DSV Panalpina внедрява дронове в няколко от своите бази, които ще помагат при управлението на складовите наличности. Безпилотната летателна система може да сканира баркодове без човешка намеса и да открива дали позициите на палетите са празни, или заети. Двете компании тестваха системата в склада, намиращ се в Moerdijk (Нидерландия, провинция Северен Брабант). Работейки предимно през нощта, дроновете не прекъсват складовите операции. След успешните тестове системата ще бъде пусната и в други складове на логистичната компания.

Търсим „зелените“ решения във всичко

Веселин Стоянов, управител на Транспрес

През миналия месец Green Courier – куриерската дивизия на водещата българска транспортно-логистична компания Транспрес, стартира „зелен“ пилотен проект за доставки с карго велосипед във Варна. По този повод разговаряме с Веселин Стоянов, управител на Транспрес, за това как фирмата търси нови решения, които допринасят за подобряване на околната среда.

– Г-н Стоянов, какви други „зелени“ решения освен карго велосипедите ще търсите?

– Грижата за околната среда е основен приоритет и в дейността на Транспрес, и в тази на Green Courier от години. Електрическите карго велосипеди са чудесен проект, с който ще допринесем за по-доброто качество на въздуха в българските градове и за улесняване на трафика, но далеч не е единственият. Търсим „зелените“ решения във всичко – намаляване на разхода на гориво и съответно вредните емисии чрез инвестиции в модерен и екологичен автопарк и иновативни решения, енергийна ефективност на сградите и базите, рециклиране и оптимално управление на отпадъците, софтуер, повишаване компетенциите и мотивацията на служителите, подкрепа на обществено-значими кампании с екологична насоченост в България. Само през тази година до момента сме инвестирали над 5 млн. лева в автопарк и транспортни решения от най-висок екологичен клас.

Компанията инвестира и в екологични олекотени ремаркета и полуремаркета (тара тегло от 4,3 до 5,5 т в сравнение с масовите от 7 т) с подобрена аеродинамика и механика, както и в BDF решения, което също е съществен фактор за повишаване на горивната ефективност и намаляване на вредните емисии. Използваме и специализиран софтуер за оптимизиране на операциите и разхода, както и най-подходящите консумативи. Регулярните тестове, които правим, доказват, че с комбинацията от тези мерки можем да постигнем дори рекордни резултати за Европа от 16,7 л/100 км при товар от 14 тона.

«През последните три години сме намалили вредните емисии с 30%, а в стратегията ни е заложена допълнителна редукция с 15% до 2025 г. спрямо 2019 г. и с 30% до 2030 г.»

– Електрическите камиони ли са зеленото бъдеще на транспорта?

– Това е важна стъпка и тенденция, но лично аз смятам, че за момента те не могат да дадат оптимално цялостно зелено решение. Ние проучваме възможността за използване на електрически товарни автомобили за градска дистрибуция, особено за нощните доставки, когато освен чистота има нужда и от тишина. Надявам се в скоро време да реализираме такъв проект, но ако говорим за транспорта на дълги разстояния, калкулацията за ефективността трябва да се прави по-комплексно и внимателно и според мен камионите на газ са по-доброто решение.

Истината е, че дори при използването на стандартно гориво при умен подход в асемблирането на композициите и диверсификацията на автопарка могат да се постигнат изключително добри резултати. Средната възраст на товарните автомобили в Транспрес е 1,5 години, всички отговарят на EURO 6 стандарт, а болшинството са с най-високата екологична модификация EURO 6d. Освен това камионите на компанията са оборудвани с допълнителни екологични пакети I-Save, които включват технологични решения на всички нива.

– Измервате ли въглеродния отпечатък и с колко сте успели да намалите вредните емисии?

– Измерваме и следим постоянно, като сме в състояние включително във всеки един момент да издадем необходимия сертификат на клиентите си. Това е изискване, което става все по-популярно в Европа и ни помага да печелим нови проекти заради добрите си екопостижения. През последните три години сме намалили вредните емисии с 30%, а в стратегията ни е заложена допълнителна редукция с 15% до 2025 г. спрямо 2019 г. и с 30% до 2030 година.

По този начин, от една страна, ще отговорим на новите регулации в Европейския съюз, но не по-малко важно е, че ще останем верни на собствените си ценности.

Транспрес е логистичен партньор на различни каузи, включително с екологична насоченост

– Споделят ли Вашите служители тези ценности? Знаем, че темата с пестенето на гориво често се оказва болна за шофьорите на камиони...

Болна е, ако по някаква причина се стигне до крайности или има елемент на самоцел. В Транспрес провеждаме обучения на шофьорите, за да можем, след като ги качим на модерни камиони, да ги подготвим по най-добрия начин и чак след това да имаме очаквания към тях. Освен това финансовите стимули, които сме заложили за тях, не са просто за икономия на гориво, а за ефективност. Тоест подхождаме с по-дълбоко разбиране за работата им и съответно отношенията са чисти, хората са мотивирани и резултатите са налице.

А ако говорим за целия екип, аз наистина имам късмет в семейството на Транспрес да споделяме общи ценности. Компанията е логистичен партньор на различни каузи, включително с екологична насоченост. Преди броени дни извозихме над 100 000 дръвчета в рамките на кампания на Гората.бг, която ще помогне и за въздуха, и за опазването на пчелите. През последните три години сме извозили и десетки тонове „Капачки за бъдеще“. Но най-голямата ми радост е, че хората ни се включват както с доброволчески труд, така и с ежедневен ангажимент, какъвто например е разделното събиране на отпадъци. Аз вярвам, че когато доброто стане норма на поведение за повечето хора в една организация, то се предава и разпространява по естествен начин вътре в нея.

«С комбинацията от мерките, които предприемаме, можем да постигнем дори рекордни резултати за Европа от 16,7 л/100 км при товар от 14 тона.»

Снежина БАДЖЕВА

GREEN COURIER С ПИЛОТЕН ПРОЕКТ ЗА КУРИЕРСКИ ДОСТАВКИ С КАРГО ВЕЛОСИПЕД

Пилотен проект за доставки с карго велосипед стартира през ноември във Варна Green Courier – куриерската дивизия на водещата българска транспортно-логистична компания Transpress. Инициативата е част от проекта „Товарно колело, променящо града“ на Община Варна.

По предварителен разчет по този начин ще могат да бъдат обслужвани между 20 и 25 адреса на ден с общ пробег 50 км. Велосипедът, който е с електрическо захранване, ще се ползва изключително в централната градска част и особено при труднодостъпни локации със затруднено спиране и паркиране. Услугата е подходяща при доставки до офиси, публични инистуции и магазини, особено при специфични операции, изискващи по-дълъг престой заради приемо-предаването.

„С радост се включихме в инициативата на община Варна, защото намираме важна пресечна точка с философията на Green Courier за „зелени“ доставки с грижа за хората и околната среда. От известно време проучваме възможността за включването на карго велосипеди във флотилията ни, включително опита на партньорите ни от Dachser, които от две години предлагат тази услуга в Европа. Щастливи сме, че сега се появиха и български производители на такива превозни средства“, обяснява Михаил Ганев, оперативен мениджър на Transpress за България.

Пилотният проект във Варна ще помогне на компанията да прецизира стратегията си за този тип доставки, като плановете са през 2021 г. поетапно карго велосипеди да бъдат включени в дейността на Green Courier в повечето областни градове в страната. Те ще работят в централните градски части, като в зависимост от географското положение услугата може да бъде и целогодишна.

В тежки времена оцеляват най-силните

Лъчезар Рубчев, управител на Gefco България и Gefco Сърбия

От няколко месеца Gefco България има нов управител – Лъчезар Рубчев, който е свързан с Gefco вече от 9 години. С него разговаряме за това какви ще са приоритетите му и прогнозите за бъдещето в тези турбулентни времена.

ВИЗИТНА КАРТИЧКА

Лъчезар Рубчев е потомствен логистик и е професионално в бизнеса повече от 20 години. Присъединява се към GEFCO през 2011 г., когато поема ръководството на отдел Сухопътен транспорт (автомобилен и железопътен) в България. През 2015 г. е открито ново дъщерно дружество на GEFCO в Сърбия, където Лъчезар става управител. И сега отново е в България, поемайки управлението и на българския филиал.

«Очаква ни една много интересна и динамична 2021 година.»

– Г-н Рубчев, какво наложи смяната на върха на GEFCO България? Тя ще доведе ли до промени в стратегията на фирмата и ако да, какви ще са основните им насоки?

– Това е нормална промяна на ротационен принцип. Размяната на мениджъри на ключови позиции по държави добавя енергия, знания и опит за групата и екипите по места. GEFCO България измина дълъг и успешен път досега. Моите амбиции са свързани с продължение на успешното развитие. Приоритет ще остане доставянето на комплексни и ефикасни логистични решения на нашите настоящи и бъдещи партньори. Вярвам в приемствеността. Имам страхотен екип.

– Как оценявате в момента пазара на логистични услуги, повлиян от пандемията с COVID-19?

– Коронавирусът засегна всички ни. Смятам, че ни напомни важни истини: не сме по-силни от природата и винаги трябва да мислим крачка напред, поддържайки обезопасителните средства – както правят катерачите. Смятам, че в тежки времена оцеляват най-силните. Пазарът сам отсява неподготвените. GEFCO е структурно и финансово много гъвкава компания. Това ни помогна за пореден път да преминем без непоправими щети през бурно море. Корабът е цял, със здрави платна и готов да продължи пътешествието си. През цялото това време нашият основен приоритет беше да защитаваме и поддържаме приемствеността на логистичните потоци на клиентите си. Ние и нашите доставчици положихме много усилия, за да изпълним тази задача, и съм радостен да видя, че подходът на партньорство даде резултат.

«GEFCO е структурно и финансово много гъвкава компания.»

– Какви са Вашите прогнози за бъдещето? Кога и как очаквате връщане към предишните нива на пазара или тази криза вече промени изцяло начина на работа?

– В последно време е все по-трудно да се планира. Все още има много неизвестни, свързани с „новото нормално“. Надявам се втората вълна на вируса да не срине икономиката още повече. Вярвам, че всички икономически екипи, както и политическите ръководства на държавите ще направят всичко по силите си за максимално бързо връщане към предишните нива на развитие и растеж. В същото време смятам, че всички ние сме много по-подготвени технически, а и психически, отколкото преди и това ще ни помогне доста. Стандартите и познатите работни процеси са вече много различни от досега познатите. Самите ние реорганизирахме досегашните практики. Бъдещето ще покаже дали успешно. Със сигурност ни очаква една много интересна и динамична 2021 година.

– Вие сте управител и на GEFCO Сърбия. Ще бъде ли свързана сега по-тясно работата на двете дружества? Какви са основните разлики в пазарите на двете съседни държави?

– В GEFCO винаги сме вярвали в синергията и обмяната на опит. Ще ви дам пример: финансовият директор на Румъния е такъв и за България и Гърция; словенският мениджър, отговорен за превоза на нови автомобили, отговаря и за Сърбия и т.н. Екипите в групата винаги са работили в много тясно сътрудничество. Това е добавената стойност, която предлагаме на своите клиенти: един контакт, който дава достъп до цяла мрежа. Що се отнася до разликите в бизнес средата на двете държави, не намирам големи такива. Има разлика в нивата на икономическо развитие, което е нормално, тъй като и двете страни са имали доста различни исторически пътища през последните десетилетия. Друга съществена разлика е, че Сърбия все още не е член на ЕС – това поставя някои ограничения пред транспортния им бизнес.

– Ако трябва с три изречения да опишете своето верую като ръководител, кои ще са те?

– Слушай повече. Споделяй повече. Бъди честен партньор.

Снежина БАДЖЕВА

СКЛАДОВА ПРОГРАМА

StoreIT

- Безпроблемно внедряване и бързина на системата
- Пълна автоматизация, RFID управление и складови роботи
- Оптимизация на транспортните задачи и маршрутите
- Поддържане на различни фирми в един склад
- Системата работи на Windows/MS SQL или безплатните Linux MySQL платформи
- WEB базиран интерфейс, възможност за работа от различни устройства
- Мобилни приложения (мобилни устройства, терминали за кари)
- Основни ERP функции: ценообразуване, поръчки, доставки, фактуриране, производство
- Интеграция с всички видове ERP системи (SAP, Microsoft Dynamics NAV и др.)

Системата се предлага и като Cloud услуга, което намалява първоначалната инвестиция.

1612 София, ул. Ами Буе 84, ет. 6 • 02 439 82 61 • 0888 588 111• sales_ifd@ifd-sofia.com **www.ifd-sofia.com**

Българските оператори реагираха смело и адекватно на пандемията

Димитър Секулов, директор направление „Собствен транспорт“ в Дискордиа

През ноември съобщихме, че камион номер 700 от флотилията на Дискордиа вече е по пътищата и фирмата продължава да разширява автопарка си. Как една от най-големите български транспортни компании успява да расте в една толкова предизвикателна година и какви са плановете ѝ за близкото бъдеще – по тези и други въпроси разговаряме с Димитър Секулов, директор направление „Собствен транспорт“ в Дискордиа.

ВИЗИТНА КАРТИЧКА

Димитър Секулов е завършил висше образование по техническа и икономическа специалност. Работил в куриерска компания. В Дискордиа е вече 13-а година като от 9 години е ръководител на отдела, който управлява собствената флота на фирмата, също така е и член на Съвета на директорите на дружеството и миноритарен акционер в него. Има различни интереси в сферата на обществения живот и икономическото развитие. Спортува малко, но редовно за поддържане на форма и здрав дух.

– Г-н Секулов, с колко и с какви нови камиони разшири парка си Дискордиа?

– Тази година увеличихме флотата си със 100 камиона. Нашите планове за увеличение на парка бяха по-амбициозни в началото на годината, но пандемията от Covid-19 и създалата се ситуация малко ни забавиха. Смятам обаче, че фирмата ни реагира много бързо, направихме рискован и смел, но правилен ход и успяхме към края на годината частично да компенсираме и да се опитаме да изпълним целите си въпреки непредвидените обстоятелства.

– Колко бяхте планирали да е увеличението на парка, ако нямаше пандемия?

– С 80 камиона повече, т.е. за момента сме реализирали около 60% от плана си за ръст.

– Казахте рискован и смел, но правилен ход – какво по-точно имате предвид?

Знаете, че камиони не се купуват от днес за утре. Ние имахме предварително договорени бройки, но когато започна пандемията, отложихме абсолютно всички лотове за производство. Бяха произведени известен брой камиони, но те стояха на плацовете на производителите, защото заради пандемията не можехме да ги вземем. И въпреки това ние продължихме да поръчваме още камиони. Даже производителите се учудиха на това решение и гледаха доста скептично, защото ние поръчвахме нови камиони в момента, в който стагнацията беше най-сериозна. Предприехме тази стъпка, защото имахме предвид технологичното време за производството на автомобилите и бяхме убедени, че ще продължаваме да разширява-

Най-голямото предизвикателство през 2021 година за Дискордиа и за целия бранш ще е задържането на шофьорите в професията

ме парка си въпреки пандемията. Това беше нашият рискован и смел ход, но го реализирахме успешно.

– Навсякъде в Европа и у нас обаче има свиване на икономиките. Фактът, че разширявате парка, означава ли, че при вас няма спад в работата?

– Аз бих формулирал нещата малко по-различно. Последните данни от началото на ноември сочат, че на пазара на международните автомобилни превози в ЕС има 8% спад. Аз обаче смятам, че през 2019 г. се наблюдаваше общо около 10% свръхкапацитет, т.е. имаше повече камиони на пазара, отколкото той има нужда. Така че тези 10% плюс 8% спад на пазара сега оформят една ножица от около 18-20%, но от друга страна, според мен точно горе-долу толкова имаше изход от пазара на оператори и на шофьори. Категоричен съм, че около 20% от камионите и шофьорите се оттеглиха от пазара в началото на пандемията. За щастие, западноевропейските компании се оттеглиха по-бързо за разлика от източноевропейските. Според мен българските транспортни компании реагираха много по-смело и по-адекватно и не спряха работа. Това се дължи най-вече на нашите български шофьори, които се държаха изключително достойно по време на първите месеци на пандемията, нямаше отлив на шофьори, нямаше откази да работят и по този начин те изпълниха дълга си към обществото. В крайна сметка дори да спазваме изолация и да работим от вкъщи някой трябва да превозва стоките.

Това достойно поведение на нашите шофьори е съчетано и със смелостта и предприемчивостта на българските превозвачи. Нека обаче не съм голословен. Статистиката показва, че пазарът на европейските камиони за второто тримесечие на 2020 г. пада със средно 12%, докато при българските камиони спадът е с 8%. Разликата обаче в средния дневен пробег и в пробега, който реализират българските камиони спрямо европейските, е 23% повече в полза на българските, което означава, че от една страна, нашите камиони имат по-малък спад, а същевременно, от друга страна, правят и по-висок пробег.

Това остава като тенденция и през третото тримесечие на тази година. Средно европейският камион през третото тримесечие има по-висок пробег спрямо същото тримесечие на 2019 г., т.е. през третото тримесечие на 2020 г. средно европейският камион е пътувал повече, отколкото през 2019 г. Българските камиони се движат още по-добре и продължават да държат една разлика от около 20%, което пак доказва адекватната реакция на родните превозвачи.

По отношение на цените на транспорта – спадът, който ние имахме през първото тримесечие, се дължи на свръхкапацитета и на продължаващата тенденция от 2019 г. на намаляване на цените и на неефективността от гледна точка на свръхпредлагането на камиони. Ако говорим за маржовете и за приходите, които ние реализираме, през второто тримесечие спадът става 21%, като моите разчети показват, че от тях около 15% са Covid ефект, който през третото тримесечие вече се неутрализира. Дори моята прогноза за четвъртото тримесечие е, че ще реализираме 10% ръст в брутната печалба (навлото минус преките разходи) и ще стигнем до нивата от 2015 г., а това беше една доста добра година за международния транспорт.

През 2020 г. стартирахме амбициозен проект за непрекъснато подобрение на процесите по Lean, който очакваме да подобри значително нашата ефективност през следващите няколко години

– Повлия ли на дейността ви по някакъв начин приемането на Пакет „Мобилност 1“?

– Досега не сме предприели реални действия по отношение на Пакет „Мобилност 1“. Подготвяме обаче процесите и организацията ни за момента, в който влязат в сила всички клаузи по този пакет, така че да отговорим на всичките изисквания, които той налага.

Като цяло ние подкрепяме Пакет „Мобилност 1“, защото сме убедени, че в крайна сметка ще доведе до подобряване на условията на труд на водачите, и за съжаление, покрай положителните му страни виждаме и един прикрит протекционизъм, който ще извади доста оператори от пазара и ще се отрази по-негативно на тези страни, които са по-отдалечени от центъра на Европа. Това ще повлияе и на икономиките им, защото голяма част от транспортните и свързаните с тях икономически операции ще се прехвърлят от държавите по периферията към тези в центъра. Това според мен ще доведе до окрупняване на бизнеса, от една страна, и за съжаление, ще се отрази негативно на по-малките играчи. Въпреки че ние сме голяма компания, това не ни радва. По-малките фирми заемат определени сегменти, извършват специализирани услуги и пазарът има нужда от тях.

– Каква е Вашата прогноза за пазара през 2021 година?

– За мен 2020 година беше най-добрата и най-интересната година за бизнеса ни през цялата ми 13-годишна кариера в Дискордиа. Това беше годината с най-много предизвикателства, в която натрупахме много ценен опит и стартирахме амбициозен проект за непрекъснато подобрение на процесите по Lean, който очакваме да подобри значително нашата ефективност през следващите няколко години.

– Какво ще се случи през следващата година?

– Според мен пандемията ще бъде овладяна и пазарите и икономиките ще започнат да се нормализират, но светът със сигурност няма да е същият. Виждаме, че в момента се тръгва в определени посоки, които по един или друг начин ще променят много нашия живот. В крайна сметка, дори и ние да си комуникираме през Zoom и да работим от вкъщи, когато това е възможно, стоките ще продължават да се движат и да стигат до хората. Може да ги поръчваме през интернет, но някой все пак трябва да ни ги достави. Засега единственият начин е с камионите, а те се управляват от шофьорите.

За нас най-голямото предизвикателство през 2021 година ще е задържането на шофьорите в професията и аз смятам, че в преодоляването на това предизвикателство трябва да се включат всички, дори и производителите на камиони. Този спад от 20% през 2020 година, който споменах, се дължи основно на това, че шофьори се отказват от професията и напускат пазара. Пандемията, икономическата ситуация и новият начин на живот предполагат този процес да се задълбочава. Това е най-голямото предизвикателство не само пред Дискордиа, но и пред целия бранш.

Искам още веднъж да използвам възможността да изкажа благодарност към нашите колеги зад волана, защото българските шофьори не се уплашиха, не се прибраха и се държаха изключително достойно и с това помогнаха и на българските оператори да се справят. Западните компании спряха флотилиите и освободиха много шофьори, докато българските имаха смелостта да продължат. В крайна сметка това показва, че ние сме добри в международния транспорт и свършихме работата и в Европа, когато техните камиони бяха спрени. От тази гледна точка не е никак справедливо с пакет „Мобилност“ да се опитват да ни налагат ограничения и да ни изтикат от пазара.

– Какви камиони купувате сега?

– Ние винаги сме купували и продължаваме да купуваме жълти камиони. Като конфигурация продължаваме да инвестираме в стандартни влекачи с брезентови полуремаркета и към момента не сме се насочили към друг тип бизнес – например с хладилници. Разчитаме в нашата флота на три бранда за влекачите и два за полуремаркетата и се опитваме да поддържаме баланс между тези марки.

Относно пазара на камиони у нас – за деветмесечието той е намалял с 40%, но ако погледнем статистиките, ще видим, че през третото тримесечие са продадени около 570 камиона – точно колкото и за третото тримесечие на 2019 г., тоест у нас пазарът на камиони се възстановява, но това не е така за Западна Европа. Това още веднъж показва, че българските компании отново са по-смели и гъвкави от колегите си от Западна Европа.

Снежина БАДЖЕВА

REGOSTORE

Online Store by Ingconsult

Вашият ОНЛАЙН помощник за складова техника и оборудване

- Полезна информация
- Промоционални оферти
- Богата гама продукти

REGOSTORE.COM

TransitNet улеснява превозвачи и спедитори при Брекзит

Димитър Марикин, управител на СЖС България ЕООД

Светът на митниците и митническото деклариране е сложен и за някои може да се окаже разочароващ. Затова е препоръчително търговците и превозвачите да се доверят на изпитана софтуерна платформа като TransitNet, която се предлага от СЖС България и има достъп от един прозорец до над 20 национални митнически системи. За възможностите на тази уникална система, за това как тя може да помогне на превозвачите и търговците при очаквания Брекзит и за допълнителните услуги, които предлага, разказва Димитър Марикин, управител на СЖС България.

– Г-н Марикин, какви услуги предлага СЖС България?

– Нашата фирма е регистрирана в България през 1991 г. и е филиал на групата SGS S.A. със седалище в Женева (Швейцария). Основана през 1878 г., SGS е призната като еталон за качество и независимост. С над 89 000 служители, 2600 офиса и лаборатории в целия свят компанията е световен лидер в областта на контрола и сертификацията на стоки и услуги. Нашата роля е да осигурим контрол по договорните изисквания или оценка на действителното състояние като трета независима страна. Издаваните от нас документи са обективни и обосновани. Ние предлагаме натрупан опит и знания на висококвалифицирани специалисти, удовлетворявайки напълно изискванията на клиентите си. Качеството на работа е вътрешен договор и приоритет във фирмата ни.

– Как обезпечавате такъв широк спектър от услуги в цялата страна?

– Разполагаме с офиси в София, Бургас, Варна, Русе, Пловдив, Свиленград и представителства в Плевен и Велико Търново. Имаме лаборатории, акредитирани от ИА БСА, във Варна за анализ на зърнени и маслодайни култури, микробиологични изследвания, откриване на генномодифицирани организми, води, почви, въздух, текстил, текстилни изделия, кожи и в Бургас – за анализ на нефтопродукти, газове, химикали. Офисите ни в Свиленград, ГКПП Капитан Андреево и ГКПП Калотина обслужват проекта TransitNet.

– Какво представлява проектът TransitNet?

– TransitNet е универсална, мултимодална услуга за електронно митническо транзитно гарантиране,

«С над 89 000 служители, 2600 офиса и лаборатории в целия свят SGS е световен лидер в областта на контрола и сертификацията на стоки и услуги.»

Контролните, сертификационните и лабораторните услуги са основните дейности на групата SGS. Част от тях са: контрол по външнотърговски сделки за внос и износ на всякакви стоки за доказване на съответствието с регламентирани количествени и качествени показатели, партньорство с банки и застрахователни дружества при кредитни сделки, инвестиционни проекти и оценка на рискове и щети, сертификация на системи по стандарти (ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001 и др.) под българска и международни акредитации, сертификация по HACCP, IFS, обучение на вътрешни одитори на системи за управление, обучение на одитори/водещи одитори на системи за управление в съответствие с изискванията на IRCA (International Register for Certified Auditors), сертификация на фирми, произвеждащи медицинска апаратура, EDGE сертификация, независим строителен надзор, фумигация, изпитване на препарати за растителна защита и много други.

при която SGS действа като отговорно лице към митниците от името на своя клиент, превозвачи, брокери, спедитори, износители и т.н., позволявайки им да създават транзитни декларации и да ги подават заедно с финансова гаранция в полза на митниците. Това се отнася за която и да е от митническите системи и държави, където SGS е отговорно лице. Многоезичната уеб базирана платформа улавя, контролира и наблюдава транзитни декларации, позволявайки на всички потребители да ги проследяват онлайн от началото до края на транзитния процес.

Понастоящем TransitNet е свързан с 26 различни митнически системи. Те включват 24 държави, предимно членки на митническата транзитна система NCTS, а също така и Молдова и Беларус, които са членки на Евразийския икономически съюз (EAEU). По този начин нашите клиенти имат достъп до 40 дестинации или страни на получаване, включително Бе-

«TransitNet е свързан с 26 различни митнически системи.»

ларус, Русия, Казахстан и Киргизстан. Системата непрекъснато се разширява и развива, за да отговори на нуждите на нашите клиенти.

TransitNet стартира в България през 2008 г. Началото не беше лесно, но с новосформирания екип от специалисти, всички с повече от 10 години опит в сектора на митническото обслужване, успешно се справихме с предизвикателството. Стартирахме проекта в рамките на Европейския съюз и Турция, където към момента SGS притежава най-големия дял от транзитния пазар. Скоро се разширихме и в много други страни извън Съюза, като например Сърбия и Македония. Имаме тясно сътрудничество и помощ от висшия мениджмънт на българските митници и перфектните специалисти, които работят там.

– По какво Вашата услуга се различава от останалите на пазара?

– TransitNet е уникален в света на митническия софтуер и услуги. Това е система с достъп от един прозорец до над 20 национални митнически системи. Ние не само предоставяме софтуера, но осигуряваме и митническата гаранция в полза на митниците. SGS действа като притежател на процедурата за всички транзитни движения, подадени чрез TransitNet. Това означава, че ако някога има несъответствия, митническите органи ще се свържат със SGS. Това е благоприятно както за митниците, така и за нашите клиенти, тъй като премахваме неприятностите им за митническите сделки с опитен, утвърден и надежден оператор.

Също така предлагаме денонощна техническа и оперативна поддръжка, а нашата мрежа от офиси за поддръжка, разположени в България и цяла Европа, осигурява на клиентите ни ненадминатата подкрепа.

ВИЗИТНА КАРТИЧКА

Димитър Марикин е завършил две магистърски степени в УНСС – социалноикономическо планиране и журналистика. Положил е успешно федералните изпити за експерт-счетоводители в САЩ – Certified Public Accountant.

Той се присъединява към SGS през 1993 г. и успешно заема различни финансови позиции, включително финансов мениджър на SGS България, SGS Украйна и SGS Русия, както и регионален финансов контролер за SGS филиалите в Източна Европа.

В момента е регионален мениджър Южна и Централна Европа на SGS, управител на SGS България, SGS Унгария и SGS Румъния.

«Разработваме мобилно приложение, за да улесним и ускорим процеса на въвеждане на данни.»

Основните ни партньори са най-големите и известни български и международни превозвачи, износители и спедитори, като със същия успех работим със средни и малки фирми. Ако една компания има устойчиво развитие и идеи за бъдещето, тогава тя е правилният партньор на SGS. Тенденцията за много бързо развитие на железопътния и интермодалния транспорт също се отрази на нашия бизнес. В момента можем да се похвалим с успешни проекти като партньори на пионерите в този бизнес сектор. Нашата услуга се използва от български и чуждестранни железопътни оператори в посока на стоките от ЕС към трети страни и обратно.

– От 1 януари 2021 г. Великобритания ще се отдели от ЕС. Как смятате, че това ще се отрази на българските превозвачи?

– Брекзит ще окаже огромно въздействие специално върху българските превозвачи. Според статистиката на Министерството на търговията на Великобритания всяка година 161 000 български камиона пътуват до и от Великобритания. Към днешна дата български превозвач, превозващ стоки от България до Великобритания или обратно, никога не се е нуждаел от митнически декларации. От 1 януари 2021 г. тези компании ще се нуждаят от митнически декларации. Светът на митниците и митническото деклариране е сложен и може да бъде разочароващ. Предоставянето на банкови гаранции на митниците е сложно, понякога невъзможно, но винаги скъпо. Нашата цел е да направим този преход за българските превозвачи плавен, да им помогнем да разберат новите изисквания и каква помощ могат да получат от нас.

– А как Брекзит ще засегне българските износители и вносители?

– Сега те са в същото положение като превозвачите, т.е. нямат нужда да представят никакви митнически декларации. След 1 януари всичко това се променя и за тях. За износ за Великобритания ще са необходими декларации за износ, а за внос за България от Великобритания – декларации за внос. Амбициозно е да се мисли, че български вносител ще подаде предварително декларация за внос на стоки, които дори не са пристигнали на територията на ЕС от Великобритания. По същия начин не е реалистично вносител от Великобритания да подаде предварително декларация за внос

«В офисите на SGS TransitNet в Свиленград, Капитан Андреево и Калотина работят над 20 специалисти с дългогодишен опит в митническия транзит и обслужване.»

на стоки, идващи от България във Великобритания. Тук транзитът ще бъде изключително важен както за вносителите, така и за износителите. Това ще направи мястото на освобождаване на стоките по-близо до действителното място на получаване на стоките.

– Как SGS и TransitNet могат да помогнат на българските компании преди Брекзит?

– Определено TransitNet може да помогне на българските компании преди Брекзит, независимо дали са превозвачи, износители, или вносители. SGS адаптира нивото си на митнически гаранции, за да предвиди нарасналите нужди. Клиентите на TransitNet могат да отварят транзитни декларации (Т2) от различни точки по пътя към Великобритания, независимо дали това е от България, или Франция. Освен в Зубен, Германия, ние разполагаме със собствени офиси за поддръжка във Венло и Маастрихт в Холандия, където декларациите за износ могат да бъдат затворени и транзитите да бъдат стартирани по опростена процедура. Ще имаме и офис за поддръжка, разположен в северната част на Франция, който ще бъде важен за придвижването от ЕС към Великобритания. Нашите клиенти също ще могат да подават декларации (Т1) от Великобритания по нормална процедура, както и по опростена процедура от одобрени места в цяла Великобритания. За български камиони, пътуващи до Ирландия, които използват британския мост, клиентите могат да подават декларации (Т2) чрез TransitNet. За обратни пътувания през сухопътния мост на Великобритания до континенталната част на ЕС нашите клиенти могат да подават транзитни декларации по опростената процедура, като се възползват от статута на SGS на оторизиран изпращач в Ирландия.

Има и редица други особености, на които българските превозвачи трябва да обърнат внимание. За движения между континентална Европа и Великобритания всички митнически декларации трябва да бъдат регистрирани в интелигентните гранични системи на ЕС и в системата за движение на превозни средства във Великобритания (GVMS). Това е задължение на превозвача в повечето случаи, но SGS TransitNet работи за опростяване на този процес, като прави директна връзка между нашия софтуер и тези национални гранични системи.

– Как препоръчвате българските компании да се подготвят за Брекзит?

– Да се свържат със SGS, разбира се! Чрез нашите филиали в ЕС и Великобритания ние разбираме добре новите изисквания. Можем да помогнем за насочването на компаниите и да ги посъветваме какво трябва да направят, за да се подготвят. Ние виждаме TransitNet като огромен посредник за търговията между България и Великобритания. Имаме опита, ресурсите и знанията, за да подпомогнем българските търговци по отношение на новите изисквания на Острова. Спедитори и превозвачи, клиенти на TransitNet, трябва да информират своите контрагенти, например износителите, с които работят, че могат да предложат транзитни услуги за стоки до и от Великобритания.

«Работим по свързването на TransitNet с руската митническа система.»

– Какви други услуги предлага SGS TransitNet?

– Друг важен аспект от новите услуги на SGS е транзитът (EPI + сертификат) от Беларус до страните от Евразийския икономически съюз (ЕИС), включително Беларус, Русия, Казахстан и Киргизстан. Това означава, че клиентите на TransitNet могат да подадат пълен пакет транзитни документи от България до тези страни от ЕИС в едно действие. Ние вярваме, че пълният ни пакет от EPI и гаранционен сертификат на конкурентна цена ще бъде изключително привлекателен за българските компании. SGS има и офис за поддръжка в Полша, стратегически разположен близо до границата с Беларус, на разположение за камиони за услуги, включително сканиране и печат на документи.

– Руският пазар е важен за българските компании. Ще може ли SGS да предложи на компаниите услугата и за връщане от Русия в България?

– Като SGS България ние специално разбираме значението на този маршрут за българските превозвачи. Имаме цел да можем да предоставим тази услуга на нашите клиенти. SGS е получила необходимите разрешения и статут, за да действа като отговорно лице за транзитни движения от Русия. Сега работим по свързването на TransitNet с руската митническа система. След като това стане факт, TransitNet ще може да предложи на нашите клиенти пълен пакет транзитни документи за движение от България през Черно море до Русия. Отново всичко това се случва през един-единствен прозорец, така че сме уверени, че ще бъде изключително привлекателна перспектива.

Това ще засили конкуренцията с ТИР, тъй като нашите клиенти ще могат да транспортират стоките си под режим износ до външната граница на ЕС и да отворят руски транзит (EPI + гаранция) при влизане в ЕАИС през руска граница. С TransitNet те вече няма да имат нужда да обработват и връщат карнета и ще бъдат сигурни в прекратяването на транзита си незабавно.

– Планират ли се други разширения на Вашата услуга?

– Разбира се. TransitNet винаги се развива и подобрява, за да отговори на изискванията на клиентите. Наскоро добавихме Словения и Швейцария към нашия списък с държави, от които можем да започнем транзит. В Швейцария можем също да предложим на клиентите си комбинация от декларация за износ и транзитна декларация в един пакет. Ние сме уникални с това, че реагираме на нуждите на нашите клиенти. В допълнение към Русия, като отправна страна, работим и по разширяването на услугата ни в Молдова и една много важна за българските превозвачи точка, именно Гърция.

SGS TransitNet има много нови разработки, планирани през следващите 12 месеца. Освен че разширяваме присъствието си в нови държави, планираме да разширим услугите си, като включим и износ. Това ще означава, че чрез TransitNet потребителите могат да направят декларация за износ и транзит с едно въвеждане на данни. В момента работим и върху ново потребителско приложение, както и върху мобилно приложение, за да улесним и ускорим процеса на въвеждане на данни.

В заключение, бъдещето на TransitNet е вълнуващо не само за нас, но и за нашите клиенти!

Васил ВАСИЛЕВ

SGS TransitNet

МИТНИЧЕСКИЯТ ТРАНЗИТ СТАВА ЛЕСЕН

TransitNet е универсална, мултимодална електронна митническа услуга за гарантиране и проследяване на Транзитни декларации, при която SGS действа като Отговорно лице към митниците от името на своя клиент(превозвачи, брокери, спедитори и др),което дава възможност на нашите клиенти да създават Транзитни декларации и да ги подават заедно с финансова гаранция в полза на Митниците към всички Митнически системи, където SGS е Отговорно лице.

ГЪВКАВ И ЕФЕКТИВЕН

В момента TransitNet е свързан с 26 различни митнически системи в ЕС, както и в Сърбия, Македония, Молдова, Беларус, Русия, Казахстан и Киргизстан. Ние непрекъснато се разрастваме и развиваме, за да отговори на нуждите на нашите клиенти.

ДЕНОНОЩНА ПОДДРЪЖКА

Клиентите на SGS TransitNet могат да се възползват от 24/7 поддръжка за всички въпроси, свързани с техните Транзитни декларации. Чрез нашите филиали и нашия екип от над 200 митнически експерти, SGS TransitNet е в състояние да предлагат техническа поддръжка, както и подкрепа за справяне с казуси в местните Митници.

НИЕ СМЕ ГОТОВИ ЗА **БРЕКЗИТ**

БРЕКЗИТ ще доведе до големи промени за всички компании, които в момента внасят, изнасят, търгуват или транспортират стоки от и до Великобритания и Ирландия. SGS TransitNet отнема сложността и неудовлетвореността на клиентите им, предлагайки им система с един прозорец, за да завършат митническите си процедури. Услугата включва пълен пакет експортни и транзитни документи за Износ от Великобритания до ЕС и извън него; Стартиране на транзитни документи от 23 NCTS страни за вътрешността във Великобритания.

TransitNet -
Митническият транзит става лесен

За повече информация, моля свържете се с нас на:
transitnet.bulgaria@sgs.com тел: + 359 882 624089
sales.transitnetbg@sgs.com тел: + 359 884710721

WHEN YOU NEED TO BE SURE

SGS

IBCS Bulgaria
Relentless Innovation
20 GREAT YEARS

20 години иновативни решения

Вилиян Кулев, управител на Баркод Системи България

Тази година една от най-големите компании, предлагащи баркод решения – Баркод Системи България, навърши 20 години от своето създаване. Фирмата е част от семейството на английската IBCS Group и е партньорът с най-висок статус в България (Premier Solution Partner) на най-голямия световен доставчик на мобилни и баркод технологии – Zebra Technologies. За тайната на успеха, за тенденциите в бранша и технологичните новости разговаряме с нейния управител Вилиян Кулев.

– Г-н Кулев, за 20 години Баркод Системи България се превърна в един от най-големите играчи на българския пазар за баркод системи. Как успяхте да постигнете това?

– Казано накратко – с желание, труд и късмет. Желанието да предоставяме на клиентите решения от висок клас и с високо качество. Труд – имало е, а и още има понякога моменти, в които дните се сливат. Късметът в двата му аспекта – да имаме в колектива интелигентни и добри колеги, както и да срещнем преди повече от две десетилетия нашия английски партньор, който безспорно е едно от най-големите имена в бранша и посредством който станахме част от IBCS Group. Имали сме и тежки моменти, когато не сме успявали да отговорим на всички изисквания на някой клиент, но желанието ни винаги е било да направим всичко възможно, така че всяко едно искане да бъде максимално удовлетворено.

За нас много важен е човешкият фактор. Във фирмената ни култура е залегнало, че човек допринася най-доброто от себе си, когато е в среда от доброжелателни професионалисти. Стараем се колегите винаги да се чувстват част от колектив, в който всеки може да получи помощ при необходимост. Ние сме една от компаниите, които доскоро инвестираха огромни суми в редовни тиймбилдинги. В текущата ситуация това няма как да стане и затова ги заместваме с най-различни онлайн преживявания. Не мисля, че бихме стигнали дотук, ако работехме с друг екип. При нас са едни от най-добрите професионалисти в България.

Винаги сме се отнасяли честно с хората, работещи в компанията – отпуските са толкова, колкото е по закон, хората се осигуряват върху реалните си заплати и т.н. Стремим се да предоставяме условия, позволяващи служителите да имат възможност за максимален фокус върху работата. Корупцията е забранен „бизнес модел“ при нас.

– Какъв партньор е най-големият производител на баркод устройства – Zebra Technologies?

– С една дума, сложен. Като лидер в бизнеса Zebra поставят високи изисквания към партньорите

На всеки няколко месеца големите производители пускат нови или обновени баркод устройства

си, но в същото време са абсолютен иноватор в областта. Те са първата компания, представила бизнес устройство с операционна система Android. Това се случи през далечната 2011 г. Zebra, първи в света, въведоха в масова употреба скенерите за четене на двумерен баркод. Те обясниха на пазара ползата от т.нар. сервизни договори, с които се надгражда стандартната гаранция. И още стотици други малки и по-съществени иновации, без които съвременният Auto-ID свят би изглеждал доста по-изостанал. Не е случайно, че нещо, представено от Zebra, се появява и при други производители чак след няколко години. Компанията инвестира около 10% от оборота си (от оборота, а не от печалбата!) в R&D, т.е. в развитие на нови идеи, софтуери, продукти и технологии. От началото на сътрудничеството ни с тях ние сме най-големият им партньор в България. Това върви заедно с десетките, ако не и стотици изисквания и стандарти, които трябва да спазваме.

– Какви са тенденциите в развитието на съвременните баркод системи?

– Зависи какво поставяме зад израза „баркод системи“. Едно време под баркод системи се разбираше най-вече оборудването, оперирацо по някакъв начин с баркодове – етикетните принтери, баркод скенерите и бизнес мобилните компютри с вграден баркод скенер. В областта на оборудването първата тенденция е т.нар. консюмеризация, т.е. навлизането на потребителски устройства за употреба в бизнеса (например мобилните телефони). Заради по-ниската първоначална цена част от клиентите приемат огромните рискове от ползване на потребителски устройства в доста по-агресивната бизнес среда. Факт е, че след негативния опит при подобни „експерименти“ една част от тях се връщат към употребата на устройства за бизнес среда.

Втората основна тенденция в последните години е преминаването от устройства, работещи с различни версии на Windows, към устройства, работещи на Android.

В днешно време изразът баркод система не включва само оборудването. Вече се има предвид цялостното решение – от оборудването и свързаните с него услуги, през софтуера за решаване на бизнес проблем до поддръжката за периода на експлоатация на системата. Все повече компании инвестират в цялостни системи от различен тип. Причините са недостигът и повишаващата се цена на пазара на труда, ръстът на конкуренцията в отделните бизнес сегменти и все по-голямата необходимост от оптимизация на процесите и разходите на бизнеса.

– Кои нови баркод устройства искате да отличите?

– Ако по времето на Windows операционните системи се обновяваха на няколко години, сега динамиката при Android е доста по-висока. Променят се изискванията към платформите, върху които се изграждат устройствата. Нови или обновени устройства излизат в продажба на всеки няколко месеца при основните производители на такъв тип оборудване. Днес е трудно да се отличат някакви устройства, а и различните бизнеси имат различни нужди. Най-правилното е да се посещават сайтовете на производителите и фирми като нашата, които ги представляват. Задължително е да се консултираме със специалист, който да разбере бизнес проблема и да предложи правилното решение.

– Освен доставчик на баркод устройства, компанията ви е интегратор на софтуер за управление на склада, за управлението на продажби в дистрибуцията и др. Как се развива този клон от Вашата дейност?

– Както споменах, пазарът на цялостни решения претърпява бум в последните години. Успоредно с това се появява по-голяма и по-агресивна конкуренция, а клиентите стават все по-компетентни и по-взискателни. От друга страна всеки знае какво става на пазара на специалисти в ИТ областта. Така че и ние имаме моменти на предизвикателства, но въпреки всичко имаме стабилен ръст на продажбите на софтуер.

– Какви нови иновативни решения планирате да предложите на своите клиенти в близко бъдеще?

– Като цяло фокусът ни е да предлагаме ограничен брой, но добре познати и добре работещи решения. Въпреки това в един сегмент, който изглежда донякъде запълнен, решихме да експериментираме и с готово за употреба (out-of-the-box) решение за инвентаризация на ДМА. То се разработва от много години от нашите колеги в IBCS Group от Словакия и се продава вече в над 10 държави, в Европа и Азия. Също така виждаме сериозен ръст в изграждането на решения, базирани на RFID технологията. Имаме и няколко други проекта за нови решения в процес на анализ и разработка, които времето ще покаже дали ще успеят да се наложат на пазара.

Васил ВАСИЛЕВ

От оригинална семейна рецепта се ражда бизнес идея

Шоколадите Casa Kakau се правят от какаови зърна, които идват директно от фермите в Еквадор

„Намирате ни в творчески хаос." С тези думи започва разговорът ни с Иван Илчев, основател и собственик на Солео България. Фирма произвежда занаятчийски шоколад, приготвен в каменна мелница по автентична семейна рецепта и технологията bean-to-bar (от какаовите зърна до шоколада). Какаовите зърна за натуралните шоколади се доставят директно от малки ферми в Еквадор. Шоколадовите изкушения се разпространяват както на българския пазар, така и до други страни от Европа, САЩ и Източна Азия.

Семейната фирма е регистрирана преди 4 години, но разработването на рецептата за натурален веган шоколад започва доста преди стартирането на бизнеса. Това е една от онези приказни истории, които превръщат препятствието в успешен бизнес. Иван и Ивалина Илчеви решават да приготвят домашен шоколад от какаови зърна за своя син, който е със силна хранителна алергия. Затова шоколадът трябвало да е без мляко и животински продукти, лецитин, глутен, подобрители, консерванти и стабилизатори. Впоследствие оригиналната семейна рецепта става основата на бизнес идея. След внимателно проучване на суровини, оборудване и пазара стартират производството на занаятчийски шоколад под бранда Casa Kakau. За направата му се използват само натурални продукти, ядки и сушени плодове. Освен шоколадови блокчета в портфолиото присъстват още чай от какаови зърна, какао на прах, шоколад за пиене и натурални десерти.

Директно от фермите

Шоколадовите изкушения, които се произвеждат от Casa Kakau, се приготвят с какаови зърна, внасяни от малки ферми в Еквадор. По този начин се гарантира качеството на изделията, избягва се престоят на суровините в междинни складове в Европа и същевременно се подкрепят фермерите, отглеждащи какао. Предприемчивата двойка предварително е направила обиколка на различни ферми в Еквадор, за да изберат какаото за шоколадовите блокчета.

„Вече става по-лесно, защото се познаваме и с един имейл или онлайн разговор можем да направим поръчка. Рисковете са много големи, ако не познаваш отсрещната страна. Затова държим на връзките с фермерите. Изградили сме си добри отношения с тях. Като директен вносител заплащаме дължимото за техния труд, а не на търговци или прекупвачи. По този начин помагаме на фермерите да подобрят стандарта си на живот и да заложат нови реколти", обясни Иван Илчев.

Сезонът на какаовата реколта продължава от ноември до май. Плодовете от какаовото дърво са с яйцевидна форма, с дължина от 15 до 30 см и ши-

ШОКОЛАДОВАТА КЪЩА

През септември тази година Casa Kakau отваря вратите на ново производствено хале в Пловдив. Производствената част е разположена на 423 кв.м, предвидени са и около 100 кв. м административна част. Парцелът разполага и с допълнителни външни части, където се складира суровината. В бъдеще се предвижда разширяване на складовата част за складиране на суровини без температурен режим на съхранение.

В активен сезон могат се произвеждат около 30 – 40 хил. барчета от най-високия клас шоколад

Шоколадовите изкушения се разпространяват както на българския пазар, така и до други страни от Европа, САЩ и Източна Азия

Занаятчийският шоколад се приготвя в каменна мелница

рочина 8 – 10 см. Всеки какаов плод съдържа между 20 и 60 зърна. След прибиране на реколтата какаовите зърна преминават през процес на ферментация и сушене. В дървени кутии се поставят какаовите зърна, като между тях се подреждат листа от бананово дърво. Ферментацията протича в рамките на 7 до 10 дена и след това започва сушенето. Поради високата влажност в тропиците какаовите зърна трябва да се транспортират бързо, за да се избегнат загуби.

Всеки един подготвен чувал с какаови зърна е брандиран с логото на фирмата. При транспортирането на партидите се използват контейнерни линии. Пратките се транспортират чрез шипинг компания. Фермерите консолидират пратките, поставят ги в контейнери, облицовани с велпапе, и ги транспонират до най-голямото пристанище в Еквадор – Гуаякил. На порта контейнерите трябва да се съхраняват под палубата и далеч от източници на топлина. Маршрутът на какаото преминава през порт Ротердам (Нидерландия), а от там товарът се изпраща за пристанище Бургас или Варна. Понякога контейнерите от Нидерландия заминават за Солун (Гърция) и се претоварват на наземен транспорт. Суровината пристига в България за около 30 – 40 дена.

„Контейнерната линия от Гуаякил е малко по-дълга, но плюсът е, че е редовна. Обикновено всяка седмица тръгва кораб от порт Гуаякил за Европа. Нашата задача е да качим пратката на първия възможен кораб и да изберем най-добрата линия с помощта на спедитори. Партньорството със спедитори ни спестява много време в проследяване, комуникация и абсолютно цялата логистика. Когато е пиков сезон и бидейки малък екип, често аутсорсваме някои от задачите, свързани с логистиката. Това ни дава възможност да бъдем по-гъвкави“, подчертава мениджърът.

При транспортирането е важно какаото да бъде защитено от повреди, причинени от влага. Самият контейнер трябва да е снабден с влагоабсорбиращи материали. Те наподобяват торбички, които се закачват на покрива на контейнера и нямат досег със суровината. Контейнерът също така трябва да е нов, да не е амортизиран, да няма дупки и течове.

„Произвеждайки занаятчийски шоколад, без добавки и заместители, най-важното за нас е да се запази вкусът на какаовото зърно. Затова внимателно избираме суровината и транспорта“, отбелязва управителят.

Пристигайки на българско пристанище, товарът се извозва с платформи до Пловдив, минава през митническата агенция, махат се пломбите и се заскладява в базата. Информацията за доставената суровина се въвежда в ERP система на фирма. Екипът има още един плюс – разполага с дъщерна фирма митническа агенция, което изключително улеснява митническите операции.

ВИЗИТНА КАРТИЧКА

Иван Илчев е основател и собственик на Солео България. Завършва маркетинг в университета в Утрехт (Нидерландия), след което придобива MBA степен по маркетинг от City University of Seattle и магистратура от Софийския университет „Св. Климент Охридски“ със същата специализация. Преди да стартира собствен бизнес, маркетологът натрупва близо 8 години опит в сектор маркетинг и реклама при един от най-големите производители на велосипеди и детски колички в страната.

Bean-to-bar

Шоколадът на Casa Kakau е създаден по технологията bean-to-bar, т.е. от какаовите зърна до шоколада. „Производството е много интересно - то е най-приятната част в целия процес от фермата до шоколадовото блокче. С него затваряме цикъла. Тоест контролираме договарянето с фермерите, опаковането, транзита на контейнера, митническите документи, организацията за разтоварване и заскладяване“, разказва мениджърът. В активен сезон, какъвто обикновено е периодът от септември до средата на май, екипът може да произвежда около 30 – 40 хил. барчета от най-високия клас шоколад по технология за бавно производство.

Започва се със сортиране на какаовите зърна, за да може да се избегне наличието на външни примеси. Следва процес на изпичане, натрошаване и отделяне на какаовата люспа. Занаятчийският шоколад се приготвя в каменна мелница, след което се разлива, охлажда, отлежава, пакетира и подготвя за експедиция.

„Залагаме на ръчното производство, защото, ако внедрим систематизирана поточна линия, губим връзката с клиента чрез нашия продукт. Това, че го произвеждаме ръчно, позволява да инспектираме всяко шоколадово блокче“, обяснява Иван Илчев.

По този начин се избягва и бракуването на продукция, тъй като всяко шоколадово блокче още на изхода се проверява. Предизвикателствата обикновено идват при процеса на темпериране, когато например могат да се появят бели петна или линии. Това не влияе толкова на вкуса на продукта, колкото на външния му вид, но ръчното производство позволява блокчето да се върне и да се темперира правилно. Именно по време на този процес се извършва първичният контрол, като под насочено осветление се инспектира всяко шоколадово блокче.

За направата на шоколадовото изкушение се използват само два вида ядки – бадем и лешник. В зависимост от това през коя част на годината има реколта и каква е като качество, ядките пристигат от Турция или от български ферми. Използват се само първокачествени ядки.

„Влагаме ядки, които можем да проверим дали нямат наранявания, и ние си ги смиламе. По този начин гарантираме, че няма примеси в самото производство“, обяснява шоколатиерът.

Процесът на опаковане също е изцяло ръчен. По време на самото пакетиране се извършва вторичният оглед. Така минимум двама души правят проверка на продукцията. Шоколадът е много чувствителен към резките температурни амплитуди. Препоръчителната температура за съхранение на готовата продукция е между 16 и 22 градуса.

Дистрибуционни канали

„Стараем се да достигаме до правилната аудитория. Това са взискателни клиенти и държат на начина, по който се хранят, и на това да знаят какво има в състава, т.е. най-важната част от нашата опаковка е гърбът ѝ, където са съставът и таблицата с хранителните стойности. Най-често клиентите ни питат дали продуктът е подходящ за кетодиета, за диабетици, може ли да се консумира при определени алергии. Обаждат ни се, пишат ни по мейла, през социалните мрежи. Стараем се да поддържаме добра комуникация с крайните клиенти“, обяснява мениджърът.

Готовата продукция се разпространява до всяка точка на страната. Работи се с крайни клиенти чрез електронен магазин. Стоката се пласира и с дистрибутори. Може да се намери на рафтовете на големите вериги, локалните хипермаркети, безмитните магазини (duty-free), хорека, търговските обекти, които предпочитат да зареждат директно от производителя. В страната доставките на готова продукция са главно чрез куриерски фирми. Продуктите обикновено пътуват през нощта, когато условията са подходящи. Стоката се пакетира в минимум две транспортни опаковки освен собствената. По този начин се получава тройна защита на самия продукт, а шоколадът се предпазва от разтапяне или преохлаждане при доставката.

Готовата продукция се изнася и за Германия, Сърбия, Румъния, Гърция, Люксембург, Полша, Нидерландия, САЩ и Тайван. При експорта се партнира с логистични фирми. За палетните пратки се използва групажният транспорт, като най-често се изпращат малки пратки до дадена дестинация.

„Когато доставяме стока до съседните страни, разчитаме на българските куриери. По този начин например работим с партньорите от Букурещ, Атина и Солун. Много търговци си поръчват директно от нас. Това са малки семейни компании, с които се запознаваме обикновено по изложения. Те правят заявки за малки количества със стока, която бързо могат да продадат. Куриерите чисто логистично позволяват на търговците и на нас, като производители, система за доставка точно навреме – just-in-time delivery. Специално за балканските страни доставката се извършва до 48 часа“, обяснява мениджърът.

Големите въпросителни

Пандемията от COVID-19 силно повлиява на продажбите. Един от най-развитите канали за разпространение на готовата продукция е бил прекъснат, а именно безмитните магазини по летищата. С намаляването на полетите и потока с пътници се затварят и обектите на летищата. С друго предизвикателство екипът се сблъсква по време на две големи изложения в Германия, където редовно участва. Перспективните търговци, с които са установили за първи път контакт, временно се отдръпват.

„Продължаваме да работим със стари партньори. Новите искат да изчакат, притеснено им е заради неясната ситуация. Транспортът бе затруднен, а търговските обекти бяха затворени или работеха с непълен капацитет. Всички са изключително предпазливи“, споделя мениджърът.

Логистиката на готовата продукция чрез куриери освобождава време за екипа, а доставките се изпълняват по-бързо.

„Освободихме си време, за да можем да реагираме, подготвим и увеличим капацитета. След време планираме да развием собствен автопарк и транспорт. Но всичко зависи от пазара и потребителското поведение – посочва Иван Илчев. – Специфичното за нас е, че не сме класически бизнес. Ролята ни е да покажем на потребителите какво представлява чистият натурален шоколад и защо има предимства. Ние непрекъснато се развиваме. Вече разполагаме с нова база, отговаряща на всички изисквания. Подготвени сме за по-голям износ, но всичко зависи от възстановяването на пазарите. Живеем в интересна пазарна среда. Непрекъснато се променят нагласите и тенденциите. Има неяснота и е изключително сложно да се планира. От чисто стратегическа гледна точка най-голямото предизвикателство е свързано със средносрочното планиране.“

Тенденциите са за все по-голяма дигитализация на търговията с бързооборотни стоки, затова екипът съсредоточава усилия в развитието на електронните платформи.

Малък колектив

В семейната компания към момента работят шестима, като с отварянето на новата база екипът може да се разшири до 15 души.

„Успяхме с времето да изградим добър колектив и много държим на хората, с които работим – казва Иван Илчев. – Това, че екипът ни е малък, е плюс, защото можем много бързо да се заместим един друг и да реагираме в различни казуси и ситуации. Планираме да се разраснем и целта ни ще е да интегрираме новите колеги и да създадем същата атмосфера и за тях.“

Гена ЦВЕТАНОВА

Unimasters

Класацията FREIGHTTECH 2021

Крейг Фулър

За трета поредна година читателите на FreightWaves излизат с класациите FreightTech 25 и FreightTech 100, отличаващи най-иновативните компании в транспортната индустрия на САЩ и частично в още 14 страни. Повечето от тях са носители и на наградите FreightTech Awards 2020. Победителите бяха избрани през октомври т.г. сред повече от 500 номинации на 220 компании в 31 американски щата и държави – Англия, Германия, Канада, Дания, Индия и др.

Силно доминирана от технологични компании в транспортния сектор на САЩ, изградени с рискови капитали, тази класация далеч не е пълна и обективна, тъй като отразява личните мнения и предпочитания основно на избрани представители на американския бизнес, следващи методологията на счетоводно-одиторската компания KSM. Въпреки това FreightTech класациите са чудесна предпоставка и база за задълбочено и вече наложително глобално изследване на технологичните постижения в световната транспортна индустрия, обхващащо и Европа, Азия и Австралия.

Господството на платформите и екосистемите

За трета поредна година Amazon заема първото място във FreightTech 25 заради комплексното си участие в технологичното развитие на индустрията и налагането на основните двигатели на промяната – бързина, удобство и приятни клиентски преживявания. В основата на избора на победителите е тяхната способност да осъществяват цифровизация и дигитална трансформация на веригите на доставка чрез автоматизация, видимост и прозрачност на процесите в единна свързана платформа или няколко допълващи се платформи, които образуват интегрирана екосистема.

„Изборът ни се основава изключително на достойнствата на всеки класиран участник“ – твърди Крейг Фулър, изпълнителен директор на FreightWaves. – Така отдаваме дължимото на най-иновативните компании, които променят транспортната и логистичната индустрия.“

Схема 1

Схема 2

Първите пет класирани са ярки изразители на случващите се радикални промени, които ще формират индустрията през следващите няколко години. Amazon е безспорен лидер в развитието на глобалната електронна и мобилна търговия. Project44 е най-голямата мултимодална платформа за прозрачност на транспортните процеси и проследяване на транспортните средства, обхващаща голяма част от товародателите и логистичните доставчици в Global 2000 в САЩ и Европа. Convoy е гигантска транспортна борса, която доминира американския пазар за автомобилни превози, оценяван годишно на 800 млрд. щатски долара. Platform Science е отворена технологична платформа за сензорна комуникация (IoT), която осигурява пълен контрол върху движението на товарните автомобили, спазването на законовите ограничения, професионалното поведение на водачите и ефективността на превозите. А Tesla е най-иновативната и най-дълго изпробвана екосистема за автономно пилотиране на електромобили от Ниво 4 и 5, с лидерски позиции в автомобилостроенето на бъдещето и космическите превози.

Във FreightTech 25 има и няколко все още не много известни на глобалната логистична общност компании с огромен технологичен потенциал, като Baton – за оптимизация на непроизводителните престои на автомобилите при почивки на водачите, Samsara – за интелигентно GPS проследяване, Ike – управление на автономни автомобили, 6River Systems за складови роботи и e-fulfilment решения и други (виж схема 1).

FreightTech 100 и скромното европейско присъствие

Разширената класация FreightTech 100 е по-обхватна, като включва освен технологични компании и основните интегратори, така и логистични оператори с подчертана технологична ориентация. С изключение на германските Sennder, Forto, Container xChange и DHL, канадската Descartes, както и израелските Freightos и Bringg, всички останали компании са американски. В Daimler и Platform Science, която е дъщерно дружество на Daimler, технологичните продукти са немски, но са представени чрез американски дъщерни дружества.

Странно впечатление прави отсъствието в класацията на HERE Technologies, но в този сегмент е включена WAZE, която от юни 2013 г. е собственост на Google (виж схема 2).

Рубриката се води от Николай БОЖИЛОВ изпълнителен директор и председател на СД на Юнимастърс

Кризата налага преоткриване на бъдещето

Юлиян Михов, директор Бизнес развитие за Централна и Източна Европа в PwC

Едва ли ще се намери бизнес, който ще забрави уроците на кризата. Изправени пред COVID-19, мениджърите трябваше бързо да реагират на променените потребителско търсене, да намерят нови източници на финансиране, да задържат своите служители и клиенти.
Създават ли се нови бизнес модели? Инвестират ли фирмите в цифрова трансформация на процесите? Как ще издържат на свитото потребление? Въпросите към бъдещето са много – отговори търсим заедно с Юлиян Михов.

– Г-н Михов, има ли формула, по която бизнесът да излезе по-силен от ковид кризата?

– COVID-19 пандемията определено постави на изпитание компаниите и правителствата в целия свят. И докато решенията на държавните органи невинаги са рационални, тъй като са повлияни от редица социални и политически фактори, то собствениците и ръководителите на компании приеха от упор предизвикателството COVID-19. Пандемията ги постави в ситуация, в която имаха малко време за вземане на много отговорни решения, в резултат на които бизнесът може да оцелее или да загине. Според мен шанс полесно да преминат през този кризисен период имат тези компании, които възприемат пандемията не само като предизвикателство, но и като възможност да подобрят ефективността на работата си, да предложат на пазара нови продукти и услуги, да потърсят нови клиенти, да приложат нови политики за управление на дейността си, да променят дори веригата си на доставки. Ще дам един малък, но много ярък пример от ежедневието ни – забелязахте ли как за няколко месеца след въвеждането на извънредното положение през март се увеличи броят на онлайн магазините в България и как търговците се надпреварват да предлагат повече удобства за потребителите си, как вече таксиметровите шофьори (поне в София) не ви поглеждат като буреносен облак, ако ги попитате дали можете да си платите сметката с карта, а не в брой. Промениха се търговците на дребно, които си търсеха какви ли не оправдания, за да предлагат продуктите си онлайн; промениха се таксиметровите шофьори, които се страхуваха да не стане достояние на НАП колко са реалните им доходи. Никой днес не се оплаква от дигитализацията на дейността си.

ВИЗИТНА КАРТИЧКА

Юлиян Михов е директор Бизнес развитие за Централна и Източна Европа в PwC, базиран в България. Преди да се присъедини към ПрайсуотърхаусКупърс през 2017 г., той е работил в продължение на повече от 20 години за други консултантски компании от т.нар. „Голяма четворка“ в България, Нидерландия и Великобритания в сферата на международното данъчно облагане, правните услуги и планиране на чуждестранни инвестиции. Сред клиентите му има както големи международни корпорации, така и семейно притежавани компании в България и Югоизточна Европа.

– Как да се адаптира бизнесът към новата среда?

– За съжаление, няма унифицирана рецепта, но всички консултанти се обединяват около това, че само адаптивните и гъвкавите компании и бизнес ръководители могат да оцелеят в настоящата сложна икономическа обстановка. Тази гъвкавост и адаптивност касае всички елементи на веригата на доставки – от правилния подбор на клиенти, разбиране на техните нужди и потребности, създаване на условия на служителите да работят пълноценно и ефективно независимо дали са в офиса, или в дома си, да се използват всички възможни технологични решения и продукти, които ще позволят въпреки епидемичната обстановка работата да не спира, и се стигне до преосмисляне на това, с какво да се занимава компанията – reinventing the future, както го наричаме в консултантските среди.

«Всеки бизнес следва да преосмисли своята собствена финансова дисциплина и да управлява отговорно паричните ресурси, с които разполага – да планира и да контролира строго своите приходи и разходи.»

– А как да се предпазят от изненади през 2021 г.?

– Ковид епидемията даде възможност дълго отлаганият процес на дигитализация в икономиката и обществения живот да се случи – макар в някои области това да не бе съвсем успешно, или пък да се реализира само частично и не напълно качествено. Безспорно, тези от компаниите, които желаят 2021 г. да е по-успешна за тях от отиващата си 2020-а, следва да преосмислят модела си на работа и привличане на повече технологични решения в дейността си. Всяка компания следва да се опита да намери адекватни за продължаващата здравна криза продукти и услуги, които да предложи на клиентите си. Бизнесът трябва да се подготви да бъде по-гъвкав и адаптивен, да взема бързи решения, психически да се настрои да приеме риска, че вероятно и през 2021 г. може да липсва предвидимост и възможност за консервативно планиране. Не на последно място, собствениците и ръководителите на компаниите следва да имат прозрачно и отговорно поведение – към своите бизнес партньори, към своите служители и разбира се, към клиентите.

– Какви възможности за финансиране на бизнеса са актуални в новата реалност?

– Колкото и странно да звучи това, в момента наблюдаваме рядко срещана (макар и невинаги достатъчно бърза в реализацията на проектите) готовност за финансово подпомагане на бизнеса с публични средства. А финансовите инвеститори продължават да са силно активни, както винаги са правели по време на кризи. Но банковият сектор, дори да разполага със свободен паричен ресурс, ще бъде внимателен и предпазлив и на него ще могат да разчитат повече бизнесите, които разполагат с достатъчно активи, които могат да използват за обезпечаване на кредитите си. Малкият и средният бизнес следва определено да заложи на алтернативни форми на финансиране, каквито има, но разбира се, следва да бъде активната страна, да предлага иновативни и добре обмислени проекти, за да привлича нужния финансов ресурс. Не на последно място, всеки бизнес следва да преосмисли и своята собствена финансова дисциплина и да управлява отговорно паричните ресурси, с които разполага – да планира и да контролира строго своите приходи и разходи.

– Какви изненади може да очаква една фирма, която търгува с компании от Великобритания след 31 декември 2020 г.?

– За съжаление, „твърдият“ BREXIT вече е факт, макар и правителството на Великобритания все още да храни надежди, че ще успее до края на 2020 г. да договори още компромисни мерки от страна на ЕК. Затова не изненада, а реалност през 2021 г. ще бъдат изискванията за митнически контрол, фитосанитарен контрол, регистрации и получаване на разрешителни за търговия с редица стоки от България (и ЕС като цяло) към Великобритания и обратно. За компаниите в сферата на услугите и комплексните доставки ще имат друго измерение темите, като режима на пребиваване във Великобритания, признаването на професионална квалификация от властите на Великобритания, контрола върху използвани лични данни на клиенти и потребители и къде и от кого ще се обработват и съхраняват тези данни. Бих посъветвал българските компании, които искат да реализират своите стоки и услуги на британския пазар и след 1 януари 2021 г., да потърсят съдействие веднага от своите правни и данъчни консултанти, британските си партньори (ако вече имат такива), британското посолство в София, Британо-българската бизнес асоциация.

Богиня МАТЕЕВА

Празничният шопинг: дигитално изживяване в нова реалност

Йорей Абрахам: Потребителите искат повече от бърза и гъвкава доставка

Взискателните и дигитално ориентирани потребители трансформираха веригите на доставки в света на електронната търговия, а пандемията от коронавирус ускори още повече темповете ѝ на растеж. Какъв е ефектът от ръста на електронната търговия върху логистиката в Европа? Какви ще са последиците за онлайн ритейлърите и техните логистични партньори след преходния период за Брекзит? Какви промени ще наблюдаваме в дългосрочен план? На тези въпроси ни отговаря професор Йорей Абрахам, изпълнителен директор на Ecommerce Foundation.

Електронната търговия (e-commerce) става толкова конкурентна, че компаниите с неефективни вериги на доставки могат да очакват да загубят бизнес. Клиентите очакват да получат пратката си в рамките на деня независимо дали става въпрос за храна, облекло, или нова технологична джаджа. Ръстът в продажбите на електронна търговия е достигнал 636 млрд. евро през 2019 г., което е с 14,2% повече от предходната година, сочат данните от Европейския регионален доклад за електронна търговия за 2020 г., подготвен от организациите Ecommerce Europe и EuroCommerce съвместно с изследователския институт RatailX. Оборотът за онлайн търговията в Европа се очаква да нарасне с около 12,7%, достигайки до 717 млрд. евро през 2020 г.

„През 2019 г. наблюдавахме ръст на e-commerce пазара в Източна (26,55%) и Южна Европа (22,49%). Тези региони все още догонват Западна и Северна Европа, които също все още показват силен растеж (12%)“, посочи проф. Абрахам.

Секторът на електронната търговия в Европа ще продължи да расте, като се предполага, че ще достигне до 40%. Процентите са различни за всяка държава и зависят от ограниченията, които са наложени в нея. Някои европейски държави са успели да се адаптират доста бързо към нарастващото търсене. Особено страните със силни национални логистични доставчици.

Наблюдава се повишаване на цените, особено при въздушния товарен превоз. В зависимост от дестинацията, между 60% и 80% от пратките се транспортират с пътнически самолети. Тъй като броят на пътническите полети рязко спадна, разходите за въздушното карго се увеличиха. Експертът прогнозира, че тази ситуация няма са се промени бързо и през 2021 г. транспортирането на ваксини може дори да увеличи допълнително търсенето, докато капацитетът ще остане ограничен. Засегнати са и други области. В Западна Европа се наблюдава покачване на складовите разходи още през септември до нивата, характерни за декември.

E-shopper нагласи

Наблюдава се и промяна в нагласите на потребителите към онлайн търговията. При артикулите тип „домашен майстор“ и спортните стоки се забелязва впечатляващ ръст. Конференцията на ООН за търговия и развитие (UNCTAD) направи проучване в няколко държави за това до каква степен се очаква потребителите да продължат да пазаруват онлайн. Данните в повечето страни сочат, че клиентите ще продължат да пазаруват онлайн и тази тенденция ще нараства, т.е. поведенческата промяна е постоянна. Експертът прогнозира, че

ВИЗИТНА КАРТИЧКА

Йорей Абрахам е изпълнителен директор на международната организация Ecommerce Foundation и професор по електронна търговия в Университета за приложни науки, TIO. Има над 20 години опит в сектора на електронната търговия. Бил е e-commerce мениджър на верига универсални магазини от висок клас в Нидерландия, управлявал е една от най-големите туристически организации в Европа и е бил директор на компания за внедряване на и стратегическо планиране на е-търговия. Успоредно с тези дейности, съвместно с партньори основава и две компании.

ще се извършват покупки, които никога досега клиентите не са обмисляли да правят онлайн. Например ще се купуват повече автомобили онлайн и дори покупката на къща ще се превърне в „дигитално изживяване". Хората няма да посещават къща два или три пъти физически, преди да я закупят. Първите огледи могат да са изцяло във виртуална среда.

Експертът прогнозира, че голяма част от ритейлърите с физическо присъствие няма да „оцелеят". Най-силно засегнати от кризата са по-малки центрове и магазините в провинциалните градове. Тази тенденция продължава вече няколко години, но в сегашната криза се ускорява. Със затварянето на магазините търговските улици стават по-малко привлекателни, което води до последващи фалити. Според проф. Абрахам онлайн пазаруването за повече потребители ще бъде не само по-положително преживяване, но в доста случаи те вече няма да имат избор.

„Потребителите искат повече от бърза и гъвкава доставка. Те искат да контролират къде и кога се доставя тяхната пратка. Точно както онлайн пазаруването, доставката трябва да бъде безпроблемна", отбелязва e-commerce експертът.

Екологична доставка

Тъй като електронната търговия нараства, увеличава се и изискването за по-щадяща околната среда доставка. Независимо че според няколко проучвания електронната търговия е „по-зелена" от традиционния ритейл, местните власти увеличават ограниченията. Най-много инвестиции се наблюдават в по-благоприятни за климата възможности за доставка – велосипеди, пунктове за вземане, електрически автомобили. Експертът дава пример с нидерландската стартъп компания Picnic.

„Те успяха да направят онлайн доставките на хранителни стоки печеливши с изцяло ново разработено електрическо превозно средство, което младежите имат право да карат. Те могат да паркират почти навсякъде и в резултат не блокират улиците по време на доставката", посочи проф. Абрахам.

Brexit ефектът

Въздействието на Брекзит ще бъде широкообхватно както във Великобритания, така и в ЕС и извън него. „Трудно е да се предвиди дали ще има политически промени в последния момент. Опциите са две. Ще бъде подписано споразумение и бавно ще се намали тежестта върху логистичните доставчици. Сценарият, при който континентална Европа и Обединеното кралство ще се сблъскват с все повече тарифи, митнически и граничен контрол, също е много вероятен", посочва проф. Абрахам.

Основното предизвикателство, пред което ще се изправят търговците на дребно във Великобритания след т.нар. преходен период, ще бъде при внос от ЕС. Около 80% от хранителните продукти и суровината за тях във Великобритания идват от ЕС според данните на Британския консорциум за търговия на дребно (BRC). Това може да бъде повлияно значително чрез промени в тарифите, които след това биха увеличили цените на храните и може да удължи времето за доставка.

Според Маккинзи 54% от вноса в Обединеното кралство идват от ЕС. Цветята например обикновено се внасят от Холандия, така че всички британски цветари, които продават онлайн продукцията, ще бъдат засегнати от Брекзит от гледна точка на предлагането. Търговците на дребно в Обединеното кралство, които продават в ЕС, също ще се сблъскат с логистични и документални проблеми.

Активният сезон

С настъпването на коледните и новогодишните празници идва и пиковият сезон и проф. Абрахам предвижда „големи проблеми" във веригата на доставки. Няколко национални асоциации за електронна търговия стартираха маркетингови кампании със своите членове, за да насърчат потребителите да направят онлайн поръчките си по-рано.

„Добавянето на 40% ръст към и без това много предизвикателния период ще доведе до проблеми. В момента втората вълна на COVID-19 удря повечето европейски страни, което само влошава ситуацията. Търговците трябва да управляват очакванията на клиентите, като ги информират за реалните срокове на доставка", подчертава експертът.

Професор Абрахам отправи поглед и към бъдещето, като отбеляза, че много технологични тенденции набират още повече скорост. Изкуственият интелект, гласовата търговия, абонаментният модел, маркетплейсите ще продължават да набират сила. Най-голямата промяна се наблюдава при виртуалната реалност.

Гена ЦВЕТАНОВА

Кой ще е Дядо Коледа 2020?

Възходът на онлайн пазаруването превръща куриерите в най-чаканите доставчици на коледни подаръци

И ето тръгва си 2020-а. Една от най-трудните години. Можем да ѝ дадем още много определения: предизвикателна, стресираща, непрогнозируема, отрезвяваща… И всички те ще бъдат верни, защото 2020 г. изправи мениджърите пред много въпроси, два от които ключови: Как да създавам стойност по време на криза и как да подготвя фирмата си за работа в новата реалност? Но преди да се запитат това, ръководителите на всички нива си дадоха сметка колко ценно е здравето на хората, с които работят, защото без тях не можеха да отговорят на нито един управленски въпрос. Веднага след защитните мерки стана ясно още нещо – колко опасно е отлагането да се дигитализират процесите и да се чака катализатор, за да се намерят гъвкави решения за действие. Катализаторът се появи толкова внезапно, че светът изпадна в шок от спирачния удар…

Една от многото прогнози за бъдещето е на съоснователя на Microsoft Бил Гейтс и гласи така: „Коронавирусът ще промени коренно начина, по който хората пътуват и водят бизнес, дори след като пандемията приключи. Моята прогноза е, че над 50% от служебните пътувания и над 30% от дните, прекарани в офис, ще изчезнат завинаги. От време на време ще ходим до офисите и понякога ще пътуваме по бизнес, но това ще се случва много по-рядко."

Но дали у дома, в офисите или в командировка хората ще купуват все повече онлайн и ще искат бързи и точни доставки.

Събитията, които предизвика COVID-19, разбъркаха многоканалния микс и изправиха в невиждан двубой електронната търговия срещу търговията на дребно във физическите магазини. И като че ли няма връщане назад, затова логистичните операции ще трябва да се приспособят към победата на онлайн пазаруването.

Дядо Коледа в купол

Снимки, на които Добрият старец седи в огромен прозрачен купол и си говори с децата, спазвайки мерките за безопасност, заляха социалните мрежи. Няма спор – това е иновативно решение, даващо ни знак как в дните, когато не можем да минем през любимите си магазини, трябва да превърнем коледно-новогодишното пазаруване в нов вид изживяване.

В някои европейски държави карантинните мерки се разхлабват, в други се затягат. А точно през декември хората купуват подаръци за семейството, за близките, за приятелите. И дори за дома, за да го направят по-уютен в тихите нощи. Безспорно онлайн търговията ще отбележи нови върхове, които тепърва ще влизат в статистики и анализи. Но… големият проблем ще дойде с доставките.

Един от лекторите на осмата Логистична бизнес конференция зададе реторичния въпрос: „Ще си поръчаме всичко по интернет, но кой ще бъде Дядо Ко-

Търсенето на складови работници нараства едновременно с търсенето на складови площи като цяло

леда?“. Казано на логистичен език, кой ще обработи стоките в складовете, колко транспорт и време ще трябват, за да бъдат доставени до клиента.

А те растат всеки месец. Анализ на Transport Intelligence (Ti) сочи, че пазарът на експресните и малките пратки в световен мащаб ще се увеличи със 7,2% за 2020 г. на годишна база. Данните на eMarketer показват, че делът на онлайн продажбите от ритейл е достигнал 3,9 трлн. долара през 2020 г., като Азиатско-Тихоокеанският регион е най-големият по стойност на продажбите (2,45 трлн. долара).

Пазарът на експресните и малките пратки в Европа е нараснал с 4,2% през първата половина на 2020 г., което показва умерена промяна в сравнение с 2019 г. (ръст от 4,7%).

Цените на товарните превози също растат

Въпреки очакваните големи празнични намаления, в цените на стоките неизбежно се калкулират и увеличените цени на товарните превози. Европейският стандарт за цена на товарните превози на Ti and Upply's за третото тримесечие на 2020 г. е 1102 евро. Това представлява увеличение с 1,2% между второто и третото тримесечие.

Авторите на стандарта посочват, че международните обеми на превози бързо са се подобрили в края на пролетния локдаун, като се наблюдава повишение на цените в близо три четвърти от търговските канали. Стандартът обаче е намалял на годишна база за четвъртото поредно тримесечие.

Рейтингът, изчислен на базата на сравнение на данни от 250 млн. цени, установява, че най-голямо възстановяване се наблюдава по трасето Дуйсбург – Варшава, където процентите се подобряват с 2,7% в сравнение с второто тримесечие, продължавайки „дългосрочна възходяща траектория“. От друга страна изследването посочва, че останалите основни търговски коридори в Европа, включително Мадрид – Париж и Лил – Дуйсбург, са с променливи показатели.

Що се отнася до маршрута Мадрид – Париж, третото тримесечие отчете сближаване на тарифите за внос и износ. И двете са нараснали леко спрямо второто тримесечие, като цените за износ от Париж са нараснали с 1,8%, докато износът на Мадрид е поскъпнал с 0,5%.

Анди Ралс, количествен анализатор в Ti, споделя, че очаква превозвачите да поддържат цените по-високи предвид несигурността, която предстои: „Темпът на възстановяване беше ключов двигател за подобрението през това тримесечие. Той също така позволи на операторите на автомобилни товарни превози да увеличат капацитета си, което предотврати много по-голям ръст на цените. Пазарът все още не прилича на „нормалния“ преди COVID-19, защото несигурността продължава. Превозвачите с тънки маржове на печалба ще се стремят да задържат цените си при тези обстоятелства.“

На влак и с контейнери

През 2020 г. над 10 000 влака и 927 000 контейнера са пътували по направление Китай – ЕС – Китай според данните на China Railways. Обемът на трафика нараства с 98,3% на годишна база, обхващайки 21 държави и 92 града в Европа. Един от ключовите превозвачи е UTLC ERA, операторът на най-натоварения Транс-Евразийски коридор, преминаващ през територията на Русия, Беларус и Казахстан. През октомври компанията е изпратила над 600 контейнерни влака, повече от 500 на месец за последните 6 месеца. Средното транзитно време за основния маршрут, свързващ Китай и Европа, е по-малко от 5 дни.

Куриерските компании се оказват като хиляди пратеници на Дядо Коледа, които трябва да работят с удължено работно време и да приемат модела за доставка с нулев контакт

Според UTLC ERA най-търсените категории продукти по маршрута Китай – Европа са пластмаси, текстилни изделия, оптика и медицинско оборудване, гуми, парфюмерия и козметика. Сред най-превозваните стоки в обратна посока са дървесината и дървените изделия, плодовете и зеленчуците и други хранителни продукти, както и медицински консумативи.

В същото време размерът на навлото за контейнери по основните и второстепенните търговски пътища продължава да расте, като няма признаци за намаляване на тарифите.

Индексът Shanghai Containerized Freight Index (SCFI) се е удвоил от месец май насам, като по някои направления увеличението на спот ставките е над 100%. През ноември увеличението по направлението от Азия до Северна Европа е 9%, до 1246 щ.д. на TEU. По-нататъшните лоши новини за товародателите са, че превозвачите активно подготвят следващо повишаване на таксите за превоз.

Индексът SCFI за Северна Европа е с около 70% по-висок от този на 1 май 2020 г. и продължава своята възходяща траектория. Единственият облак на хоризонта за превозвачите е възможността за нови затваряния в Европа поради пандемията от коронавирус, което може да доведе до пауза или отмяна на някои поръчки от Азия. От 7 ноември CMA CGM повиши минималната си тарифа за Северна Европа до 2650 долара за 40-футов контейнер. Спедитори обаче се оплакват, че вече плащат много по-високи ставки на превозвачите за бърза наличност на контейнери и за гарантиране на изпращането. Hapag-Lloyd повиши навлото си за 40-футови контейнери за Северна Европа, включително надбавката за гориво (без Великобритания), до 3020 долара. От британските спедитори се иска да заплащат на превозвачите още около 300 долара на контейнер – такса за задръстване на пристанището. И като капак, Hapag-Lloyd обяви пикова надбавка за сезона между Китай и други пристанища в Азия от 1000 долара за 40-футов контейнер.

Складовете – автоматизирани, доставките – видими

Увеличените процеси на пикиране, опаковане и доставка изискват 3PL доставчиците да наемат повече работници, тъй като продажбите на електронната търговия достигат рекордни нива. Тъй като с новия пик на пандемията расте и интересът на потребителите към електронната търговия, логистичните компании наемат сезонни служители за пиковия сезон. Компаниите съобщават и за увеличени инвестиции в автоматизация по време на пандемията, които ги правят по-ефективни.

Търсенето на складови работници нараства едновременно с търсенето на складови площи като цяло. А новото строителство на логистични бази по новозададени стандарти за здравна сигурност на работещите в тях не успява да догони ръста в електронната търговия.

Затова най-силното оръжие за спечелване или запазване на клиентите си остава инвестицията в цифрова трансформация на процесите. Необходимостта от засилена дигитализация в сектора е от първостепенно значение, тъй като някои анализатори оценяват, че цялата логистична индустрия изостава с 10 до 15 години назад от други индустрии по отношение на внедряването на високотехнологични решения. COVID-19 акцентира върху проблемите и ускори промяната в глобалната среда на веригите на доставки, които и без това вече работеха под стрес заради бавната дигитална трансформация на процесите.

На осмата Логистична бизнес конференция мениджърите и на логистични, и на софтуерни компании бяха единодушни, че за да се подобри веригата на доставки, във всяко звено трябва да се инвестира в точните софтуерни решения. Много важно тук е понятието „точни“, защото предизвикателството пред интеграторите е, че трябва добре да познават бизнеса на своите клиенти, за да могат да го подобрят. Иначе ще се окаже, че софтуерният специалист и мениджърът на логистичната фирма говорят на различни езици. Връзките между логистичните компании и софтуерните фирми ще стават все по-тесни, дори ежедневни, за да може бизнесът да върви напред. За да създадат стойност за клиентите си, интеграторите образоват тях и екипите им какво може да направи софтуерът за тях. В този процес организациите следва да са отворени към възможностите. Останалото трябва да дойде от доставчиците. Успех има там, където доставчикът на софтуер стане част от екипа на логистичната компания.

Ако има някакви препятствия по пътя на стоката, доставчикът винаги трябва да може да предложи помощ и насоки за най-лесния и ефективен начин за решаване на предизвикателството, каквото и да е то. Съветът на експертите от бранша е, когато се избира между доставчици, един от начините да се оценят възможностите им е да се види дали наскоро са спечелили нови клиенти и кой е избрал да работи с тях. Защото клиентите, независимо къде се намират във веригата на доставки, търсят видимост и увереност. Те се нуждаят от сигурността, че стоките са на склад или поръчката се е включила в ключов производствен процес.

На фона на Световната пандемия от коронавирус правителствата по целия свят съветват хората да стоят по домовете си и да спазват социална дистан-

ция, за да намалят разпространението на пандемията. Това увеличава възможностите за краткосрочен потенциален растеж за логистичната индустрия. Но… като се има предвид силно заразната природа на вируса, куриерските компании се оказват като хиляди пратеници на Дядо Коледа, които трябва да работят с удължено работно време и да приемат модела за доставка с нулев контакт. При нея доставчикът поставя стоките на определеното място и поддържа необходимото разстояние, за да предотврати разпространението на болестта. Търговските компании насърчават и цифровите плащания, за да гарантират предотвратяването на разпространението на вируси. С нарастването на онлайн пазаруването, което продължава да ескалира, качеството на доставката се превърна в ключов диференциращ елемент за много търговци и основен двигател за потребителите.

Прогнозите

А какво ще стане напролет? Както казахме в началото, едно от определенията на тази година е „непрогнозируема“. Различни проучвания сочат различни възможности и числа, но всички са единодушни, че най-добри възможности на глобалния пазар на куриери и техните поддоставчици ще се появят в сегмента на вътрешните доставки. Само един пример: този пазар ще спечели най-много в Китай – около 85 млрд. долара.

Стратегиите, базирани на пазарните тенденции, включват предлагане на рентабилни и надеждни услуги за доставка при поискване на клиентите, инвестиране в автоматизирани терминали за колети, намаляване на оперативните разходи, пренастройване на услуги, за да отговорят на клиентското търсене за възможности на доставка. В същото време те трябва да предложат персонализирани решения на компаниите за електронна търговия за увеличаване на техните приходи, разходите в процеса на доставки да не растат, а времето на среща с крайния клиент да става все по-кратко. Куриерите и техните поддоставчици трябва да включват в работата си най-новите технологии, за да има пълна видимост във веригата за доставки и да се съсредоточат върху без-

контактната доставка. Само с бързото пренастройване на своите бизнес модели, инвестиции в софтуерни решения и хора, както и сътрудничество с други компании ще успяват да повишават своята конкурентоспособност на B2C пазара на услуги за доставка. …И ето, отива си 2020-а. Вероятно ще си я спомняме като годината, в която всичко наистина се промени. Светът видя колко важни са транспортно-логистичните услуги, анализаторите заговориха за складирането и транспортирането като за много по-важна част от икономиката.

Фантазиите на Илон Мъск

В началото цитирах Бил Гейтс, на финала ще посоча какво мисли Илон Мъск, основателят на Tesla Inc и Space Exploration Technologies Corporation (SpaceX). Споделяйки своята визия за цивилизация на Марс, в няколко туита той развива идеята, според която Марс ще бъде заселен с милиони хора до 2050 г. „Първоначално животът ще бъде в стъклени куполи, но ще се наложи да тераформираме Марс, за да приспособим планетата към нуждите ни“, споделя Мъск.

И за всичко това ще трябват сигурни и точни доставки от Земята до Марс. Какви неподозирани възможности се откриват пред логистиката. Нали?

Богиня МАТЕЕВА

ИКОНОМИКАТА ПРЕЗ 2021 г.

Икономическата криза в страната ще бъде по-слаба от първоначалните очаквания, но възстановяването ще е по-бавно. Това гласи актуализираната прогноза на Световната банка (СБ) за България. Досега отрицателното въздействие на кризата с COVID-19 върху българската икономика е по-слабо от очакванията. Брутният вътрешен продукт (БВП) на страната през първото полугодие е намалял с 4,2% на годишна база – шестото най-малко свиване в ЕС, посочват от СБ. За цялата 2020 г. очакванията са БВП да се свие с 5,1%, а за 2021 г. – да нарасне с 3,9%. Бавното усвояване на предложения от правителството фискален пакет за задържане и наемане на служители вероятно ще удължи допълнително възстановяването, посочват експертите.

Но... идва зима, в локдаун сме. Коментарът на икономиста Лъчезар Богданов също завършва с въпрос: „Лятото даде отговор на въпроса за ефекта на пандемията върху икономиката – видяхме, че в голяма степен стопанските връзки и поведението на потребители и бизнес относително бързо излизат от ситуация на локдаун, с няколкото споменати изключения. На прага на зимата остават другите два въпроса: какъв ефект ще има втората вълна на разпространение на болестта в Европа и ще има ли растеж отвъд отблъскването от дъното.“

4 важни съвета за подбор на правилния WMS

Радослав Минчев, управител на STAXELOT, с ценни съвети за избора на складов софтуер

Настоящата ситуация силно ускори темповете, с които предприятията се модернизират и променят. Дигитализацията на всички процеси и въвеждането на иновативен и мощен WMS (Warehouse Management System) е ключова и вече не е химера от бъдещето, а необходимост, която води до конкурентоспособност. Много преди имплементацията компанията трябва да се подготви за избора, да разбере кои са важните за нея характеристики на WMS софтуера, да подбере най-правилния подизпълнител и да състави ясен план за внедряване.

В помощ на фирмите, които искат да внедрят WMS, Радослав Минчев, управител на STAXELOT, определя 4 важни стъпки и съвета при подбор на правилен софтуер и партньор за внедряване. Вижте какви са те!

„WMS е софтуерно решение, което невинаги е потребно на всяка компания" – споделя Радослав Минчев, управител на STAXELOT. Често сериозна бариера пред внедряването на WMS не е изборът на подходящ продукт, а успехът при убеждаване на ръководството за необходимостта от нов или промяната на настоящия WMS софтуер.

Съвет 1: Вътрешна подготовка за избор

Една от първоначалните стъпки е сформирането на проектен екип. За подбора на правилното WMS решение е необходимо да съставите т.нар. Cross Functional Team. В него трябва да се включат професионалисти с дигитално мислене от отделите по финанси, продажби, производство, IT и разбира се, от склада.

Често срещана грешка е да се пристъпва към автоматизиране чрез WMS на лошо организирани процеси. Затова една от задачите на проектния екип е да направи анализ на процесите в склада, въз основа на който да се оптимизира работата на екипите в него.

На базата на този анализ се приоритизират ключовите функции на софтуера. Проектният екип следва да е наясно кои функционалности са задължителни, кои са крайно желателни и кои са от типа „хубаво е да ги има".

Тъй като изборът на складов софтуер е стъпка, която пряко влияе върху развитието на бизнеса, препоръчително е да се направи прогноза за развитието на фирмата. Да не се окаже, че след време избраният софтуер не може да посрещне разрастването на дейността на компанията. Изборът за преминаването към операции, изискващи по-малко човешки ресурс за сметка на хардуерни и софтуерни решения – автоматизация и роботизация, влияе пряко върху всички останали процеси във фирмата.

Последната стъпка в работата на този екип е изготвянето на технико-икономическа обосновка. Ако тя е непълноценна, убеждаването на ръководството да даде зелена светлина на проекта може да се превърне в провал. За целта е определящо да се направи качествен и количествен сравнителен анализ, който да не пропуска съществени преки или косвени последствия. Той е изключително зависим от предишните елементи в този етап. Например каква тежест да бъде заложена на човешкия елемент при ситуациите, в които световната пандемия постави бизнеса? Или годишно увеличение на разход на работодател за служител, заложено на 15%, би довело за 5 години увеличен разход с 35% средно претеглено за целия период. Това може значително да наклони везните в посока на иновативни хардуерни и софтуерни решения и по-специално WMS.

Съвет 2: Изберете важните за бизнеса характеристики на WMS софтуера

След като ръководството даде зелена светлина за проекта, екипът трябва да определи какви да бъдат

Хубаво е още в началото да се разработи програма за обучение на служителите и тя да започне навреме

основните характеристики на търсения WMS. На първо място е необходимо той да бъде достъпен. Експортирането на данни трябва да е лесно и удобно за потребителите, а интерфейсът – удобен за работа. Освен това програмата трябва да е съвместима с общоприетите стандарти – регулаторни или произтичащи от естеството на бизнеса.

В зависимост от дейността на дадената фирма се прибавят и различни специфични функционалности на софтуера, свързани с изискванията към определен вид стоки – например при работата с акцизни стоки, опасни товари, серийни номера и т.н.

Съвременният WMS трябва да използва добри практики, като едновременно настаняване и пикиране на палети – така няма празен ход на подемната техника; системно складиране по места по зададени параметри; предложения за пренареждане на склада с цел оптимизиране на пространството; различни модели за пикиране според състава на поръчката. Други добри практики, които системата може да поддържа, са планиране и контрол на човешкия ресурс и складовата техника, прилагане на система за мотивация на персонала, а в 3PL складовете – разпределение на стойност на услуга по клиенти и др.

Препоръчително е търсеният WMS да е от модулен тип и да има възможност за допълнително разширяване. Времето и разходът могат да бъдат значително по-малки при внедряване, ако голяма част от функционалностите са изнесени извън базовите и представляват допълнителни модули. По този начин самият софтуер работи по-бързо при стандартните процеси. С времето могат да се интегрират нови функционалности към софтуера и да се прибавят нови потребители.

Задължително е софтуерът да може да се интегрира с други системи – ERP, CRM, TMS, BI и др. Не бива да се пропуска и възможността за интеграция със системи за автоматизация и роботизация, технологии за пикинг (гласови системи, RFID, pick to light, put to light и т.н.). Те са нужни при преминаване от процеси в склада, предимно зависещи от човешкия фактор, към управление чрез хардуерни и софтуерни решения.

Съвет 3: Не подценявайте важни аспекти при избора на изпълнител

След като сме уточнили какви функционалности е необходимо да има търсеният софтуер, може да пристъпим към избора на изпълнител. На първо място търсената фирма следва да притежава значителен професионален опит. Наличието на опитни професионалисти в изграждането и управлението на складови процеси е сериозно предимство. Преди да се настрои един WMS, трябва да има отговор на въпроси в посока „как трябва да бъде“, а не „как е в момента“.

От голямо значение е дали предлаганият от нея продукт има силно присъствие на пазара. Софтуерни продукти се появяват постоянно, но често се случва те да преустановят своето съществуване, а от там и поддръжката им да отпадне. Продължителността на живот на продукта на пазара е важен показател за поддържаното ниво и актуалност спрямо нуждите на клиентите.

МОДЕРНИЯТ СКЛАД

Постоянно трябва да се наблюдава процесът на внедряване и да се вземат навременни мерки за корекции

Обвързването с определена фирма и софтуерния продукт, който тя внедрява, трае дълго и има определена цена. Интеграторът не е просто търговец, а ваш партньор. Доверието между партньорите е актуален фактор във всеки сегмент на бизнеса. Затова „при първоначалните разговори се опитайте да надникнете отвъд презентациите и демонстрациите“ – съветва Радослав Минчев от STAXELOT. Имате ли усещането, че получавате отношение като към партньор, а не просто като към добра цифра в годишния резултат?

Важно е фирмата, разработила продукта, да има научноизследователска и развойна дейност. Определящо е какво се инвестира в тази дейност, за да бъде софтуерът актуален на съвременните изисквания.

Нужно е екипът да се информира и какви са допълнителните разходи за активиране на нови функционалности в бъдеще, а не да се задоволява само с оценката на оферираните параметри.

Естествено, както при всяка сделка и тук се обръща особено внимание на наличните ресурси за изпълнение на проекта. Все пак всяка компания слага определени граници на сумите, които може да похарчи за софтуер.

Както всеки продукт, който ще се ползва дългосрочно, софтуерът се нуждае от навременна техническа поддръжка. Затова трябва да се обърне сериозно внимание на предоставяната от интегратора техническа поддръжка. Необходимо е тя да гарантира минимум отстраняване на грешки в стандартната версия, да бъдат достъпни нови версии, както и консултации относно използването.

Желателно е изпълнителят да е в състояние да предостави решения за хардуерна обезпеченост и то посредством надеждни подизпълнители.

Съвет 4: Изградете детайлен план за внедряване

Първата стъпка при изработването на план за внедряване е да изберете подходящото време. Желателно е това да е период от годината, през който бизнесът на дадената фирма е със слаба активност. След това трябва да се очертаят реалистични срокове и да се поставят ясни задачи.

Избират се ключови участници. Това са проактивни хора с дигитално мислене, които ще са на постоянно разположение на интеграторите и ще им помагат.

Добре би било още в началото да се разработи програма за обучение на служителите и тя да започне навреме. Да не стане така, че софтуерът да бъде изцяло интегриран, а те да не знаят какво да правят с него.

Също така не се препоръчват модификации, преди да е завършен базовият модел. По-добре „екстрите“, които се появяват в движение, да се отложат за по-нататък, за да не нарушат основните процеси.

Естествено, постоянно трябва да се наблюдава процесът на внедряване и да се вземат навременни мерки за корекции.

При наличието на стар софтуер може да се предвиди известен период на паралелна работа на двете програми. Това е повече за преодоляване на страховете от новата система, а не за нейния коректив.

Васил ВАСИЛЕВ

Online

BG КАМИОНИ
МЕСЕЧНО ИЗДАНИЕ ЗА СПЕЦИАЛИЗИРАНИ АВТОМОБИЛИ

BG СТРОИТЕЛНА ТЕХНИКА
ПЕРИОДИЧНО СПЕЦИАЛИЗИРАНО ИЗДАНИЕ

ТРАНСПОРТ & ЛОГИСТИКА
ТОЧНОТО СПИСАНИЕ В ТОЧНОТО ВРЕМЕ НА ТОЧНОТО МЯСТО

www.transport-press.bg

GET THE APPS FROM

GET IT ON Google Play

Available on the App Store

BULGARIAN TRANSPORT PRESS

Изграждаме мрежа от надеждни местни доставчици

Габриел Станчу, управител на Alstom за Румъния, България и Молдова

През декември 2019 г. БДЖ – Пътнически превози и Alstom подписаха 5-годишен договор за пълна текуща поддръжка, както и за основен ремонт на 22 дизелови и 24 електрически мотриси. Какво точно извърши до момента изпълнителят, кога всички влакове ще бъдат готови за движение и как се осигурява навременната доставки на части и материали за ремонтните дейности? По тези и по други въпроси разговаряме с Габриел Станчу.

– Г-н Станчу, какво точно свърши Алстом досега по договора с БДЖ за поддръжка и ремонт на 46 мотрисни влака?

– Като начало положихме сериозни усилия за модернизация на депата. Това е много важен предварителен етап, тъй като преди да стартира същинската работа по поддръжката, са необходими добре оборудвани депа. Ние работим в 3 депа, които изискват значителни ремонтни дейности и модернизация.

След като тази фаза приключи през септември, започнахме ежедневна текуща поддръжка на 26 от всички 46 мотрисни влака. Стремежът ни е всеки ден да имаме все повече влакове, които да бъдат готови за експлоатация.

Дейността по поддръжката на мотрисите включва превантивна, коригираща поддръжка, както и основен ремонт. Всяка сутрин влаковете започват работа по изготвен от БДЖ – Пътнически превози график и нашата задача е да осигурим надеждни мотриси тогава, когато те са необходими. Когато смяната приключи, те се връщат в депата и цикълът на поддръжка започва отново – прави се проверка; ако е необходимо, се извършва ремонт, влаковете се почистват и подготвят да започнат отново работа.

– Кога ще започне същинският ремонт на мотрисите? Как трябва той да протече по план? Кога ще са готови за движение всички мотриси?

– Нашите екипи започнаха основен ремонт на двигателите на 4 от общо 6 дизелови мотриси, включени в договора, които дълго време са били спрени от движение. Единият вече работи, а останалите три се очаква да влязат в експлоатация до края на годината.

Също така правим подготовка и осигуряваме необходимото оборудване и материали, чрез които да извършим основен ремонт на целия автопарк. Този етап трябва да започне през първото тримесечие на 2021 г. в съответствие с ясно определен график за поддръжка.

Това, което правилната програма за поддръжка осигурява, е добра грижа за железопътния парк, в резултат на която да се удължи животът му с до 10 години. Целта е да се намали максимално времето, в което мотрисата е извън движение в депото, вместо да е включена в експлоатация. Ще дам пример с парка на метровлаковете в Букурещ, чиято поддръжка осигуряваме през последните 16 години. Резултатите показват, че наличността на влаковете се е увеличила от 60% в началото до 100% в момента. Това означава, че сега всички влакове са на разположение и могат да бъдат използвани от клиента, когато е необходимо и в зависимост от изискванията на плана за движение.

Три депа бяха модернизирани и 26 мотрисни влака в момента са в експлоатация

– Какви работни параметри трябва да постигнат мотрисите след ремонта и какви нови „екстри“ ще има по тях?

– За шестте дизелови влака, които не са в експлоатация в продължение на много години, това ще означава едно ново начало. Основните новости и технологичното надграждане ще могат да се видят най-вече при електрическите влакове. Като част от програмата за модернизация те ще бъдат оборудвани с нови, модерни функции, като безжичен интернет за пътниците и цялостна система за осветление, използваща LED технологии. Тази програма за модернизация ще обхване целия парк, а по-късно ще бъде надградена с допълнителни иновативни функции, например пътнически информационни системи и нови дисплеи на пултовете за управление от машинистите.

– Какви точно части и материали ще получите от българските доставчици?

– Alstom има много ясни стандарти и правила за идентифициране на подходящи доставчици, които ни дават увереност, че те спазват всички действащи политики – от етични и правила за съответствие до качество и безопасност, които да предоставят надеждни услуги при прозрачно, професионално и ефективно сътрудничество. Дейността ни в България е все още в начален етап, но вече изграждаме мрежа от надеждни местни доставчици, които ще бъдат до нас по време на проекта, а и след това. Ние също им сътрудничим в процеса на работата, помагаме им да се развиват и спазват изискванията. Нашите български доставчици са много важна част от работата ни, особено когато се изисква бърза доставка, както и при специфични дейности в депата.

– Как ще осигурите навременна доставка на необходимите части и материали и как ще преодолеете блокиранията на доставки заради пандемията?

– Когато това е възможно, Alstom използва оригинално оборудване и резервни части, за да осигури най-високо качество на услугите по поддръжка. Обикновено съставяме списък с OEM (производители на оригинално оборудване) за всеки проект. За щастие, много от основните OEM производители имат дистрибутори в България и ние можем да разчитаме на тях, за да съкратим времето за доставка, тъй като понякога може да отнеме месеци, докато получим важна част от OEM. Работихме усилено през последните няколко месеца и продължаваме да го правим за създаването на доверена и надеждна местна верига за доставки, за да осигурим необходимите резервни части и материали.

Имаме интерес да се запознаем с големи български доставчици с експертен локален опит в индустриалния сектор, да разберем какво е тяхното портфолио и силните им страни, така че да можем да работим заедно. Планирахме да се срещнем лично с много от тях през тази година на специално събитие, но за съжаление, поради избухването на COVID епидемията трябваше да отложим плановете си и да се свържем с тях по различен начин. В нашата дейност от съществено значение е да планираме и предвиждаме колкото е възможно повече, така че да имаме ясен краткосрочен и дългосрочен поглед върху нуждите ни от доставки. Имаме и някои ясни процеси, които осигуряват приемственост дори в ситуация, когато доставчикът е временно засегнат от криза.

– Как сте реорганизирали складовата зона в халетата, така че да осигурите подходящо подаване на необходимите части и материали към работните места?

– Проект като този изисква приблизително 3000 различни вида резервни части и консумативи, което е обичайно за Alstom. Така че добрата организация е от изключително значение. По време на този предварителен етап досега вече сме използвали 1000 различни вида доставки. Alstom има стандартна процедура за организиране на своите складови площи по най-ефективния начин и запасите се актуализират в реално време в дигитална система, така че във всеки един момент екипите за поддръжка знаят точно какви резервни части са необходими в зависимост от ясните операционни графици. Специфична дейност, която извършваме, е създадената организация за доставки в зависимост от честотата на използване на дадена част. Това е обикновена, но много ефективна мярка. Например тези материали и части, които се използват най-често, се съхраняват на леснодостъпни места, докато използваните по-рядко могат да се съхраняват в по-отдалечено или на по-високо място за съхранение. Този е начинът да се осигури максимална ефективност.

Васил ВАСИЛЕВ

Нестандартни стартъп идеи са основата за успешни бизнеси

Представители на успешни компании влизат в ролята на ментори в Тийноватор

Трудно е да се дават рецепти за стартиране на бизнес, но именно това правят менторите в Тийноватор. В рамките на програмата е създаването на стартъп клубове в български училища. В нея предприемачи от стартиращи и развити компании показват на гимназистите как да валидират стартъп идеята си. Програмата стартира трето издание в България, като през тази учебна година преминава в онлайн среда.

Тийноватор е по лиценз на словенската Uchastvarjalnik, чиято методика на обучение е разработена на базата на успешни практики от Станфордския университет и се развива в страни по цял свят. В България стартира преди три години. Програмата свързва ученици от X и XI клас и представители на бизнеса. Мениджърите влизат в ролята на ментори и показват на гимназистите как да превърнат своя „нестандартна“ идея в печеливш бизнес проект.

Мотивация за стартиране на програмата в България са данни от 2017 г., които показват изключително ниската бизнес предприемаческа култура и образование у младото население в страната. Според Глобалния предприемачески мониторинг (GEM) 2016 – 2017, България е на 62-ро място по предприемаческа активност от 65 държави. Статистиката тогава сочи, че едва 4,8% от българите участват в някаква форма на предприемаческа активност. Третият национален доклад на GEM показва, че нивото на предприемачеството за 2018 – 2019 г. у нас леко се повишава. Процентът на българите, които решават да се заемат със собствен бизнес, е с 6% повече, но предприемаческата активност в страната остава ниска. По време на „Тийноватор Стартъп Уикенд“, който се проведе в началото на годината, също се съобщават отрицателни статистики – за разлика от младежите в Европа, където близо 25% от тях имат намерение да развиват собствен бизнес, в България този процент е под 10.

ОБРАЗОВАТЕЛНА РОБОТИКА

В рамките на Тийноватор петима дванадесетокласници от Софийската математическа гимназия, Немската езикова гимназия и Националната природо-математическа гимназия разработват обучителната програма по роботика EduBots. С тази идея гимназистите се явяват на състезание през миналата учебна година, в което печелят първо място. Те получават и 10 000 евро инвестиция. Стартъп компанията на младежите предлага робокомплекти и обучителни видеа по роботика. Липсата на достъпен формат за навлизане в сферата на роботиката и други инженерни специалности от ранна възраст мотивира учениците да развият тази идея. Първият продукт, който създават, е сглобяем робот, наречен Tripio. Неговата задача е да обучава деца, като ги въвежда в програмирането и микроелектрониката с помощта на интерактивни видеа. Учениците споделят, че не са очаквали, че ще основат стартъп, преди още да са завършили училище. Възможността да експериментират и да развиват собствена идея по начина, по който си я представят, е това, което ги вдъхновява в предприемачеството.

Светлана Савова, програмен директор на Тийноватор: „Във философията на стартъп мисленето е, че колкото по-рано започнат провалите, от които се учим, толкова по-големи могат да са успехите по-нататък."

„Обучението в предприемачество от ранна възраст играе важна роля в изграждането на нагласи, умения и начин на мислене. Смятаме, че докато българската образователна система успее да се изравни с нивата на западните държави, програмата може да компенсира успешно, имайки предвид практическата ѝ насоченост", посочва Светлана Савова, програмен директор на Тийноватор. Тя дава за пример и САЩ, където много бизнеси стартират именно от идеите на тийнейджъри.

Startup клубове

В първите две години в програмата са се включили над 400 ученици, близо 50 ментори и 15 училища в три града. Създадени са над 20 стартъп компании, някои от които функционират успешно. Програмата е разработена за ученици в X и XI клас, тъй като те са най-близко до прехода към живота след училище и са на прага на вземането на голямото решение, а именно – каква специалност да изучават в университета.

„Правим и съвсем малки изключения – например тази година имаме участник в VI клас. Той имаше невероятно голямо желание да се включи и ни спечели с подготовката и ентусиазма си, така че ще е „талисманчето" на Тийноватор 3. Във философията на стартъп мисленето е, че колкото по-рано започнат провалите, от които се учим, толкова по-големи могат да бъдат успехите по-нататък", отбеляза Светлана Савова.

Програмата протича в две фази. Първите няколко месеца менторите преподават т.нар. меки умения, например презентиране пред инвеститори, бизнес модела Canvas и дизайн мислене. Втората фаза е работа в отборите по конкретни бизнес идеи, инициирани от учениците и реализирани до финална фаза на стартиране с помощта на менторите. В края на годината учениците презентират идеите си пред жури от инвеститори и някои от тях участват на международни състезания. Целта е чрез различни практически упражнения програмата да насърчава креативното мислене на учениците, като ги стимулира да превърнат хобито си или решението на даден проблем в работещ бизнес.

Миналата година на финалното състезание са представени общо 12 стартъп идеи, като сред тях са компания за комплекти и обучителни видеа по роботика; „зелен" проект за засаждане на дървета; идея, разрешаваща по екологичен начин конкретен проблем за домашните любимци. Други примери, които ни дава Светлана Савова, са компанията за трейлъри на книги Трелъратура и платформата за намиране на стажове на ученици в български компании – Headstarter.

„Ефектът при някои ученици е голям. Част от участниците в хода на програмата промениха решението си за специалност за кандидатстване в университет, а връзката с „живия бизнес" им дава по-реалистична представа за това, което ги очаква, след като завършат училище. Много от участниците са бунтари срещу училищната система и им се удават повече практическите методи на учене. Такива ученици постигат много добри резултати в програмата и са изключително проактивни", разказва програмният директор.

Startup менторите

В програмата участват представители на бизнеса от различни индустрии. Тази година в ролята на ментори са близо 30 предприемачи. Те развиват бизнеси в областта на технологиите, социалното предприемачество, комуникациите, дигиталния маркетинг, строителния сектор и други. Всеки отбор има по двама ментори, като целта е мениджърите да са с различен бизнес профил. При избора на ментори важни са личните качества, умението и желанието за работа с тийнейджъри и нагласата, че ученето е двустранно. Важно е в историята си на предприемачи те да са имали и крахове, от които да са си научили уроците и да могат да ги предадат на учениците.

В края на годината учениците презентират идеите си пред жури от инвеститори и някои от тях участват в международни състезания

Според Сергей Петров, влизащ в ролята на ментор за втора година, няма стандартна формула за стартирането на бизнес. Стъпките пред всеки са различни, но някои ценности са основополагащи – дисциплина, гъвкавост, откровеност, любознателност и емоционална интелигентност.

„Стратегията на един стартъп трябва да бъде стриктно свързана с финансовите му резултати. Съветвам учениците да бъдат адаптивни, откровени, търпеливи и преди всичко смели. Много често младите предприемачи гледат на финансовото възнаграждение като на нещо допълнително и се впускат в създаването на невероятно сложни и често теоретично много полезни „физически апарати“. Колкото и да ме радва тази нагласа, вярвам, че е удачно да се започне от нещо много малко и да се обвърже с фи-

В БИЗНЕСА ОЦЕЛЯВАТ САМО НАЙ-АДАПТИВНИТЕ

„Бъди достатъчно самокритичен и винаги се обграждай с хора, по-умни от теб“ – това е основният съвет, който дава на младежите Сергей Петров, основател на високотехнологичния зелен стартъп Pollenity и един от менторите в Тийноватор. Той е авиоинженер по образование и предприемач по призвание. Идеята за Pollenity се заражда през 2013 г., когато Сергей Петров участва в образователната програма Space Challenges. Програмата окуражава участниците да използват високи технологии, за да решат даден съществен проблем. Младият инженер решава да се заеме със създаването на концепция за интелигентна система за пчелни кошери, способна да следи и анализира състоянието на пчелните колонии. Днес продуктът на компанията му работи на пет континента и помага на пчеларите по света да се грижат за по-здрави и по-продуктивни пчели благодарение на информацията, която получават от кошерите си.

„В света на бизнеса оцеляват само най-адаптивните. Все пак липсата на дисциплина и постоянство са черти на модерните младежи, които са силно несъвместими с предприемачеството – казва Сергей Петров. – Всеки от нас е предприемчив в определена степен, но за да започнеш собствен бизнес, особено с голяма цел, трябва да си готов на лишения, много труд и не на последно място, да си постоянно отворен за конструктивна критика.“

Най-често допусканите грешки от младите предприемачи, които менторът наблюдава, са, че не вярват в себе си, не знаят с какво да се захванат и какво искат да постигнат. Често пъти „стрелят“ към една конкретна цел и ако не се получи, се отказват.

Чрез различни практически упражнения програмата насърчава креативното мислене на учениците

нансов резултат. Ако искат да спомогнат за проблема с обезлесяването например, не е нужно да сформират екип от 100 000 души, които да засаждат по 100 фиданки ежедневно. Това е хубава цел, но можем да стигнем дотам и като създадем първоначално един малък бизнес, в който да намерим най-добрия подход, клиентска база, а дори и финансиране, като просто засаждаме по 10 дървета на ден под формата на кампания, наречена „Подари дърво“, съветва менторът предприемач.

Така са направили и учениците от екипа му в изданието на Тийноватор 2019.

„Те просто имаха невероятна визия и тя изглеждаше все по-близко с всяко подарено дърво. Успяха да разберат откъде е най-лесно да стартират, да разберат пазара, клиентите и да поставят себе си в макроверигата, като същевременно монетизираха идеята“, разказва Сергей Петров.

Програмата в онлайн среда

Отборите и менторите са в непрекъснат контакт чрез чатове, особено във фазата на разработка на конкретните бизнес идеи, тъй като тогава работата става много по-интензивна. Срещите между менторите и учениците са веднъж седмично, като тази година преминават в онлайн среда. През изминалите години са се провеждали в училищните база, както и в офиси на български компании.

„Тази година стартирахме с 12 отбора, главно от градовете София, Варна и Враца, където бяхме фокусирани през изминалата учебна година, но тъй като сме в онлайн среда, в последния момент отворихме програмата за цялата страна и имаме ученици и от други градове. Надяваме се това да е тенденция и независимо дали сме онлайн, или офлайн, през четвъртата година да сме в повече български градове“, споделя Светлана Савова.

Нововъведенията през тази година са свързани изцяло с адаптация на модела в онлайн среда. Докато преди образователният екип е имал възможност да представи програмата на живо пред учениците, то тази година са изправени пред предизвикателството да стигнат до най-трудния таргет в онлайн среда. Програмният директор посочи, че това има и своите добри страни. Ако преди е имало нужда от голям ресурс за разпространение в други градове, сега в онлайн среда бързо се успява да се откликне на запитвания на гимназисти от други градове.

Образованието в балон

Светлана Савова подчертава и силната роля на бизнеса в образованието. Сред ключовите фактори е подкрепата чрез иновации.

„Компаниите имат пряк интерес образователната система да извежда бъдещи служители с иновативно мислене и колкото по-рано започне това развитие, толкова по-добре“, отбелязва програмният директор.

От друга страна ролята на бизнеса е чисто практическа – да се използват всички възможни платформи за споделянето на опит и знания.

„Отваряме и една огромна тема за радикалната реформа в образованието, която е необходима и без която няма как да се доближим до развитите държави. Една възможна стъпка е въвеждането на повече предмети с практическа насоченост, стимулирането на свободното и креативното мислене за сметка на наизустяването, свалянето на стигмата върху провала и стимулиране на опитването без страх от провал – казва Светлана Савова. – Всичко, което би извадило образователната система от балона, в който се намира, и би я доближило до практическите умения, до връзката с бизнеса и разбира се, насърчаване на предприемаческия дух – нещо, в което Тийноватор вече е подал ръка на образователната система и се приема добре.“

Гена ЦВЕТАНОВА

Спринт във веригите на доставки

Nike е сред пионерите във въвеждането на аутсорсинг практики

Като един от най-разпознаваемите брандове в света Nike се нарежда сред влиятелните играчи в съвременната текстилна индустрия. Зад стотиците милиони обувки и други спортни стоки, които се предлагат под марката, се крие изключително сложна верига на доставки. Как успяват? Чрез аутсорсинг и диверсификация.

Управлението на веригата на доставки базираният в щата Орегон производител на спортно облекло и обувки залага на два основни организационни принципа – аутсорсинг, за да се спестят разходи, и диверсификация, за да се сведе до минимум рискът. Вместо да притежава и управлява собствени фабрики спортният гигант се договаря с независими изпълнители. Nike е една от първите мултинационални компании, възприели този подход. Производството на обувки е доста трудоемко и в комбинация с високата цена на труда в Съединените щати прави вътрешното производство несъстоятелно. Затова не е учудващо, че 99% от всички обувки, продавани в САЩ, са произведени извън Америка. Не само че компанията произвежда всички свои обувки извън Щатите, но също така прилага лийн практики в производството.

Ключът към ефективността

Много от независимите производители, с които компанията се договаря, притежават няколко фабрики. Освен че производственият процес е аутсорснат, Nike разчита и на независими изпълнители, за да доставя суровините за обувките от страните, където се намират фабриките. Това позволява на компанията да намали разходите, ограничавайки броя на доставчиците, с които трябва да се договаря.

По-голямата част от фабриките се намират във Виетнам, Китай и Индонезия. През 2019 г. компонентите за обувки на Nike се доставят от 112 различни фабрики в 12 държави, като нито един завод не произвежда повече от 9% от марковите обувки. Подобно на обувките, облеклото също се произвежда извън САЩ от независими изпълнители. През фискалната 2019 г. 334 фабрики в 36 държави произвеждат облеклото на марката. Липсата на прекалено голяма обвързаност с която и да е фабрика прави компанията по-слабо уязвима към непредсказуеми събития, като аварии и екстремни климатични явления. Аутсорсингът по своята същност е рисков подход, но чрез диверсификация на базата си от доставчици корпорацията успешно го смекчава.

ЛОГИСТИЧЕН КАМПУС В ЕВРОПА

През миналата година в Хам (Белгия) компанията откри нов дистрибуционен център, захранван изцяло от възобновяеми енергийни източници. Базата, наречена Court, разширява логистичните възможности в Европа, за да отговори на нарастващото потребителско търсене. Центърът е с площ 1,5 млн. кв.м, като работи изцяло чрез вятърна, слънчева, геотермална, водна енергия и биомаса.

Дистрибуционният център разширява European Logistics Campus, открит през 1994 г. от Nike, и днес той се състои от 6 бази за дистрибуция, разположени в Хам, Лакдал, Мерхаут и Херенталс. Логистичният кампус в Европа се характеризира с използването на 100% възобновяема енергия. В допълнение към железопътните линии и магистралните пътища околната инфраструктура включва мрежа от канали, позволяващи на 99% от входящите контейнери да достигнат до местния контейнерен парк по вода. Това спестява около 14 000 пътувания с камиони всяка година, намалявайки въглеродните емисии. Повече от 95% от отпадъците, генерирани в базата, се рециклират. Например пътеките, използвани от служителите около базата, са направени от рециклиран материал от обувки.

В управлението на веригата на доставки Nike залага на два основни организационни принципа – аутсорсинг и диверсификация

RFID ТЕХНОЛОГИЯ

През 2019 г. Nike започва да използва радиочестотна идентификация, която осигурява по-голяма видимост във всеки етап от веригата на доставки. Технологията позволява етикети или интелигентни етикети да се прилагат върху стоки. Тези етикети съдържат цифрови данни, които могат да бъдат „четени“ от разстояние и без пряка видимост. Въпреки че са подобни на баркодовете, данните за RFID етикетите могат да се „четат“ без човешка намеса, спестявайки време и намалявайки грешките от ръчно сканиране. Чрез съкращаване на сроковете за изпълнение и знаейки къде точно се намират различните стоки по всяко време, RFID технологията помага на Nike да достави правилния продукт до определения клиент в точното време.

Този подход обаче има и своите недостатъци. Набавянето на компоненти от толкова много различни бази е голямо предизвикателство при изпълнението на контрол на качеството. За да гарантира, че високите стандарти за качество са изпълнени във всяка стъпка от производството, Nike поддържа непрекъсната комуникация със своите доставчици, като осигурява подкрепа чрез инструменти и обучение за въвеждане на доставчици в своята рамка за „стегнато производство“ (Lean Management“) и подход за цялостно управление на качеството (TQM).

Предизвикателствата при използването на този подход идват и извън управлението на веригата на доставки. В ранните етапи на своя пионерски подход към аутсорсинг от корпорацията избират да не се ангажират с централизирано наблюдение върху практиката на доставчиците. Поради нарастващото потребителско търсене и промените на пазара ръководството преразглежда подхода си за снабдяване и в крайна сметка адаптира нова стратегия. Компанията се ангажира с прозрачността и през 2005 г. публикува списък на всичките заводи в света, където се произвеждат стоки под нейната търговска марка. Това става, след като към корпорацията са отправени обвинения за нарушаване на социалните практики в страните от Третия свят.

Производствената стратегия се основава на аутсорсинг

Дистрибуционни канали

Компанията разполага с 6 основни дистрибуционни центъра в САЩ. Четири се намират в Мемфис (Тенеси). Два от тях са собствени и два са под наем. Другите два дистрибуционни хъба са в Индианаполис (Индиана) и Дейтън (Тенеси), като се управляват от 3PL доставчици. Продуктите за облекло и оборудване на марката се доставят от дистрибуционен център във Футхил Ранч (Калифорния). Спортният гигант разполага и с над 60 дистрибуционни центъра извън САЩ. Разглеждайки международните дистрибуторски канали на Nike, в края на фискалната 2019 г. компанията е управлявала 768 магазина извън Съединените щати. Междувременно онлайн продажбите се очертават като ключов канал за дистрибуция на спортния гигант.

Големите рискове

Производствените операции на Nike са съсредоточени в държави с по-ниски разходи, като Китай, Виетнам и Индонезия. Тъй като производствената стратегия се основава на аутсорсинг и договорно производство, нарастващите протекционистични действия могат да въздействат на веригата на доставки. Всякакви промени в търговските политики са в състояние да засегнат производството. Например продължаващата търговска война между САЩ и Китай, включително по-високите мита върху вносни стоки, засегнаха Nike. Компанията обаче диверсифицира своите източници на доставки, което намалява въздействието от по-високите тарифи.

Гена ЦВЕТАНОВА

(По материали от чуждестранния печат)

Dacia Spring Electric идва и с карго версия

Dacia Spring Electric е първият електрически автомобил в гамата на хитовата румънска марка, част от Groupe Renault. Той излиза на пазара през 2021 г. и освен пътническа версия ще има и карго вариант.

Новият Dacia Spring Electric бе показан за първи път по време на откриването на безпрецедентното онлайн събитие Renault eWays, посветено на електрическата мобилност днес и утре. В рамките на Renault eWays през втората половина на октомври Groupe Renault сподели своята визия за прехода към мобилност с нулеви емисии, демонстрирайки своите нови продукти и технологии – под формата на кръгли маси и презентации, достъпни чрез дигитална платформа. По този начин Groupe Renault обяви, че се ангажира с постигането на пълен въглероден неутралитет в Европа до 2050 г. Един от първите нови продукти на групата в тази посока е новият Dacia Spring Electric, част от новата p-EV-олюция на Dacia. Модерният градски автомобил, чието създаване бе обявено още през март 2020 г., ще бъде лансиран на пазара през 2021 г. След успеха с Logan и Duster Dacia Spring е на път да революционизира пазара, като направи и електрическата мобилност достъпна за всички. Не е тайна, че амбицията на Renault е Spring да стане най-достъпният електрически автомобил, като независимо дали става въпрос за индивидуална, споделена, или професионална мобилност, Spring ще предложи семпло, надеждно и достъпно решение.

При своя агресивен SUV външен дизайн моделът е оборудван с 4 пълноразмерни седалки и притежава рекорден за сегмента вътрешен простор, надежден електромотор с приемлива мощност и задоволителен пробег. Външният дизайн включва много атрибути от света на SUV автомобилите – по-широки арки на колелата, покривни греди, подсилена предна решетка, задна защитна кора и висок пътен просвет (150 мм ненатоварен). С широките си рамена и издут преден капак Spring може да се похвали с внушителен външен вид, който предполага и щедро вътрешно пространство. И въпреки това Spring Electric е истински градски автомобил със скромните си размери – 3,73 м дължина, 1,62 м широчина (без страничните огледала) и 1,51 м височина. Багажникът пред-

Външният дизайн на Dacia Spring Electric включва много атрибути от света на SUV автомобилите

Spring Electric Cargo се предлага със стандартно оборудване, включващо ръчен климатик и радио

лага най-добрия товарен капацитет в тази категория – 300 л, а при сгъната задна седалка – около 600 л.

Лек и компактен, Spring Electric ще може да изминава с едно зареждане на батерията 225 км в смесен WLTP цикъл и 295 км в цикъл WLTP City, гарантирайки висока гъвкавост в градска, но и извънградска употреба.

Що се отнася до мощността, Spring Electric ще използва електродвигател с мощност 33 кВт за задвижване на предните колела, а захранването е от батерия с капацитет 26,8 кВтч. Максималната скорост на модела е 125 км/ч в нормален режим и 100 км/ч в икономичен режим. В режим на бързо зареждане с мощност на тока 30 кВт батерията възстановява 80 на сто от заряда си за по-малко от час.

На пазара ще излезе и карго вариант на Spring. Проектирана за търговци, Spring Electric Cargo разполага с багажник, включващ и пространството, което нормално е запазено за задната седалка при стандартната версия, пластмасова облицовка на пода и на вътрешните арки на колелата, четири халки за закачане и преграда от телена мрежа, разделяща предните пътнически седалки от товарния отсек. Товарната дължина на тази специална версия е 1033 мм, при товарен обем от 800 л и полезен товар от 325 кг.

Налична в бяло, Spring Electric Cargo се предлага със стандартно оборудване, включващо ръчен климатик, радио (с Bluetooth, USB изход и зона за държач за смартфон), текстилна тапицерия, черни дръжки и странични огледала и 14-инчови стоманени джанти с тасове. От съображения за оптимизиране на теглото тази версия няма резервна гума.

При откриването на събитието Renault eWays бе представен още един електромобил. Renault Megane eVision е динамичен компактен хечбек от С-сегмента от ново поколение. Той комбинира елементи на купе и SUV автомобил. Стопорцентовият електрически Megane eVision стъпва на чисто новата платформа CMF-EV, на която занапред ще се базират всички електромобили на Renault. Това позволява на новия модел да се отдалечи от традиционните измерения и правила на сегмента и да предложи нови линии и пропорции. Резултатът е компактни външни размери при рекорден простор. А 25 години след лансирането си Megane отваря нова страница в историята си.

Renault разширява и своята хибридна гама с три нови автомобила. Arkana E-TECH Hybrid, Captur E-TECH Hybrid и Megane E-TECH Plug-In Hybrid ще бъдат лансирани в Европа през първата половина на 2021 г.

С всички тези новости френската компания се ангажира да постигне нулев въглероден отпечатък в Европа до 2050 г. До 2030 г. Groupe Renault цели да намали CO2 емисиите си с 50% в сравнение с 2010 г. До 2022 г. всички нови модели, които се лансират на пазара, ще имат електрическа или електрифицирана версия.

Лъчезар АПОСТОЛОВ

СЪБИТИЯ

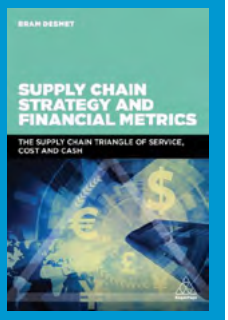
Supply Chain Risk Management Summit

Избягване на смущения, причинени от пандемията; използване на дигитална трансформация за постигане на конкурентно предимство; повишаване на видимостта и финансовата стабилност; осигуряване на прозрачност и контрол. Това са част от темите, които се предвижда да бъдат обсъдени в рамките на четвъртото издание на Supply Chain Risk Management Summit (SCRM Summit). Събитието ще се проведе на 9 и 10 февруари 2021 г. в Мюнхен (Германия). Ивентът ще се състои на живо и ще се предава онлайн. Форумът събира на едно място професионалисти по управлението на веригите на доставки и риска в подкрепа на една обща цел – да подготвят организациите за новостите чрез създаването на надеждни мрежи за доставки.

Retail Supply Chain & Logistics Expo

Планирано е форумът да се проведе на 22 и 23 февруари 2021 г. в Лондон (Великобритания). Потребителите искат по-къси срокове за доставка и по-лесна система за връщане. За да постигнат това, търговците на дребно трябва да адаптират веригата си на доставки и да имат безпроблемна система за складиране и дистрибуция. Retail Supply Chain & Logistics Expo предоставя хъб, който да помогне на бизнеса да отговори на тези очаквания и да остане конкурентен в тази взискателна индустрия. В изминалите издания събитието е посещавано от над 3000 експерти в управлението на веригите на доставки и логистиката. Във форума вземат участие над 100 лектори и над 200 водещи доставчици.

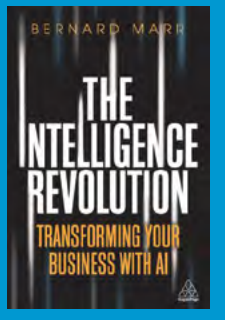
КНИГИ



Стратегии във веригата на доставки и финансовите показатели

„Стратегии във веригата на доставки и финансовите показатели“ (Supply Chain Strategy and Financial Metrics) е наръчник, където стъпка по стъпка се обяснява за баланса в „триъгълника“ услуга, разходи и ресурси, който е от съществено значение в управлението на веригата за доставки. Авторът на труда д-р Брам Десмет разглежда „инвентара“ и „оборотния капитал“ и изследва оптимизацията на веригата на доставки и възвръщаемостта на използвания капитал. Специфични примери и диаграми в книгата илюстрират как различните видове стратегии водят до разнообразни комбинации в supply chain триъгълника.

Д-р Брам Десмет е главен изпълнителен директор на Solventure, която помага на световни организации в сектора на производство и ритейла в моделирането на стратегии, управление на веригата на доставки и операциите. Той е професор по операции и управление на веригите на доставки във Vlerick Business School (Белгия) и гостуващ професор в Пекинския университет (Китай).



Интелигентна революция

Авторът на редица бестселъри Бърнард Мар твърди, че изкуственият интелект (AI) „абсолютно важи“ за бизнеса и обяснява как се създава стратегия за внедряване на технологията. В книгата „Интелигентната революция“ (The Intelligence Revolution) се изследват възможностите и предизвикателствата, които идват с нова работна група, определяща новите стандарти в бизнеса. В труда е илюстрирано как новите технологии оказват влияние върху потребителския опит, разработването на продукти и услуги и ефективността на работата. Авторът дава примери с интересни казуси от бизнеси, като Netflix, Autodesk, Disney, Rolls Royce и Amazon.

Бърнард Мар е консултант по стратегическо планиране. Той е автор на редица бестселъри, посветени на AI, големите данни, разработването на стратегии за повишаване на ефективността в бизнеса.

15 YEARS LOGISTIKA MAGAZINE

6

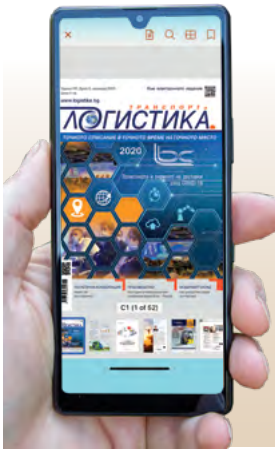
In 2005, LOGISTIKA magazine was born, one of the children of the publishing house Bulgarian Transport Press (BTP).

Like all 15-year-olds, we are dynamic and readily embrace everything new. New technologies and our exploring spirit are the reason for our rapid development. We've changed so much that we look back at our first magazine issues with a smile and sympathy. Only the motto of our magazine has remained unchanged over the years: The right magazine, at the right time, in the right place. Being part of the logistics world is not an easy choice, but it brings the thrill of discovering, writing, and sharing about each good practice, every manager's success, or a team's victory in the logistics field.

In 15 years, we have achieved to bring out:

- 140 issues of the LOGISTIKA magazine
- 8 editions of the Logistics Business Conference
- 8 Transport and Logistics exhibitions
- 4 Logistics in Action shows with live demonstrations
- Almanac "Logistics in Bulgaria"
- Book "The Best Business Models in Transport and Logistics"
- Website www.logistika.bg
- YouTube channel Bulgarian Transport Press
- Facebook page LOGISTIKA Magazine
- Online newsletter TRANSPORT which includes all publications by Bulgarian Transport Press
- Electronic edition of LOGISTIKA Magazine and all other BTP magazines, which can also be read on mobile devices via the application Bulgarian Transport Press.

How we work, and how we grow – we explain it in an extensive coverage with photographs.



TRANSITNET FACILITATES HAULIERS AND FREIGHT FORWARDERS AFTER BREXIT

24

The world of customs and customs clearance is too complex and may be frustrating for some businesses. Therefore, it is advisable for traders and hauliers to trust and rely on a tried and tested software platform such as TransitNet which is offered by SGS Bulgaria, and has access from a single window to over twenty national customs systems. The multilingual web-based platform captures, controls, and monitors transit declarations, allowing all users to track them online from the beginning to the end of the transit process. The TransitNet platform is currently connected to twenty-six different customs systems.

Mr. Dimitar Marikin, Managing Director of SGS Bulgaria, explains the possibilities of this unique software system, and how it can help hauliers and traders amid expected Brexit situation, as well as the additional services it offers.

A BUSINESS IDEA WAS BORN FROM AN ORIGINAL FAMILY RECIPE

32

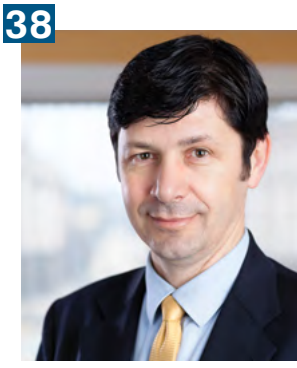
The Plovdiv-based company Soleo Bulgaria produces craft chocolate made in a mill with stone millstones according to an authentic family recipe and the bean-to-bar technology. The chocolate temptations, manufactured under the brand Casa Kakau, are made from cocoa beans which are directly imported from selected small farms in Ecuador. Container lines are used for the transport of the shipments. The raw material arrives in about 30 to 40 days from the Port of Guayaquil to the ports of Varna or Burgas. In an active season, which is usually the period from September to mid-May, the company team can produce about 30-40 thousand bars of this highest class of chocolate. The finished products are distributed to every point in Bulgaria. They are also exported to Germany, Serbia, Romania, Greece, Luxembourg, Poland, the Netherlands, the US, and Taiwan.

CRISIS URGES FOR A REINVENTION OF THE FUTURE

38

One can hardly find a business that will forget the lessons of the crisis. Faced with the COVID-19 pandemic, managers were forced to react quickly to changed consumer demand, to find new sources of funding, and to retain their employees and customers. Are new business models being created? Are companies investing in digital process transformation? How will they withstand the shrinking consumption growth?

"The COVID-19 crisis has enabled the long-delayed process of digitization in the economy and public life to happen, although in some areas this has not been quite successful, or only partially realized. Undoubtedly, those companies, which would like that 2021 will be a more successful year for them, should consider seriously rethinking their business model and attracting more technological solutions to their business. Each company should try to find adequate products and services to be offered to its customers", says in an interview for LOGISTIKA magazine Mr. Julian Mihov, Business Development Director for Central and Eastern Europe at PricewaterhouseCoopers (PwC).



ТРАНСПОРТ & ЛОГИСТИКА
ТОЧНОТО СПИСАНИЕ В ТОЧНОТО ВРЕМЕ НА ТОЧНОТО МЯСТО

BULGARIAN TRANSPORT PRESS
BTP

Издание на БТП – Българска Транспортна Преса ЕООД

ISSN 1312–6261

Адрес на редакцията:
1680 София, ул. Пирин 73 офис 4.2
тел.: 02/808 18 40
e-mail: logistika@btp.bg
Интернет: www.logistika.bg

Адрес за кореспонденция:
1463 София, пк 5

Главен редактор:
Снежина Баджева – 02/958 00 33
Зам.-главен редактор: *Богиня Матеева*

Редактори: *Васил Василев, Ралица Русинова, Гена Цветанова Ники Божилов*

Директор маркетинг и реклама:
Нели Балабанова – 02/958 00 34

Реклама *– 02/958 00 30:*
Илияна Балабанова, Борислав Бурлак, Стефан Миланов

Дизайн: *Николай Райков*
Художник: *Николай Райков*

Абонамент и разпространение:
02/958 00 32
Иван Калев – 087/87-47-691

Печат: РОПРИНТ ЕАД

Други печатни издания на Bulgarian Transport Press:
Кой какъв е в транспорта и спедицията, Камиони, Строителна техника

Банкова сметка: Уникредит Булбанк, клон Руски паметник – BIC: UNCRBGSF
IBAN: BG96 UNCR 7630 1051 0354 16

Препечатване на информация е възможно само със съгласие на редакцията. Списанието не носи отговорност за съдържанието на публикуваните реклами.

Индекс на рекламодателите

Ди Ейч Ел Лоджистикс България	IV корица	Спиди	III корица
Дискордиа	стр. 1	СТАД - Близнаков	стр. 34
Инжконсулт	стр. 23	Стротех Инженеринг	стр. 3
ИФД Инженеринг	стр. 19	Транспрес	II корица
Лагермакс Спедицио България	стр. 35	ТТЛ	стр. 43
СЖС България	стр. 29	Филанел Логистик	стр. 33
Силвър Стар Моторс	стр. 5	Фротком България	стр. 9
Скорпион Шипинг	стр. 39		

speedy

Speedy CEE Economy

Пратки от/до България до/от
Източна и Централна Европа
с Наложен платеж на
цени от 6,50 лв. за 1 кг

SPEEDY CEE ECONOMY
Доставка на пратки с НП до/от Гърция, Румъния,
Унгария, Хърватска, Полша, Словения, Чехия, и Словакия

20% по-ниски цени до Румъния за пратки до 3 кг.
По-ниска комисиона на НП до Румъния - 1,8%, мин. 1,80 лв.
5% отстъпка за изпращане от офис в България, Румъния и Гърция
5% отстъпка за получаване в офис в България, Румъния и Гърция
Наложен платеж и Обявена стойност
Доставки до офисна мрежа в Гърция и Румъния
Отвори / Тествай преди да платиш за Румъния
Обратна пратка за Гърция

www.speedy.bg

FREIGHTEURAPID

DHL FREIGHT EURAPID

ВАШАТА ЗЕЛЕНА ПРИОРИТЕТНА ЛИНИЯ ЗА СУХОПЪТЕН ТРАНСПОРТ

Първокласната LTL услуга свързва най-важните региони на Европа всеки ден в рамките на 24 или 48 часа. Освен че предлагаме най-висока надеждност и приоритет, ние гарантираме, че вашите пратки са климатично неутрални.

Бързо. Зелено. Надеждно.

DHL Freight – Excellence. Simply delivered.
dhlfreighteurapid.com

Сега климатично неутрална и разширена мрежа с допълнителна опция за доставка преди 10 ч. Заяви сега!