

Kurierskie MŚP

KEP jest jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się branż sektora TSL. Firmy, takie jak: UPS, FedEx, DHL, TNT są znane na całym świecie i kojarzone przede wszystkim z szybkością i wysoką jakością wykonywanych usług. Przedsiębiorstwa te mają doskonale rozwiniętą infrastrukturę i sieć połączeń oraz tysiące oddziałów w większości krajów na świecie. Nie można jednak zapomnieć, że branżę tworzą również dziesiątki małych i średnich lokalnych firm kurierskich. Bez nich KEP nie miałby odpowiedniego kolorytu.

Obecnie, według rejestru operatorów pocztowych Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE) w Polsce działają 242 podmioty – tyle zezwoleń zostało wydanych na prowadzenie działalności pocztowej (stan na 31.10.2011). Niespełna osiem lat temu liczba operatorów pocztowych była ponad czterokrotnie mniejsza.

Z uwagi na to, że z jednej strony na liście UKE znajdują się przedsiębiorstwa, które w praktyce nie świadczą usług pocztowych czy kurierskich (na koniec 2010 roku tylko 152 podmiotów aktywnie działało), a z drugiej strony kilkadziesiąt,



Krzysztof Pawłowski,
wiceprezes Siódemka SA

W naszej strategii podkreślamy specjalizację w krajowym przewozie paczek. Koncentracja na rodzimym rynku pozwala nam dokładniej rozpoznać oczekiwania nabywców, a tym samym lepiej i szybciej wpisać się w ich potrzeby. Elastyczność działań i rynkową zwinność traktujemy jako jeden z priorytetów, który pozwala nam skutecznie rozwijać się i konkurować z międzynarodowymi graczami. Strategia adaptacji do oczekiwań rynku w połączeniu z rozwojem infrastruktury i konkretnych rozwiązań logistycznych sprawia, że budujemy silną pozycję rynkową wobec globalnych dostawców.

Strategia adaptacji do oczekiwań rynku w połączeniu z rozwojem infrastruktury i konkretnych rozwiązań logistycznych sprawia, że budujemy silną pozycję rynkową wobec globalnych dostawców.

a może nawet kilkaset firm funkcjonuje na rynku przewozów ekspresowych bez stosownego zezwolenia (są to np. niewielkie firmy transportowe), to trudno podać dokładną liczbę tych podmiotów. Kłopotliwe jest więc uchwycenie rzeczywistego obrazu rynku.

Niezależnie od tego, A.T. Kearney próbuje co roku określić wielkość tego rynku. Według ich badań, wartość rynku KEP w Polsce w 2010 roku był szacowany na poziomie ok. 900 mln euro, z czego ok. 750 mln euro zostało wygenerowanych w obrocie krajowym, a ok. 150 mln euro w międzynarodowym. Przewieziono wówczas ponad 120 mln przesyłek, w tym 119 mln przesyłek krajowych i 1,2 mln międzynarodowych.

Różnorodność branży KEP

Branża KEP obejmuje działalność przedsiębiorstw, charakteryzujących się nie tylko różną wielkością, ale także wielorakością świadczonych usług i zasięgiem działania. Występują tu bardzo duże, ale też małe firmy, oferujące całą gamę usług – od prostych usług transportu, przez usługi w zakresie konfekcjonowania, pakowania, obsługi zwrotów, aż po kompleksową obsługę łańcuchów dostaw. Ich zasięg działania może obejmować region

(np. województwo), kraj, kontynent czy nawet cały świat.

Struktura branży KEP w Polsce jest odbiciem struktury branży w krajach Europy Zachodniej. Występują tu prawie wszystkie grupy oferentów usług przewozów ekspresowych. Pierwszą grupę stanowią tzw. integratorzy – międzynarodowe przedsiębiorstwa świadczące usługi ekspresowe w oparciu o kapitał zagraniczny, posiadające rozległe sieci oddziałów. Są to UPS, DHL, TNT FedEx (w większości przesyłki międzynarodowe). Do drugiej grupy należą firmy działające głównie na terenie Europy – DPD i GLS. Trzecią grupę stanowią podmioty oferujące ekspresowe usługi przewozu przesyłek, które funkcjonują na rynku krajowym dzięki własnej sieci kilkudziesięciu placówek. Wymienić tu można Siódemkę, Opek i K-EX. Natomiast czwartą grupę (największą pod względem liczby) stanowią firmy o zasięgu lokalnym, działające na terenie i w okolicach dużych aglomeracji miejskich, korzystające w serwisie krajowym lub międzynarodowym z usług operatorów o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym, np. Agap, Sprinter itp. Do ostatniej grupy należą firmy zajmujące nisze rynkowe i specjalizujące się w obsłudze logistycznej określonej grupy klientów, np. time:matters.





Rafał Młochowski,
prezes zarządu AGAP

Usługa kurierska to barometr gospodarki. Na to, jak będzie wyglądała nasza branża za kilka lat, wpływa wiele czynników. Jednym z najważniejszych jest wzrost gospodarczy, rozwój infrastruktury drogowej. Czy mniejsi gracze będą przejmowani przez większych? Na rynku wszystko jest możliwe.

W tym miejscu pragnę zaznaczyć, iż termin „logistyka miejska” zaczął być używany wraz z pojawieniem się na rynku pierwszych kurierów z logiem Agap. Oferujemy rozwiązania wysoce wyspecjalizowane „szyte na miarę” potrzeb naszych klientów. Usługi nasze są usługami komplementarnymi wobec usług oferowanych przez dużych integratorów m.in. dzięki naszej współpracy – twierdzi Rafał Młochowski, prezes zarządu AGAP.

Krajowi operatorzy

Z uwagi na to, że o tych największych firmach (z pierwszej i drugiej grupy) mówi i pisze się najwięcej, warto skupić się na pozostałych przedsiębiorstwach i spróbować określić ich miejsce w branży KEP. – OPEK jest praktycznie ostatnią firmą o zasięgu krajowym z kapitałem polskim, która stara się dorównywać graczom globalnym. Pokazujemy, że jest to możliwe – świadczy o tym coroczny wzrost ilości przewożonych paczek. Nasza sprzedaż w 2010 r. wyniosła ponad 195 mln zł; przewieźliśmy 11.1 mln paczek. W 2011 roku planujemy doręczyć ponad 12.3 mln paczek. Nasz udział w rynku kurierskim szacujemy na około 9% – mówi Marek Opiński, dyrektor generalny OPEK.

Bezpośrednim konkurentem firmy OPEK jest Siódemka, która do niedawna również była przedsiębiorstwem z polskim kapitałem. – Siódemka jest jedną z najdynamiczniej rozwijających się firm w sektorze usług kurierskich. W 2010 roku kurierzy firmy doręczyli prawie 15 mln paczek, a przychód ze sprzedaży spółki wyniósł 203 miliony złotych. Oznacza to 30-procentowy wzrost w porównaniu z rokiem poprzednim. Zysk operacyjny firmy również osiągnął rekordowy poziom 20,6 mln złotych. Rok 2011 planujemy zakończyć również z dwucyfrowym wzrostem – opowiada Krzysztof Pawłowski, wiceprezes Siódemka SA.

Trzecią firmą z tej grupy jest przedsiębiorstwo o najkrótszym (trzyletnim) stażu – K-EX. W związku z tym obroty tego operatora są najmniejsze. W 2010 roku wyniosły ok. 83,5 mln złotych (K-EX nie opublikowało wielkości obrotów za 2010 rok. Dostępne są jednak dane za 2009 rok, kiedy przychody ze sprzedaży wynosiły ok. 58 mln zł oraz wzrost w 2010 r., który wynosił ok. 44%). – Rok 2010 zakończyliśmy z 44 % dynamiką przychodów. Rok bieżący to kolejne 21 % wzrostu. Szacujemy że na przestrzeni najbliższych 3 lat rynek usług kurierskich wzrośnie około 50% – dodaje Mariusz Czepiec, dyrektor ds. handlowych K-EX.

Jednym z reprezentantów, wspomnianej czwartej grupy oferentów przewozów ekspresowych jest firma Agap. – Agap to przedsiębiorstwo kurierskie, które świadczy usługi w zakresie logistyki miejskiej.

Elastyczność, znajomość rynku i wyznaczanie standardów

Lokalne firmy kurierskie podkreślają swoją silną tożsamość z rynkiem polskim

Widocznie przyjaźniejsi



Przyjazność ma dla nas wiele znaczeń. Uprzejmość, życzliwość i zaangażowanie to cechy, których możesz od nas oczekiwać. Dlatego zawsze kiedy tego potrzebujesz jesteśmy gotowi Ci pomóc.

Skontaktuj się z naszym Contact Center:

- Telefon: 22 777 77 77
- Strona internetowa: www.siodemka.com
- E-mail: dok@siodemka.com
- Fan Page: [facebook.com/siodemka.przesylki.kurierskie](https://www.facebook.com/siodemka.przesylki.kurierskie)

Twe potrzeby. Nasze rozwiązania.

www.siodemka.com

Siódemka
PRZESYŁKI EXPRESOWE

oraz jego bardzo dobrą znajomość. Wśród innych zalet wymienianych przez mniejszych przewoźników ekspresowych jest elastyczność w swoich operacjach i podejściu do klienta. – Przewagą konkurencyjną udaje się osiągać dzięki dużej elastyczności oraz mniejszej liczbie ograniczeń systemowych. Daje to możliwość lepszego dostosowania oferty do oczekiwań klienta. Kolejną przewagą to szybkość procesów decyzyjnych, która umożliwia łatwiejsze



Tomasz Buraś,
prezes zarządu DHL Express (Poland)

Na rynku jest miejsce dla wielu podmiotów gospodarczych, ostateczny wybór firmy ekspresowej zawsze należy do klienta, który dokonuje go według swoich potrzeb logistycznych. Dlatego inwestujemy w jakość obsługi i usług, a także w rozwój oferty tak, aby w zakresie usług międzynarodowych jak też krajowych spełniać potrzeby naszych klientów.



dopasowanie oferty do wymagań konkretnego klienta oraz szybszą reakcję na zmianę warunków rynkowych – zauważa Marek Opiński. – Prowadząc swoją działalność na terenie głównych aglomeracji jesteśmy

w stanie naprawdę szybko reagować na zmiany zachodzące u klientów lub ich nowe oczekiwania. To naprawdę wielki atut, który powinien być odpowiednio wykorzystywany zarówno przez firmy kurierskie jak i klientów. Musimy jednak pamiętać, że działalność małej firmy jest powiązana także z działalnością dużych firm. Małe firmy korzystają z serwisu krajowego i międzynarodowego dużych operatorów kurierskich – dodaje Rafał Młochowski.

Średniej wielkości przewoźnicy ekspresowi dysponują taką infrastrukturą logistyczną i informatyczną oraz zasobami ludzkimi, że mogą bez problemu świadczyć usługi o wysokiej jakości i zgodnych z potrzebami rynku. – Łączymy wiedzę o lokalnym rynku z wyjątkową zdolnością operacyjną, która umożliwia nam wprowadzanie nowych rozwiązań dla polskich odbiorców. Wyznaczamy również standardy w zakresie oferty dla rynku e-commerce, który w ostatnich latach dynamicznie się rozwija i wymaga odpowiedniego wsparcia. Innowacją stanowi chociażby usługa Tracking Allegro, zaprojektowana z myślą o wszystkich użytkownikach popularnego serwisu aukcyjnego. Jej uruchomienie przynosi sprzedawcom korzyści w postaci braku konieczności podawania klientom numeru listu przewozowego, odbiorcom zaś daje możliwość śledzenia statusu przesyłki przy wykorzystaniu jedynie numeru aukcji oraz własnego nicku – mówi Krzysztof Pawłowski.

– Jesteśmy alternatywą dla klientów, którzy ze względu na specyfikę swoich przesyłek wymagają dostosowania oferty do kurierskiej do swoich indywidualnych potrzeb. Praktycznie od początku naszej działalności bardzo aktywnie budujemy również swoją pozycję w zakresie obsługi branży e-commerce. To bardzo dynamicznie rozwijający się segment rynku, wymagający jednak wyjątkowej elastyczności, jeśli chodzi o obsługę kurierską. My jesteśmy w stanie to zagwarantować. Cały czas rozwijamy swoją ofertę dla tej grupy klientów, wprowadzając m.in. nowoczesne rozwiązania informatyczne. W przyszłym roku planujemy natomiast uruchomić na szeroką skalę odbiór przesyłek w sieci salonów prasowych Kolportera – dodaje Mariusz Czepiec.

Czy cena jest najważniejsza?

Małe i średnie firmy kurierskie muszą sporo się natrudzić, aby pozyskać nowego klienta. Wydawać by się mogło, że niska cena usługi jest ich kartą przetargową. Kurierzy deklarują zgoła odmienne podejście i twierdzą, że o przewadze konkurencyjnej decyduje przede wszystkim jakość świadczonych usług. – Nasze wysiłki koncentrujemy na zwiększeniu terminowości, szybkości oraz bezpieczeństwie i solidności dostaw. Wysoką pozycję zawdzięczamy procesowi ciągłych usprawnień w zakresie



Marek Opiński,
dyrektor generalny OPEK

Aktualnie na polskim rynku kurierskim działają już wszystkie globalne firmy kurierskie. To nasycenie rynku powoduje ogromną konkurencję, stąd też wydaje się, że uruchomienie działalności kurierskiej na terenie całej Polski byłoby zbyt czasochłonne i wymagałoby zbyt dużych nakładów finansowych, aby stało się opłacalne.

Jak dotąd globalni gracze przejmowali istniejące na rynku firmy z kapitałem polskim nie próbując tworzyć własnej sieci kurierskiej. Możliwe jest natomiast powstawanie nowych podmiotów, których działalność będzie ograniczona wyłącznie do rynków lokalnych (np. firmy obsługujące obszar danego miasta).



obsługi klienta, jakości dostaw i sprawności organizacyjnej. Krajowa specjalizacja, indywidualne podejście do klienta oraz wykorzystanie nowych technologii w budowie rozwiązań usprawniających procesy logistyczne sprawiają, że rozwijamy i umacniamy naszą współpracę z klientami – przekonuje Krzysztof Pawłowski.

– Cena w przypadku firmy OPEK nigdy nie jest argumentem w negocjacjach handlowych. Głównie skupiamy się na świadczymy wysokiej jakości usług, na jak najlepszym dopasowaniu oferty do specyficznych oczekiwań klienta oraz proponowaniu optymalnych rozwiązań operacyjnych.



Mariusz Czepiec,
dyrektor ds. handlowych K-EX

Różnic między średniej wielkości firmami kurierskimi a międzynarodowymi podmiotami jest oczywiście sporo, ale na uwagę zasługują trzy – naszym zdaniem najważniejsze. Pierwsza to duża elastyczność mniejszych firm w podejściu do rynku i klienta. Średnie firmy są w stanie zaproponować klientowi indywidualne rozwiązania operacyjne, systemowe i biznesowe, których nie otrzyma w globalnych firmach. Druga różnica to szybkość w podejmowaniu decyzji, wynikająca z większej mobilności organizacyjnej i zarządczej firm średniej wielkości. I wreszcie trzecia, bardzo ważna różnica, to konkurencyjna cena, będąca często kluczowym elementem, zachęcającym do podjęcia współpracy.



Nie oznacza to jednak, że nie ma tu miejsca dla nowych firm. – Jesteśmy przekonani, że na rynku jest miejsce dla wielu średnich i małych graczy oferujących ściśle wyspecjalizowane usługi ekspresowe, dla przykładu w ramach logistyki miejskiej. Nawet jeśli wzrośnie liczba podmiotów średnich i małych zasadniczo struktura rynku nie ulegnie zmianie – twierdzi Tomasz Buraś, prezes zarządu DHL Express (Poland). Słowa te potwierdzają sami przedstawiciele kurierskiego MŚP. – Ze względu na dwucyfrowy wzrost rynku, sektor KEP może się wydawać szczególnie atrakcyjny dla nowych graczy. Wzrost wolumenu wysyłanych paczek pokazuje, że istnieje ogromna przestrzeń do ekspansji – mówi Krzysztof Pawłowski. – Spójrzmy na rynek kurierski w Londynie – gdzie mimo sporej liczby lokalnych kurierów ten rynek stale się rozwija. Osobną kwestią

jest wejście w dniu dzisiejszym w obszar usług ogólnokrajowych oraz międzynarodowych i zbudowanie firmy na miarę DHL, UPS czy TNT. W tym przypadku konieczne byłyby olbrzymie nakłady inwestycyjne. W usługach miejskich nawet obecnie, udział tak dużego kapitału nie jest konieczny. Jeśli założymy dziś, że od razu rozpoczynamy działalność, organizując oddziały na terenie całego kraju z pełną infrastrukturą, siecią regularnych połączeń, będziemy musieli zaangażować olbrzymie środki finansowe. Zupełnie inaczej niż w latach 90., kiedy większość z założonych wówczas firm zaczynała od zera i rosła naturalnie z powodu olbrzymiej koniunktury. Niektóre z nich wówczas były mniejsze niż dzisiaj – dodaje Rafał Młochowski. ◀

Arkadiusz Kawa
KEP.pl

Oferujemy też wartość dodaną, jaką jest położenie nacisku na obsługę posprzedażną – podkreśla Marek Opiński.

Mariusz Czepiec zwraca uwagę, na to, że przy rozmowach z klientem należy wskazać korzyści, jakie otrzyma on ze współpracy z kurierem. – Każdy klient ma swoją specyfikę i oczekuje od firm kurierskich indywidualnego podejścia, przygotowania i zaproponowania dedykowanych rozwiązań. Przekonując klienta do współpracy staramy się przedstawić nasze mocne strony i wspomniane już elementy, które dają nam przewagę w porównaniu z firmami globalnymi – dodaje Mariusz Czepiec.

Miejsce dla nowych graczy

Tak jak zauważono wcześniej, struktura branży KEP jest ukształtowana. Wszyscy ważniejsi gracze już w niej są, a największe akwizycje mamy już chyba za sobą.



- Doradztwo
- Analizy
- Badania
- Raporty

kep.pl
wortal branży przesyłek
kurierskich, ekspresowych i pocztowych