

Нашата сила е в това да предложим цялостно логистично решение в няколко варианта

Интервю с г-н Валери Петрунов - търговски и маркетингов директор на ГОТИ ООД представител на ЮНГХАЙНРИХ за България, Албания и Косово

- Каква беше за вас изминалата 2013 година и как започна настоящата?

Въпреки икономическите трудности, мога да кажа, че 2013 г. приключи успешно. Тази година за нас започна също добре. Забелязва се ръст в икономиката и увеличаване на поръчките. Пазарът се успокои и се увеличиха инвестициите в нова техника. Това се дължи и на европрограмите за финансиране на бизнеса, които са отворени за нашата икономика. Има интерес и от компании, които дори бяха решили да се изтеглят от България. Инвестиционните им намерения през миналата и началото на тази се възстановиха и увеличиха. Забелязваме и голям интерес от компании, които са от производствения и преработващия сектор. Ако преди години основните ни клиенти бяха търговските вериги, от миналата година наблюдаваме ръст на компаниите от индустрията, в това число в сектора на поддоставчиците за автомобилостроенето и машиностроенето. Има повишен интерес към строителството на нови заводи. Естествено е за новоизграждащите се предприятия да има засилено търсене на логистична техника и услуги.

- Кои са по интересните проекти, върху които сте работили на скоро?

Миналата година изпълнихме два много интересни проекта в областта на индустрията. Складът, който проектирахме е за над 25 000 палетни места и с височина над 20 метра. Машините се движат в тесни коридори и са напълно роботизирани. Такава е и тенденцията в цялата логистична индустрия: автоматизиране на процесите, машините да се движат във все по - тесни коридори, да работят на все по - голяма височина. Единият проект беше с фармацевтична компания, а другият - с компания от битовата химия, която произвежда продукти от целия спектър на потреблението.

- От какво се определя качеството на логистичните услуги?

Качеството на логистичната услуга се определя, от знанието и опита на този, който я предоставя. В България, за съжаление, голяма част от фирмите не предлагат на клиентите си най - оптималното решение. Те предпочитат да предложат това, което могат да изпълнят, това с което разполагат в производствената си листа. Проблемът на българския па-



зар и на голяма част от българските логистици е, че целта им е предимно да реализират продажби и то на всяка цена. Не се прави пълен анализ на логистичните потребности на съответния клиент, на пътя му на развитие, не се вземат под внимание неговите виждания, както и визията за цялостно бъдещо развитие на компанията, така че да му се предложи цялостна логистична концепция. Тя трябва да е съобразена изцяло с нуждите, потребностите и изискванията му не само днес и на този етап, а така че да има възможност за развитие и надграждане в бъдеще без особени икономически разходи. Не може да се предлагат едни и същи машини за различен вид и обем на дейност. Не бива с едни и същи продукти да се стремим да задоволим интралогистичните потребности на различни по вид клиенти - производствени, логистични или дистрибуторски

фирми. Самата логистика за тях, като такава, е много различна, за да може да се предложи стандартен продукт на всяка от тях. Проблемът у нас се корени именно в непознаването на голяма част от колегите на логистичните процеси при клиента и желанието да се продават стандартни продукти предимно през цената, която при българският клиент е основна по отношение решението за придобиване на активи, но в следствие не решава конкретни проблеми, а е възможно да създаде допълнителни затруднения. Това е голям недостатък на фирмите в България, доставящи логистични продукти и концепции. Те предпочитат да предоставят на клиента това, което им е възможно и са в състояние да доставят, без да му предложат алтернативни решения и допълнителни варианти и възможности.

- Кои са основните проблеми, които срещате?

През годините мислихме, че най – големият ни проблем е нелоялната конкуренция при сервизното обслужването и ремонта на техниката, влагането на некачествени и не оригинални резервни части. Оказа се, че голяма част от тези фирми извършващи подобна дейност постепенно изчезнаха от пазара. Ние се оказахме печеливши в крайна сметка. Много от фирмите от сивия сектор използвайки и не добре обучен персонал, вместо да спестят пари на клиентите си им създадоха допълнителни главоболия, причиниха по - големи престои на машините, по - големи и чести аварии на самата техника. След години се оказва, че фирмите, които са предложили този нискокачествен продукт, при едни сериозни клиенти са изгубили, защото сами са се компрометирали. Не всичко в крайна сметка е цената. Стойността на труда се оказва не най – важната. Факторът време е по – ценен от себестойността на труда, това непосредствено рефлектира върху престоя на машината, което е най – скъпо. Една неоригинална резервна част с намален ресурс на експлоатация, провокира допълнителни престои и аварии, а в определени случаи и погиване на имущество и увреждане на човешкото здраве. Сериозните фирми, които останаха на пазара започнаха да се съобразяват с нуждите и интересите на клиента и започнаха да предлагат качествени услуги извършени от добре обучени и сертифицирани специалисти. От пазара постепенно ще отпаднат тези, които не могат да предложат подобна услуга и се отнасят безотговорно и печалбарски. В случай на аварии, погиване на имущество, увреждане на човешкото здраве и смърт, нито една застрахователна компания не поема загубите причинени от такива фирми, а отговорността в този случай се поема от мениджъра, който е възложил поддръжката на не оторизирани и сертифицирани от производителя на машините и оборудването фирми.

- Какви са тенденциите в развитието на подземно - транспортната техника?

Тенденцията е всичко да се доставя от една компания. Като си започне от изграждането на логистичната концепция, премине се през доставката на регали, стелажи и се стигне до машините. Голяма част от клиентите не желаят да работят с различни доставчици и всеки един от тях при възникнал проблем да прехвърля вината върху другия. Другата тенденция е процесите да бъдат напълно автоматизирани, да се използват трансманипулатори и VNA високостелажни и комисиониращи комбинирани машини с RFID навигация и подова топология, които работят в тесни коридори. Знаем, че проблеми с пода съществуват не само в България. Когато машините знаят на кое място се намират с помощта на RFID четците, могат да се определят скоростните им профили за движението им в коридорите, за да няма престои и да не се пречи на нормалното функциониране на склада. Компанията ЮНГХАЙНРИХ предлага специализирани машини от класа АРМ (Auto Pallet Mover) с лазерна навигация, проектирани да изпълняват автоматично многократно повтарящи се задачи по определен маршрут и координати AGV (Automated Guided Vehicle). Наблюдава се все по - широко навлизане на технология позволяваща директна връзка през интерфейс към индивидуалния WMS на клиента, което от своя страна ускорява и автоматизира процесите в логистиката, повишава ефективността. Много е важно от самото начало да се изгради цялостната логистична концепция на клиента. Да не се решават проблемите на парче. При добре организирана логистика, така че тя да е максимално ефективна ще се постигне максимален икономически ефект върху продукта, които фирмата предлага на пазара.

- Вашата фирма успява ли да предложи завършени логистични решения?

Ние успяваме. Компанията ЮНГХАЙНРИХ наскоро закупи две от най – големите фирми за производство на стелажи и един от най – големите разработчици на складов софтуер. Изграждаме цели силосни и трансманитулаторни стопанства. ЮНГХАЙНРИХ може да предложи от самия анализ, проектиране, даване на логистично решение до оборудване и обзавеждане на склада, ако е необходимо с трансманипулатори, совалки, VNA комбинирани машини и др. Ние не се възприемаме като компания, която продава стока, ние не продаваме само машини и съоръжения. С клиентите, естествено които желаят, от самото начало разговаряме и уточняваме цялостната им концепция и виждане за развитието на фирмата им. Правим анализ и предлагаме варианти на решение. Може да предложим и само стелажите, само машините, само складовата навигационна система или складовата програма, но можем да предложим и цялостния пакет, можем също така да имплиментираме съществуващи машини и съоръжения - дори да не са произведени от нас в цялостна логистична концепция и да предложим

логистичен хоу-хау на изключително високо ниво. От тази година, както споменах, сме в състояние да предложим всичко това от „една ръка“. ЮНГХАЙ-НРИХ е производителят и отговаря за качеството на продуктите, които предлага и стои с името и над 50 годишната си история в интралогистиката зад цялостното решение.

- Развива ли се в България аутсорсваната логистика?

България има големи шансове за аутсорсинг на логистиката на големи компании. Важно е фирмата да знае мястото си на пазара и точните си нужди. За един вид производства и предприятия е необходимо да имат собствен склад, като производство и дистрибуция, а за други компании това може да не е необходимо, а да се окаже излишен разход. Тогава логистиката може да се аутсорсва. Има достатъчно добри компании на пазара, които се занимават с аутсорсвани логистични услуги и могат да предложат такива. Това също е въпрос на индивидуален анализ. Няма еднозначен отговор, дали е по – изгодно логистиката на дадена фирма, да се аутсорсва или да бъде изграден собствен склад и дистрибуторска мрежа. Тук е много важен анализът за всяка една фирма. Естествено, че България, с нейното геостратегическо положение има уникална възможност да е една от добрите дестинации за аутсорсвана логистика. Това е глобален проект, който би трябвало да бъде подпомогнат на правителствено ниво. Фактът, че пристанище Констанца измести нашите две черноморски пристанища по товарооборота е показателен. Ако държавата иска да подпомогне фирмите занимаващи се с логистика, би трябвало да се създаде и развие подходяща инфраструктура, като контейнерни и трансмодални терминали, големи складови и индустриални паркове, това е и пътят за развитие на цялата икономика. Това е един цялостен процес, който определя не само пазара и пазарните субекти, но и подкрепата на конкретното правителство и дадена политическа ситуация в определена държава. В България има място и за логистиката за селското стопанство. За съжаление няма изградена такава. Много малко фирми предлагат подобна услуга. За наша радост в момента се наблюдава успокоение на пазара, навлизат все повече фирми, които имат интерес, не само към производство, но и към аутсорсвана логистика.

- Излязохте ли от кризата?

Не бих казал, че е имало криза. Многократно съм повтарял, че има криза на надценените възможности на пазара. Той не може да се раздува до безкрай. Всеки пазар има определен капацитет и няма как той да бъде надскочен. Криза има за фирмите, които подхождат непрофесионално към пазарната действителност. Нормалните пазарни субекти дори в период на криза се развиват и по – добрите печелят в крайна сметка. Аз съм благодарен на кризата

защото в този период имаше много клиенти, които решиха да преминат към по – евтини варианти, дали на поддръжка или на машини, това им изигра лоша шега, донесе им загуби, престои и регрес в собственото им развитие и сега се връщат към доставчиците, които предлагат качествен сервиз и техника. Това не е учудващо и е абсолютно естествено – всеки да се учи от неправилните си решения – стига да не е станало прекалено късно, пазарът не търпи повтарящи се грешки и такива субекти отпадат от него.

- Как виждате бъдещето?

Интернет, интернет търговията и доставчиците променят бъдещето и го виждам в изграждането на все по – високи складове, в използването на все по – големи машини движещи се във все по – тесни коридори и в автоматизация на процесите. Използването на специализирани машини, които обслужват специфичните потребности на клиентите, както и в максимално опростени стандартни машини, които са за по – малките производители и дистрибутори с възможно най – малко електроника в тях, както и специализирани малки и автономни дистрибуционни центрове на отделни и независими търговски субекти, като интернет търговци и директни доставчици. Пак повтарям, всичко зависи от правилния анализ на конкретните нужди на клиента и от конкретния профил на фирмата. Много е важен професионализма на хората, които още от самото начало изграждат логистичната концепция на предприятието. Това е бъдещето и то принадлежи на такива фирми, които могат да предложат цялостен продукт и да могат да направят заедно с клиента анализ не само на пазара, но и на конкретната фирма и мястото ѝ на него. Това е от изключителна важност, защото рефлектира върху ефективността на предприятието и крайната цена на продукта, което то предлага и от там върху конкурентоспособността на дадения икономически субект. Забелязва се все по – голямата употреба на влекачи, на специализирани машини, които оперират с палета или отделни товаро единици и в симбиоза с VNA машини или трансманиполаторни системи. Всеки един клиент е индивидуален и ние, имайки зад гърба си лидер като ЮНГХАЙНРИХ, може да предложим няколко решения, от които клиента да си избере. Ние сме длъжни да ги посъветваме, според нас и според пазара, кой е най – правилния вариант, но крайното решение винаги е на клиента. Нашата мисия е да му покажем силните и слабите страни на всяко решение. В следствие, дали според цената, според бюджета и според това как възнамерява да се развива в бъдеще, решение взема самият потребител. Нашата сила е в това, да предложим цялостно решение и то в няколко варианта.

www.gothi-bg.com