



UCZESTNICZKI PANELU „SIŁA KOBIECI W MĘSKIEJ BRANŻY” OCENIAŁY PROBLEMY NIEZALEŻNEGO RYNKU Z OBIEKTYWIZMEM I PEŁNĄ KOMPETENCJĄ



O ZADANIACH I DOKONANIACH MIĘDZY-NARODOWEJ ORGANIZACJI FIGIEFA MÓWILI JEJ DYREKTOR GENERALNA – SYLVIA GOTZEN



FRANK SCHLEHUBER REPREZENTOWAŁ MIĘDZY-NARODOWE STOWARZYSZENIE CLEPA

Potencjalnym problemem dla serwisantów obecnego parku samochodowego staje się autonomizacja pojazdów. Pełny jej zakres, czyli całkowite uniezależnienie

się samochodów od kierowców, ma nastąpić, podobno, do 2040 roku.

Do wszystkich tych wyzwań dodać trzeba jeszcze megatrend o nazwie przemysł 4.0. Oznacza to sumę całkowicie nowych kierunków rozwoju produkcji: jej robotyzację, wykorzystywanie tzw. rozszerzonej rzeczywistości i inteligentnej logistyki.

Panele dyskusyjne

Lista megatrendów stanowiła najważniejszą podstawę panelowych dyskusji toczonych na forum kongresu. Prowadzone podczas obrad badania sondażowe wykazały, iż zdaniem aż 63% reprezentantów branży największy wpływ na motoryzację będzie mieć megatrend elektromobilności, na drugim miejscu (39% uczestników głosowania) wskazywano pojazdy autonomiczne. Dla 37% firm największym przełomem ma być cyfryzacja, a dla 24% – *car-sharing*.

Na tym tle z dużym zainteresowaniem i uznaniem przyjęto opinie formułowane przez Łożę ekspertów, w skład której weszli: Adam Abramowicz – rzecznik MSP, Cezary Kaźmierczak – ZPP, Bogumił Papierniok – Moto-Profil i Robert Kieźek – SDCM. Ich wypowiedzi dotyczyły m.in. związków regulacji prawnych z praktyką rynku motoryzacyjnego. Odbyła się również debata interaktywna prowadzona przez ambasadorów polskich

producentów części, których zadaniem jest promowanie krajowych produktów za granicą, a także sesja poświęcona znaczeniu Brexitu dla przemysłu motoryzacyjnego w Polsce. Dyskutowano także o rozwoju motoryzacyjnych start-up-ów i o innych zagadnieniach legislacyjnych,

Ogólny charakter przedstawionych megatrendów zachęcał do konkretyzacji związanych z nimi zagadnień. Na przykład: jakie umiejętności i kwalifikacje pracowników powinny być obecnie rozwijane? Albo: jakie modele kształcenia powinny obowiązywać w szkolnictwie zawodowym? Jakie zmiany organizacyjne staną się niezbędne przy realizacji zasad przemysłu 4.0? Czy ta inicjatywa stanowi jakieś zagrożenie dla rozwoju motoryzacji i zachowania zadowalającej liczby miejsc pracy?

Rola kobiet w branży

Ta kwestia dyskutowana była żywo już na poprzednim Kongresie SDCM; teraz dyskusje te kontynuowano, zgłaszając nowe pytania i argumenty. Statystyki mówią, że liczba kobiet zatrudnionych w polskiej branży motoryzacyjnej wyraźnie rośnie. Całkowicie straciły aktualność dawne stereotypy o wybitnie męskim charakterze technicznych zawodów. Perspektywy przyszłego zatrudnienia też okazują się dla kobiet coraz bardziej optymistyczne, ale rysują się tu także i pewne problemy.

Omawiały je szczegółowo panie zajmujące wysokie stanowiska w dużych, związanych z motoryzacją firmach. Udział w tej dyskusji wzięły między innymi: Joanna Szkudłapska-Włodarczyk (Mahle), Anna Wilczewska (Castrol), Małgorzata Demidziuk (Santander), Iwona Kornatko (właścicielka warsztatu) i Anita Niemczyk-Szewczyk (firma Novenus). Ich zdaniem, więcej kobiet w branży to efekt zmian nie tyle społecznych, co technologiczno-organizacyjnych.

Komponenty nowoczesnych pojazdów są z reguły małe i lekkie, a ich produkcja w coraz większym stopniu odbywa się automatycznie. Przemysł 4.0 stwarza, wbrew wcześniejszym obawom, nowe stanowiska o wymogach w pełni dostępnych dla kobiet. Praca na nich jest bardziej odpowiedzialna, związana z dokładnym przestrzeganiem szczegółowych

FOT. P. KRZCZANOWICZ, SDCM

procedur, lecz fizycznie lżejsza, więc także... gorzej płatna.

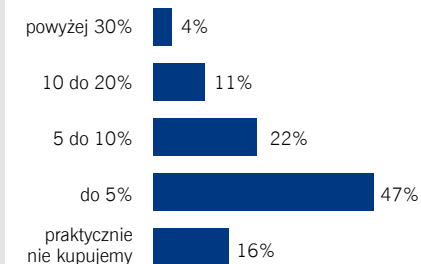
Awans kobiet na wyższe stanowiska kierownicze, choć przeważnie obustronnie korzystny, przebiega jednak wciąż

jeszcze z patriarchalnymi oporami. Przetłumaczyć je trudno, zwłaszcza gdy same kandydatki nie wierzą do końca we własne możliwości. W branży motoryzacyjnej, czego dowodzą liczne przykłady nie

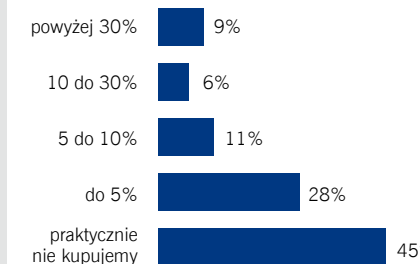
przystawiających „szklanych sufitów”, bywają rozmaite drobne przeszkody, wśród których ważne znaczenie ma także powszechny brak lub choćby niedostatek kobiecej solidarności. ■

Z interaktywnego sondażu – przeprowadzonego w trakcie kongresu wśród jego uczestników

Dystrybucja części – przychody 3Q 2018 vs 3Q 2017



Jaki procent wszystkich zakupów części stanowią zakupy internetowe?



Wpływ rozwijającego się e-commerce w obszarze agregatorów sprzedaży części motoryzacyjnych

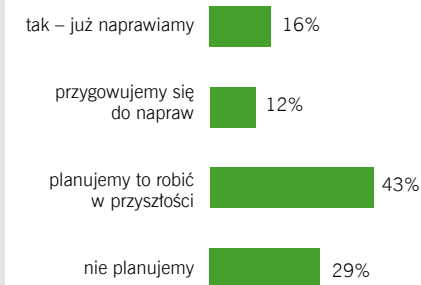


DO WSPÓŁPRACY WARSZTATÓW Z AUTORYZOWANYMI DOSTAWCAMI CZĘŚCI DOCHODZI W SUMIE RZADKO

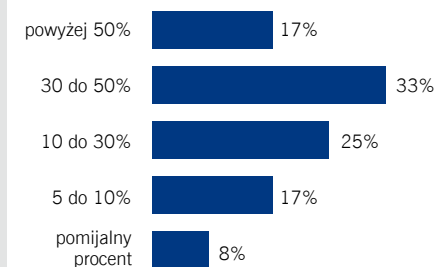
WARSZTATY OD ZAKUPÓW INTERNETOWYCH WYŻEJ CENIĄ BEZPOŚREDNIE RELACJE Z DOSTAWCAMI...

... I DO ROZWOJU INTERNETOWEGO RYNKU CZĘŚCI PODCHODZĄ BEZ ENTUZJAZMU

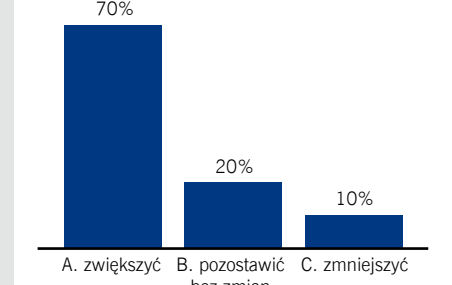
Czy w ramach usług firma przygotowana jest na naprawy samochodów hybrydowych?



Jaki procent sprzedaży dystrybutorów stanowi eksport?



Firma planuje programy wsparcia dla warsztatów



DO NOWYCH TECHNOLOGII MAMY STOSUNEK UMIARKOWANIE POZYTYWNY

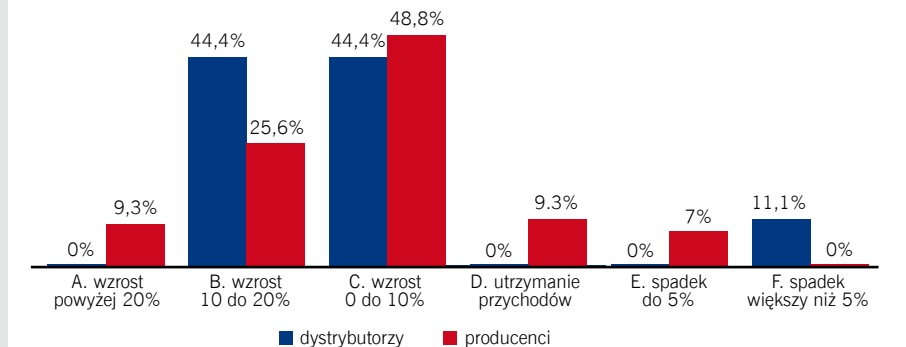
POLSKIE FIRMY AKTYWNIIE UCZESTNICZĄ W MIĘDZY-NARODOWEJ WYMIANIE

WŚRÓD PLANÓW DOTYCZĄCYCH WSPARCIA WARSZTATÓW DOMINUJĄ BARDZO AMBITNE

Dystrybucja części – przychody 3Q 2018 vs 3Q 2017



Progniza przychodów firmy w 2019 r. vs. 2018 r.



DLA WIĘKSZOŚCI DYSTRYBUTORÓW CZĘŚCI ROK BIEŻĄCY JEST BARDZIEJ UDANY OD POPRZEDNIEGO

W PROGNOZIE PRZYCHODÓW POLSKICH FIRM ZAZNACZYŁ SIĘ WYRAŹNY OPTYMIZM