

WYKORZYSTANIE GIEŁD TRANSPORTOWYCH A KSZTAŁTOWANIE JAKOŚCI USŁUG TRANSPORTOWYCH W DROGOWYCH PRZEWOZACH ŁADUNKÓW

Oleksandra OSYPCHUK

Streszczenie: Ważną rolę w działalności przedsiębiorstw odgrywa informacja. Najlepszym źródłem pozyskania informacji w przedsiębiorstwach transportowych są elektroniczne giełdy transportowe. Liczba wolnych ładunków, pojazdów czy przestrzeni ładunkowej są dobrymi wskaźnikami aktualnej sytuacji rynkowej. Oferty przedstawione na giełdach również doskonale przedstawiają wymagania klientów wobec przewoźników. W artykule podjęto próbę analizy procesu kształtowania jakości przewozów w MŚP transportowych wykorzystujących giełdy transportowe i odpowiedzi na pytanie czy występuje różnica w jakości wykonanych zleceń pochodzących z różnych źródeł. Badanie zostało sfinansowane ze środków przeznaczonych na rozwój młodych naukowców w ramach grantu „Młody naukowiec” o numerze 4/MN/IZT/2017.

Słowa kluczowe: społeczeństwo informacyjne, giełdy transportowe, jakość transportu, przewozy drogowe.

1. Wstęp

Spółeczeństwo informacyjne dyktuje nowe warunki funkcjonowania na rynku i wymaga od przedsiębiorstw coraz szerszego wykorzystania narzędzi teleinformatycznych. Implementacja systemów wspomagających pozyskiwanie, przepływ oraz analizę informacji stanowi ważny punkt w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Informacja staje się kluczowym zasobem w budowaniu pozycji konkurencyjnej.

Literatura przedmiotu najczęściej definiuje społeczeństwo informacyjne przez pryzmat pięciu kryteriów: technologicznego, ekonomicznego, kulturalnego, zawodowego oraz przestrzennego [1]. Punktem wspólnym definicji według wszystkich wyżej wymienionych obszarów jest znaczenie informacji, co pozwala na określenie społeczeństwa informacyjnego jako społeczeństwa w którym informacja staje się źródłem rozwoju zarówno na poziomie ogólnogospodarczym, jak i poszczególnych jednostek [2]. Tylko przedsiębiorstwa zdolne do ciągłego doskonalenia i uczenia się na podstawie informacji pochodzącej ze środowiska mogą być konkurencyjne na rynku.

Przedsiębiorstwa transportowe w Polsce funkcjonują w warunkach wyjątkowej zmienności otoczenia zarówno dalszego jak i bliższego. Podstawę ich przetrwania stanowi szybkość reakcji i podjęcia decyzji w odpowiedzi na zmiany zachodzące na rynku, co jest możliwe tylko w przypadku otrzymania aktualnej informacji. Szczególnie dotyczy to przedsiębiorstw sektora MŚP, które ze względu na ograniczone zapasy są bardziej wrażliwe na różnego typu zmiany.

Wykorzystanie narzędzi teleinformatycznych w działalności MŚP transportowych stanowi szansę na pozyskanie najlepszych zleceń przewozowych, co pozwala na obniżenie

kosztów funkcjonowania poprzez redukcje kosztów zarządzania jakością przewozów, obsługi klientów czy prowadzenia dokumentacji związanej z działalnością firmy. Jednym z takich narzędzi jest elektroniczna giełda transportowa.

2. Giełdy transportowe w działalności MŚP transportowych

Samochodowa giełda transportowa jest platformą internetową pozwalającą na wymianę informacją pomiędzy przedsiębiorstwami dysponującymi wolnymi ładunkami, wolnymi pojazdami oraz wolną przestrzenią ładunkową [3]. Platformy te wspierają cały proces zawierania transakcji.

Bezustannność działania giełd transportowych tworzy przyjazne warunki dla działalności polskich przedsiębiorstw transportowych na rynku globalnym. Wszyscy użytkownicy mają dostęp do ofert 7 dni w tygodniu 24 godziny na dobę co pozwala na tworzenie kontaktów biznesowych bez względu na odległość geograficzną [4].

W zależności od wielkości giełdy i jej popularności oprócz standardowych możliwości którymi są oferty wolnych ładunków, pojazdów oraz przestrzeni, giełdy oferują dodatkowe funkcje którymi są np.: bazy danych użytkowników, monitoring GPS, planowanie trasy przejazdu, obliczanie tras, barometry transportowe, ocena wiarygodności użytkowników, windykacja, wbudowane systemy zarządzania dokumentacją, wbudowane komunikatory i inne [5 ÷ 11]. Tak rozbudowana oferta możliwości dodatkowych przedstawia próbę integracji wszystkich funkcji niezbędnych w prowadzeniu działalności przedsiębiorstw transportowych w obrębie jednego okienka. Łatwość obsługi, intuicyjność funkcji oraz pakiet dodatkowych możliwości często stają argumentem przy wyborze giełdy.

Liczba giełd transportowych jest trudna do oszacowania ze względu na szybkość ich pojawiania się, okres życia czy różnorodność. Również trudnym jest określenie liczby aktywnych użytkowników systemu co jest jednym z najważniejszych wskaźników popularności giełdy. Innym wskaźnikiem jest liczba oferowanych ładunków dziennie która wydaje się bardziej wiarygodnym parametrem w ocenie pozycji giełdy na rynku. Tabela 1 przedstawia wybrane elektroniczne giełdy transportowe wykorzystywane przez polskie przedsiębiorstwa transportowe.

Tab. 1. Wybrane międzynarodowe giełdy transportowe w Polsce

Nazwa giełdy	Liczba użytkowników	Liczba ładunków dziennie	Dodatkowe funkcje
Trans.eu	35 000	ok. 200 tyś.	System rekomendacji i oceny płatników; komunikacja i wysyłanie zadań dla kierowców (TransTask); windykacja (TransIncasso); wsparcie w wystawieniu zleceń; monitoring floty; wbudowany komunikator.
TimoCom	120 000	ok. 750 tyś.	Moduł kalkulacyjno-trackingowy; indeksowanie firm; barometr transportowy; platforma do przetargów; wbudowany komunikator.
Teleroute	70 000	ok. 200 tyś.	Usługi mediacji; system obliczania tras; ocena bezpieczeństwa transportu; SMS do kierowcy.

Wtransnet	11 000	ok. 28 tyś.	Ubezpieczenie faktur; reklamacja płatności; tłumaczenie symultaniczne; chat z obsługą klienta.
LKW Walter	13 500	ok. 5 tyś.	Elektroniczny obieg dokumentów przewozowych.
123cargo	brak danych	ok.30 tyś.	Lista ograniczeń w ruchu drogowym; usługi mediacji.
Cargo.pl	75 000	ok.50 tyś.	Wycena transportu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie [5 ÷ 11]

Według portali branżowych do najbardziej popularnych giełd transportowych w Polsce zaliczane są: Trans.eu, TimoCom, Teleroute [12,13]. Są to giełdy od lat funkcjonujące na rynku mające najszerszą ofertę ładunków i powierzchni ładunkowej oraz największy zakres funkcji dodatkowych.

Przedstawione na giełdach oferty są źródłem informacji na temat popytu i podaży na rynku otrzymywane w czasie rzeczywistym. Również stanowią punkt wejściowy do budowania strategii operacyjnej przedsiębiorstwa transportowego szczególnie pod względem wymagań jakościowych klientów.

3. Jakość usług transportowych w transporcie drogowym

Definiowanie pojęcia jakości usług transportowych wiąże się z określeniem czynników kształtujących jakość oraz atrybutów usług transportowych [14]. Literatura przedmiotu określa jakość usługi transportowej jako kategorię subiektywną, odbieraną przez klienta w sposób indywidualny. Zatem jakość usługi transportowej może być opisana tylko w sposób pośredni jako zbiór cech i właściwości jej charakteryzujących [15]. Te zbiory przekształcają się w podstawowe wymagania klientów wobec przedsiębiorstw oferujących usługi transportowe.

Do podstawowych wymagań jakościowych zaliczają:

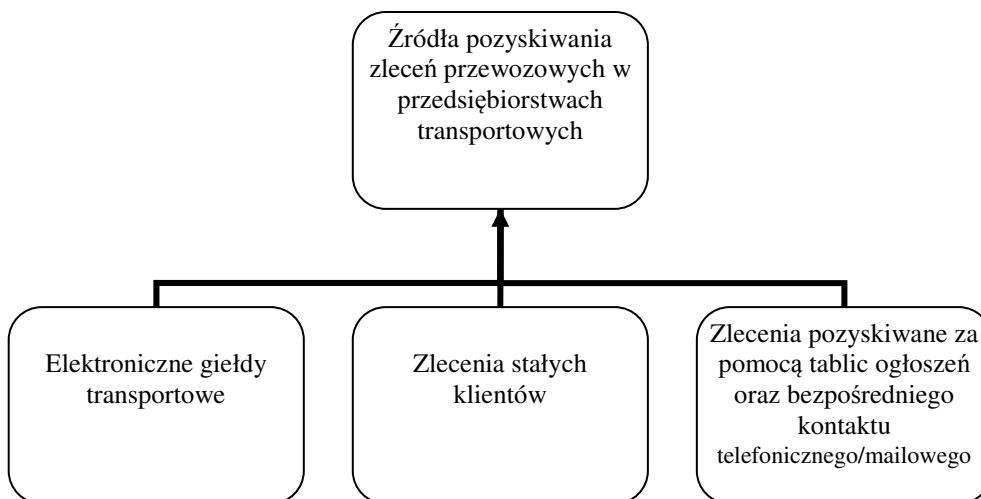
- terminowość dostaw;
- szybkość realizacji zlecenia;
- gwarancje braku uszkodzeń, kradzieży, zaginięcia przewożonych ładunków;
- odpowiedni dobór środka transportu [14].

W kontekście jakości warto wspomnieć również o cenie usługi transportowej ponieważ często staje ona elementem decydującym o wyborze usługodawcy i zdaniem przedsiębiorstw podstawowym wymaganiem wobec oferowanego transportu. Według P. Nowaka [16] cena stanowi również instrument obiektywnej oceny jakości.

Zasadniczym celem każdej działalności gospodarczej jest otrzymanie zysków co wiąże się z minimalizacją kosztów. Ze strony klienta jest to wynegocjowanie najniższej stawki przewozowej przy zachowaniu jakości, od strony usługodawcy przeciwnie – najwyższej stawki z szczególnym uwzględnieniem wymagań jakościowych usługobiorców. Jednak w przypadku przedsiębiorstw oferujących usługi transportowe przedstawia to bardzo skomplikowane zadanie szczególnie w warunkach tak dużej konkurencji na rynku. Przedsiębiorstwa transportowe starają się wyróżniać na tle konkurencji przede wszystkim pod względem oferowanej jakości przy utrzymaniu możliwie niskich stawek przewozowych. Z tego powodu przedsiębiorstwa dążą w kierunku obniżenia kosztów przewozu również poprzez minimalizację kosztów dotarcia do klientów.

Przeprowadzone badania wskazują na trzy podstawowe źródła pozyskania zleceń przez

przedsiębiorstwa transportowe. Są to zlecenia pozyskiwane od nowych klientów za pomocą ogłoszeń lub kontaktu telefonicznego czy mailowego, transport zlecony przez stałych klientów drogą elektroniczną, telefoniczną czy bezpośredniego kontaktu oraz zlecenia pozyskane z elektronicznych giełd transportowych. Wszystkie źródła zostały przedstawione na rysunku 1.



Rys. 1. Źródła pozyskiwania zleceń przewozowych w przedsiębiorstwach transportowych
Źródło: opracowanie własne

W przypadku ofert publikowanych na giełdach transportowych najczęściej klienci mają szczególnie sprecyzowane wymagania odnośnie warunków przewozu ładunku co znacznie ułatwia poszukiwanie odpowiedniego zlecenia.

Na rysunkach poniżej przedstawiona przykładowa oferta ładunku z giełd. Każda oferta zawiera miejsce i datę załadunku, rozładunku, typ wymaganego nadwozia, oraz wymiary ładunku.

Miejsce załadunku	Miejsce rozładunku	Typ nadwozia	Zgłoszono	Ważne do
Francja Mirande 32300	Francja Laudun- l'Ardoise 30290	plandeka, 1t	09.01.2018 godz. 15:00	11.01.2018 21:00 do końca 54h:44min

Rys. 2. Przykładowa oferta wolnego ładunku na giełdzie transportowej
Źródło: opracowanie własne na podstawie [7]

Miedzylesie, woj. Dolnośląskie, PL (57-530)	10-01-2018	18 t	Wymagany pojazd: plandeka
Bamberg, Bavaria, DE (96047)	12-01-2018	13.6 m	
BM-51748438			

Rys. 3. Przykładowa oferta wolnego ładunku na giełdzie transportowej
Źródło: opracowanie własne na podstawie [10]

Zlecenia transportowe od stałych klientów najczęściej mają charakter rutynowy czyli

wykonywają się na stałych trasach, za pomocą tego samego typu nadwozia oraz za tą samą stawkę przewozową. Wymagania jakościowe dotyczące realizacji takich przewozów są prostsze do spełnienia ze względu na ich przewidywalność. Takie zlecenia najczęściej mają mniej sztywne terminy realizacji.

Zlecenia pozyskane od nowych klientów za pomocą kontaktów telefonicznych czy mailowych często są związane z wydłużonym czasem realizacji czynności poprzedzających usługę, np.: nawiązania pierwszego kontaktu, identyfikacji potrzeb transportowych, określenia warunków przewozów. Ten fakt przyczynia się do utrudnień związanych z zapewnieniem jakości wykonywanych usług transportowych.

4. Metodologia badań

Dla celów artykułu w 2017 roku autorka przeprowadziła badanie ankietowe w 27 przedsiębiorstwach zajmujących się samochodowym transportem towarowym wśród których tylko 14 potwierdziły że korzystają z usług giełd transportowych (prośbę o udział w badaniu skierowano do ponad 70 małych i średnich przedsiębiorstw z branży TSL działających na terenie województwa Zachodniopomorskiego). Z wybranymi przedsiębiorstwami przeprowadzono wywiad bezpośredni.

Wśród badanych 14% były przedsiębiorstwami zatrudniającymi do 9 osób, 42% zatrudniają od 10 do 49 osób, 44% zatrudniają od 50 do 249 osób. Międzynarodowy zasięg prowadzonej działalności zasygnalizowało 72% badanych firm, krajowy oraz europejski zasięg wskazało odpowiednio 7% oraz 21% ankietowanych.

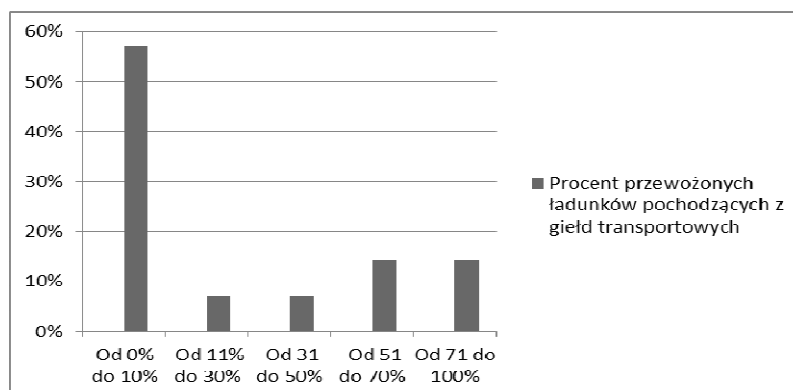
5. Kształtowanie jakości usług transportowych w przedsiębiorstwach korzystających z giełd transportowych – wyniki badań

Celem badania była odpowiedź na pytanie czy występuje różnica w zakresie jakości przy wykonaniu zleceń transportowych pochodzących z i spoza giełd transportowych.

Z przeprowadzonego badania ankietowego wynika że mimo coraz większego zakresu wykorzystania technologii teleinformatycznych w procesie kształtowania przewagi konkurencyjnej, duża część przedsiębiorstw do tej pory nie zdecydowała się na wykorzystanie elektronicznych giełd transportowych lub zrezygnowała z giełd w celu obniżenia kosztów funkcjonowania, co w perspektywie długoterminowej może oznaczać utratę nimi pozycji konkurencyjnej.

Badane przedsiębiorstwa zapytano o ilości wykorzystywanych przez nich giełd transportowych. Większość przedsiębiorstw (64%) korzysta z 2 lub 3 giełd transportowych, więcej 3 giełd wykorzystują 29% ankietowanych i tylko 7% są użytkownikami jednej giełdy.

W badanych przedsiębiorstwach ładunki z giełd transportowych wynoszą do 10% wszystkich wykonanych zleceń w 57% przypadków, w 14% ankietowanych takie zlecenia stanowią 71%-100% wszystkich przewozów. Poszczególne wyniki pokazano na rysunku 4.

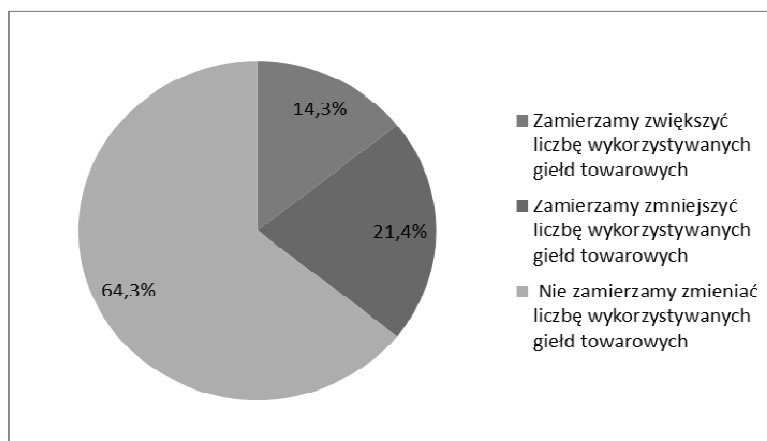


Rys.4. Procent przewożonych ładunków pochodzących z elektronicznej giełdy transportowej

Źródło: opracowanie własne

Następnie ankietowanych zapytano o celach na przyszłość w kontekście wykorzystywanych giełd transportowych. Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw nie zamierza zmieniać liczbę wykorzystywanych giełd. Odpowiedzi na pytanie przedstawione na rysunku 5.

Wśród badanych przedsiębiorstwa 64% uważają wykorzystywane giełdy za całościowo zaspokajające ich potrzeby, 21% ankietowanych stwierdziły że giełdy transportowe nie spełniają ich oczekiwań a 14% nie uważają liczbę wykorzystywanych przez nich giełd za wystarczającą.



Rys.5. Cele na przyszłość dotyczące wykorzystania elektronicznych giełd transportowych

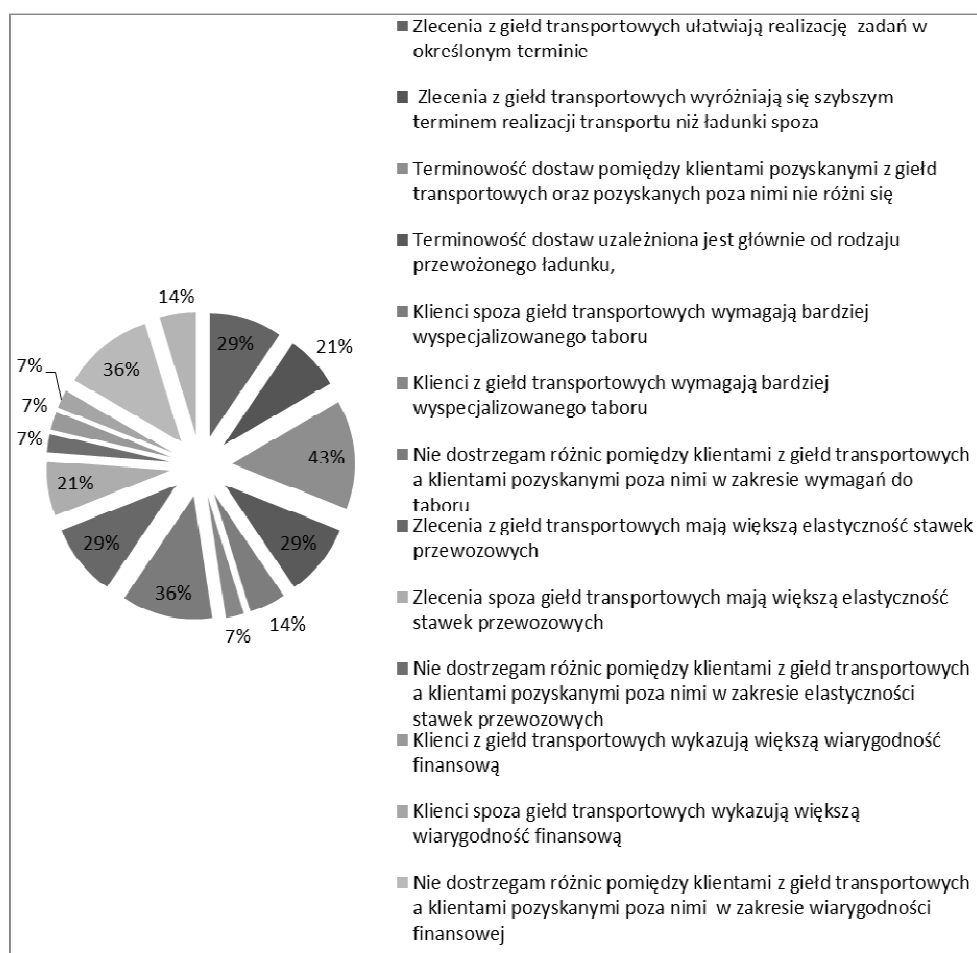
Źródło: opracowanie własne

Badane przedsiębiorstwa również zapytani o różnicę dostrzeżone przez nich w trakcie wykonania zleceń pochodzących z różnych źródeł. Było to pytanie wielokrotnego wyboru. W aspekcie terminowości wykonania zleceń 43% badanych przedsiębiorstw nie dostrzega różnic w terminowości dostaw pomiędzy klientami pozyskanymi z giełd transportowych oraz pozyskanych poza nimi, 29% zgodziło się z twierdzeniem że terminowość dostaw

uzależniona jest głównie od rodzaju przewożonego ładunku.

Wśród ankietowanych przedsiębiorstw 36% również nie dostrzega różnic pomiędzy klientami z giełd transportowych a klientami pozyskanymi poza nimi w zakresie wymagań do taboru, w 14% badanych przedsiębiorstwach uważają że klienci spoza giełd są bardziej wymagające w zakresie taboru.

Ankietowanych proszono również o opinie na temat elastyczności stawek przewozowych oraz wiarygodności finansowej. Zasygnalizowało że zlecenia z giełd transportowych mają większą elastyczność stawek przewozowych 29% badanych osób, 36% osób nie dostrzega różnic pomiędzy klientami z giełd transportowych a klientami pozyskanymi poza nimi w zakresie wiarygodności finansowej. Tylko 14% badanych przedsiębiorstw wcale nie dostrzega różnic pomiędzy klientami z giełd transportowych a klientami pozyskanymi poza nimi. Szczegółowe odpowiedzi na pytanie przedstawiono na rysunku 6.



Rys. 6. Opinie przedsiębiorstw na temat klientów pochodzących z różnych źródeł

Źródło: opracowanie własne

Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw (86%) nie dostrzega różnicy pomiędzy wymaganiami klientów pozyskanymi na giełdach transportowych i poza nimi wobec jakości przewozów ładunków. Wśród pozostałych 14% najczęściej wskazywaną różnicą była terminowość dostaw.

Interpretując wyniki badań można stwierdzać że nie występuje jednoznaczna różnica zarówno w wymaganiach klientów pochodzących z różnych źródeł wobec wykonywanych usług transportowych, jak i sposobie kształtowania jakości oferowanych usług przez usługodawcę.

6. Wnioski

Elektroniczne giełdy transportowe od lat nabierają popularności wśród przewoźników, spedytorów i dysponentów ładunków. Ich funkcjonalność tworzy możliwości wejścia na rynek, budowania pozycji konkurencyjnej i wzrostu dla małych i średnich przedsiębiorstw transportowych, ponieważ informacja przez nich przekazywana stanowi nie tylko źródło ofert a również zapas wiedzy o zmianach zachodzących w otoczeniu.

Otoczenie w którym funkcjonują polskie przedsiębiorstwa transportowe charakteryzuje się dużą zmiennością i konkurencyjnością. Przedsiębiorstwa konkurują zarówno w zakresie stawek przewozowych jak i jakości oferowanych usług.

Ze względu na subiektywność indywidualnego traktowania, jakość usług transportowych oceniana jest ze względu na podstawowe wymagania które są przedstawione przez zbiór cech i właściwości przewozów. Do takich parametrów odnoszą się: terminowość dostaw, szybkość realizacji zlecenia, gwarancje braku uszkodzeń, kradzieży, zaginięcia przewożonych ładunków, odpowiedni dobór środka transportu. Wybrane parametry zostały przebadane w kontekście kształtowania jakości przewozów drogowych ładunków w przypadku ofert pochodzących z giełd transportowych oraz zleceń spoza.

Przeprowadzono badanie ankietowe skierowane do przedsiębiorstw transportowych funkcjonujących na terenie województwa Zachodniopomorskiego. Duża część badanych przedsiębiorstw transportowych jednak nie wykorzystują w swojej działalności elektroniczne giełdy transportowe co może stanowić duże zagrożenie dla ich funkcjonowania w przyszłości.

Przedsiębiorstwa korzystające z giełd transportowych zostały poddane bardziej szczegółowemu badaniu w celu odpowiedzi na pytanie czy występuje różnica w jakości wykonanych zleceń pochodzących z różnych źródeł.

Przeprowadzone badanie pozwoliło na stwierdzenie że nie występuje jednoznaczna różnica w kształtowaniu jakości przez przedsiębiorstwa transportowe w przypadku zleceń pochodzących z elektronicznych giełd transportowych i spoza nich.

Literatura

1. Webster, F.: Theories of the information society. Routledge, New York, 2014.
2. Goliński, M.: Społeczeństwo informacyjne–problemy definicyjne i problemy pomiaru. Dydaktyka informatyki, 43, Rzeszów, 2003.
3. Mieszaniec, J., Ogrodnik, R.: Innowacyjne rozwiązania dla wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw w obszarze zarządzania transportem, [w:] red. R. Knosala (red.), Komputerowo zintegrowane zarządzanie. Oficyna Wydawnicza Polskiego Towarzystwa Zarządzania Produkcją, Opole, 2010

4. Kisielewski, P., Leśniakiewicz, M.: Charakterystyka i analiza porównawcza europejskich elektronicznych giełd transportowych. *Autobusy: technika, eksploatacja, systemy transportowe*, nr 17, 2016, s.1368-1370.
5. <http://www.wtransnet.com/pl/>
6. <https://www.timocom.pl/>
7. <https://www.trans.eu/pl/>
8. http://teleroute.pl/pl_pl
9. <http://www.lkw-walter.pl>
10. <https://www.123cargo.eu/pl/>
11. <https://www.cargo.pl/>
12. <http://poradniktransportowy.pl>
13. <http://poradnikspedytora.pl>
14. Rucińska, D., Kędzior-Laskowska, M.: Problemy kształtowania jakości usług w transporcie drogowym ładunków w opiniach przedsiębiorców. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego, Ekonomika Transportu i Logistyka, Europejski transport i rynek usług transportowych*, nr 52, 2014, s.171-173
15. Grzelakowski, A. S.: Jakość usług transportowych i jej wpływ na kształtowanie wartości logistycznego łańcucha dostaw. *Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni*, nr 93, 2016, s.106-107
16. Nowak, P.: Wykorzystanie ceny w ocenie jakości produktów. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas*, nr 2, 2008, s. 93-106

Mgr inż. Oleksandra OSYPCHUK
Instytut Zarządzania Transportem
Akademia Morska w Szczecinie
70-507 Szczecin, ul. Pobożnego 11
tel./fax: (0-91) 480 96 87
e-mail: o.osypchuk@am.szczecin.pl