

# PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

# RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 355

**Usługi 2014**

**Branżowe i menedżerskie aspekty  
rozwoju usług**

Redaktorzy naukowci

Barbara Iwankiewicz-Rak

Barbara Mróz-Gorgoń



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2014

Redaktor Wydawnictwa: Elżbieta Kozuchowska

Redaktor techniczny i korektor: Barbara Łopusiewicz

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),

w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej [www.dbc.wroc.pl](http://www.dbc.wroc.pl),

The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa

[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2014

**ISSN 1899-3192**

**ISBN 978-83-7695-446-2**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.

ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

## Spis treści

Wstęp .....	9
-------------	---

---

### Część 1. Usługi publiczne i społeczne

---

<b>Barbara Kożuch, Antoni Kożuch:</b> Responsywność w zarządzaniu usługami publicznymi .....	13
<b>Barbara Iwankiewicz-Rak:</b> Organizacje pozarządowe w Polsce – działalność usługowa na rzecz społeczeństwa .....	23
<b>Anita Marta Tkocz:</b> Usługi świadczone na rzecz społeczeństwa w ramach marketingu wspólnej sprawy ( <i>cause marketing</i> ) .....	34
<b>Katarzyna Peter-Bombik, Agnieszka Szczudlińska-Kanoś:</b> Aktywizacja osób starszych na rynku pracy w programach ugrupowań politycznych ...	44

---

### Część 2. Branżowy kontekst rozwoju usług w Polsce

---

<b>Wioleta Sobczak, Dawid Olewnicki, Lilianna Jabłońska:</b> Sektor usług dla rolnictwa i ogrodnictwa – kierunki rozwoju.....	57
<b>Jerzy Paczocha:</b> Rozwój usług telekomunikacyjnych w aspekcie rozwoju infrastruktury telekomunikacyjnej i technologii.....	67
<b>Arkadiusz Kawa:</b> Elektroniczna giełda transportowa jako podmiot sektora usług logistycznych .....	79
<b>Dawid Olewnicki, Mikołaj Śnieć, Krzysztof Chudecki:</b> Zmiany na rynku firm usługowych zagospodarowania terenów zieleni w kontekście wzrostu zamożności i rosnącego zainteresowania roślinami ozdobnymi w Polsce ..	88
<b>Urszula Bąkowska-Morawska:</b> Marka „Karkonosze” jako czynnik tworzenia turystycznego łańcucha dostaw w regionie .....	99
<b>Jacek Mierzwiński:</b> Sponsoring w usługach sportu jako czynnik rozwoju i promocji.....	110

---

### Część 3. Jakość i satysfakcja w usługach

---

<b>Agnieszka Smalec:</b> Rola komunikacji w zarządzaniu satysfakcją klienta-obywatela.....	119
<b>Monika Dobska:</b> Empowerment usługobiorców jako uprawomocnienie do wartościowania się pacjentów .....	129

<b>Janusz Figura:</b> Źródła informacji o jakości usług w procesach konkurencji na rynku logistycznym.....	140
<b>Rafał Maćkowiak:</b> Identyfikacja jakości świadczenia usług w gospodarce turystycznej na terenie miasta Szczecin metodą Mystery Shopping.....	152
<b>Agnieszka Rak, Ludmila Szulgina:</b> Marketing sportowy w kreowaniu wizerunku marki.....	162
<b>Anna Tokarz-Kocik:</b> Organizacja procesu motywowania w przedsiębiorstwach hotelarskich – wymiar funkcjonalny i podmiotowy.....	177

---

#### **Część 4. Nowe technologie informacyjne w usługach**

---

<b>Anna Stolarczyk:</b> Wpływ usług ICT na rozwój tradycyjnych usług pocztowych na krajowym rynku w latach 2006–2012 – komplementarność czy substytucja?.....	189
<b>Agnieszka Dejnaka:</b> Social Media Care jako nowy trend w obsłudze klienta	197
<b>Bogdan Gregor, Beata Gotwald:</b> Usługi medyczne i ich komunikowanie w Internecie, czyli kreowanie popytu na rynku B2C.....	207
<b>Grażyna Rosa, Izabela Ostrowska:</b> Określenie perspektyw rozwoju usług w Internecie na podstawie analizy zachowań segmentu młodych dorosłych.....	218
<b>Joanna Nogiec:</b> Opinie dotyczące wykorzystania kodów dwuwymiarowych do informowania o wybranych usługach.....	228
<b>Beata Tarczydło:</b> Strategia komunikacji marketingowej 360 stopni w kreowaniu wizerunku marki usługi. Studium przypadku.....	238

---

#### **Część 5. Innowacje w zarządzaniu usługami**

---

<b>Małgorzata Kurleto:</b> Determinanty i siły napędowe nowoczesnych strategii zarządzania destynacją turystyczną.....	253
<b>Mateusz Lewandowski:</b> Innowacje w usługach instytucji kultury.....	264
<b>Mirosława Pluta-Olearnik:</b> Internacjonalizacja usług kształcenia na poziomie wyższym – stan i oczekiwania.....	279
<b>Barbara Mróz-Gorgoń:</b> Znaczenie designu w kreowaniu wizerunku usługi.	289
<b>Katarzyna Żugar-Głapiak:</b> Outsourcing jako kierunek zarządzania procesami funkcji personalnej w organizacji.....	299
<b>Małgorzata Okręglicka:</b> Leasing jako usługa finansowa na rynku nieruchomości w Polsce.....	308

---

## Summaries

---

### Part 1. Public and social services

---

<b>Barbara Kożuch, Antoni Kożuch:</b> Responsivity in public service management .....	22
<b>Barbara Iwankiewicz-Rak:</b> Non-governmental organizations in Poland – service activities for the society .....	33
<b>Anita Maria Tkocz:</b> Services provided to the society as a result of the cause related marketing .....	43
<b>Katarzyna Peter-Bombik, Agnieszka Szczudlińska-Kanoś:</b> Activation of elderly people on the labour market in the programs of political parties ...	54

---

### Part 2. Trade context of services' development in Poland

---

<b>Wioleta Sobczak, Dawid Olewnicki, Lilianna Jabłońska:</b> Services sector for agriculture and horticulture – development directions .....	66
<b>Jerzy Paczocha:</b> Development of telecommunication services in the aspect of telecommunication infrastructure and technology development .....	78
<b>Arkadiusz Kawa:</b> Electronic freight exchange in logistics sector .....	87
<b>Dawid Olewnicki, Mikołaj Śnieć, Krzysztof Chudecki:</b> Changes on the market of service companies of green areas in the context of wealth increase and the growing interest in ornamental plants in Poland .....	98
<b>Urszula Bąkowska-Morawska:</b> “Karkonosze” brand as a factor of creating tourism supply chain in the region .....	109
<b>Jacek Mierzwiński:</b> Sponsorship in sport and recreation as a factor in their development and promotion .....	116

---

### Part 3. Quality and satisfaction in services

---

<b>Agnieszka Smalec:</b> The role of communication in managing the satisfaction of a citizen–customer .....	128
<b>Monika Dobska:</b> Empowerment of clients as the authorizing of feeling more appreciated by patients .....	139
<b>Janusz Figura:</b> Sources of information about the quality of services in the processes of competition on the logistics market .....	151
<b>Rafał Maćkowiak:</b> The identification of service quality in the tourism economy in Szczecin city by the Mystery Shopping method .....	161

---

<b>Agnieszka Rak:</b> Sports marketing in the creation of brand image .....	176
<b>Anna Tokarz-Kocik:</b> Organization of motivation process in hospitality enterprises – functional and subjective aspect.....	185

---

#### **Part 4. New information technologies in services**

---

<b>Anna Stolarczyk:</b> The ICT services impact on the development of traditional postal services market in the domestic market in 2006-2012 – complementarity or substitution? .....	196
<b>Agnieszka Dejnaka:</b> Social Media Care as a new trends in customer service .....	206
<b>Bogdan Gregor, Beata Gotwald:</b> Medical services and their communication in the Internet – creating a demand for B2C market .....	217
<b>Grażyna Rosa, Izabela Ostrowska:</b> The analysis of growth opportunities services provided in the Internet on the basis of current behavior of the young adults segment .....	227
<b>Joanna Nogieć:</b> Opinions about the use of 2D codes in the information process .....	237
<b>Beata Tarczydło:</b> The 360 degree marketing communications strategy in developing a service brand image. A case study.....	249

---

#### **Part 5. Innovations in the management of services**

---

<b>Malgorzata Kurleto:</b> Determinants and driving forces of modern tourist destination management strategies .....	263
<b>Mateusz Lewandowski:</b> Innovations in cultural institutions' services .....	278
<b>Mirosława Pluta-Olearnik:</b> Internationalization of higher education services – condition and expectations .....	288
<b>Barbara Mróz-Gorgoń:</b> The importance of design in creating an image of a service .....	298
<b>Katarzyna Żugar-Glapiak:</b> Outsourcing as HR function management direction in an organization .....	307
<b>Malgorzata Okręglicka:</b> Leasing as a financial service on the real estate market in Poland.....	317

**Arkadiusz Kawa**

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

---

## **ELEKTRONICZNA GIEŁDA TRANSPORTOWA JAKO PODMIOT SEKTORA USŁUG LOGISTYCZNYCH\***

---

**Streszczenie:** Sektor usług logistycznych jest zbiorem szerokim, skupiającym podmioty oferujące usługi z zakresu transportu, pakowania, kompletowania, magazynowania rzeczy itp. Są to głównie m.in.: przedsiębiorstwa transportowe, spedycyjne, kurierskie oraz pocztowe. Rozwój technologii informacyjnych przyczynił się do pojawienia się nowych rodzajów usług i form działalności gospodarczych. Jedną z takich form jest elektroniczna platforma logistyczna, a w szczególności elektroniczna giełda transportowa. Elektroniczna giełda transportowa to wirtualny rynek, na którym spotykają się przedsiębiorstwa oferujące i poszukujące wolnych ładunków do przewiezienia i/lub przestrzeni ładunkowych. Celem artykułu jest przedstawienie istoty i znaczenia elektronicznych giełd transportowych w Polsce oraz dalszych kierunków ich rozwoju. Przedstawiono również funkcje giełd elektronicznych.

**Słowa kluczowe:** elektroniczna giełda transportowa, sektor usług logistycznych.

DOI: 10.15611/pn.2014.355.07

### **1. Wstęp**

Sektor TSL (transport, spedycja i logistyka) w Polsce jest bardzo rozdrobniony. Szacuje się, że przedsiębiorstw zajmujących się transportem zarobkowym jest kilkadziesiąt tysięcy. Tak duża liczba wynika z wielopoziomowej struktury tego sektora – istnieje kilkuset bardzo dużych operatorów logistycznych, którzy współpracują z mniejszymi spedytorami, a ci z kolei zlecają usługi firmom przewozowym, bazującym często na jednoosobowej działalności gospodarczej.

Firmy logistyczne oferują całą gamę usług w zakresie spedycji, magazynowania, paletyzacji, konfekcjonowania, pakowania, dystrybucji w obrocie krajowym i międzynarodowym. Ich zasięg działania może obejmować region, kraj, kontynent czy nawet cały świat. Niektóre z nich specjalizują się w obsłudze poszczególnych branż, na przykład motoryzacyjnej, spożywczej, medycznej itp. Są też przedsiębiorstwa, które świadczą usługi dokładnie spełniające specyficzne wymagania klientów.

---

\* Publikacja została sfinansowana ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2011/03/D/HS4/03367.

Firmy logistyczne, poza wsparciem operacyjnym, pomagają w rozwoju przedsiębiorstw na nowych rynkach. Największe z nich mają biura w ponad 200 krajach świata. Są w stanie dotrzeć z przesyłką w ciągu 48 godzin do niemal każdego miasta. To szczególnie ważne w sytuacji, gdy coraz więcej polskich przedsiębiorstw wchodzi na międzynarodowe rynki i zwiększa wymianę towarów z zagranicą<sup>1</sup>.

Na rozwój sektora TSL miało wpływ kilka trendów i czynników, m.in. outsourcing, globalizacja czy zindywidualizowana produkcja masowa (*mass customization*). Bardzo dużą rolę w pojawieniu się nowych rodzajów usług i form działalności gospodarczych odegrały technologie informacyjne, w szczególności Internet.

Internet umożliwił prawie nieograniczoną pod względem geograficznym i czasowym komunikację, co wpłynęło na globalizację społeczeństw i gospodarek. Również sama globalizacja jest motorem napędowym dalszego rozwoju Internetu i nowych możliwości jego wykorzystania.

Coraz większe zastosowanie Internetu w biznesie wiąże się z wyzwaniami i potrzebami współczesnych klientów. Daje on możliwość szybkiego dotarcia do dużej grupy produktów i usług bez potrzeby fizycznego przemieszczania się oraz możliwość zestawiania i porównywania ich. Pozwala także na redukcję kosztów zarówno ze strony dostawców, jak i odbiorców.

Technologia Internetu umożliwiła rozwój wielu różnych rozwiązań wspomagających zarządzanie logistyczne. Wśród nich można wymienić<sup>2</sup>:

- a) elektroniczne aukcje,
- b) elektroniczne zamówienia,
- c) elektroniczne katalogi,
- d) elektroniczne hurtownie,
- e) elektroniczne giełdy.

Na szczególną uwagę zasługują elektroniczne giełdy, ponieważ są one najbardziej charakterystycznym i szeroko rozpowszechnionym przykładem wykorzystania technologii informacyjnych w sektorze usług logistycznych.

Wobec powyższego celem artykułu jest przedstawienie istoty, znaczenia i funkcji elektronicznych giełd transportowych w Polsce oraz dalszych kierunków ich rozwoju.

## 2. Istota elektronicznej giełdy transportowej

Elektroniczne giełdy transportowe (EGT) pojawiły się wraz z rozwojem komputerów. Już w latach 70. XX wieku podjęto pierwsze próby stworzenia giełd transportowych, które opierały się na bazach danych zawierających informacje o wolnych pojazdach i ładunkach. Miały one na celu przede wszystkim lepsze wykorzystanie jednostek transportowych. W ich dalszym dynamicznym rozwoju przeszkodziły wówczas pewne bariery, takie jak: mała liczba użytkowników, brak odpowiedniej

<sup>1</sup> A. Kawa, *Usługi logistyczne dla każdego*, „Wprost” 2013, nr 44, s. 92.

<sup>2</sup> M. Ciesielski, *Zarządzanie łańcuchami dostaw*, PWE, Warszawa 2011, s. 142.



technologii umożliwiającej dostęp do danych, ograniczone zaufanie do innych przedsiębiorstw, obawy przed ujawnieniem danych handlowych<sup>3</sup>.

Podstawowe założenia budowy oraz funkcjonowania EGT są zbliżone w dużym stopniu do innych rozwiązań wspomagających elektroniczny biznes, takich jak sklepy internetowe i portale aukcyjne. Ich głównym zamierzeniem jest automatyzacja procesów i cyfryzacja dokumentów. Dąży się – tam, gdzie to możliwe – do eliminacji dokumentów papierowych (np. oferty, zamówienia) i zastąpienia ich elektronicznymi odpowiednikami.

Elektroniczna giełda transportowa określana jest jako wirtualny rynek, na którym spotykają się przedsiębiorstwa oferujące i poszukujące wolnych ładunków do przewiezienia i/lub przestrzeni ładunkowych. Nazywa się ją więc czasami giełdą frachtów i przestrzeni ładunkowych.

Główny proces odbywający się w ramach EGT sprowadza się do zamieszczania informacji o nadmiarowych lub brakujących potrzebach przewozowych i ładunkowych, co umożliwi innym podmiotom znalezienie korzystnej oferty usług transportowych i lepsze wykorzystanie przestrzeni ładunkowej<sup>4</sup>. Przeznaczona jest głównie dla spedytorów i przewoźników, ale coraz częściej przekonują się do niej również firmy produkcyjne i handlowe.

Najwięcej możliwości w ramach EGT ma spedytor, który może: wystawić ładunek, szukać ładunku, oferować wolną przestrzeń ładunkową i szukać wolnej przestrzeni ładunkowej. Przewoźnik może szukać ładunku i zaproponować przestrzeń ładunkową. Natomiast firma produkcyjna lub handlowa może oferować ładunek i szukać środków transportowych (zob. tab. 1).

**Tabela 1.** Działania podmiotów elektronicznej giełdy transportowej

Rodzaj aktywności/ rodzaj podmiotu	Wystawienie ładunku	Szukanie ładunku	Wystawianie wolnej przestrzeni ładunkowej	Szukanie wolnej przestrzeni ładunkowej
Przewoźnik		x	x	
Spedytor	x	x	x	x
Producent/firma handlowa	x			x

Źródło: opracowanie własne.

EGT bazuje na tzw. modelu brokerskim. Operator giełdy kojarzy kupującego ze sprzedającym, umożliwiając obu zawarcie transakcji. Broker w tym wypadku osiąga korzyść z tytułu opłat wnoszonych przez użytkowników giełdy, w większości przypadków w postaci abonamentu.

<sup>3</sup> B. Borycka, E. Kempa, *Istota giełd transportowych na przykładzie giełdy TimoCom*, Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie nr 7, Wydawnictwo PC, Częstochowa 2012, s. 21.

<sup>4</sup> Tamże.

EGT stanowi rozwiązanie komplementarne w stosunku do innych tradycyjnych form poszukiwania kontrahentów. Jej podstawową cechą jest to, że w jej ramach przeprowadzane są głównie transakcje jednorazowe. Ceny frachtów w ramach giełdy elektronicznej kształtowane są przez aktualną podaż i popyt na daną usługę.

Dzięki EGT zainteresowane strony mogą usprawnić swoje działania biznesowe, m.in. przez skrócenie czasu niezbędnego do wyłonienia odpowiedniego oferenta czy zredukowanie tradycyjnej komunikacji między przedsiębiorstwami, np. spotkań bezpośrednich<sup>5</sup>. Inne korzyści to<sup>6</sup>:

- a) relatywnie niskie koszty pozyskania zleceń,
- b) możliwość dostosowania się do potrzeb klientów,
- c) elastyczność, np. nie ma określonych godzin obsługi,
- d) szybkość działania.

Giełdy umożliwiają zautomatyzowane i efektywne pozyskiwanie informacji o rynku, w szczególności o możliwościach transportowych, oferowanych ładunkach, aktualnych stawkach oraz o konkurencji. Dostęp do scentralizowanej bazy danych giełdy to także ogromna oszczędność czasu w pozyskiwaniu niezbędnych informacji.

### 3. Elektroniczne giełdy transportowe w Polsce

Początkowo EGT były traktowane przez podmioty branży TSL dość sceptycznie. Korzystano z nich głównie w przypadkach, gdy tradycyjne metody współpracy zawodziły. Obecnie są one bardzo ważnym narzędziem w pracy spedytorów i przewoźników.

Wraz z pojawieniem się EGT firmy spedycyjne zaczęły się obawiać, że ich działalność, polegająca głównie na organizacji przemieszczania przesyłek od nadawcy (np. producenta) do odbiorcy (np. sieci handlowej), będzie marginalizowana. Tak się jednak nie stało, bo podmiotami dominującymi EGT są firmy spedycyjne.

Obecnie w Europie istnieje ponad 100 różnych elektronicznych giełd transportowych<sup>7</sup>. W Polsce funkcjonuje ich kilkanaście, ale tych, które mogą zaspokoić potrzeby większości firm, jest kilka. Najbardziej rozbudowane i popularne są dwie zagraniczne: Teleroute i TimoCom, oraz polska Trans.eu. Inne giełdy o krajowym pochodzeniu to: Amicus-Transport, Cargo Glob, transportuj.com.pl.

Najstarsza z wymienionych giełd to Teleroute. Rozpoczęła działalność w 1987 roku. Obecnie obsługuje klientów z 27 krajów europejskich, ma zarejestrowanych i zweryfikowanych ponad 70 tys. użytkowników. Średnia liczba ofert na dzień wynosi 200 tys.<sup>8</sup>

<sup>5</sup> W. Wieczerzycki, *Konfigurowanie łańcuchów dostaw na bazie internetowych giełd wyzwaniem dla MŚP*, [w:] *Nowoczesne systemy informatyczne dla małych i średnich przedsiębiorstw*, red. P. Adamczewski, J. Stefanowski, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2006, s. 25–28.

<sup>6</sup> B. Borycka, E. Kempa, wyd. cyt., s. 18.

<sup>7</sup> <http://m.forsal.pl/branze/finanse/w-transportcie-drogowym-bez-gieldy-ani-rusz>, 22.01.2014.

<sup>8</sup> <http://teleroute.pl/pl/o-nas>, 22.01.2014.

W 1997 roku powstała giełda TimoCom, w której znajdowały się oferty frachtów i powierzchni ładunkowych, najpierw w wersji off-line, a od 2006 roku również on-line. Obecnie TimoCom działa w 44 krajach europejskich i jest dostępna w 24 językach, ma 100 tys. użytkowników i oferuje codziennie do 450 tys. ofert ładunków i wolnych przestrzeni ładunkowych<sup>9</sup>. W 2012 roku TimoCom wprowadziła giełdę magazynową, która stanowi rozszerzenie portfolio produktów firmy. Dzięki niej przedsiębiorcy mają dostęp do 30 tys. ofert powierzchni magazynowych i logistycznych. TimoCom, podobnie jak Teleroute, działa w środowisku przeglądarki internetowej, więc nie jest wymagana żadna instalacja dodatkowego oprogramowania.

Z kolei Trans.eu powstał w kwietniu 2004 roku w Polsce. Mimo swojego młodego wieku dość szybko zdobył zaufanie firm z branży TSL. Twórcą i operatorem Trans.eu jest firma Logintrans Sp. z o.o. Trans.eu jest dostępny w 19 językach i korzystają z niego użytkownicy z 24 europejskich krajów. Firma ma oddziały w ośmiu krajach Europy. Użytkowanie systemu wymaga pobrania ze strony producenta oprogramowania, które następnie, po zainstalowaniu na docelowym komputerze, umożliwia zgłaszanie i odpowiadanie na zamieszczone oferty.

Mimo że podstawowe założenia funkcjonowania wymienionych giełd są podobne, to trochę się różnią między sobą. Podstawowym wyróżnikiem jest dominacja w wybranych obszarach geograficznych. Przykładowo, Trans.eu wiodzie prym na rynku polskim, TimoCom w Niemczech, Teleroute we Francji.

#### 4. Funkcje elektronicznych giełd transportowych

Przedstawione systemy oferują swoim użytkownikom wiele dodatkowych opcji ułatwiających i przyspieszających zawieranie transakcji. Wraz z dynamicznym rozwojem Internetu oraz technologii i aplikacji na nim bazujących EGT były uzupełniane o nowe moduły. Przykładem są mapy elektroniczne, monitorowanie, windykacja, śledzenie pojazdów, powiadomienia SMS, przetargi itp.

Moduł mapy umożliwia lepsze planowanie transportu dzięki wyświetleniu trasy, szacowanemu czasowi przejazdu, wskazaniu najkrótszego połączenia i możliwości kalkulowania kosztów transportu. Ponadto użytkownik otrzymuje informacje o opłatach związanych z przejazdem przez dane odcinki. Przykładem jest aplikacja eMap zaproponowana przez TimoCom. Dzięki integracji map z systemami telematycznymi przewoźników klienci mogą śledzić zlecony ładunek. Co ciekawe, pozwala ona na jednocześnie monitorowanie pojazdów wyposażonych w różne systemy telematyczne<sup>10</sup>.

Przydatną funkcją jest monitorowanie ofert giełdy. Użytkownik ustawia parametry swojej kwerendy i zapisuje je w systemie. Od tego momentu, gdy pojawią się oferty spełniające kryteria, jest o tym informowany. Dzięki temu użytkownik nie musi co chwilę sprawdzać, czy pojawiła się nowa oferta.

<sup>9</sup> <http://www.timocom.pl/TimoCom/O-nas>, 22.01.2014.

<sup>10</sup> E. Sobańska, *Widzę, więc sprawdzam*, „Eurologistics” 2013, nr 79, s. 67.

W branży TSL bardzo częstym problemem jest niewywiązywanie się zleceniodawcy z płatności, dlatego przydatną funkcją, dostępną w większości EGT, jest zgłoszenie dłużnika. Ponadto jest możliwość skorzystania z pomocy operatora giełdy w zakresie porad prawnych i windykacji oraz ubiegania się o należności. Można również powiadomić o nieuczciwym użytkowniku przez wpisanie go na tzw. czarną listę. Niektóre EGT proponują nawet darmowe ubezpieczenie w razie utracenia ładunku do określonej z góry kwoty.

Z kolei TimoCom oferuje jeszcze narzędzie do przeprowadzania przetargów na usługi transportowe. Zainteresowana firma przygotowuje specyfikację wymagań usługi, do której mają dostęp potencjalni usługodawcy. Zainteresowane firmy składają oferty i czekają na rozstrzygnięcie przetargu. Zaletą tego rozwiązania jest to, że proponowane ceny poszczególnych usługodawców nie są widoczne dla konkurencji. Dzięki temu nie dochodzi do licytowania jak najniższej ceny.

Operatorzy giełd, podążając za postępowaniem technologicznym, oferują dostęp do swoich platform za pomocą urządzeń mobilnych. Dzięki specjalnie przygotowanym aplikacjom na telefony komórkowe lub tablety użytkownik może w dowolnym miejscu mieć dostęp do zasobów giełdy i nawiązywać kontakt z innymi przedsiębiorstwami.

## 5. Znaczenie elektronicznych giełd transportowych dla gospodarki

EGT określane są jako barometr gospodarki. Wynika to z wtórnego charakteru transportu w stosunku do popytu na dobro, które musi być przewieziona. Im większe są potrzeby rynku na wszelkie materiały, półprodukty, wyroby gotowe itp., tym większy jest popyt na usługi transportowe. EGT są więc wrażliwe na wszelkie wahania w popycie wynikające ze zmiany koniunktury, silnych trendów gospodarczych czy sezonowości.

Jakiś czas temu TimoCom zaproponował aplikację o nazwie barometr transportowy, w którym wylicza się iloraz aktualnej liczby ofert ładunków do przewiezienia do wolnych przestrzeni ładunkowych na europejskim rynku transportu drogowego. Barometr transportowy odzwierciedla aktualne tendencje branży TSL w Europie. Dzięki temu pracownicy firm są w stanie np. na bieżąco oceniać sytuację dotyczącą ładunków i „wolnych” pojazdów w innych krajach<sup>11</sup>. Ponadto analiza tych danych może stanowić ważne źródło na etapie planowania strategii działania i rozwoju organizacji<sup>12</sup>.

Użytkownikami giełd są zarówno małe przedsiębiorstwa, zatrudniające kilka osób, jak i średnie oraz duże międzynarodowe firmy korporacyjne. Prawie 90% firm przewozowych w Europie korzysta z pośrednictwa rynków frachtowych<sup>13</sup>. Z uwagi

<sup>11</sup> <http://www.timocom.pl/TimoCom/Barometr-transportowy#!prettyPhoto>, 22.01.2014.

<sup>12</sup> M. Jurczak, *Giełda kontra giełda*, „Transport i Spedycja” 2011, s. 31.

<sup>13</sup> <http://m.forsal.pl/branze/finanse/w-transportcie-drogowym-bez-gieldy-ani-rusz>, 22.01.2014.

na dużą skalę działalności elektronicznych giełd transportowych i bardzo dużą liczbę ich użytkowników spedytorom i przewoźnikom trudno jest obecnie funkcjonować bez nich. Potwierdzają to badania przeprowadzone na próbie 110 przedsiębiorstw – użytkowników giełd transportowych. Co dziesiąty przedsiębiorca jest uzależniony od działalności giełdy i jej zasobów. W przypadku likwidacji giełdy firma przestałaby pozyskiwać nowe zlecenia, co w konsekwencji mogłoby doprowadzić do jej bankructwa. Widać to zwłaszcza w przypadku małych przedsiębiorstw, które nie mają podpisanych kontraktów na długotrwałą współpracę i muszą stale pozyskiwać nowe zlecenia. Co trzeci użytkownik deklaruje, że wpływ giełd na firmę jest bardzo duży. Około 43% respondentów twierdzi, że wpływ giełd na przedsiębiorstwo jest duży, ale nie uzależnia od ich strategii rozwoju swojej firmy. Jedynie dla 14% giełdy są dodatkiem. Są to podmioty, które opierają swoją działalność na stałych zleceniach i są rozpoznawalne na rynku<sup>14</sup>.

Giełdy transportowe wspierają też współpracę międzynarodową. Po otwarciu rynku usług transportu kabotażowego można było zauważyć wzrost zlecanych usług przez firmy z krajów zachodnich przewoźnikom ze Środkowej i Wschodniej Europy<sup>15</sup>. Z tego powodu właściciele giełd elektronicznych cały czas umacniają swoją pozycję w Europie. Poza dodawaniem nowych usług rozszerzają swoją działalność o nowe rynki. W centrum uwagi są też kraje, w których giełdy nie są jeszcze tak popularne, czyli np. Białoruś, Ukraina. Otwierane są tam oddziały, w których zatrudniani są lokalni specjaliści.

## 6. Podsumowanie

Mimo niezbyt długiego czasu stosowania Internetu w logistyce elektroniczne giełdy transportowe rozwinęły się bardzo szybko. Początkowo były to proste narzędzia sprowadzające się do tablicy ogłoszeń. Obecnie są to kompleksowe systemy, które służą nie tylko do znalezienia odpowiedniego kontrahenta, ale także do planowania transportu, jego monitoringu czy nawet rozliczania. Stanowią one znakomite narzędzie do szybkiego rozwoju młodej firmy oraz ustabilizowania pozycji dłuższej działających przedsiębiorstw<sup>16</sup>.

Ciekawym rozwiązaniem w przyszłości mogą być giełdy aktywne, które w przeciwieństwie do obecnych giełd pasywnych (gdzie główną rolę w podejmowaniu decyzji odgrywa człowiek) będą w stanie same generować najkorzystniejsze rozwiązania dla swoich klientów według określonych przez nich kryteriów<sup>17</sup>.

---

<sup>14</sup> P. Lewandowski, M. Dziechciarz, *Wpływ giełd elektronicznych na sektor TSL*, „Logistyka” 2011, nr 5, s. 1134.

<sup>15</sup> P. Romanow, *Internetowe giełdy frachtów w operacyjnej działalności przewoźników drogowych*, „Logistyka” 2011, nr 5, s. 43–44.

<sup>16</sup> P. Lewandowski, M. Dziechciarz, wyd. cyt., s. 1125–1126.

<sup>17</sup> W. Wieczerzycki, *Giełdy elektroniczne*, [w:] *Instrumenty zarządzania łańcuchami dostaw*, red. M. Ciesielski, PWE, Warszawa 2009, s. 358–359.

Kolejnym krokiem w rozwoju może być przeniesienie wybranych procesów zarządzania firmą do systemu giełdy. Dzięki temu możliwe będzie nie tylko znalezienie odpowiedniego kontrahenta, ale także np. zapłacenie za usługę, ubezpieczenie frachtu czy przeniesienie do systemu procesów sprzedażowych i finansowo-księgowych, takich jak: przygotowywanie raportów ze sprzedaży, wystawianie faktur, wysyłanie monitów. Nic nie stoi na przeszkodzie, żeby włączyć również procesy związane z zarządzaniem środkami trwałymi czy nawet zasobami ludzkimi.

Już obecnie powstają platformy, które rozszerzają funkcjonalność elektronicznych giełd transportowych. Przykładem jest projekt LOGICAL, który bazuje na idei chmury danych (*cloud computing*). Ma on za zadanie całościowo wspierać obsługę procesów przewoźnika, firmy spedycyjnej i jej klienta w postaci platformy elektronicznej<sup>18</sup>. Dzięki posiadaniu informacji o wielkości rzeczywistego zapotrzebowania na transport możliwe będzie lepsze wykorzystanie dostępnych terminali i centrów dystrybucyjnych oraz połączeń dla międzynarodowych przewozów towarowych<sup>19</sup>.

W dalszym dynamicznym rozwoju EGT może przeszkodzić jednak stosunkowo niski poziom bezpieczeństwa zawierania umów na odległość. Mimo weryfikacji firm i ich dokumentów przez operatorów giełd zdarzają się nadużycia i oszustwa. W związku z tym niektóre duże firmy, które produkują bądź dystrybuują produkty tzw. podwyższonego ryzyka (elektronika, alkohol, wyroby tytoniowe, markowe ubrania itp.), zastrzegają sobie, że korzystanie z giełd elektronicznych przez podwykonawców jest niedozwolone<sup>20</sup>.

## Literatura

- Borycka B., Kempa E., *Istota giełd transportowych na przykładzie giełdy TimoCom*, Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie nr 7, Wydawnictwo PC, Częstochowa 2012.
- Ciesielski M., *Zarządzanie łańcuchami dostaw*, PWE, Warszawa 2011.
- <http://www.logical.mwsl.eu>, 22.01.2014.
- <http://m.forsal.pl/branze/finanse/w-transportcie-drogowym-bez-gieldy-ani-rusz>, 22.01.2014.
- [http://teleroute.pl/pl\\_pl/o-nas](http://teleroute.pl/pl_pl/o-nas), 22.01.2014.
- <http://www.transportet.pl/8415/komentarz-dsv-gieldy-transportowe/>, 22.01.2014.
- <http://www.project-logical.eu>, 22.01.2014.
- <http://www.timocom.pl/TimoCom/Barometr-transportowy#!prettyPhoto>, 22.01.2014.
- <http://www.timocom.pl/TimoCom/O-nas>, 22.01.2014.
- Jurczak M., *Gielda kontra giełda*, „Transport i Spedycja” 2011.
- Kawa A., *Usługi logistyczne dla każdego*, „Wprost” 2013, nr 44.
- Korczak J., Pawęska M., *Innowacyjne technologie informacyjne w transporcie i logistyce – projekt LOGICAL*, <http://www.zpds.com.pl/zpds/innowacyjne-technologie-informacyjne-w-transportcie-i-logistyce-%E2%80%93-projekt-logical>, 22.01.2014.

<sup>18</sup> <http://www.project-logical.eu> i <http://www.logical.mwsl.eu>, 22.01.2014.

<sup>19</sup> J. Korczak, M. Pawęska, *Innowacyjne technologie informacyjne w transporcie i logistyce – projekt LOGICAL*, <http://www.zpds.com.pl/zpds/innowacyjne-technologie-informacyjne-w-transportcie-i-logistyce-%E2%80%93-projekt-logical>, 22.01.2014.

<sup>20</sup> <http://www.transportet.pl/8415/komentarz-dsv-gieldy-transportowe/>, 22.01.2014.

- Lewandowski P., Dziechciarz M., *Wpływ giełd elektronicznych na sektor TSL*, „Logistyka” 2011, nr 5.
- Romanow P., *Internetowe giełdy frachtów w operacyjnej działalności przewoźników drogowych*, „Logistyka” 2011, nr 5.
- Sobańska E., *Widzę, więc sprawdzam*, „Eurologistics” 2013, nr 79.
- Wieczerzycki W., *Konfigurowanie łańcuchów dostaw na bazie internetowych giełd wyzwaniem dla MŚP*, [w:] *Nowoczesne systemy informatyczne dla małych i średnich przedsiębiorstw*, red. P. Adamczewski, J. Stefanowski, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2006.
- Wieczerzycki W., *Giełdy elektroniczne*, [w:] *Instrumenty zarządzania łańcuchami dostaw*, red. M. Ciesielski, PWE, Warszawa 2009.

## ELECTRONIC FREIGHT EXCHANGE IN LOGISTICS SECTOR

**Summary:** The logistics sector is a wide set, which consists of enterprises offering services in the field of transport, packaging, assembling, and storing things. These include: transport, freight, courier and postal companies. The development of information technology has contributed to the emergence of new types of services and business activities. One of such forms is the electronic logistics platform, in particular the freight exchange market, which is a middleman between the supply and the demand side of the market of logistics services. The purpose of this article is to present the essence and importance of electronic freight exchanges in Poland.

**Keywords:** electronic freight exchange, logistics sector.