

Agnieszka CHOJNACKA

USŁUGA LOGISTYCZNA JAKO PRZEDMIOT RYNKU

Streszczenie

W artykule przedstawiono charakterystykę i systematykę usług logistycznych. Omówiono uwarunkowania ich kształtowania na rynku transportowo-spedycyjno-logistycznym (TSL).

WSTĘP

Transport i logistyka to jeden z kluczowych sektorów polskiej gospodarki. Stały rozwój logistyki i wzrostu jej znaczenia w praktyce wiąże się ze wzrostem gospodarczym i rozwojem wymiany z zagranicą, nowymi miejscami pracy, wzrostem zamożności i stylu życia społeczeństwa, oraz nowoczesnością gospodarki poprzez innowacyjne rozwiązania. Rynek transportu, spedycji i logistyki (TSL) jest miernikiem wzrostu gospodarczego, dlatego jego kryteria mają głównie wymiar makroekonomiczny.

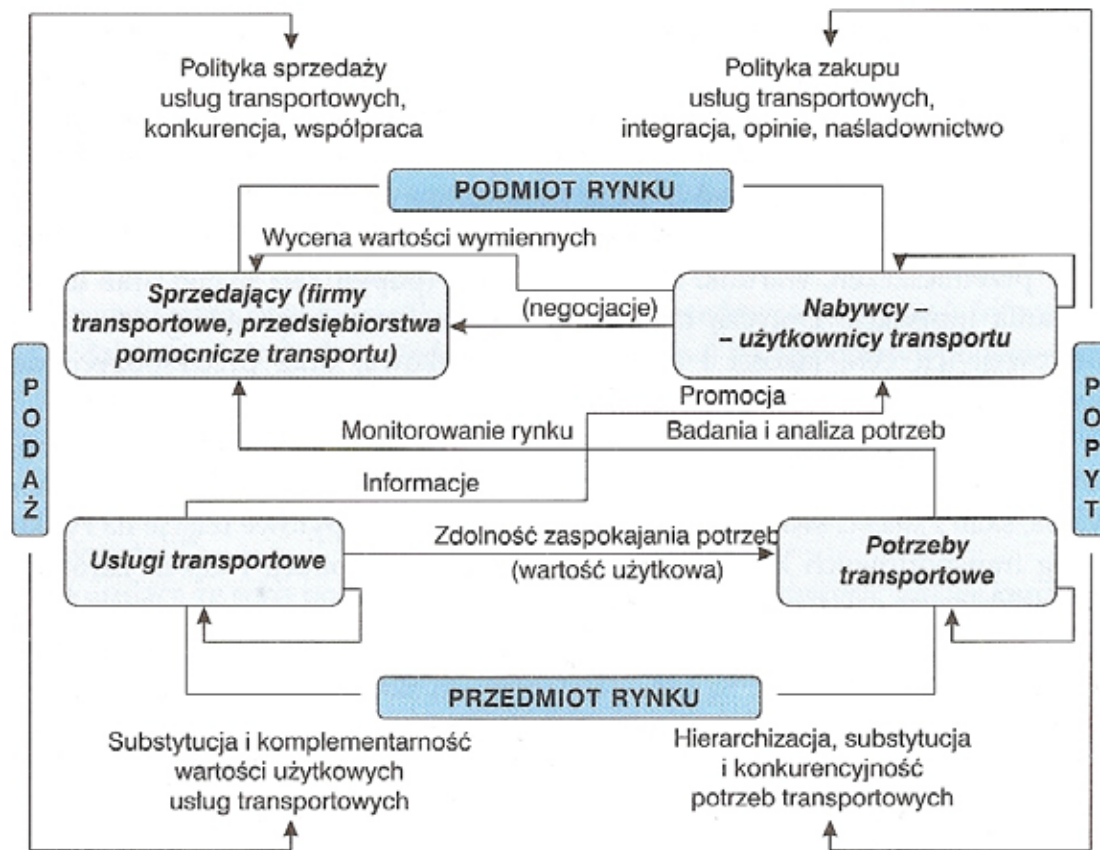
W literaturze przedmiotu brak jest jednoznacznego zdefiniowania usługi logistycznej. Zakres działalności prowadzonej przez operatorów logistycznych wskazuje, że może ona obejmować czynności związane z przemieszczaniem, spedycją, magazynowaniem, kompletacją, uszlachetnianiem (np. metkowanie, przepakowywanie, foliowanie, tworzenie pakietów promocyjnych), zarządzaniem zapasami, doradztwem itp. Uwzględniając problemy interpretacyjne, w niniejszym artykule podjęto próbę identyfikacji i systematyzacji usług logicznych oraz wskazania czynników determinujących ich kształtowanie.

1. IDENTYFIKACJA POJĘCIA RYNKU USŁUG TRANSPORTOWYCH

Rynek usług transportowych jest kategorią ekonomiczną związaną z produkcją i wymianą usług przemieszczania. Niewątpliwie jest systemem wielokierunkowych powiązań i współzależności między dwiema stronami: podażową i popytową, a jego sprawne funkcjonowanie jako mechanizmu wymiany usług transportowych jest uzależnione od jednoczesnego występowania elementów-systemów: informacji, regulacji warunków zawierania transakcji, płatniczego, przemieszczania osób i towarów.

Nabywcami usług transportowych (usługobiorcami) są użytkownicy transportu i kontrahenci firm transportowych, transportowo-spedycyjnych i logistycznych (TSL). Rynek usług transportowych jest celowo zorganizowanym, relacyjnym układem pomiędzy jego podmiotowymi i przedmiotowymi elementami, których zachodzą procesy realne (akty kupna-sprzedaży) i regulacyjne (procedury sprzyjające ich realizacji) [9, s. 34-35]. Podmioty występujące na rynku usług transportowych tworzą przedsiębiorstwa transportowe, spedycyjne i logistyczne.

Z uwagi na rozszerzający się zakres zapotrzebowanych i świadczonych usług, współczesny rynek usług transportowych ma cechy rynku transportowo-spedycyjno-logistycznego. Strukturę układu rynkowego w transporcie przedstawiona na rysunku 1.



Rys. 1. Struktura układu rynkowego w Polsce [9, s. 35].

2. CHARAKTERYSTYKA USŁUGI LOGISTYCZNEJ

W podstawowym znaczeniu usługa logistyczna to działalność mająca na celu zaspokojenie potrzeb logistycznych podmiotów gospodarczych i ludzi [13, s. 14]. Do cech odróżniających usługi od innych przedmiotów wymiany rynkowej zalicza się:

- niematerialność,
- nierozdzielność procesu produkcji i konsumpcji,
- różnorodność,
- nietrwałość
- niemożność nabycia prawa własności [1, s. 2-3].

Najczęściej wymienianą i charakteryzowaną przez autorów cechą spośród wyżej wymienionych jest *niematerialność* [14, s.34], która wg. E. G. Betesona pozwala na odróżnienie usług od innych przedmiotów wymiany rynkowej [2, s. 23]. Działalność usługowa nie ma rzeczowej postaci, jest niematerialna, nie można sprawdzić usługi przed jej zakupem (konieczne jest zaufanie oferentowi), nie ma możliwości produkowania usług na zapas, ani magazynowania – usługę się doświadcza [10]. Usługi są sprzedawane, świadczone, a następnie konsumowane w odróżnieniu od produktów, które to są najpierw wytwarzane, następnie sprzedawane i konsumowane [11, s. 10].

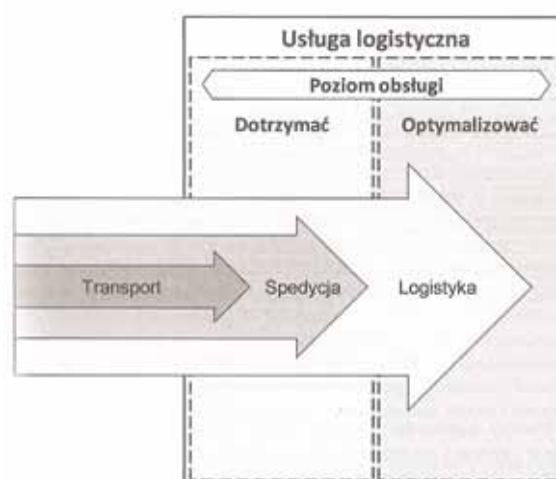
Usługa logistyczna jest to wykonanie na podstawie umowy, czynności polegających na realizacji przez usługobiorcę jednej lub wielu funkcji logistycznych na rzecz zleceniodawcy [11, s. 11].

Obecnie na rynku działają trzy grupy operatorów usług logistycznych świadczący usługi transportowo-spedycyjno-logistyczne, oraz usługi dodatkowe np. informowanie usługobiorcy o stanie realizacji umowy. Świadczą one usługi:

- *transportowe* polegają tylko i wyłącznie na wykonywaniu zadań przewozowych za odpłatnością, których wynikiem ma być przewóz ludzi i materiałów z ograniczonym zakresem doradztwa, przyczyniające się do sprawnego i efektywnego działania wszystkich sektorów gospodarki państwowej,
- *spedycyjne* w swej podstawowej formie polegają na organizowaniu przewozu towaru, ubezpieczeniu, wystawieniu niezbędnej dokumentacji, oraz obsłudze celnej przy rozpatrywaniu polskich warunków,
- *logistyczne* obejmują wykonywanie czynności transportowo-spedycyjnych, usług terminalowych (począwszy od cross-docking, przez magazynowanie po kompletację w tym pobieranie i pakowanie), oraz czynności uszlachetniających (metkowanie, foliowanie, re-packing, i inne.). Obszar działań objęty usługą logistyczną może być bardzo zróżnicowany. Dla każdej z realizowanych funkcji logistyki występuje szereg czynności szczegółowych, które składają się na zakres usługi logistycznej [13, s. 14-15].

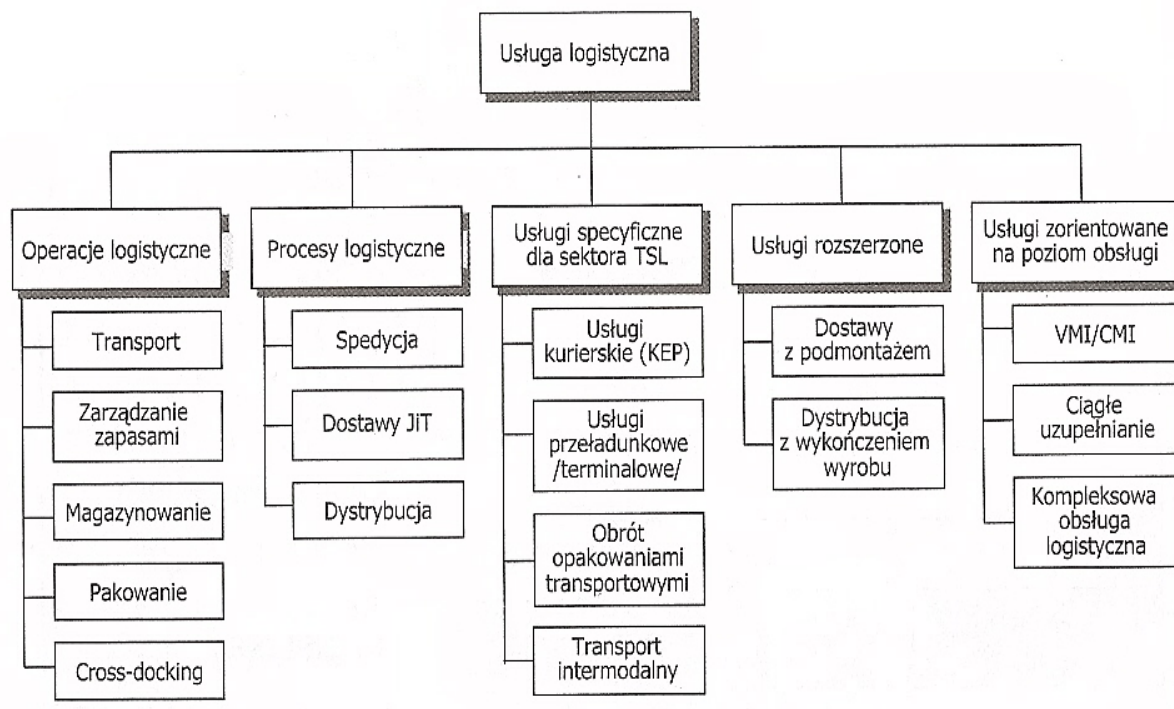
Sferę usług logistycznych oraz przedsiębiorstwa które je wykonują określa się mianem sektora TSL. Określenie to wydaje się nieprecyzyjne, ponieważ sugeruje że transport (T) i spedycja (S) są czymś odrębnym od logistyki (L). W rzeczywistości są jej częścią.

Transport jest częścią logistyki związaną z przemieszczaniem towarów, a spedycja bardziej rozbudowaną usługą, w ramach której występuje nie tylko przewóz ale również jego uzupełnienie o niezbędną dokumentację przewozową, ubezpieczenie ładunku, przygotowanie do transportu poprzez odpowiednie pakowanie itp. Działania spedycyjne polegają również na pozyskiwaniu i łączeniu ładunków w celu ekonomicznego przetransportowania towarów (wykorzystanie przestrzeni ładunkowej środka transportu, odległość, koszty). Zadaniem transportu i spedycji jest dotrzymanie zadeklarowanego poziomu obsługi, towar musi zostać dostarczony we wskazane miejsce w umówionym czasie, w nieuszkodzonym stanie. Natomiast zadaniem logistyki jest optymalizacja z punktu przyjętego kryterium, usługa logistyczna ma sprawić że odbiorca otrzyma zamówiony towar w odpowiedniej ilości i jakości, a czynności poprzedzające polegające na magazynowaniu, pakowaniu itp., były wykonywane w taki sposób aby koszty były najniższe (rys. 2).



Rys. 2. Relacja pomiędzy rodzajem usługi logistycznej a poziomem obsługi [11, s. 13].

Usługi logistyczne dzieli się na proste lub złożone. Mogą one zawierać różne elementy (czynności wykonywane podczas świadczenia usług, sposoby ich wykonywania itp.), pozwalające na ich różnicowanie bądź grupowanie w określone rodzaje (rys. 3).



Rys. 3. Modele usług logistycznych [11, s. 14].

Operacje logistyczne – dotyczą takich funkcji jak: transport, zarządzanie zapasami, magazynowanie, pakowanie, czy ich kombinację np. cross-docking, czyli łączenie transportu z magazynowaniem (towar dostarczony do magazynu jest od razu przeładowywany i wysyłany dalej do następnego odbiorcy), w którym nie występuje faza składowania, a jedynie przegrupowanie ładunku przy zmianie środka transportu.

Procesy logistyczne – to usługi logistyczne bardziej złożone, które łączą i operacje i czynności w sekwencje czasowe określone przez:

- zakres zadania (np. najpierw należy zorganizować, a następnie konać realizacji przewozu towarów zgodnie z wytycznymi zawartymi w umowie),
- o trwałym charakterze (np. przejąć dostawy od dostawców, kompletować je w zestawy montażowe i dostarczać na linię produkcyjną w określonych sekwencjach czasowych zgodnie z harmonogramem produkcji).

Usługi specyficzne dla sektora TSL – przykładem usług specyficznych mogą być usługi ekspresowe, do których zrealizowania niezbędne jest posiadanie sieci terminali, większej liczby doków załadunkowych, wyposażenia w odpowiednie maszyny (np. do automatycznego pakowania i przemieszczania paczek) oraz systemy identyfikacyjne i informatyczne pozwalające na automatyzację wymienionych czynności.

Usługi rozszerzone – polegają na wykonaniu czynności wykraczających poza tradycyjne zadania przypisane usługom logistycznym. Zatem usługodawca wykonuje na przyjętych od zleceniodawcy towarach podstawowe czynności logistyczne, (czyli magazynowanie, kompletacja, pakowanie) i dodatkowo wzbogaca je o czynności produkcyjne polegające na wykończeniu wyrobu przed jego dostawą do odbiorcy np. wyposażają sprzęt AGD w trakcie pakowania w instrukcje obsługi czy gwarancje, dodatkowe zabezpieczenia na czas transportu itp.

Usługi zorientowane na poziom obsługi – polegają na przejściu przez usługodawcę logistycznego odpowiedzialności za poziom obsługi od dostawcy lub odbiorcy. Usługodawca logistyczny na bieżąco kontroluje stan zużycia zapasów i w celu ich uzupełnienia stosuje różne strategie np.:

- *Vendor Managed Inventory (VMI)*, czyli zarządzanie zapasem przez dostawę,
- *Continous Replenishment (CR)*, ciągłe uzupełnienie zapasów,
- *Efficient Consumer Response (ECR)*, strategia pogłębionej współpracy w łańcuchu dostaw, której celem jest wydajne zaspokajanie potrzeb konsumenta.

W celu charakterystyki usługodawców logistycznych stosuje się różne zwroty typu: przedsiębiorstwo logistyczne, operator logistyczny, usługodawca logistyczny, lub z ang. *logistics service provider*, jak również symbole 1PL-5PL [11, s. 15].

Narastające cyfry przy skrócie PL oznaczają stopień obsługi z własnych służb do operatora branży TSL. Są to:

- 1PL (*First Party Logistics*) oznaczają, że wszystkie czynności logistyczne producent lub firma handlowa wykonują we własnym zakresie;
- 2PL (*Second Party Logistics*) oznaczają, że producent lub firma handlowa zlecają na zewnątrz jedynie transport lub jego część;
- 3PL (*Third Party Logistics*), oznacza że producent lub firma handlowa zleciła na zewnątrz operatorowi lub operatorom TSL obsługę większej części lub całości łańcucha dostaw, pozostawiając u siebie jedynie nadzór logistyczny [12, s. 256]. Uczestnik 3PL musi posiadać niezbędne wyposażenie techniczne, zasoby rzeczowe, ludzkie, a przede wszystkim właściwe umiejętności [5, s. 8];
- 4PL (*Fourth Party Logistics*) oznacza, iż usługodawca tego typu przejmuje od swojego klienta pełną odpowiedzialność za sferę logistyki i zarządzania nią, współpracując z podnajmowanymi usługodawcami 3PL, przedsiębiorstwami spedycyjnymi i transportowymi. Dostawcy 4PL często wywodzą się z przedsiębiorstw 3 PL, ale w znacznie szerszym zakresie usług informacyjnych i procesów biznesowych [6, s. 6];
- Z reguły gromadzi zasoby, możliwości, technologie własnego przedsiębiorstwa, oraz innych organizacji, by stworzyć i wprowadzić w życie całościowe rozwiązania dotyczące łańcucha dostaw [7, s. 13];
- 5PL (*Fifth Party Logistics*) to kolejny poziom hierarchiczny usługodawców logistycznych spotykany w literaturze, jednak brak wyraźnych przykładów praktycznych ujawnia jego teoretyczny charakter;
- usługodawcy 5L zarządzają łańcuchem dostaw na poziomie strategicznym i koncentrują się na dostarczaniu rozwiązań logistycznych w całym łańcuchu dostaw. Podkreśla się że przedsiębiorstwa działające w modelu 5PL wywodzą się z poprzednich poziomów logistyki i zostały stworzone do obsługi rynku e- biznesu. Za dostawców 5PL uważa się firmy 3PL i 4 PL. Organizacje 5PL są niemalże wirtualne gdyż nie posiadają typowych aktywów, skupiają się na zdobywaniu niezbędnych umiejętności innych usługodawców poprzez dedykowane rozwiązania informacyjne, oraz kojarzenie strony popytowej i podażowej poprzez elektroniczne rynki usług logistycznych [6, s. 7].

3. USŁUGA LOGISTYCZNA JAKO PRZEDMIOT WYMIANY RYNKOWEJ

Rynek TSL obejmuje swoim zasięgiem wszystkie podmioty świadczące usługi z zakresu transportu, dystrybucji, spedycji i logistyki (w tym również logistyki magazynowej) oraz przewozy kurierskie i z drugiej strony odbiorców tych usług [4, s. 17]. Zawiera ona zatem całokształt sieciowej działalności gospodarczej związanej z przestrzennym przepływem dóbr i osób. Funkcjonowanie podmiotów tego rynku powoduje wzajemne oddziaływanie, prowadząc do kształtowania się popytu, podaży oraz ceny równowagi.

Popyt na usługi logistyczne objawia się w różnorodności występującej w czasie, przestrzeni i powstającej na skutek możliwości przewozowych przesyłek. Jest z natury dynamiczny, maleje lub rośnie w czasie. Kiedy zmienia się zapotrzebowanie na dobro przewozowe to w tym samym czasie zmienia się popyt na usługę przewozową. Dla przykładu każdy wzrost popytu na świadomym rynku na ropę naftową wywoła natychmiast wzrost zapotrzebowania na przewozy we wszystkich tych gałęziach transportu, które przystosowane są do jej przemieszczania. Jeśli natomiast spadać będzie popyt na ropę spadnie również zapotrzebowanie na jej przemieszczanie.

Definiowany rynek należy do niejednorodnej kategorii i wyodrębnia się z niego rynki cząstkowe, a kryteria podziału to: przedmiot przewozu, obszar działania, siła ekonomiczna podmiotów rynkowych, wykorzystane gałęzie transportu.

Pierwsze kryterium pozwala na podział rynków transportowych na rynek przewozów pasażerskich jest jednym z rynków konsumpcyjnych i rynek przewozów ładunków ma charakter rynku środków produkcji. Zieli się ona na rynki cząstkowe związane z przemieszczaniem ładunków:

- drobnicowych,
- masowych,
- jednostkowych,
- ponadgabarytowych,
- niebezpiecznych.

Ze względu na obszar działania wyodrębnia się cząstkowe rynki transportowe jak: rynek przewozów lokalnych, krajowych, międzynarodowych.

Z punktu widzenia siły ekonomicznej podmiotów rynkowych wyróżnia się: rynek przewoźników (sprzedawca, producent) i rynek użytkowników (klient, nabywca). Na rynku przewoźnika przedsiębiorstwa transportowe mają przewagę nad zgłaszającymi popyt na usługi transportowe. Mogą oni narzucać swoje decyzje użytkownikom odnośnie do sposobu i warunków wykonywania przewozów. Rynek użytkownika transportu charakteryzuje się z kolei mniejszym popytem na przewozy w stosunku do możliwości przewozowych.

Przyjmując za kryterium gałęziowy podział rynku transportowego wyodrębnia się segmenty rynku przewozów: samochodowych, lotniczych, morskich, żeglugi śródlądowej oraz przesyłowy [8, s. 4.

Ze względu na stopień zaangażowania podmiotów w wykonaniu usługi transportowej na rynku usług transportowych można wydzielić:

- rynek przewoźników,
- rynek pośredników transportowych, nie posiadających własnych środków transportu, ale zajmujących się organizowaniem przemieszczania.

Podmiotami występującymi na rynkach są:

- przewoźnicy, spedytorzy reprezentujący podażową stronę usług,
- transportowych, zaspokajając popyt na usługi,
- pośrednicy np. maklerzy frachtujący występujący po obu stronach rynku transportowego, ich zadaniem jest doprowadzenie do zetknięcia się strony popytu i podaży wyrażonym przez właściciela dobra, które ma być przewożone,
- oraz załadowcy handlowcy, celnicy, ubezpieczyciele, będący przedstawicielami, działają w imieniu jednej ze stron.

Do czynników wpływających na rynek usług LTS należą: infrastruktura, wskaźniki makroekonomiczne (PKB, inflacja, bezrobocie), przedsiębiorczość społeczeństwa, pozycja transportowa danego kraju w regionie, inwestycje zagraniczne, uwarunkowania polityczne, bariery wejścia na rynek, wsparcie od strony rządowej, Unii, poziom konkurencji, prawodawstwo, normy, wydajność pracy pracownika.

Postępujący wzrost złożoności systemów logistycznych zmusza przedsiębiorstwa do zlecenia obsługi logistycznej wyspecjalizowanym firmom logistycznym sektora TSL. Jeszcze kilka lat temu, by przesłać towar do klienta, wystarczyło pośrednictwo firm transportowych lub spedycyjnych. Obecnie obserwuje się zainteresowanie szerszą gamą usług logistycznych, które rozwiązują problemy w sposób kompleksowy i bardziej sprawny. W wyniku tego zainteresowania wykształciły się nowe modele usług logistycznych, które są związane z pojęciem *outsourcing'u usług* [8]. Zleceniodawca może we współpracy z dostawcą odnieść korzyści na poziomie strategicznym i w rezultacie skupić się na rozwoju kluczowych kompetencji, z których wynika jej przewaga konkurencyjna [3, s. 232].

PODSUMOWANIE

Wzrastające znaczenie rynku usług logistycznych prowadzi do coraz szerszego zainteresowania badaniami nad jego funkcjonowaniem przez różne ośrodki naukowe. W konsekwencji powstają liczne definicje i interpretacje usługi logistycznej. Podporządkowane są one potrzebom prowadzonych badań i sformułowanym hipotezom badawczym. Potwierdzają to rozważania podjęte w niniejszym artykule.

Niezależnie od przyjętej interpretacji i systematyki usług logistycznych, dostrzec można wzrost ich znaczenia oraz zależności pomiędzy ich rozwojem a wzrostem gospodarczym. Są one także istotnym czynnikiem kreowania konkurencyjności poszczególnych krajów i regionów Unii Europejskiej oraz ich atrakcyjności inwestycyjnej. Potwierdza to celowość dalszych badań na kreowaniu usług logistycznych.

THE LOGISTICAL SERVICES AS AN ELEMENT OF TSL MARKET

Abstract

This publication presents characteristic and distribution logistical services, as well as the emerging demand and supply for such services on the market transport -spedition -logistic (TSL).

BIBLIOGRAFIA

1. Drapińska A., Dominiak P., *Model marketingu usług*. Marketing i Rynek, 1998, nr ???.
2. Dyr T., *Czynniki rozwoju rynku regionalnych przewozów pasażerskich*. Wydawnictwo Politechniki Radomskiej, Radom, 2009.
3. Fechner I., Szyszka G., *Logistyka w Polsce*. Raport 2009, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań, 2010.
4. Fechner I., *Zarządzanie łańcuchem dostaw*. Wyższa Szkoła Logistyki, Poznań, 2007.
5. Jonkis A., Jaroszyński J., *Outsourcing logistyczny*. Logistyka, 2008, nr 2.
6. Koźlak A., *Innowacyjne modele biznesowe w prowadzeniu działalności logistycznej*. Logistyka, 2009, nr 1.
7. Martenowska M., *Fourth Party Logistics (4PL) – kolejny etap ewolucji outsourcingu w ramach łańcucha dostawczego*. Logistyka, 2002, nr 1.
8. Przybyłowski M., Tamowicz P., *Opracowanie koncepcji funkcjonalnej klastra (inicjatywy klastrowej) w zakresie transport-spedycja-logistyka*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. Gdańsk, 2011.
9. Rucińska D., Ruciński A., Wyszomirski O., *Zarządzanie marketingowe na rynku usług transportowych*. Gdańsk, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 2004.

10. Rushton A. M., Carson D. J., *The marketing of services: managing the intangibles*. European Journal of Marketing, 1985, No. 3.
11. Rydzkowski W. (red.), *Usługi logistyczne. Teoria i praktyka*. Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań, 2011.
12. Sikorski P. M., *Spedycja w praktyce –wiek XXI*. Polskie Wydawnictwo Transportowe, Warszawa, 2008.
13. Zamkowska S., Zagożdżon B, *Systemy logistyczne w obsłudze przedsiębiorstw*. Wydawnictwo Politechniki Radomskiej, Radom, 2011.
14. Zeithamal V., Parasuramar A., Berry L., *Problems and Strategies in Services Marketing*. Journal of Marketing, Spring, 1985.

Autor: mgr inż. **Agnieszka Chojnacka** – Politechnika Radomska