



K. Kopec*

FUNKCJONOWANIE RYNKU USŁUG LOGISTYCZNYCH W POLSCE¹

Wprowadzenie. Niemalże we wszystkich średnio i wysoko rozwiniętych krajach świata następuje wzrost znaczenia logistyki. Jednak w Polsce oraz innych krajach postkomunistycznych Europy Środkowej i Wschodniej, proces ten jest szczególnie wyraźny. Determinuje on w znacznym stopniu współczesne przemiany w funkcjonowaniu transportu. Ponadto poprzez pojawienie się na rynku usług logistycznych wytworzyła się nowa, i na dodatek całkiem niemała, sfera działalności. Generuje ona istotne pod względem wielkości dochody – i to nie tylko dla właścicieli przedsiębiorstw logistycznych, ale też dla wielu, często bardzo młodych ludzi, którzy znaleźli w niej zatrudnienie. Z drugiej strony klienci firm logistycznych poprzez *outsourcing* mogą usprawnić prowadzone wcześniej we własnym zakresie działania logistyczne, a równocześnie także bardzo często obniżyć ich realny koszt.

Usługi logistyczne. Usługa logistyczna to zorganizowanie przez wyspecjalizowaną firmę transportu i magazynowania towarów wraz z pełną obsługą formalno-prawną, w tym celną. Nie jest więc usługą logistyczną zbiór identycznych czynności zrealizowany przez przedsiębiorstwo, które jest np. producentem transportowanych i magazynowanych towarów. Zatem usługa logistyczna jest świadczona zawsze przez specjalistyczną firmę. Może być to stosunkowo niewielkie przedsiębiorstwo transportowo-spedycyjne, jak i bardzo duże centrum logistyczne².

Istotą logistyki, a więc także usług logistycznych, jest zapewnienie właściwego produktu, we właściwych ilościach, we właściwym stanie, we właściwym miejscu, we właściwym czasie, właściwemu odbiorcy, po właściwej cenie. Określane jest to zasadą „7W”³. Bywa ona nazywana też zasadą „7R” za sprawą oryginalnego brzmienia formuły w jęz. angielskim: *“right product, in the right quantity and the right condition, at the right place, at the right time, for the right consumer, at the right cost”*⁴.

Dzięki obsłudze logistycznej producentów uzyskuje się obniżenie zarówno kosztów transportu jak i magazynowania. Pierwsze wynika z racjonalnego rozmieszczenia magazynów na obszarze dystrybucji, przez co zmniejszeniu ulega transportochłonność. W takiej sytuacji duże transporty towarów trafiają od producenta do poszczególnych centrów logistycznych obsługujących określony obszar, a z nich są rozsyłane w mniejszych partiach do odbiorców. Nie ma więc potrzeby ciągłego wysyłania stosunkowo niewielkich partii towarów od producenta do odbiorców, którzy niejednokrotnie są od niego znacznie oddaleni. Zmniejszenie kosztów magazynowania zachodzi natomiast poprzez zmniejszenie zapasów, ponieważ w dobrze funkcjonującym systemie logistycznym towary trafiają do miejsca przeznaczenia w odpowiednim momencie⁵. Dobrze ten aspekt przedstawia hasło reklamowe jednego z przedsiębiorstw spedycyjnych działających w Polsce – *“na czas, na miejsce, na pewno”*.

© Kopec K., 2007

* asystent кафедры географії регіонального розвитку Гданського університету (Гданськ, Республіка Польща), магистр географії і економіки

¹ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ПОЛЬЩІ

² Mindur L., Usługi logistyczne w warunkach gospodarki rynkowej, [w:] L. Mindur (red.), *Metodyka lokalizacji i kształtowania centrów logistycznych w Polsce*, Kolejowa Oficyna Wydawnicza, Warszawa, 2000. — S. 13-36. Ponadto więcej na temat definicji i cech usług logistycznych w publikacji: Rydzkowski W., *Znaczenie i rola usług logistycznych*, [w:] W. Rydzkowski (red.), *Usługi logistyczne*, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań, 2004. — S. 9-31.

³ Cf. Abt S., *Logistyka w teorii i praktyce*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań, 2001; Dobrzyński M., *Logistyka*, Dział Wydawnictw i Poligrafii Politechniki Białostockiej, Białystok, 1999.

⁴ Dobrzyński M., *Logistyka*, op. cit. — S. 13-14.

⁵ Cf. Mindur L., *Usługi logistyczne...*, op. cit.



Do funkcji przedsiębiorstw zajmujących się świadczeniem usług logistycznych należą⁶:

- dysponowanie i przemieszczanie ładunków;
- prace przeładunkowe i składowanie;
- aktywne wspieranie sprzedaży;
- obsługa odbiorców masy ładunkowej;
- ubezpieczenia transportowe;
- załatwienie formalności celnych;
- finansowanie określonych sfer działalności logistycznej (marketing).

Wśród przyczyn wzrostu popularności logistyki, a więc także usług logistycznych, w okresie ostatnich 50 lat wymienia się⁷:

- wyczerpywanie się możliwości obniżki kosztów produkcji;
- wzrost różnicowania wyrobów;
- rosnące koszty transportu;
- globalizację procesów gospodarczych;
- wzrost kosztów obsługi zapasów;
- rozwój technik komputerowych, który umożliwił stworzenie nowoczesnych technik optymalizacyjnych.

Rynek usług logistycznych w Polsce

W Polsce po przełomie ustrojowym na rynku usług logistycznych w ciągu kilku lat nastąpił dynamiczny rozwój. Etapy pośrednie, które w zachodniej Europie wypracowywano przez wiele lat, w Polsce uległy wyraźnemu skróceniu. W znacznym stopniu przyczyniły się do tego zagraniczne inwestycje. Pojawienie się przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym oraz otwarcie polskiej gospodarki na konkurencję przedsiębiorstw zagranicznych wymusiło konieczność dorównania w rodzimych firmach zachodnim standardom logistycznym⁸.

Obecnie w Polsce przewóz około połowy towarów poszczególne przedsiębiorstwa organizują jeszcze we własnym zakresie. Jednak rynek usług logistycznych wciąż znajduje się w fazie dynamicznego rozwoju. Wzrasta liczba klientów, którzy zlecają wykonanie firmom logistycznym coraz więcej zadań (Ryc. 1). W rezultacie pojawia się na nim wiele nowych, często niewielkich firm, które zdobywają coraz większy udział w rynku. Ale o jego kształcie wciąż decydują duże przedsiębiorstwa, stworzone z reguły przy udziale kapitału zagranicznego, często jako oddziały największych operatorów europejskich⁹. Starają się one utrzymać pozycję dominującą nie tylko poprzez konkurencję w zakresie cen, jakości i zakresu oferowanych usług, ale także poprzez wzajemne fuzje i wykupienia mniejszych przedsiębiorstw.

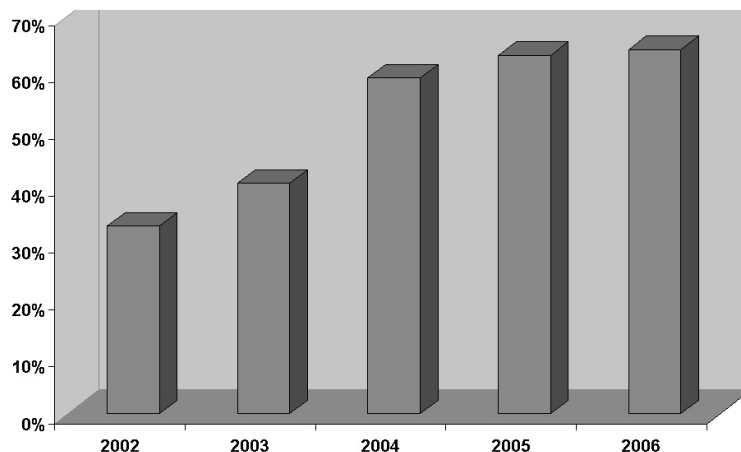
Fakt, że logistyka jest sferą usług mogącą generować istotne zyski przedsiębiorstwom, które działają w tej branży, wykorzystywany jest przez niewielkie przedsiębiorstwa transportowe lub też spedycyjne. Mimo, że nie zajmują się one świadczeniem usług logistycznych to bardzo często wpisują to hasło w swojej ofercie. Logistykę traktują więc jako chwyt reklamowy, który

⁶ Niziński S., *Logistyka*, Wydawnictwo Akademii Rolniczo-Technicznej, Olsztyn, 1999. — S. 261.

⁷ Ciesielski M., *Logistyka w strategiach firm*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Poznań, 1999. — S. 9.

⁸ Archutowska J., Żbikowska E., *Rozwój rynku usług logistycznych w Polsce*, Zakład Transportu Międzynarodowego i Logistyki, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa, 2001, (www.logistyka.org.pl/publikacje.htm).

⁹ Cf. Rydzkowski W., *Logistyczne uwarunkowania procesu integracji Polski z Unią Europejską*, [w:] D. Rucińska, E. Adamowicz (red.), *Dostosowanie polskiego transportu do Unii Europejskiej*. "Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego. Ekonomia Transportu Lądowego", nr 26, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 2003. — S. 307-318.



Ryc. 1. Odsetek klientów firm logistycznych w Polsce intensywnie korzystających z usług w latach 2002-2006¹⁰

choć nie ma żadnego pokrycia w możliwości jej wykonania, to może jednak przyciągnąć klientów, chcących zlecić usługę transportową lub spedycyjną¹¹.

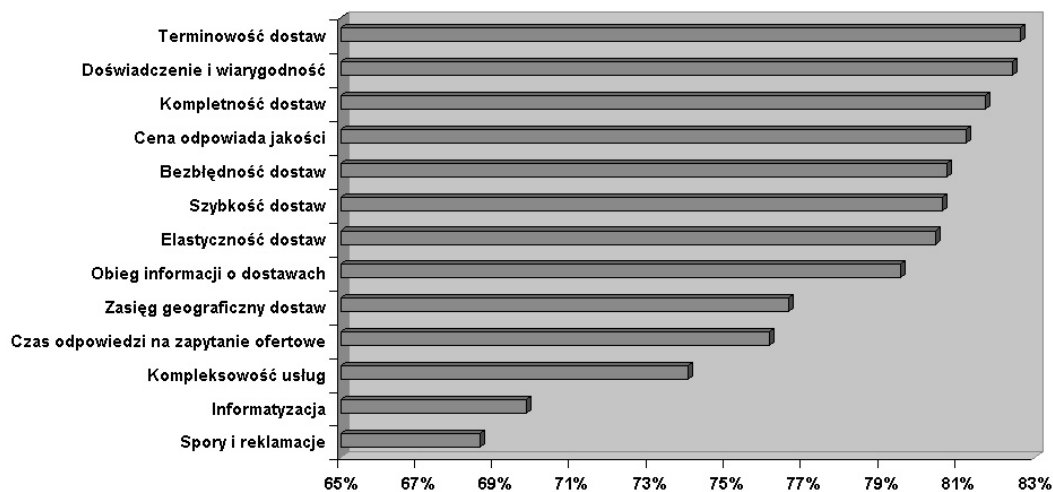
Największe firmy logistyczne działające w Polsce (w tym także zajmujące się świadczeniem usług kurierskich) to m.in.: *C. Hartwig Gdynia*, *Delta Trans*, *DHL Express*, *GEFCO*, *General Logistics Systems*, *Kuehne+Nagel*, *Pekaes*, *Raben* (do której należy m.in. *Fresh Logistics*), *Schenker*, *Siódemka*, *TNT Express*, *UPS*.

Klienci firm logistycznych jako najważniejsze kryterium wyboru konkretnego dostawcy usług, wskazują na terminowość dostaw, a także doświadczenie i wiarygodność (Ryc. 2). Minimalnie mniejsze znaczenie mają: kompletność dostaw (a więc czy są one realizowane w całości), adekwatność ceny do jakości świadczonych usług, bezbłędność dostaw (w tym także bez uchybień dokumentacji i znakowania), szybkość dostaw liczona od zamówienia usługi do jej zrealizowania, elastyczność dostaw w zakresie terminów i formy, obieg informacji o dostawach. Relatywnie najmniej istotnymi kryteriami są kwestie związane ze sposobem rozstrzygania sporów i reklamacji oraz informatyzacja firmy logistycznej. Niemniej jednak podkreślić należy, że klienci stawiają dostawcom usług logistycznych bardzo wysokie wymagania, w związku z tym różnice odsetka wskazań pomiędzy wymienionymi kryteriami nie są duże.

Jak już wyżej wspomniano, w Polsce następuje szybki rozwój usług logistycznych. Wielcy operatorzy działający w naszym kraju zbudowali już sieci własnej infrastruktury logistycznej i oferują klientom kompleksową obsługę w transporcie towarów. Jednak mimo rosnącego zapotrzebowania na obsługę logistyczną budowane są prawie wyłącznie małe centra logistyczne lub takie, które specjalizują się w obsłudze wybranej branży. W efekcie ich potencjał jest dosyć silnie rozproszony. I chociaż w niektórych miejscach widoczne są już wyraźne procesy koncentracji działalności logistycznej, to jednak wciąż bardzo brakuje dużych centrów logistycznych. Wybudowanie ich kilku na terenie Polski objęłoby swoją działalnością cały jej obszar. Są to jednak inwestycje niezwykle kosztowne, które nie mają większych szans na powstanie bez wyraźnego zaangażowania państwa. Musi ono nie tylko stworzyć ku temu warunki,

¹⁰ Źródło: Operator Logistyczny Roku 2006. Raport specjalny, 2006, Data Group Consulting, Warszawa. — S. 3.

¹¹ *Burniewicz J.*, Polska w orbicie strategii europejskich operatorów logistycznych, "Spedycja Transport Logistyka", nr 5/2005, 2005. — S. 70-77.



Ryc. 2. Znaczenie przypisywane przez klientów dziedzinom obsługi dostaw w ramach usług logistycznych¹²

ale też zapewnić, przynajmniej część środków koniecznych do ich wybudowania. Biorąc jednak pod uwagę dotychczasowe działania kolejnych rządów w sferze transportu czy logistyki (stan dróg, problemy z budową autostrad, problemy z restrukturyzacją PKP) oraz wielkość budżetu, powstanie tak dużych inwestycji stoi pod wielkim znakiem zapytania¹³.

Usługi kurierskie. Wyspecjalizowaną częścią usług logistycznych są usługi kurierskie. Wywodzą się one z rozwoju usług pocztowych. Są świadczone przez wyspecjalizowane przedsiębiorstwa, które swoim klientom gwarantują bardzo dużą prędkość dostarczania przesyłek do adresata, przy zapewnieniu dużej wygody, bezpieczeństwa i niezawodności. Ważną cechą tego rodzaju usług jest odbiór przesyłki z miejsca nadania i doręczenie jej do adresata czyli w systemie "od drzwi do drzwi" (ang. *door-to-door*).

Firmy kurierskie specjalizują się w dostawach ładunków o standardowych gabarytach, co wynika z nastawienia ich na ekspresową obsługę dużej liczby drobnych przesyłek. Z uwagi na dużą prędkość doręczenia oraz wysokie bezpieczeństwo tradycyjnymi przesyłkami dla firm kurierskich są: dokumenty, kontrakty handlowe, nośniki informacji, a obecnie coraz częściej także towary ze sklepów internetowych. Niemniej jednak obsługiwane są też przesyłki o charakterze specjalnym: przesyłki medyczne, farmakologiczne, przewóz zwierząt lub substancji niebezpiecznych. Tego rodzaju ładunki wymagają specjalnego traktowania podczas transportu i operacji logistycznych, a także specjalnego opakowania¹⁴. W 2006 r. firmy kurierskie działające na terenie Polski obsługiwały tak nietypowe przesyłki jak:

¹² Źródło: Operator Logistyczny Roku 2006. Raport specjalny, 2006, Data Group Consulting, Warszawa. — S. 10.

¹³ Cf. *Barcik M.*, Perspektywy rozwoju rynku usług logistycznych w Polsce, "Logistyka", nr 1/2005, 2005. — S. 46-49; *Fechner I.*, Centra logistyczne. Cel — realizacja — przyszłość, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań, 2004; *Kordel Z.*, *Jeziński A.*, Trendy rozwojowe centrów logistycznych w Polsce, [w:] D. Rucińska (red.), Studia nad transportem i logistyką, "Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego. Ekonomika Transportu Lądowego", nr 25, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 2003. — S. 193-202; *Rydzkowski W.*, Rynek usług logistycznych w Polsce, [w:] W. Rydzkowski (red.), Usługi logistyczne, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań, 2004. — S. 33-54.

¹⁴ Cf. *Książkiewicz D.*, Przewozy kurierskie, [w:] W. Rydzkowski (red.), Usługi logistyczne, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań, 2004. — S. 55-76.



- ważąca 56 kg tratwa ratunkowa na której wyposażeniu były race sygnałowe, naboje z gazem, baterie litowe, oraz zestaw naprawczy zawierający m.in. utleniacze i substancje żrące — a więc w myśl międzynarodowych przepisów materiały niebezpieczne w transporcie — przewieziona z Polski do Meksyku w czasie 96 godzin przez *TNT Express*¹⁵;
- sztuczne szczęki na mocy stałej umowy z jedną z firm stomatologicznych do odbiorców — przez *General Logistics Systems*¹⁶;
- generalskie ordery do Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej — Lecha Kaczyńskiego przed uroczystością wręczenia ich żołnierzom — przez *General Logistics Systems*¹⁷;
- 8 w pełni wyposażonych, mobilnych, gabinetów dentystycznych przewożonych w czasie 12 tygodni po całej Polsce w ramach akcji promocyjnej pasty do zębów — przez *DPD Masterlink*¹⁸;
- tkanki łabędzi zarażonych ptasią grypą z Państwowego Instytutu Weterynaryjnego w Puławach do laboratorium w Wielkiej Brytanii — przez *TNT Express*¹⁹.

Do przedstawionych wyżej przykładów z Polski można dodać jeszcze: przewóz specjalnie przystosowanym *Boeingiem 747* dwóch rekinów z Tajwanu do Stanów Zjednoczonych — przez *UPS*²⁰, czy też turbinę z Bazylei w Szwajcarii na statek turystyczny, który uległ awarii w rejonie wyspy Madera na Atlantyku z 1200 osobami na pokładzie — przez *TNT Express*²¹.

Tak duże zróżnicowanie przesyłek oraz to, że firmy kurierskie są klasyfikowane niejednokrotnie jako operatorzy logistyczni i ujmowane w statystykach oraz rankingach obok firm nie zajmujących się działalnością kurierską albo też traktującą taką działalność jako dodatkowy rodzaj usług w ofercie, powoduje problemy ze zdefiniowaniem branży. Na dodatek wszystkie usługi logistyczne, a wśród nich szczególnie usługi kurierskie podlegają bardzo szybkim przekształceniom²².

Rynek usług kurierskich w Polsce. Według różnych szacunków wartość rynku przesyłek kurierskich, ekspresowych i pocztowych (KEP) w Polsce wynosi 1,5-2,0 mld złotych. Obecnie przychody największych przedsiębiorstw kurierskich w Polsce rosną w granicach 15%-20% rocznie. Ten wzrost nadal będzie się utrzymywał ponieważ zarówno pod względem wartości, jak i liczby przewożonych przesyłek, potencjał branży usług kurierskich w Polsce nie został jeszcze wyczerpany. Biorąc pod uwagę obrót jaki osiąga branża w Europie Zachodniej można się spodziewać podobnych rezultatów także w Polsce. Przykładowo w zamieszkiwanej przez podobną liczbę ludności Hiszpanii, liczba przesyłek na jedną osobę jest kilkukrotnie wyższa. Natomiast w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Francji i krajach Beneluksu, gdzie rynek kurierski jest bardzo dobrze rozwinięty, współczynnik ten jest nawet kilkunastokrotnie wyższy²³.

Prognozuje się, że w polskiej branży przesyłek kurierskich szczególnie dynamicznie będzie się rozwijał rynek przesyłek krajowych, natomiast w transporcie międzynarodowym — sektor przesyłek drogowych. Jednocześnie rozwój odbywać się będzie w kierunku wzrostu jakości usług. Z obserwacji rynku wynika, że klientom w coraz większym stopniu zależy bardziej na czasie

¹⁵ Niebezpieczna tratwa, "Spedycja Transport Logistyka", nr 4/2006, 2006. — S. 18.

¹⁶ Dzień Kuriera i Przewoźnika — trzecia edycja, "Spedycja Transport Logistyka", nr 10/2006, 2006. — S. 24-25.

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Ibidem.

²⁰ Ibidem.

²¹ Nietypowe przesyłki kurierskie TNT Express, "Spedycja Transport Logistyka", nr 1/2006, 2006. — S. 14.

²² Cf. Kawa A., 2006, Branża przesyłek kurierskich, ekspresowych i pocztowych (KEP) w Polsce, "Spedycja Transport Logistyka", nr 6/2006, 2006. — S. 30-33; Książkiewicz D., Przewozy kurierskie, op. cit.

²³ Kawa A., 2006, Branża przesyłek kurierskich..., op. cit.



i bezpieczeństwie dostarczenia przesyłki, niż na cenie usługi²⁴.

Obok dużych firm kurierskich na polskim rynku funkcjonują też z powodzeniem przedsiębiorstwa wyspecjalizowane w obsłudze specyficznych klientów — np. z branży farmaceutycznej lub elektronicznej. Zazwyczaj obsługują one przesyłki większe gabarytowo niż mieszczące się w standardzie firm kurierskich, a na dodatek często wymagające specjalnych warunków przechowywania i transportu. Mimo tych różnic, nie są też one typowymi operatorami logistycznymi, chociażby z tego względu, że partie przewożonego towaru są niewielkie, często o większej wartości, a klienci wymagają dużej szybkości dostarczenia przesyłki.

Pewnym ewenementem na rynku usług kurierskich w Polsce jest *Poczta Polska*, będąca przedsiębiorstwem państwowym. Działa ona w tej branży od 1995 r. w ramach usługi *EMS-Pocztex* i oferuje obsługę zarówno przesyłek krajowych jak i zagranicznych. Z powodu ogromnej sieci sprzedaży usług stanowi ona poważną konkurencję dla firm kurierskich. Stąd też prowadzą one naciski, aby *Poczta Polska* jako przedsiębiorstwo pełniące funkcje społeczne i poprzez to nie podlegające w pełni prawom rynku nie mogło działać na rynku usług kurierskich²⁵. Mając jednak na uwadze działania podejmowane w celu prywatyzacji *Poczty Polskiej* te życzenia nie mają najmniejszych szans na spełnienie. W przeciwnym razie nastąpiłoby osłabienie pozycji rynkowej prywatyzowanego przedsiębiorstwa i w efekcie obniżenie jego ceny.



²⁴ Ibidem.

²⁵ Haber E., Kierunki rozwoju firm kurierskich, "Spedycja Transport Logistyka", nr 5/2004, 2004. — S. 40-49.