



UNIWERSYTET SZCZECIŃSKI
**INSTYTUT EKONOMII
I FINANSÓW**

mgr inż. Mateusz Dziechciarz

Streszczenie rozprawy doktorskiej
pt. „Wpływ zakresu usług na konkurencyjność przedsiębiorstw spedycyjnych”

Promotor: prof. dr hab. Elżbieta Załoga

Promotor pomocniczy: dr hab. Izabela Dembińska, prof. PM w Szczecinie

Szczecin 2023

Współczesny rynek usług spedycyjnych stawia przed przedsiębiorstwami spedycyjnymi coraz większe wymagania wobec oferty usług. Zmiana potrzeb i preferencji zleceniodawców usług, a także aktywność konkurentów determinują podejmowane przez przedsiębiorstwa spedycyjne działania odnośnie do zmiany zakresu oferowanych usług. Uzasadnieniem do podjęcia tematu dysertacji są zjawiska obserwowane na rynku usług spedycyjnych, odnoszące się zarówno do konkurencji między spedytorami oraz innymi podmiotami sektora transport-spedycja-logistyka (sektor TSL), realizującymi usługę spedycyjną, jak i zleceniodawców usług spedycyjnych, skłaniających przedsiębiorstwa spedycyjne do rozszerzania zakresu usług poza te dotychczas uznawane za spedycyjne.

Celem rozprawy doktorskiej było wskazanie kierunków rozwoju usług spedycyjnych w kontekście poprawy konkurencyjności przedsiębiorstw spedycyjnych (cel główny) oraz identyfikacja preferowanych na rynku cech usług spedycyjnych (cel pomocniczy 1), a także opracowanie katalogu usług spedycyjnych (cel pomocniczy 2). Mając na uwadze problem badawczy dysertacji, przyjęto następującą hipotezę główną: zakres oferowanych usług wpływa na konkurencyjność przedsiębiorstw spedycyjnych. Hipoteza główna została wsparta hipotezą pomocniczą: determinantą kształtowania oferty usług spedycyjnych są preferencje rynkowe w zakresie rodzaju i cech usług. Układ pracy podporządkowano przyjętym celom i założeniom badawczym. W celu weryfikacji przyjętych hipotez i osiągnięcia założonych celów w rozprawie doktorskiej zastosowano następujące metody badawcze: krytyczna analiza literatury, analiza dokumentacji, metoda ankietowa, metoda ocen eksperckich, analiza PESTEL, analiza pięciu sił Portera. Rozważania teoretyczne oparto na literaturze przedmiotu z obszaru ekonomiki transportu, spedycji i marketingu. Wykorzystano raporty branżowe dotyczące rynku usług spedycyjnych. Przeprowadzono, za pomocą kwestionariusza ankiety, badania własne rynku usług spedycyjnych (przedsiębiorstwa reprezentujące stronę podażową i popytową rynku) oraz wykorzystując metodę ekspercką - w środowisku przedstawicieli branży TSL. Wyniki przedstawiono w postaci rysunków i tabel. Przeprowadzony proces badawczy pozwolił na weryfikację postawionych hipotez oraz osiągnięcie celów rozprawy doktorskiej. Na podstawie przeprowadzonego procesu badawczego i w toku analizy uzyskanych wyników wyciągnięto wnioski odnośnie do wpływu zakresu usług na konkurencyjność przedsiębiorstw spedycyjnych. Poniżej przedstawiono najważniejsze z nich:

1. Zapotrzebowanie na usługi spedycyjne ma charakter nieregularny i wynika ze zmian w otoczeniu gospodarczym, zarówno spedytora, jak i zleceniodawcy usług

spedycji. Spedytor musi reagować na zmiany rynkowe w sposób elastyczny, dostosowując się do nowych uwarunkowań.

2. Praktyka rynkowa pokazuje, że na rynku usług spedycyjnych podaż usług przewyższa popyt na te usługi. Oznacza to, że zleceniodawcy posiadają przewagę rynkową, która daje im możliwość wyboru najlepszego rozwiązania w zakresie dostawcy usług spedycji.
3. Zakres usług spedycyjnych wpływa na zdolność konkurencyjną przedsiębiorstw spedycyjnych, a rozszerzenie ich zakresu – na poprawę konkurencyjności. Przedsiębiorstwa spedycyjne powinny zatem dążyć do zwiększania zakresu oferowanych usług. Działanie takie powinno być poprzedzone badaniami potrzeb i preferencji rynkowych.
4. Spośród usług organizowanych przez spedytora największym popytem cieszą się usługi transportu, agencji celnej, agencji morskiej i magazynowania. Oznacza to, że o te usługi przedsiębiorstwa spedycyjne powinny zwiększać zakres swojej oferty.
5. Innowacyjność w zakresie oferty usługowej jest ważnym czynnikiem zwiększającym pozycję konkurencyjną przedsiębiorstw. Dzięki działaniom innowacyjnym przedsiębiorstwo jest lepiej postrzegane przez usługobiorców, a jego oferta jest bardziej konkurencyjna względem innych uczestników rynku.
6. Do najważniejszych cech usług spedycyjnych zalicza się terminowość realizacji usług, niezawodność i elastyczność. Realizacja usługi zgodnie z założonym na etapie koncepcyjnym terminem pozwala na uniknięcie dodatkowych kosztów wynikających z opóźnień oraz może stanowić element skłaniający zleceniodawcę do zwiększenia zakresu współpracy.
7. Transport samochodowy jest najczęściej wykorzystywaną gałęzią transportu dla obsługi zleceń spedycyjnych.
8. Przedsiębiorstwa spedycyjne działają na konkurencyjnym rynku, rywalizując o zlecenia z innymi uczestnikami gry rynkowej. Jednocześnie pomiędzy konkurentami może dochodzić do współpracy, wynikającej z konieczności zapewnienia możliwości realizacji poszczególnych usług. Koopetycja jest działaniem prowadzącym do poprawy konkurencyjności przedsiębiorstw dzięki możliwości zaoferowania usług dodatkowych, wcześniej nieoferowanych.
9. Optymalizacja cen usług spedycyjnych stanowi element poprawy konkurencyjności przedsiębiorstw spedycyjnych.

10. Opracowanie katalogu usług spedycyjnych stanowi rekomendację dla przedsiębiorstw spedycyjnych w kontekście poprawy ich konkurencyjności.

Podsumowując, studia literaturowe, przeprowadzone badania własne i analiza ich wyników, potwierdziły wpływ zakresu usług na konkurencyjność przedsiębiorstw spedycyjnych oraz istnienie zależności pomiędzy preferencjami rynkowymi w zakresie rodzaju i cech usług spedycyjnych a kształtowaniem oferty usługowej. Dało to podstawy do zaproponowania w dysertacji rekomendacji odnośnie do rozwoju usług spedycyjnych. Opracowano kierunki rozwoju usług spedycyjnych, zidentyfikowano preferowane przez rynek cechy usług spedycyjnych oraz stworzono katalog usług spedycyjnych w kontekście poprawy konkurencyjności przedsiębiorstwa spedycyjnego.