

Grażyna Rosa

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług
e-mail: grazyna.rosa@wzieu.pl

Rozwój konkurencji na rynku usług transportowych – uwarunkowania i kierunki¹

Kody JEL: R4, R41, R42, R48

Słowa kluczowe: konkurencja, usługi transportowe

Streszczenie. Celem opracowania było wskazanie uwarunkowań i kierunków rozwoju konkurencji na rynku usług transportowych, głównie w ujęciu międzygałęziowym. W artykule omówiono istotę konkurencji wewnątrzgałęziowej i międzygałęziowej w odniesieniu do rynku usług transportowych, konkurencyjność *ex post* i *ex ante* na rynku usług transportowych oraz kierunki rozwoju konkurencji na rynku usług transportowych.

Wprowadzenie

Na intensywność, rodzaj i natężenie konkurencji na rynku usług transportowych kluczowy wpływ miała akcesja Polski do Unii Europejskiej. Otwarcie rynku w ujęciu gałęziowym skutkuje wzrostem konkurencji i zmianami w jej strukturze przestrzennej i narzędziowej. Dostosowanie wielu dziedzin gospodarki, w tym również transportu, do wymogów Unii Europejskiej, stopniowy proces ujednoczenia zasad działania podmiotów na tym rynku spowodował istotne zmiany w sposobie postrzegania konkurencyjności poszczególnych gałęzi transportu. Unia Europejska (w tym również Polska) przyjęły jako priorytetowy kierunek

¹ Artykuł opracowano na podstawie: Rosa (2013), rozdz. 6 i 11.

działań na rynku usług transportowych – politykę zrównoważonego rozwoju. Z naturalnych względów stawia on na uprzywilejowanej pozycji gałęzie mniej konkurencyjne – szczególnie transport kolejowy i śródlądowy. Istotny wpływ na zmianę priorytetów Unii Europejskiej w odniesieniu do transportu wywarł wielki światowy kryzys gospodarczy. Najszybciej do zmiany warunków w środowisku dostosował się transport samochodowy, dzięki któremu możliwe okazało się szybsze wyjście z kryzysu wielu branż. Dlatego też dalszy rozwój transportu samochodowego, ukierunkowany na zastosowanie nowych, przyjaznych środowisku, energooszczędnych i wydajnych technologii stał się jednym z priorytetów Unii Europejskiej w zakresie transportu.

Przedsiębiorstwa transportowe realizujące przewozy przy wykorzystaniu nowych technologii stają się partnerami dla przedsiębiorstw z UE, rośnie bezpieczeństwo przewożonych przez nie pasażerów lub ładunków, ponoszą niższe koszty z tytułu kosztów zewnętrznych, są i będą wspomagane przez państwo w postaci ulg, preferencji itp. Z tego względu zaczynają być bardziej konkurencyjne cenowo i jakościowo, co prowadzi do ich preferowania przez usługobiorców.

Celem opracowania jest wskazanie uwarunkowań i kierunków rozwoju konkurencji na rynku usług transportowych, głównie w ujęciu międzygałęziowym.

Istota konkurencji wewnątrzgałęziowej i międzygałęziowej w odniesieniu do rynku usług transportowych

W literaturze o charakterze ogólnoeconomicznym najczęściej występują pojęcia: konkurencyjność wewnątrzbranżowa i konkurencyjność międzybranżowa². Sposób rozumienia konkurencji międzygałęziowej (międzybranżowej) i wewnątrzgałęziowej (wewnątrzbranżowej) zależy od przyjętej definicji branży. Zdefiniowanie branży może obejmować następujące obszary odniesienia (Gorynia, Łaźniewska, 2009, s. 60–61):

1. Jeżeli branżę definiuje się w sensie produktowym, czyli stanowią ją przedsiębiorstwa oferujące takie same usługi transportowe, np. przedsiębiorstwa samochodowe, lotnicze, to konkurencja wewnątrzgałęziowa (wewnątrzbranżowa) oznacza konkurowanie z producentami takich samych usług.
2. Jeżeli podstawą zdefiniowania branży będzie zastosowana technologia, to konkurencja wewnątrzbranżowa oznacza rywalizację pomiędzy przedsiębiorstwami oferującymi usługi w tej samej technologii.
3. Jeżeli branża została wyłoniona na podstawie kryterium zaspokojenia podobnych potrzeb nabywców, to branżę mogą stanowić usługodawcy realizujący

² Branża jako kategoria nie występuje już w nomenklaturze PKD. Występuje natomiast kategoria: sekcja (klasa), podklasa. Na przykład: Transport i gospodarka magazynowa występuje w Klasie H z podziałem na podklasy. W rozważaniach przyjęto jednak tę kategorię (branża) równorzędnie do obecnie stosowanych w PKD, ze względu na jej występowanie w dostępnej literaturze.

usługi zaspokajające podobne potrzeby. **Taka interpretacja branży na rynku usług transportowych jest bliższa konkurencji międzygałęziowej. W takim rozumieniu może to być rynek usług transportowych (pasażerskich lub towarowych).**

Konkurencyjność w ujęciu wewnątrzgałęziowym dotyczy warunków i rozmiarów sprzedaży, powodując kształtowanie się cen na poziomie odpowiadającym warunkom wytwarzania (Tkaczyk, 1990, s. 40).

Konkurencja międzygałęziowa (międzybranżowa) odnosi się do różnych branż, które konkurują ze sobą o jak najwyższy udział w sile nabywczej konsumentów. W odniesieniu do rynku usług transportowych będzie to ich udział porównaniu z innymi usługami na przykład w strukturze wydatków konsumentów. Konkurencja międzygałęziowa występuje pomiędzy przedsiębiorstwami transportowymi różnych gałęzi, których usługi są w stanie zaspokajać tego samego rodzaju (substytucyjne) potrzeby. Występuje również na tych rynkach, na których istnieją możliwości kreowania nowych potrzeb i wdrażania rozwiązań w miejsce dotychczasowych lub pomiędzy przewoźnikami zabiegającymi o te same czynniki produkcji transportowej (Rucińska, 2001, s. 56).

Konkurencyjność na rynku usług transportowych w ujęciu międzygałęziowym jest umiejętnością konkurowania poszczególnych gałęzi transportu (subrynków), czyli działania i przetrwania w konkurencyjnym otoczeniu innych gałęzi transportu (subrynków).

Konkurencyjność *ex post* na rynku usług transportowych w ujęciu międzygałęziowym może być traktowana jako obecna pozycja konkurencyjna sektorów w układzie gałęziowym w danym momencie, jako wynik procesu konkurowania, czyli konkurencyjność transportu samochodowego, kolejowego, lotniczego i wodnego: morskiego i śródlądowego w sensie procesowym. Tak rozumiana jest kategorią relatywną i prowadzi do rozpatrywania konkurencyjności jednej gałęzi transportu wobec innych, zarówno na poziomie ogólnym, jak i szczegółowym (na przykład w przewozach ładunków i pasażerów).

U podstaw konkurencji na rynku usług transportowych (pasażerskim i towarowym) leży substytucyjność usług świadczonych przez przewoźników reprezentujących różne gałęzie transportu i oferujących różne, ale substytucyjne usługi w zakresie przemieszczania pasażerów lub ładunków. W ramach popytu można wyodrębnić takie segmenty, których uczestnicy-usługobiorcy reprezentują takie same lub podobne potrzeby i preferencje, a w ramach podaży – usługodawcy z różnych gałęzi oferują zbliżone, odpowiadające potrzebom i preferencjom usługi (Bergel, 2005, s. 77).

Analiza konkurencyjności poszczególnych gałęzi transportu na rynku może być prowadzona według następujących nurtów myślenia (Gorynia, Stępień, Sulimowska 2000, s. 39), ukierunkowanych na zbadanie źródeł przewagi konkurencyjnej w zakresie:

- środowiska funkcjonowania danej gałęzi transportu lub, w dalszym podziale, w ramach gałęzi – rodzaju transportu: pasażerskiego i towarowego,
- różnic w zasobach poszczególnych gałęzi,
- bieżącego dopasowania do warunków zewnętrznych (w tym do norm i standardów europejskich i światowych).

Konkurencyjność *ex ante* na rynku usług transportowych w ujęciu międzygałęziowym może być traktowana jako przyszła pozycja konkurencyjna sektorów transportu samochodowego, kolejowego, lotniczego i wodnego: morskiego i śródlądowego w układzie gałęziowym, wynikająca z relatywnej do pozostałych sektorów zdolności do konkurowania w przyszłości poprzez wykorzystanie potencjału konkurencyjnego.

Konkurencyjność *ex post* i *ex ante* na rynku usług transportowych

Na podstawie analizy poszczególnych gałęzi transportu w zakresie specyfiki sektora, potencjału konkurencyjnego, przewag konkurencyjnych, instrumentów konkurencji i stosowanych strategii konkurencji, różniących się pod względem rodzaju i obszaru, można dokonać próby analizy konkurencji międzygałęziowej na rynku usług transportowych.

Z obserwacji i badań rynków cząstkowych wynika, że przewoźnicy postrzegają konkurencję najczęściej w ramach swojej gałęzi transportu o podobnych warunkach funkcjonowania. Rozproszenie rynku transportu samochodowego, charakteryzujące się bardzo dużą liczbą przewoźników powoduje, że ograniczają oni swoje zachowania konkurencyjne do tego rynku, czyli do konkurencji wewnątrzgałęziowej. Silna konkurencja na rynku transportu kolejowego pomiędzy PKP Cargo a grupą Schenker również koncentruje ich działania w ramach rynku transportu kolejowego. Konkurencja międzygałęziowa obejmuje więc tylko wybrane segmenty poszczególnych rynków.

W konkurencji międzygałęziowej wykorzystywane są klasyczne instrumenty konkurencji, takie jak w konkurencji wewnątrzgałęziowej, czyli cena, jakość (np. czas, bezpośredniość), promocja (głównie informacja), dystrybucja, personel, proces świadczenia usługi, świadectwo materialne.

Największe nasilenie konkurencji międzygałęziowej występuje pomiędzy (Rucińska, 2001, s. 56):

- przewoźnikami samochodowymi i kolejowymi (głównie o ładunki masowe lub o pasażerów),
- komunikacją zbiorową i indywidualną,
- transportem kolejowym na dalekie odległości (międzyaglomeracyjne), dużych prędkości a transportem i przewoźnikami lotniczymi, w tym obsługującymi relacje międzyregionalne,

- samochodowymi przewozami bezpośrednimi a transportem lotniczym na średnich dystansach.

W zakresie konkurencji międzygałęziowej w przewozach ładunków, konkurencyjne są wobec siebie przewozy transportem samochodowym i kolejowym, w nielicznych przypadkach transportem morskim lub żeglugą śródlądową. Duży wpływ na jej zakres ma rodzaj przewożonych ładunków. Jedne, jak np. piasek, żwir, są podatne na przewozy transportem kolejowym i żeglugą śródlądową, inne, jak na przykład węgiel, mogą być przewożone wszystkimi wymienionymi gałęziami transportu, pod warunkiem, że istnieje odpowiednia infrastruktura drogowa umożliwiająca konkurowanie. Konkurencja międzygałęziowa w przewozach ładunków pomiędzy wymienionymi gałęziami obejmuje przede wszystkim ładunki masowe, takie jak: węgiel, żwir. Natomiast konkurencja pomiędzy transportem lotniczym a samochodowym, czy, rzadziej, kolejowym obejmuje wybrane grupy ładunków wymagające dużej dbałości w trakcie przewozu, krótkiego terminu realizacji usługi, posiadające szczególną wartość.

Konkurencję w przewozach ładunków charakteryzują głównie następujące kryteria: cena, a przy ograniczonych możliwościach jej obniżania i różnicowania – specjalizacja przewoźników, jakość wykonywanych usług oraz działania promocyjne, wspomagające oddziaływanie na otoczenie. Zmiany zachodzące w otoczeniu przedsiębiorstw transportowych, szczególnie lata kryzysu gospodarczego, zmiany w strukturze rynku usług transportowych spowodowały dominację jednego instrumentu – ceny. Utrzymanie jej poziomu, negocjowanie i różnicowanie w celu jej obniżenia powoduje, że kolejnym instrumentem, przy akceptowanej cenie, jest realizacja postulatów jakościowych, znajdująca odzwierciedlenie w specjalizacji przewoźników.

Istotnymi czynnikami kształtowania cen usług transportowych mogą być: rodzaj ładunku, sposób przewozu, czas, rodzaj środka transportu i ceny taryfowe. W warunkach gospodarki rynkowej na rynku usług transportowych, na którym występują zarówno ceny umowne, jak i taryfowe, nawet ceny taryfowe podlegają negocjacjom (obniżane są w postaci upustów, rabatów, promocji, cen specjalnych). Przewoźnicy kolejowi i samochodowi, analizując możliwość konkurowania ceną, badają ceny przewozu poszczególnych rodzajów ładunków i sprawdzają (na podstawie analizy kosztów), czy są w stanie zaproponować przewóz po cenach niższych niż konkurenci. Konkurencyjność cenowa kształtuje się bardzo różnie: często transport samochodowy jest tańszy, gdyż koszty spółek kolejowych są zbyt wysokie, aby zaproponować klientowi cenę niższą niż proponuje przewoźnik samochodowy. Czasami nawet po zaproponowaniu ceny niższej przez przewoźnika kolejowego, klient informuje, że mimo, iż cena jest niższa, to nie jest niska na tyle, aby pokryć dodatkowe koszty związane z obsługą transportu kolejowego (brak dostosowania infrastruktury u nadawcy czy odbiorcy do odbioru/wyładunku/załadunku wagonów itp.). Jeżeli dla klienta wiodącym

instrumentem konkurencji jest cena, to najkorzystniejszą gałęzią transportu jest żegluga śródlądowa, pod warunkiem, że taki przewóz może być wykonany tą gałęzią transportu (np. ze względu na dostępność, rodzaj i ilość ładunku). W tym przypadku również istotna jest odpowiednia infrastruktura, zarówno po stronie oferenta, jak i klienta.

Biorąc pod uwagę liczbę przewożonych ładunków można stwierdzić, że w ujęciu międzygałęziowym najbardziej konkurencyjną gałęzią transportu jest transport samochodowy. Wykazuje on dostępność praktycznie bez ograniczeń, bezpieczeństwo, kontrolę nad ładunkiem, dużą elastyczność w zakresie gęstości punktów transportowych, ustalanych dowolnie (według potrzeb).

Jeśli chodzi o energochłonność i przyjazność środowisku, według szacunków Ministerstwa Infrastruktury 1 litr paliwa pozwala przewieźć na odległość 1 km: barką rzeczną 127 ton ładunku, samochodem 50 ton, koleją 97 ton (Fechner, Szyszka, 2010, s. 70).

Koszty zewnętrzne transportu wodnego śródlądowego wynoszą według opracowań Komisji Europejskiej 5 euro na 1000 tkm, w transporcie kolejowym 12,35 euro na 1000 tkm, natomiast w transporcie drogowym (samochodowym) 24,12 euro na 1000 tkm (Fechner, Szyszka, 2010, s. 70). Rachunek ekonomiczny przewozów powinien uwzględniać różnice w cenie paliwa dla poszczególnych gałęzi transportu, związane przede wszystkim z wysokością podatku akcyzowego (paliwo żeglugowe jest zwolnione z tego podatku), co jest zgodne z polityką transportową zarówno UE, jak i Polski.

Konkurencja może być bardziej intensywna na skutek rozwoju transportu kombinowanego, którego udział w przewozach rośnie, ale nadal jest to niewielki segment przewozów.

Istotnym instrumentem konkurencji, wspierającym przyjętą strategię konkurencyjną, są działania promocyjne. Na rynku przewozu ładunków, ze względu na jego specyfikę wynikającą głównie z charakterystyki klientów (B2B), mogą być wykorzystywane szczególnie w postaci witryn internetowych, opinii zadowolonych usługobiorców, ogłoszeń w prasie i bezpośrednich kontaktów z usługodawcami.

Przeprowadzona analiza konkurencji w poszczególnych gałęziach rynku usług transportowych, uzupełniona obserwacją rynku w ujęciu relacji międzygałęziowych wykazała, że konkurencja międzygałęziowa w przewozach ładunków obejmuje głównie dwie gałęzie: transport samochodowy i kolejowy oraz w wybranych przypadkach transport morski, a jeszcze rzadziej – wodny śródlądowy. Minimalny w strukturze przewozów udział transportu lotniczego sprawia, że nie jest traktowany jako istotny konkurent. Podmioty działające w tych segmentach rynku usług transportowych konkurują głównie ceną, walcząc o kosztową przewagę. Transport morski i żegluga śródlądowa mogą być konkurencyjne wobec transportu samochodowego czy kolejowego, szczególnie w przewozach

ładunków masowych. Na skutek maksymalnego wykorzystania ceny jako instrumentu konkurencji i funkcjonowaniu często na granicy opłacalności, głównym kierunkiem rozwoju konkurencji będzie realizacja postulatów jakościowych. Podmioty działające w transporcie samochodowym i kolejowym realizują głównie strategię ekspansji, opartą na przewadze kosztowej (niskiej cenie) i zdwersyfikowanej ofercie (jakości). W transporcie lotniczym ładunków dominują strategię przywództwa jakościowego. W transporcie morskim konkurencja ma charakter zarówno kosztowy, jak i jakościowy odnoszący się do całego łańcucha transportowo-spedycyjno-logistycznego, głównie w ujęciu międzynarodowym.

Obserwacja rynku i przeprowadzona analiza wykazały, że konkurencja w przewozach pasażerów obejmuje głównie następujące gałęzie transportu:

- samochodowy i kolejowy,
- kolejowy i lotniczy (w relacjach międzyregionalnych),
- samochodowy i lotniczy (na średnich odległościach).

Biorąc pod uwagę liczbę przewiezionych pasażerów można stwierdzić, że w ujęciu międzygałęziowym najbardziej konkurencyjną gałęzią transportu jest transport samochodowy, szczególnie motoryzacja indywidualna. Nie ma jednak możliwości porównania tych cen na podstawie dostępnych statystyk, ponieważ nie uwzględniają one transportu indywidualnego. Analiza rynku wykazała, że w segmencie przewozów pasażerskich konkuruje się głównie ceną, dostępnością, bezpośredniością i czasem.

Pogłębiona analiza wykazała, że przewoźnicy działający w różnych segmentach rynku przewozów pasażerskich uzupełniają się w liczbie połączeń bezpośrednich – jeżeli przewoźnicy kolejowi oferują dużą liczbę połączeń na analizowanych trasach, to przewoźnicy samochodowi z reguły oferują ich znacznie mniej i odwrotnie. Transport lotniczy natomiast z reguły realizuje połączenia o charakterze biznesowym.

Kierunki rozwoju konkurencji na rynku usług transportowych

Stale rozrastający się europejski rynek transportowy, na skutek poszerzania granic Unii Europejskiej, tworzy nowe zjawiska i kreuje nowe tendencje w rozwoju konkurencji na rynku usług transportowych, zarówno w ujęciu wewnątrzgałęziowym, jak i w ujęciu międzygałęziowym.

Konkurencyjność w przyszłości należy rozpatrywać uwzględniając prognozowaną wielkość popytu na przewozy ładunków i pasażerów. Prognozy przewozów poszczególnymi gałęziami transportu w Polsce są zróżnicowane w zależności od czasu i miejsca ich powstawania, wszystkie jednak przewidują wzrost przewozów ogółem i podobne wzajemne relacje pomiędzy poszczególnymi gałęziami i rodzajami transportu. Na wielkość popytu na przewozy ładunków wpływa transportochłonność działalności gospodarczej, wielkość handlu zagranicznego,

a przede wszystkim zmiany relacji pomiędzy poszczególnymi gałęziami transportu, będące wynikiem rozwoju technologii i organizacji przewozów zarówno krajowych, jak i międzynarodowych. Na wielkość popytu na przewozy pasażerów wpływa liczba i struktura ludności, ilość środków na wydatki konsumpcyjne i preferencje w przeznaczaniu tych środków na usługi poszczególnych form transportu, dostępność i koszty eksploatacji samochodów, jakość usług oferowanych przez transport zbiorowy, dostępność usług, ceny biletów (Strategia..., s. 37–38).

Na podstawie prognoz struktury i zmian w czasie popytu na przewozy w Polsce w 2020 i 2030 roku, przyjmując jako rok bazowy 2010 – można analizować kierunki rozwoju przewozów (Burniewicz 2010, 2012; Strategia..., s. 37–42). Obejmują one zarówno przewoźników polskich i zagranicznych. Dla istoty rozważań ważna jest ogólna tendencja w zakresie kształtowania się wielkości przewozów poszczególnymi gałęziami transportu i różnic w tempie ich zmian w przyszłości. W dostępnych informacjach dotyczących wielkości przewozów występują istotne różnice. Na przykład Urząd Transportu Kolejowego podaje (*Funkcjonowanie...* 2012, s. 42), że w 2010 roku przewieziono: ogółem 1848,7 mln ton, transportem samochodowym – 1551,84 mln ton, transportem kolejowym 235,47 mln ton, transportem morskim 50 mln ton³, żeglugą śródlądową – 5,14 mln ton, transportem lotniczym 0,04 tony. Największe różnice występują w przypadku transportu kolejowego, którym w 2011 roku przewieziono 249,35 mln ton, co według prognoz Ministerstwa Infrastruktury, a później MTBiGM (Strategia..., s. 37–42) i innych powinno nastąpić w latach 2020–2025.

Dostępne prognozy wskazują na wzrost popytu na przewozy ładunków z 1917 mln ton w 2010 roku do 2564–2702 mln ton w 2030 roku. Szacuje się też wzrost zapotrzebowania na pracę przewozową z 446 mld tkm w 2010 roku do 474–513 mld tkm w 2030 roku. Największy wzrost przewiezionej masy towarowej jest prognozowany w przewozach lotniczych (aż o 48,8% w 2020 roku i 191% w 2030 roku) i w transporcie wodnym śródlądowym (34% w 2020 roku i 180,5% w 2030 roku). Przewiduje się też znaczny wzrost przewozów transportem morskim, natomiast przewozy kolejowe wzrosną stosunkowo mniej, a najmniej przewozy transportem samochodowym. Struktura gałęziowa przewozów pod względem przewiezionej masy w latach 2020 i 2030 będzie podobna, nieco się jednak zmieni w stosunku do roku 2010 – nieznacznie spadnie udział przewozów kolejowych, nieznacznie wzrośnie udział przewozów samochodowych i morskich.

Prognozowany jest niewielki wzrost popytu na pracę przewozową do 2030 (o 3,2%) w transporcie samochodowym i spadek popytu na pracę przewozową w transporcie kolejowym (o 1,8%). Popyt będzie zaspokajany tak jak obecnie:

³ W opracowaniu *Transport – wyniki działalności 2011*, podano, że transportem morskim w obrocie krajowym przewieziono ponad 8 mln t, natomiast w obrocie międzynarodowym 58,6 mln t.

przez przewoźników polskich i zagranicznych (szczególnie dotyczy to transportu morskiego i lotniczego).

Prognoza wielkości popytu globalnego na przewozy ładunków w układzie przestrzennym przewozów do 2030 roku, w której ujęto przewoźników polskich i zagranicznych wskazuje, że do roku 2030 najbardziej wzrośnie popyt na przewozy międzynarodowe, mniej zaś na przewozy krajowe. Wzrośnie też ich udział w strukturze procentowej przewiezionej masy z 14 do 18,4%, natomiast spadnie udział przewozów wewnątrz krajowych z 81,1 do 77,3%. Można wnioskować, że polscy przewoźnicy nadal będą konkurencyjni na rynkach zagranicznych.

Prognoza wielkości popytu globalnego na przewozy pasażerów poszczególnymi gałęziami i formami w Polsce do 2030 roku obsługiwanego przez przewoźników polskich i zagranicznych wskazuje, że największy udział będzie miała komunikacja indywidualna, choć jej wzrost zostanie zahamowany w 2020 roku i lekko spadnie do 2030 roku, osiągając 34 556 mln osób. Natomiast do 2030 roku nastąpi znaczny wzrost przewozów transportem kolejowym z 262 mln pasażerów w 2010 roku do 484 mln osób w 2030 roku i znaczny spadek popytu na przewozy transportem samochodowym (autobusami dalekobieżnymi) z 570 mln osób w 2010 do 441 mln osób w roku 2030. W żegludze śródlądowej, która odgrywa znikomą rolę w przewozach pasażerów, przewozy wzrosną z 1,4 mln osób do 2,4 mln osób w 2030 roku, co wskazuje na niewielki wzrost. Wzrosną też przewozy transportem lotniczym z 20 mln pasażerów w 2010 do 45 mln w 2030 roku. Dla analizy relacji konkurencyjnych istotny jest zarówno wzrost przewozów, jak też wzajemne relacje wielkości przewozów w poszczególnych gałęziach.

Prognozowany wzrost pokazuje, że pomiędzy 2025 a 2030 rokiem zmieni się relacja pomiędzy przewozami kolejowymi a autobusowymi pozamiejskimi. Po raz pierwszy będą dominowały przewozy transportem kolejowym.

Analiza popytu na usługi transportowe w przewozach ładunków i pasażerów pozwala zaobserwować, w jakim kierunku może rozwijać się konkurencja na rynku usług transportowych.

Uwzględniając szacunki popytu na przewozy, obserwacje rynku i jego segmentów, biorąc pod uwagę przeprowadzoną analizę konkurencji na rynku usług transportowych w Polsce można wysnuć poniższe wnioski:

1. W przypadku maksymalnego wykorzystania ceny w konkurencji wewnątrzgałęziowej, podstawowym kierunkiem rozwoju konkurencji w przewozach samochodowych ładunków będzie konsolidacja małych firm, rozwój zakresu usług, podnoszenie jakości zarówno w przewozach krajowych jak i międzynarodowych. W przewozach pasażerów nadal dominującym instrumentem będzie cena, nastąpi zawężenie struktury usług do „jądra produktu”, oferowanego po relatywnie niższej cenie i wyższej jakości.
2. W przypadku maksymalnego wykorzystania ceny w konkurencji wewnątrzgałęziowej, podstawowym kierunkiem rozwoju konkurencji w przewozach

kolejowych ładunków będzie dalsza specjalizacja na określonych trasach, określonych grupach ładunków oraz rozwój przewozów w nowych technologiach. W przewozach pasażerów podstawowym kierunkiem rozwoju będzie specjalizacja w wybranych cechach jakościowych, głównie usługach dodatkowych podnoszących komfort podróży.

3. Podstawowym kierunkiem rozwoju konkurencji w transporcie lotniczym pasażerów będzie modyfikacja oferty, zmierzająca do poszukiwania optymalnego jej zakresu w stosunku do ceny. Odmienne kierunki rozwoju prezentują poszczególne segmenty przewoźników – tradycyjnych (obniżenie ceny, zawężenie zakresu usług dodatkowych) i niskokosztowych (podniesienie ceny, rozwój zakresu usług dodatkowych). Efektem może być wykształcenie się pośredniego segmentu – pomiędzy już istniejącymi, który zaspokoi potrzeby w zakresie średniej oceny kluczowych parametrów.
4. Podstawowym kierunkiem rozwoju konkurencji w przewozach ładunków transportem morskim będzie dywersyfikacja działalności, poprawa infrastruktury, obsługi klientów oraz różnicowanie oferty. W przewozach pasażerów podstawowym kierunkiem rozwoju będzie jakość oferty w zakresie atrakcyjności, elastyczności, kreatywności oraz dywersyfikacja oferty w odniesieniu do segmentów docelowych.
5. Podstawowym kierunkiem rozwoju konkurencji w transporcie wodnym śródlądowym ładunków jest rozwój przewozów międzynarodowych, natomiast w przewozach osób – innowacyjność i kreatywność oferty.
6. Głównym kierunkiem rozwoju konkurencji międzygałęziowej, na skutek maksymalnego wykorzystania ceny jako instrumentu konkurencji zarówno w przewozach ładunków, jak i osób będzie realizacja postulatów jakościowych, uwzględniająca wymogi środowiska.

Przeprowadzona analiza rynku usług transportowych i występującej na nim konkurencji wykazała, że w najbliższych latach mogą wystąpić następujące zmiany, wywierające dalszy wpływ na całokształt analizowanych zjawisk:

- dalszy wzrost międzynarodowych przewozów towarowych, co postawi nowe wyzwania przed wszystkimi gałęziami transportu oraz zmusi do zmian i modernizacji infrastruktury transportowej, środków transportu, technologii przewozu, w celu dostosowania podaży do nowej skali popytu,
- odwrócenie malejącej tendencji przewozów pasażerskich w transporcie kolejowym i autobusowym i powolny ich wzrost na skutek wprowadzenia dalszych działań promujących komunikację zbiorową,
- powstanie i rozwój nowych struktur dystrybucji produktów w powiązaniu z rozbudową logistycznego systemu nowych rodzajów transportu i przepływu informacji,

- utworzenie logistycznej sieci centrów dystrybucyjnych w celu prowadzenia serwisu usług zaopatrzeniowo-transportowych w całej Europie,
- podniesienie jakości usług transportowych, zarówno pasażerskich, jak i towarowych, co wyrazi się przede wszystkim w niezawodności, poprawie bezpieczeństwa, terminowości,
- standaryzacja i normalizacja stosowanych w poszczególnych krajach środków transportowych, technologii transportowych, co zapewni usprawnienie obsługi, poprawę szybkości, obniżkę kosztów świadczenia usług transportowych,
- powstanie i rozwój dużych, międzynarodowych operatorów o szerokim zakresie profesjonalnie świadczonych usług, działających na rynku TSL (transportowo-spedycyjno-logistycznym).

Docelową koncepcją rozwoju i kształtowania instrumentów konkurencji na rynku usług transportowych będzie ich zintegrowane wykorzystanie zarówno w transporcie pasażerskim, jak i towarowym w postaci:

- działań zorientowanych na usługobiorcę w postaci partnerstwa,
- wykorzystania nowych technologii informacyjnych,
- oferowania wyższej wartości,
- wykorzystania wiedzy zatrudnionych pracowników,
- działań ukierunkowanych na zrównoważony rozwój.

Partnerstwo opiera się na wiarygodności przedsiębiorstwa w każdym rodzaju jego działalności. Konsekwencją przyjęcia takiej optyki działania firmy transportowej na rynku jest stopniowe przesunięcie punktu ciężkości w funkcjonowaniu z transakcji jednostkowych w kierunku budowy długookresowych i trwałych relacji z nabywcami.

Partnerstwo częściej ukierunkowane jest na firmy (masowych usługobiorców) niż na rynek indywidualnego klienta. Dużą rolę w kształtowaniu relacji odgrywa obsługa klienta. Działania konkurencyjne w zakresie obsługi klienta koncentrują się na fachowości usługodawców, gwarancjach i innych czynnościach służących pobudzeniu popytu, natomiast działania logistyczne polegają na usprawnieniu przepływu produktów (usług) (Ciesielski, 1999, s. 84). Szybkość, niezawodność, punktualność realizacja *just in time* – będą przyszłością dobrze zorganizowanych procesów transportowych i kompleksowych usług logistycznych.

Istotnym czynnikiem innowacyjnego podejścia na rynku usług transportowych jest wykorzystanie telematyki. Sygnały wysyłane przez satelity i odbierane za pośrednictwem odpowiednich urządzeń zainstalowanych w pojazdach lub kontenerach (GPS) pozwalają na określenie i rejestrację ich pozycji, prędkości jazdy, kierunku przemieszczania. Zapewnienie klientowi dostępu do takich informacji w trakcie realizacji usługi znacznie podnosi konkurencyjność jej usługodawcy. Możliwość zakupu biletu w systemie online, uzyskania informacji o warunkach rezerwacji miejsc, możliwość wpływu na wybór miejsca w środkach transportu

znacznie podniesie konkurencyjność przewoźników w przewozach pasażerskich. Pozyskiwanie i przetwarzanie informacji, coraz sprawniejsze systemy informacyjne, posiadanie specjalistów od przetwarzania danych stają się warunkiem konkurencyjności na rynku usług transportowych. Przedsiębiorstwa transportowe powinny dysponować bazami danych konsumentów, informacji na temat ich indywidualnych potrzeb, aby lepiej dostosować swą ofertę do odbiorców. Coraz więcej transakcji jest i będzie zawieranych przy wykorzystaniu mediów elektronicznych. Efektywne zarządzanie programami kontaktów z klientami staje się podstawowym elementem rozwoju współczesnych firm transportowych. Pomocną rolę w tym procesie spełnia system CRM (*Customer Relationship Management*).

Wartość dostarczana klientowi jest różnicą pomiędzy sumą korzyści, jakich oczekuje on od nabytej usługi a kosztem, jaki musi ponieść w związku z jej pozyskaniem. Poszukuje on wartości i zadowolenia oraz materialnego potwierdzenia ich jakości w znamionach zewnętrznych, takich jak: jakość i marka środków transportowych, kompetencje pracowników, wygląd punktów obsługi, dostępność do usług (Rucińska, Wyszomirski, 2007, s. 304). Klient korzystający z usług przewozu ładunków chce najczęściej być obsługiwany i współpracować z jednym partnerem w całym łańcuchu logistycznym. Dlatego też przedsiębiorstwa transportowe (logistyczne), tworzące najczęściej holding, zaczynają współpracę w ramach danego kontraktu już na etapie negocjacji handlowych z przyszłym klientem (np. ekspansywne działania PKP Cargo, który w ramach Grupy PKP współpracuje z Cargosped, Cargo Service, Trade Trans i innymi i z powodzeniem konkuruje o klientów). Istotnym czynnikiem kształtowania wartości w obrocie międzynarodowym jest upraszczanie procedur w zakresie odprawy celnej ładunków, weterynaryjnej i fitosanitarnej, podatku VAT.

Pogarszający się stan środowiska naturalnego, rosnące natężenie ruchu oraz pojawiające się dysproporcje w rozwoju poszczególnych gałęzi transportu są istotnymi przesłankami ochrony środowiska naturalnego, które wpływają na preferowanie gałęzi transportu i technologii przyjaznych środowisku.

Wpłynęły one także na wypracowanie koncepcji zrównoważonego rozwoju transportu (*sustainable transport development*). Efektem oddziaływania tej koncepcji są przeobrażenia na rynku usług transportowych w zakresie np. doboru gałęzi transportu, preferowanie transportu intermodalnego, konkretnego środka transportu lub z możliwością załadunku produktów w konkretnych opakowaniach, wywóz odpadów, nowoczesność środków transportu itp. Podstawą jego kształtowania są zapisy w Białej Księdze z 2001 roku (White Paper..., 2001) dotyczące polityki zrównoważonego rozwoju oraz w Białej Księdze z 2011 roku (White Paper..., 2011), dotyczącej ograniczenia emisji CO₂. Funkcjonowanie współczesnych przedsiębiorstw transportowych, spedycyjnych i logistycznych charakteryzuje się przeobrażeniami we wszystkich aspektach prowadzonej działalności.

Wynika to z procesów transformacji otoczenia gospodarczego i społecznego, które wpływają na hierarchię zasobów decydujących o efektywności działania i konkurencyjności przedsiębiorstwa oraz na zmianę zachowań usługobiorców tych przedsiębiorstw.

Na wykorzystane instrumenty konkurencji, strategię i kierunki rozwoju konkurencji wewnątrzgałęziowej i międzygałęziowej mają wpływ regulacje rynku i subrynków (jego segmentów).

Podsumowanie

W świetle przeprowadzonych rozważań, można się spodziewać, że model konkurencji na rynku usług transportowych ulegnie ewolucji w najbliższych latach w następujących kierunkach (Paprocki, 2007, s. 432):

1. Nastąpi zmiana modelu konkurencji z „walki cenowej” w „walkę jakościową” prowadzoną w warunkach konieczności utrzymania dyscypliny kosztowej.
2. Coraz większego znaczenia nabierze zdolność do innowacji, uwarunkowana poziomem wykształcenia kadry i dostępem do środków finansowych.
3. Znaczenia nabiorą nowe wymogi ochrony środowiska, szczególnie ograniczenie emisji spalin do atmosfery.
4. Większego znaczenia nabierze zapewnienie wymaganych warunków socjalnych personelowi zatrudnionemu w poszczególnych gałęziach transportu (np. kierowcom, maszynistom, pracownikom dworców, lotnisk itp.).

Nawiązując do nowego paradygmatu konkurencji, opracowanego przez G. Hamela, C.K. Prahalada (1999, s. 21) można stwierdzić, że podmioty transportowe, konkurujące na rynku usług transportowych skupią się na uzyskaniu przewagi konkurencyjnej w kreowaniu rynków, koncentrując się na umiejętności szybkiego wyprzedzania konkurencji. Ich działania mogą obejmować:

- konkurowanie w kształtowaniu przyszłej struktury sektora, w zakresie konkurencji wewnątrzgałęziowej,
- konkurowanie o przywództwo w zakresie kluczowych cech konkurencyjności,
- konkurowanie jako koalicja (alianse, fuzje, przejęcia, kooperacja, kooperacja),
- maksymalizację tempa uczenia się o nowym rynku,
- minimalizację czasu potrzebnego na wyprzedzenie konkurencji na rynku globalnym.

Bibliografia

- Bergel, I. (2005). Analiza i ocena konkurencyjności międzynarodowych i międzyregionalnych przewoźników pasażerskich. W: W. Paprocki i J. Pieriegud (red.), *Wpływ procesów demopolizacji i konsolidacji w transporcie na sprawność i efektywność jego funkcjonowania*. Warszawa: SGH.
- Burnewicz, J. (2012). *Prognozy popytu na transport w Polsce do roku 2020 i 2030 (rok bazowy: 2010)*. Gdańsk (ekspertyza dla Ministerstwa Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej).
- Burnewicz, J. (2010). *Prognozy rozwoju transportu w Polsce do roku 2030*. Gdańsk (ekspertyza dla Ministerstwa Infrastruktury).
- Ciesielski, M. (1999). *Logistyka w strategiach firm*. Warszawa–Poznań: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Fechner, I., Szyszka, G. (red.) (2010). *Logistyka w Polsce. Raport 2009*. Poznań: ILiM.
- Funkcjonowanie rynku transportu kolejowego w 2011 roku*. (2012). UTK, wrzesień.
- Gorynia, M., Łąźniewska, E. (2009). *Kompendium wiedzy o konkurencyjności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gorynia, M., Stępień, B., Sulimowska, M. (2000). Konkurencyjność przedsiębiorstwa – koncepcje, pomiar, ocena i standaryzacja, *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu*, 278. Seria 1.
- Hamel, G., Prahalad, C.K. (1999). *Przewaga konkurencyjna jutra*. Warszawa: Business Press.
- Paprocki, W. (2007). *Uczciwa konkurencja – model i rzeczywistość na rynku UE*. Konferencja Translog 2007, „Szanse rozwoju transportu w świetle unijnej perspektywy finansowej na lata 2007–2013”.
- Rosa, G. (2013). *Konkurencja na rynku usług transportowych*. Warszawa: C.H. Beck.
- Rucińska, D. (2001). *Marketingowe kształtowanie rynku usług transportowych*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Rucińska, D., Wyszomirski, O. (2007). Marketing w transporcie. W: W. Rydzkowski, K. Wojewódzka-Król (red.), *Transport*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Strategia rozwoju transportu do 2020 roku (z perspektywą do 2030 roku). (sierpień 2012). Projekt, MTBiGM. Warszawa.
- Tkaczyk, T.P. (1990). *Rynek, konkurencja i jej wspieranie*. Warszawa: IFGN SGH.
- Transport – wyniki działalności 2011. Warszawa: GUS.
- White Paper European Transport Policy for 2010 (September 2001). Time to Decide. Brief Presentation.
- White Paper. Roadmap to a Single European Transport Area – Towards a competitive and resource efficient transport system. Brussels, 28.3.2011 COM (2011) 144 final.

THE COMPETITION DEVELOPMENT IN THE MARKET OF TRANSPORT SERVICES – CONDITIONS AND TRENDS

Keywords: competition, transport services

Summary. The aim of the article was to identify conditions and directions of competition development in the transport market, especially in intermodal transport. The article discusses the nature of intra- and intermodal competition in relation to the transport market, the competitiveness of the *ex-post* and *ex-ante* in the market of transport services and shows probably directions of competition development in the transport market.

Translated by Izabela Ostrowska

Cytowanie

Rosa, G. (2016). Rozwój konkurencji na rynku usług transportowych – uwarunkowania i kierunki. *Marketing i Zarządzanie*, 1 (42), 173–187.

