

ISTOTA GIEŁD TRANSPORTOWYCH NA PRZYKŁADZIE GIEŁDY TimoCom

Beata Borycka, Ewa Kempa

Politechnika Częstochowska, Wydział Zarządzania

Streszczenie: Celem artykułu jest opisanie zasad funkcjonowania handlu elektronicznego oraz pokazanie możliwości, na jakie pozwala prowadzenie działalności w tym zakresie. Szczególną uwagę zwrócono na giełdy transportowe, stanowiące jedną z form handlu elektronicznego, które mogą być źródłem wielu okazji dla ich użytkowników. Opisano historię ich powstania i rozwoju na współczesnym rynku oraz funkcje, jakie spełniają w dystrybucji.

Słowa kluczowe: e-biznes, e-commerce, giełda transportowa

Pojęcie i formy handlu elektronicznego

Wraz z rozwojem technologii informatycznej i jej zastosowań biznesowych znacznie zmienił się sposób prowadzenia działalności gospodarczej. Zmniejszyła się ilość dokumentacji oraz polepszyła komunikacja zarówno w biznesie, jak i w życiu prywatnym. Te zmiany spowodowały powstanie nowego rodzaju działalności przedsiębiorstw, jakim jest elektroniczny biznes, określany skrótem e-biznes.

E-biznes to działalność gospodarcza, która w swoim istnieniu korzysta z Internetu. Czynnikiem, sprzyjającym powstawaniu takich przedsiębiorstw jest szybki rozwój technologii, w tym także sieci internetowych, w wyniku czego takie podmioty stają się istotną częścią gospodarki. Do zalet działalności internetowej można zaliczyć¹:

- relatywnie niskie koszty spowodowane, np. mniejszą ilością sprzedawców;
- możliwość dostosowania się do potrzeb klientów;
- elastyczność, np. nie ma określonych godzin obsługi;
- szybkość działania.

Biznes elektroniczny polega przede wszystkim na zawieraniu transakcji za pomocą mediów elektronicznych oraz realizacji wszystkich procesów powiązanych z tymi transakcjami. Podobnie jak w przypadku transakcji tradycyjnych, procesy związane ze sprzedażą i nabywaniem dóbr i usług można podzielić na następujące kategorie²:

- promocja i marketing;
- zamówienia, negocjacje oraz zawieranie umów i kontraktów;

¹ D. Dębski, *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne SA, Warszawa 2006, s. 268.

² W. Rydzkowski, *Usługi logistyczne*, Wydawnictwo Biblioteka Logistyka, Poznań 2004, s. 150.

- rozliczanie transakcji i płatności;
- realizacja dostaw.

Rynek elektroniczny wspomaga i automatyzuje działalność rynkową poprzez systemy informatyczno-telekomunikacyjne, dlatego warto przyjrzeć się, jak wygląda potencjał rynków elektronicznych, co pokazano na rysunku 1.



Rys. 1. Potencjał rynków elektronicznych

Źródło: M. Ciesielski, *Rynek usług logistycznych*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2005, s. 21

Ze względu na podmioty biorące udział w handlu elektronicznym można wyróżnić jego następujące formy.³

- **B2B** (Business to Business) – transakcje są dokonywane między przedsiębiorstwami i polegają na zawieraniu i realizacji zamówień, płatności oraz nawiązywaniu kontaktów biznesowych;
- **B2C** (Business to Consumer) – transakcje zawierane pomiędzy podmiotami gospodarczymi a indywidualnymi klientami, są to transakcje tradycyjne z wykorzystaniem Internetu;
- **C2B** (Consumer to Business) – transakcje realizowane pomiędzy indywidualnymi konsumentami, które są organizowane i/lub kontrolowane przez podmioty gospodarcze. Wynika to z kombinacji platform C2C i B2C;
- **C2C** (Consumer to Consumer) – transakcje realizowane pomiędzy klientami indywidualnymi, które polegają na wymianie towarów za pieniądze między tradycyjnymi konsumentami indywidualnymi. Mogą się one odbywać na aukcjach internetowych;

³ S. Kot, *Nowe kierunki rozwoju logistyki*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2008, s. 115.

- **B2P** (Business to Public) – nadzór i realizacja kontaktów podmiotów gospodarczych z ich otoczeniem – dbanie o kontakty z klientami, poszukiwanie nowych grup odbiorców, promocja firmy i jej asortymentu.

Dla zawierania transakcji na rynkach elektronicznych zasadnicze znaczenie mają relacje B2B oraz B2C.⁴

Pojęcie e-commerce określa prowadzenie działalności gospodarczej o różnym charakterze z wykorzystaniem komunikacji elektronicznej. Można się spotkać także z pojęciami rynku e-commerce i komunikacji elektronicznej jako płaszczyźnie, która pozwala na kontakt podaży z popytem.⁵

Elektroniczne platformy handlowe mogą mieć charakter⁶:

- horyzontalny (wielobranżowe);
- wertykalny (skierowane do jednej branży).

Rozwój handlu elektronicznego wiąże się z wyzwaniami i zapotrzebowaniami, jakie mają i stawiają współcześni klienci. Daje on możliwość szybkiego dotarcia do dużej grupy produktów, ofert producentów bez potrzeby fizycznego przemieszczania się oraz możliwość zestawienia i porównywania ich. Pozwalają także na redukcję kosztów zarówno ze strony producentów, jak i klientów.⁷ Prowadzenie organizacji w czasach dynamicznego i konkurencyjnego środowiska gospodarczego wymaga szybkiego przystosowania się do wymagań rynku. Przedsiębiorstwa w związku z tym działają efektywniej oraz bardziej elastycznie.⁸

Charakterystyka giełd transportowych

Do momentu zaistnienia Internetu dominowała sprzedaż tradycyjna umożliwiającą kontakt z towarem i sprzedawcą, dlatego istniały obawy, że rozwój handlu elektronicznego zagrozi pozycji i obecności spedytorów na rynku. Jednak z czasem zauważono jego istotną rolę jako ważnego elementu w funkcjonowaniu przedsiębiorstw spedycyjnych. Obecnie Internet ma duży wpływ na działalność firm spedycyjnych.⁹ Transport, który jest czynnikiem decydującym o ciągłości oraz sprawności procesów realizowanych w przedsiębiorstwie, otworzył się i chętnie korzysta z dostępnych innowacyjnych rozwiązań¹⁰.

⁴ W. Rydzkowski, *Usługi logistyczne ...*, op. cit., s. 150.

⁵ R. Cisek, J. Jezioro, A. Wiebe, *Dobra i usługi informacyjne w obrocie gospodarczym*, Wydawnictwo Prawnicze Lexis Nexis, Warszawa 2005, s. 16.

⁶ W. Szpringer, *Prowadzenie działalności gospodarczej w Internecie od e-commerce do e-businessu*, Wydawnictwo Difin Sp. z o.o., Warszawa 2005, s. 112.

⁷ Z. Stempnakowski, *E-biznes w zastosowaniach (w:) Społeczeństwo informacyjne – problemy rozwoju*, pod red. A. Szewczyk, Wydawnictwo Difin Sp. z o.o., Warszawa 2007, s. 79-80.

⁸ I. Pawełoszek-Korek, *Semantyczne usługi sieci Web w funkcjonowaniu nowoczesnych organizacji*, E-mentor nr 5 (27) / 2008.

⁹ E. Januła, T. Truś, Ż. Gutowska, *Spedycja*, Wydawnictwo Difin SA, Warszawa 2011, s. 162.

¹⁰ R. Sałek, *Automatyzacja transportu jako czynnik wspierający cele strategiczne przedsiębiorstwa*, [w:] Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej, Zarządzanie nr 4, pod red. H. Kościelniak, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2011, s. 55.

Różne internetowe serwisy biznesowe mogą wspomagać efektywne zarządzanie łańcuchem dostaw i można je zakwalifikować do jednej z następujących klas¹¹:

- elektroniczny handel;
- elektroniczna bankowość;
- elektroniczne aukcje;
- elektroniczne portale logistyczne;
- elektroniczne zamówienia;
- elektroniczne katalogi;
- elektroniczne giełdy;
- elektroniczne hurtownie.

Giełdy elektroniczne są popularnym rozwiązaniem handlu elektronicznego typu (business to business). Serwisy te czerpią zyski z dostępu do informacji związanych z usługami transportowymi, np. o wolnych przestrzeniach ładunkowych. Można tu przedstawić kilka podstawowych grup rozwiązań współpracy w ramach giełd elektronicznych¹²:

- witryny internetowe;
- bazy danych typu off-line;
- listy mailingowe;
- komunikatory.

W komunikacji między użytkownikami w funkcjonowaniu giełd elektronicznych dąży się do¹³:

- wykluczenie spotkań „twarzą w twarz”;
- tworzenia i koordynacji spotkań wirtualnych;
- zwiększenia automatyzacji komunikacji;
- organizowania wideokonferencji dla nieograniczonej liczby użytkowników.

W latach siedemdziesiątych XX wieku podjęto pierwsze próby stworzenia giełd transportowych. Przy ich tworzeniu autorzy chcieli, aby w maksymalny sposób wykorzystać wolne moce przewozowe dzięki komputerowym bankom danych, które miały optymalnie łączyć ładunek z danym środkiem transportu. Takie działania miałyby na celu korzystniejsze wykorzystanie jednostek transportowych. Na przeszkodzie zaistnienia tych giełd stanęły następujące bariery: brak odpowiedniego dostępu do wymiany danych, ograniczone zaufanie w stosunku do rzetelności partnerów, bariery graniczne, obawy przed ujawnieniem danych handlowych oraz ograniczona liczba chętnych.¹⁴

„Giełda transportowa określana również jako giełda frachtów i przestrzeni ładunkowych to wirtualny rynek przeznaczony głównie dla spedytorów i przewoźni-

¹¹ M. Ciesielski, *Zarządzanie łańcuchami dostaw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2011, s. 142.

¹² W. Wiczerzycki, J. Wieliński, *Zastosowanie technologii agendowej w logistyce*, „Logistyka” 2003, nr 4; M. Ciesielski, *Zarządzanie łańcuchami dostaw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2011, s. 146.

¹³ M. Ciesielski, *Rynek usług ...*, op. cit., s. 127.

¹⁴ P. Niedzielski, A. Łuczak, *E-business w transporcie – wybrane aspekty* [w:] Zeszyty Naukowe nr 393 *Problemy transportu i logistyki*, red. naukowy I. Dembińska-Cyran, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006, s. 87.

ków. Dzięki możliwości zgłaszania nadmiarowych lub brakujących ofert przewozowych i ładunkowych osiągają oni optymalne wykorzystanie pojemności ładunkowej”¹⁵.

Giełdy transportowe składają się z dwóch podstawowych elementów¹⁶:

- giełda ładunków, która obejmuje oferty transportowe (wolne ładunki do przewiezienia),
- giełda pojazdów, która gromadzi informacje dotyczące wolnych środków transportowych (wolnych przestrzeniach ładunkowych).

Można mówić o dwóch systemach użytkowania baz danych¹⁷:

1. *giełdy transportowe offline* – korzystanie z nich polega na połączeniu z konkretną bazą danych, następnie ma na celu pobranie lub/oraz przesłanie własnych ofert transportowych lub wolnych ładunków, po czym połączenie to zostaje zakończone. Należy zaznaczyć, iż samo wprowadzanie ofert do bazy ma miejsce przed połączeniem, ale ich przeglądanie następuje zazwyczaj po połączeniu, wtedy gdy są one zaktualizowane. Ten system jest korzystny w przypadku, gdy użytkownik giełdy ma dostęp do Internetu za pośrednictwem modemu i zapłata następuje za faktyczny czas połączenia. Dzięki takiemu rozwiązaniu można zminimalizować ponoszone przez klienta giełdy koszty.
2. *giełdy transportowe online* – podczas trwania połączenia z Internetem istnieje możliwość dodawania własnych ofert oraz przeglądania ofert będących już w bazie. System ten jest bardzo wygodny i ekonomiczny, jeśli dany użytkownik płaci za połączenia z Internetem w formie stałego abonamentu (jego wysokość nie zmienia się, niezależnie od długości trwania połączenia).

Funkcje internetowych giełd transportowo-spedycyjnych¹⁸:

- gromadzenie zamówień na przewiezienie towarów – jest to część systemu, z której każdy kto ma Internet może skorzystać, natomiast dostęp do zgromadzonych zamówień w bazie danych ma wyłącznie administrator danej strony;
- opublikowanie dostępnych ofert oraz informacji dotyczących wolnych samochodów – ta część także jest ogólnodostępna dla wszystkich użytkowników, jednakże tylko administrator strony ma możliwość dopisania kolejnych ofert do bazy danych;
- administracja bazą danych (zamówień, ofert i wolnych samochodów) – ta część jest dostępna tylko dla administratora, który ma możliwość dodawania lub usuwania ofert, przeglądanie informacji dostępnych na stronie i ich aktualizacji.

Branża transportowo-logistyczna jest jedną z najlepiej rozwiniętych pod względem obecności rynków elektronicznych. W Polsce jest co najmniej kilkanaście takich platform, a wśród nich największe giełdy, takie jak: TomiCom czy Teleroute. Rynki te są oparte na podobnych modelach biznesowych, a ich oferta skierowana

¹⁵ www.timocom.pl (odczyt 10.04.2012)

¹⁶ T. Grzelak, *Zastosowanie technologii GPS, GPRS, wykorzystanie Internetu oraz systemu zdalnego zarządzania ruchem (ATMS) we współczesnym transporcie* [w:] *Współczesne procesy i zjawiska w transporcie*, red. E. Załoga, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006, s. 31.

¹⁷ Tamże, s. 31.

¹⁸ P. Niedzielski, A. Łuczak, *E-business w transporcie ...*, op. cit., s. 88-89.

jest do sektora małych i średnich przedsiębiorstw (produkcyjnych i transportowych). Zapewniają one klientom wymianę i dostęp do informacji o wolnych pojazdach i ładunkach. Szybki rozwój tych platform w Polsce był spowodowany dużym nasyceniem rynku firmami transportowymi, które chcąc minimalizować koszty spowodowane „pustymi” przejazdami, często korzystają z oferty tych giełd, mając umowy podpisane nawet z kilkoma operatorami jednocześnie.¹⁹

Charakterystyka przedsiębiorstwa TimoCom

W kwietniu 1997 roku w Dusseldorfie spedytorzy Jens Thiermann i Jürgen Moorbrink oraz specjaliści w dziedzinie elektronicznego przetwarzania danych Gunther Matzaitis i Oliver Schubert stworzyli przedsiębiorstwo TimoCom Software GmbH. Obecnie TimoCom działa w 40 krajach głównie z Europy (m.in.: Austria, Polska, Bułgaria, Francja, Niemcy, Rosja), a swoje platformy prezentuje w 24 językach.²⁰

Właściciele firmy zauważyli istniejącą na rynku lukę związaną z zapotrzebowaniem na giełdę transportową i stworzyli TC Truck&Cargo, której hasło przewodnie brzmiało: „Carriers meet computer” („Internetowe spotkania przewoźników”). Giełda ta proponuje zarówno frachty, jak i wolne przestrzenie ładunkowe. Sposób, w jaki prowadzona jest giełda, został przedstawiony na rysunku 2.²¹



Rys. 2. Sposób funkcjonowania TC Truck&Cargo

Źródło: www.timocom.pl/sec/900110/index.cfm/DYN/umenuaction,503221028360100 (odczyt 10.04.2012)

Jesienią 2009 roku powstał kolejny nowy produkt przedsiębiorstwa TimoCom – TC eBid – platforma przetargowa stworzona po to, aby optymalizować transakcje kontraktowe w Europie. Wśród zalet TC eBid można wymienić m.in.: kontakt z 30 tysiącami usługodawców, redukcję kosztów dzięki zarządzaniu przetargami oraz

¹⁹ M. Mazur, B. Włodarczyk, *Elektroniczne platformy handlowe typu B2B na rynku polskim*, [w:] *Logistyka on-line. Zarządzanie łańcuchem dostaw w dobie gospodarki elektronicznej*, pod red. K. Rutkowskiego, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002, s. 195.

²⁰ www.timocom.pl/sec/900110/index.cfm/DYN/umenuaction,801091043411343 (odczyt 9.04.2012).

²¹ Tamże (odczyt 10.04.2012).

większą pewność w planowaniu poprzez zawieranie długoterminowych kontraktów. Przetarg na tej platformie przebiega w następujących punktach²²:

- 1) przygotowanie danych oraz zdefiniowanie wymagań,
- 2) wybór spośród potencjalnych aktywnych usługodawców,
- 3) rozpoczęcie przetargu,
- 4) faza składania ofert ze stałym dostępem do stanu przetargu oraz zapytań informacyjnych,
- 5) analiza ofert i negocjacje umowy.

Oprócz tych dwóch platform można również skorzystać z dodatkowych produktów TimoCom, a mianowicie z modułu kalkulacyjnego tras TC eMap (wprowadzonego w 2004 roku) oraz europejskiego indeksu firm transportowych TC Profile (2007 rok). Za pomocą modułu TC eMap można natychmiast obliczyć wszelkie koszty przejazdu, a także koszty dodatkowe związane np. z opłatami drogowymi dla wybranej trasy. Jest również możliwość wyznaczania tras alternatywnych, dodania etapów lub określania dodatkowych parametrów, tj. wybór najkrótszej czy najszybszej trasy. TC Profile to katalog, który zawiera bazę wyłącznie aktywnych użytkowników. Są oni szczegółowo scharakteryzowani m.in. pod takimi względami, jak: dane kontaktowe, wykonywane trasy, posiadany park samochodowy, świadczenie transportowych usług specjalnych, możliwość magazynowania itp.²³

TimoCom ma także w swojej ofercie produkty, które są stworzone i dostosowane specjalnie do potrzeb klientów²⁴:

- Zamknięta Grupa Użytkowników (ZGU) – przedsiębiorstwa i ich zrzeszone grupy mogą stworzyć ZGU – tzw. giełdę wewnątrz giełdy. Takie rozwiązanie pozwala np. przedsiębiorcom transportowym z branż niszowych na osiągnięcie przewagi w kwestii informacji, ponieważ mogą oni szybciej przekazywać oferty pomiędzy sobą. Po upływie określonego terminu oferty ZGU mogą być przeniesione do otwartej giełdy.
- TC Connect – spedycy mogą wykorzystać interfejs pomiędzy własnym oprogramowaniem a giełdą TimoCom. Oferty pojazdów i frachtów są automatycznie przenoszone z wewnętrznego programu danego przedsiębiorstwa do TC Truck&Cargo. Pozwala to na zaoszczędzenie czasu i pieniędzy, ponieważ ofertę wprowadza się tylko do jednego systemu, a następnie przesłanie jej jest już automatyczne.

Giełdy transportowe dążą do większego bezpieczeństwa swoich platform oraz zawieranych tam transakcji. Klienci oczekują na oferty wysokiej jakości, które pochodzą od pewnych i sprawdzonych partnerów biznesowych, pozwalające na profesjonalną i rzetelną współpracę. Użytkownicy giełdy TimoCom nie otrzymują prostych do przechwycenia danych autoryzujących (login i hasło), a ich dostęp do systemu możliwy jest za pośrednictwem protokołu, który zapewnia bezpieczny transfer informacji pomiędzy serwerem a klientem. Klient giełdy pobiera na swój

²² www.timocom.pl/sec/900110/index.cfm/DYN/umenuaction,711140923277945 (odczyt 9.04.2012).

²³ www.timocom.pl/sec/900110/index.cfm/DYN/umenuaction,503221036240100 (odczyt 9.04.2012).

²⁴ www.timocom.pl/sec/900110/index.cfm/DYN/umenuaction,606191724177577 (odczyt 9.04.2012).

komputer TC Login, czyli spersonalizowany „klucz bezpieczeństwa”, mając po instalacji bezpieczny i chroniony dostęp do systemu.²⁵

W roku 2011 giełda transportowa TC Truck&Cargo osiągnęła wysoki wynik – prawie 48 milionów ofert wolnych pojazdów i frachtów, poprawiając tym samym wynik z roku ubiegłego o ponad 5 milionów. Giełda ta pozwoliła na przewiezienie ładunków o łącznej wadze 562,7 milionów ton. Również inna giełda tej firmy TC eBid odnotowała dobry wynik. W ubiegłym roku zaprezentowano na niej 5384 oferty na stałe zlecenia transportowe – jest to ponad 1000 ofert więcej niż w roku 2010.²⁶ Wyjątkowym dniem okazał się 18 kwietnia 2011 roku, kiedy to zanotowano – po raz pierwszy w historii TC Truck&Cargo – 400 000 ofert w jednym dniu.²⁷

W latach 2008-2011 przedsiębiorstwo TimoCom zostało uznane za najlepszą markę w kategorii „Najlepsza Giełda Transportowa” przez czytelników wydawnictwa ETM (czasopisma "Lastauto omnibus", "trans aktuell", "FERNFAHRER"). Czytelnicy docenili zaangażowanie firmy w rozwój innowacyjnych produktów, które wpływają na poprawę efektywności funkcjonowania przedsiębiorstw związanych z transportem.²⁸

Porównanie wybranych giełd transportowych

Giełdy transportowe stanowią istotne narzędzie dla każdego spedytora i coraz częściej decydują o tym, kto skuteczniej pozyska ładunek lub środek transportowy. Ich funkcjonowanie wpisuje się w popularne obecnie założenia biznesu – korzystania z aktywów wyłącznie wtedy, gdy są one niezbędne lub działania głównie w oparciu o wiedzę. Giełdy transportowe nie są już prostym narzędziem, ale mocno zaawansowanym pakietem oprogramowania, który stworzony został przez wyspecjalizowane przedsiębiorstwo. Przy wyborze odpowiedniej giełdy przedsiębiorstwa mogą się zastanawiać nad oczekiwanym zakresem funkcjonalności, który będzie odpowiednio pasował do specyfiki prowadzonej działalności, a także kosztami związanymi z jej użytkowaniem.²⁹

Charakterystyka poszczególnych giełd transportowych została przedstawiona w tabeli 1. Jak widać w tabeli 1, firmami przodującymi na rynku są zdecydowanie TC Truck&Cargo oraz TRANS.eu, ponieważ posiadają największą liczbę użytkowników, największą liczbę ofert oraz są dostępne w największej ilości języków. Pozostałe z wybranych giełd transportowych posiadają uboższą ofertę.

²⁵ www.log24.pl/artykuly/ratunek-na-brak-frachtow,22 (odczyt 10.04.2012).

²⁶ www.eurologistics.pl/aktualnosci-1626-TimoCom_optymistycznie_spoglada_w_przyszlosc (odczyt 10.04.2012).

²⁷ www.gielfafrachtowa.pl/kwietniowy-rekord-dla-gielly-transportowej-timocom (odczyt 9.04.2012).

²⁸ www.timocom.pl/sec/900110/index.cfm?artikelid=1106081008544981 (odczyt 10.04.2012).

²⁹ M. Jurczak, *Giełda kontra giełda*, „Transport i Spedycja”, 2011 nr 4, s. 28.

Tabela 1. Porównanie wybranych giełd transportowych

Nazwa giełdy	Adres www	Zasięg/ liczba krajów	Liczba użytkowników	Liczba ofert	Bezpłatne testowanie giełdy	Opłata aktywacyjna	Abonament	Języki
TC Truck & Cargo	www.timocom.com	Europa/44	85 tys.	do 300 tys. dziennie	tak, 4 tygodnie	tak	119,9 euro/mc	24
TRANS.eu	www.trans.eu	Europa	200 tys.	do 1 mln miesięcznie	tak, 30 dni	tak, 220 zł netto	158 zł netto/mc	24
RaalTrans	www.raal.pl	Europa/31	12 tys.	ok. 80 tys. dziennie	tak, 1 miesiąc	brak danych	brak danych	10
Freight-X	www.freight-x.net	Europa/48	brak danych	brak danych	brak danych	bezpłatna rejestracja	10 funtów za pierwszy miesiąc, 30 funtów za kolejne	5
Trans Bank	www.transbank.eu	Europa i Azja	brak danych	brak danych	tak	bezpłatna rejestracja	brak danych	13
Cargo Trans	www.cargotrans.net	wybrane kraje Europy	brak danych	brak danych	tak, 30 dni	bezpłatna rejestracja	informacja o abonamencie dostępna dla zarejestrowanych użytkowników	6
Courier Exchange	www.courierexchange.co.uk	Wlk. Brytania + Europa	2,5 tys.	12,5 tys./mc (auta do 7,5 t)	tak	brak	31-47 funtów/mc dla właściciela samochodu, 54,5-120 funtów/mc dla firmy KEP	angielski
Amicus-Transport	www.amicus-transport.pl	Europa	brak danych	59 pojazdów, 124 ładunki*	nie dotyczy	bezpłatna	bezpłatna	polski
TeleRoute (PRO/ACTIVE/GO)	www.teleroute.co.uk	Europa	brak danych	200 tys. ofert dziennie	bezpłatne demo	brak	płatność wyłącznie za otrzymane dane kontaktowe kontrahenta – 1,75 euro za ofertę (należy wykupić pakiet 15 ofert za 27,5 euro)	-

Źródło: M. Jurczak, *Giełda kontra giełda*, „Transport i Spedycja”, 2011 nr 4, s. 30

Podsumowanie

Dzięki rozwojowi sieci informatycznych powstały nowe formy prowadzenia działalności gospodarczej oparte na wykorzystaniu Internetu, a co się z tym wiąże, pojawiły się nowe pojęcia, tj. e-commerce czy e-business. Przedsiębiorcy zajmujący się transportem i logistyką również zauważyli zalety i szanse, jakie daje handel elektroniczny, stanowiąc pod tym względem jedną z najlepiej rozwiniętych branż. Już w latach 70. XX wieku podjęto pierwsze próby stworzenia giełd transportowych, które łączyłyby przedsiębiorstwa dysponujące ładunkami i wolnymi przestrzeniami ładunkowymi. Jednak istniały wtedy bariery, które uniemożliwiały rozwój tej działalności. W obecnych czasach przy wysokim stopniu zaawansowania i możliwości Internetu oraz dużym zainteresowaniu klientów giełdy transportowe stanowią ważny element działalności firm transportowych i produkcyjnych. Obecnie są one nie tylko miejscem spotkań przedsiębiorstw oferujących wolne przestrzenie ładunkowe i frachty, ale także całą gamę opcji ułatwiających współpracę tych firm. Oferta ciągle udoskonalana i dostosowywana do potrzeb klientów może stanowić o renomie danej giełdy oraz jej pozycji na rynku.

Literatura

1. Ciesielski M., *Rynek usług logistycznych*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2005.
2. Ciesielski M., *Zarządzanie łańcuchami dostaw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2011.
3. Cisek R., Jezioro J., Wiebe A., *Dobra i usługi informacyjne w obrocie gospodarczym*, Wydawnictwo Prawnicze Lexis Nexis, Warszawa 2005.
4. Dembińska-Cyran I., Zeszyty Naukowe nr 393 Problemy transportu i logistyki, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006.
5. Dębski D., *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne SA, Warszawa 2006.
6. Januła E., Truś T., Gutowska Ż., *Spedycja*, Wydawnictwo Difin SA, Warszawa 2011.
7. Jurczak M., *Giełda kontra giełda*, „Transport i Spedycja”, 2011 nr 4.
8. Kot S., *Nowe kierunki rozwoju logistyki*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2008.
9. Kościelniak H., Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej, Zarządzanie nr 4, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2011.
10. Pawełoszek-Korek I., *Semantyczne usługi sieci Web w funkcjonowaniu nowoczesnych organizacji*, E-mentor nr 5 (27) / 2008.
11. Rutkowski K., *Logistyka on-line. Zarządzanie łańcuchem dostaw w dobie gospodarki elektronicznej*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002.
12. Rydzkowski W., *Usługi logistyczne*, Wydawnictwo Biblioteka Logistyka, Poznań 2004.
13. Szewczyk A., *Spółczeństwo informacyjne – problemy rozwoju*, Wydawnictwo Difin Sp. z o.o., Warszawa 2007.
14. Szpringer W., *Prowadzenie działalności gospodarczej w Internecie od e-commerce do e-businessu*, Wydawnictwo Difin Sp. z o.o., Warszawa 2005.
15. Wiczerzycki W., Wieliński J., *Zastosowanie technologii agendowej w logistyce*, „Logistyka”, 2003 nr 4.
16. Załoga E., *Współczesne procesy i zjawiska w transporcie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006.
17. www.timocom.pl
18. www.log24.pl
19. www.gieldafrachtowa.pl
20. www.eurologistics.pl

ESSENCE OF TRANSPORT EXCHANGE ON THE EXAMPLE OF EXCHANGE TIMOCOM

Abstract: The aim of this article is to describe the principles of operation of e-commerce and to show the possibilities for allows you to act in this regard. Special attention was paid to the transport exchange, which is one of the forms of e-commerce, which can be a source of many opportunities for its users. Describes the history of the creation and development of the modern market, and functions which meet in distribution.

Keywords: e-business, e-commerce, transport exchange