

Segmentacja rynku odbiorców indywidualnych węgla kamiennego w Polsce na potrzeby opracowania efektywnego systemu dystrybucji

Streszczenie

Celem metodycznym niniejszej monografii stało się przedstawienie uwarunkowań, założeń, a także opracowanej przez autora metody segmentacji rynku odbiorców indywidualnych w Polsce dla węgla kamiennego, z określeniem propozycji maksymalizującego zyski systemu dystrybucji tego produktu. Celem aplikacyjnym pracy była prezentacja przykładu zastosowania proponowanej metody.

Merytoryczny wstęp monografii zakreśla tło dla zasadniczych autorskich rozwiązań służących realizacji celów. Pokazano rolę nowoczesnego przedsiębiorstwa jako niosącego wartość dla jego właścicieli, przy równoczesnym uwzględnieniu potrzeb interesariuszy. Wskazano także, że jednym ze sposobów budowy tej wartości jest sfera wpływów, a więc przychody. Analizując sposoby realizacji wartości w tej sferze, zwrócono uwagę głównie na marketing relacyjny i rozpoczynający go proces segmentacji, traktowane jako główne determinanty i typy działań do podjęcia przez przedsiębiorstwa. Pokazano również rolę oraz sposoby prowadzenia dystrybucji jako kluczowego elementu marketingu.

Ważne z uwagi na realizację celów pracy stało się określenie roli odbiorców indywidualnych jako jednej z wiodących grup klientów przedsiębiorstw górniczych z sektora górnictwa węgla kamiennego. By to udowodnić, autor zebrał szereg faktów i danych. Pokazał również obecne podejście poszczególnych przedsiębiorstw górniczych do obsługi tej części rynku, wskazując niejednokrotnie na swą niską ocenę stosowanych w tej kwestii rozwiązań. Przedstawiono także dużą rolę konkurencyjnego węgla importowanego oraz elastycznych marketingowo, sprzedających go przedsiębiorstw handlowych. Ze względu na istniejące nieścisłości definicji „odbiorcy indywidualnego”, zaproponowano również jego jednolite, spójne definiowanie.

W realizacji celów o charakterze metodycznym wykorzystano kilkietapowy algorytm badawczy oraz wzory matematyczne, służące wyliczeniu poszczególnych elementów wielkości i pojemności rynku. Umożliwiły one określenie wartości rocznego popytu na węgiel kamienny ze strony odbiorców indywidualnych tak w układzie efektywnym, jak i potencjalnym, a także w ujęciu ilościowym i wartościowym. W algorytmie uwzględniono dane liczbowe pozyskane z badań na źródłach pierwotnych (głównie z bezpośredniego badania ankietowego prowadzonego w gospodarstwach domowych) oraz ze źródeł wtórnych (przede wszystkim danych zbieranych przez Główny Urząd Statystyczny). Powyższe wyliczenia posłużyły do określenia w dalszym etapie maksymalizującego efektywność ekonomiczną sposobu obsługi dystrybucyjnej poszczególnych części rynku. Założono, że regiony o najwyższych poziomach wskaźników popytu powinny być obsługiwane w sposób bezpośredni,

oparty na franczyzie, pozwalający najpełniej wysycić posiadany, atrakcyjny rynek, ale jednocześnie również najpełniej obsłużyć tworzącego go klienta.

Wyniki i wskazania części metodycznej pracy pokazują, że możliwe jest dokładne określenie miejsc w analizowanej części rynku, które mają największą obecnie lub przyszłościowo siłę generowania zysków. Nie da się realizować tych zysków bez nowoczesnego, relacyjnego podejścia do tego rynku, a także zainwestowania w tych miejscach w model dystrybucji bezpośredniej.

Cel aplikacyjny monografii zrealizowano, przedstawiając przykład użycia zaproponowanego algorytmu procesu segmentacji. Na podstawie danych wyliczono wszystkie wskaźniki, zarówno dla poziomu ogólnopolskiego, jak i wojewódzkiego oraz powiatowego. Określono w ten sposób liczbowe wartości wielkości i pojemności rynku dla poszczególnych obszarów. Zestawiając te przychodowe wartości z przeprowadzonymi obliczeniami kosztowymi, związanymi z logistyką węgla kamiennego, wybrano miejsca do prowadzenia dystrybucji bezpośredniej z wykorzystaniem franczyzy, a także wyznaczono zysk, który można osiągnąć w wyniku zastosowania tego typu rozwiązania.

Metoda przedstawiona w rozprawie i uzyskane dzięki jej zastosowaniu wyniki mogą stanowić bardzo ważny przedmiot zainteresowania przedsiębiorstw górniczych, ale także innych jednostek z tego łańcucha logistycznego, w tym producentów kotłów i pieców na paliwa stałe, przedsiębiorstw transportowych, przedsiębiorców już prowadzących lub chcących otworzyć skład opałowy oraz firm zainteresowanych wynajmem powierzchni pod taką działalność. Uzyskanymi wynikami zainteresowane mogą być również jednostki samorządu terytorialnego oraz administracji państwowej, które mogą wykorzystać ten materiał do opracowania strategii i programów wymiany pieców, wspierania rozwiązań ekologicznych, a także planowania działań o charakterze regulacyjnym.

Zaprezentowany w pracy algorytm badawczy można wykorzystać również do racjonalizacji zarządzania w skali mikro oraz makro rynkami innych produktów, głównie o charakterze dóbr masowych, a w ich ramach szczególnie produktów sypkich.