

# Aneta Grzech, Anna Stolarczyk

---

## Usługi pocztowe w dobie e-handlu

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 58, 713-721

---

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*ANETA GRZECH, ANNA STOLARCZYK*

Instytut Łączności

a.grzech@itl.waw.pl, a.stolarczyk@itl.waw.pl

## USŁUGI POCZTOWE W DOBIE E-HANDLU

### Wprowadzenie

Nowe technologie wchodzące na rynek powodują powstawanie bądź zanikanie niektórych usług, a co się z tym wiąże - konieczność wprowadzania zmian w obowiązującym prawie. Częstym zjawiskiem jest zmieniająca się struktura rynku, tworzenie lub upadanie firm, rozwój oferty usługowej. W artykule podjęto próbę odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu powstanie handlu elektronicznego (zwykle definiowanego jako transakcje gospodarcze wykorzystujące sieć elektroniczną typu Internet do zamawiania, płacenia lub udostępniania towarów i usług<sup>1</sup>) miało wpływ na usługi pocztowe.

### 1. Przepisy prawne dotyczące usług pocztowych i handlu elektronicznego

Od wielu lat trwają prace nad ujednoczeniem poszczególnych sektorów rynku wewnętrznego Unii Europejskiej. Najważniejsze regulacje prawne w tym zakresie na szczeblu Wspólnoty znajdujemy w Dyrektywach, których zapisy w wyniku prac legislacyjnych przyjmowane są przez poszczególne państwa członkowskie (również przez Polskę).

Ogólne ramy prawne dotyczące usług pocztowych wyznaczają postanowienia zawarte w Dyrektywach pocztowych. Obok przepisów, które dotyczą głównie liberalizacji rynku pocztowego i konieczności zapewnienia dostępu do usług po-

---

<sup>1</sup> [www.ukc.gov.pl](http://www.ukc.gov.pl)

wszechnych o określonej jakości, dostępu do infrastruktury pocztowej czy finansowania usługi powszechnej znajdujemy w nich zapisy istotne z punktu widzenia rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Chodzi m.in. o niektóre obszary e-gospodarki, np. handel elektroniczny, który może przyczynić się m.in. do aktywniejszego uczestniczenia w życiu gospodarczym kraju społeczności wiejskich.

W pkt. 10 preambuły **Dyrektywy 2002/39/WE**<sup>2</sup> mowa jest o alternatywnych metodach komunikacji, gdyż „[...] Zwiększona konkurencyjność powinna umożliwić sektorowi pocztowemu integrację z alternatywnymi metodami komunikacji”.

W dyrektywie tej wspomniano również o możliwości pojawienia się w przyszłości nowych przesyłek pocztowych, co wzmocniłoby pozycję przemysłu pocztowego jako całości.

W pkt. 14 preambuły **Dyrektywy 2008/6/WE**<sup>3</sup> zaznaczono, że czynnikami stymulującymi zmiany w sektorze pocztowym oprócz popytu i zmieniających się potrzeb użytkowników są: otwarcie rynku, zmiany organizacyjne, automatyzacja i wprowadzanie nowych technologii wraz z upowszechnieniem elektronicznych środków komunikacji. Zapisano w niej: „(14) [...] operatorzy świadczący usługi pocztowe mogą różnicować swoje działania, świadcząc usługi elektroniczne dla firm lub inne usługi społeczeństwa informacyjnego. (15) Operatorzy świadczący usługi pocztowe, [...] są zachęceni do zwiększania wydajności poprzez podejmowanie nowych konkurencyjnych wyzwań (jak technologie cyfrowe i komunikacja elektroniczna)[...], co samo w sobie przyczyni się do znacznego wzrostu konkurencyjności. [...] (22) [...] Handel elektroniczny stwarza w szczególności dla obszarów oddalonych i słabo zaludnionych nowe możliwości uczestnictwa w życiu gospodarczym, czego istotnym warunkiem jest świadczenie dobrych usług pocztowych”.

Ważnym aktem prawnym obowiązującym w UE jest **Dyrektywa 2000/31/WE**<sup>4</sup> w sprawie [...] **handlu elektronicznego** w ramach rynku wewnętrznego (dyrektywa o handlu elektronicznym). Zapisano w niej: [...] (2) Rozwój handlu elektronicznego w społeczeństwie informacyjnym otwiera znaczne możliwości zatrudnienia we Wspólnocie, [...] ułatwi wzrost gospodarczy i inwestowanie w innowacje przez przedsiębiorstwa europejskie [...], **pod warunkiem, że wszyscy uzyskają dostęp do Internetu.** (18) Usługi społeczeństwa informacyjnego obejmują szeroki zakres rodzajów działalności gospodarczej prowadzonych w trybie on-

<sup>2</sup> Dyrektywa 2002/39/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 10 czerwca 2002 r. zmieniająca Dyrektywę 97/67/WE w zakresie dalszego otwarcia na konkurencję wspólnotowych usług pocztowych.

<sup>3</sup> Dyrektywa 2008/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 lutego 2008 r. zmieniająca Dyrektywę 97/67/WE w odniesieniu do pełnego urzeczywistnienia rynku wewnętrznego usług pocztowych Wspólnoty.

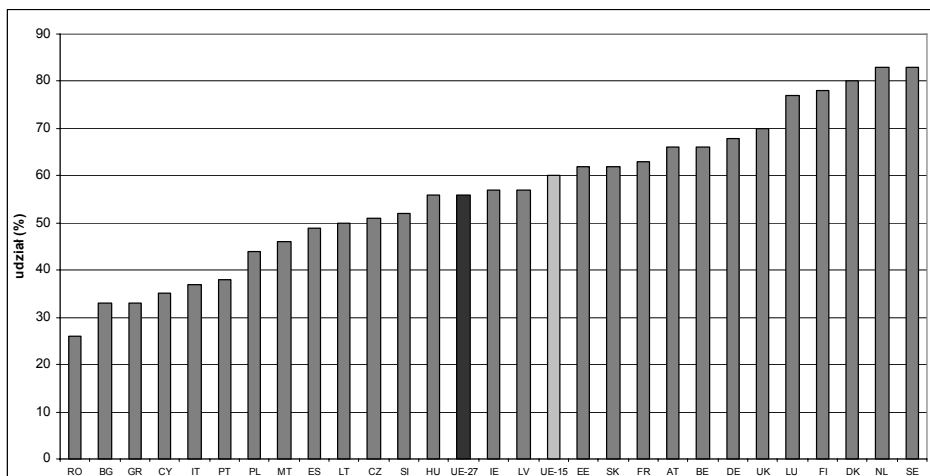
<sup>4</sup> Dyrektywa 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego.

line; takie rodzaje działalności mogą w szczególności polegać na sprzedaży towarów on-line; (60) Aby umożliwić nieskrępowany rozwój handlu elektronicznego, ramy prawne powinny być jasne i proste [...].

## 2. Dostęp do Internetu a handel elektroniczny

W przypadku e-handlu dostęp do Internetu i umiejętność korzystania z jego zasobów jest warunkiem koniecznym. Średnia liczba użytkowników Internetu w stosunku do liczby ludności danego kraju wciąż rośnie. Obecnie wartość tego współczynnika wynosi w skali świata i Unii Europejskiej odpowiednio – 25% i 63%.<sup>5</sup>

W 2008 r. 56% populacji UE korzystało z Internetu przynajmniej raz w tygodniu (w UE-15<sup>6</sup> – 60%), podczas, gdy w Polsce wskaźnik ten wynosił 44%.<sup>7</sup> (rysunek 1).



Rys. 1. Regularni użytkownicy Internetu w UE w 2008 r. (% populacji w wieku 16-74 lat korzystającej z Internetu przynajmniej jeden raz w tygodniu)

Źródło: opracowano na podstawie wskaźników WRSI<sup>8</sup>.

<sup>5</sup> www.internetworldstats.com, dane z września 2009 r.

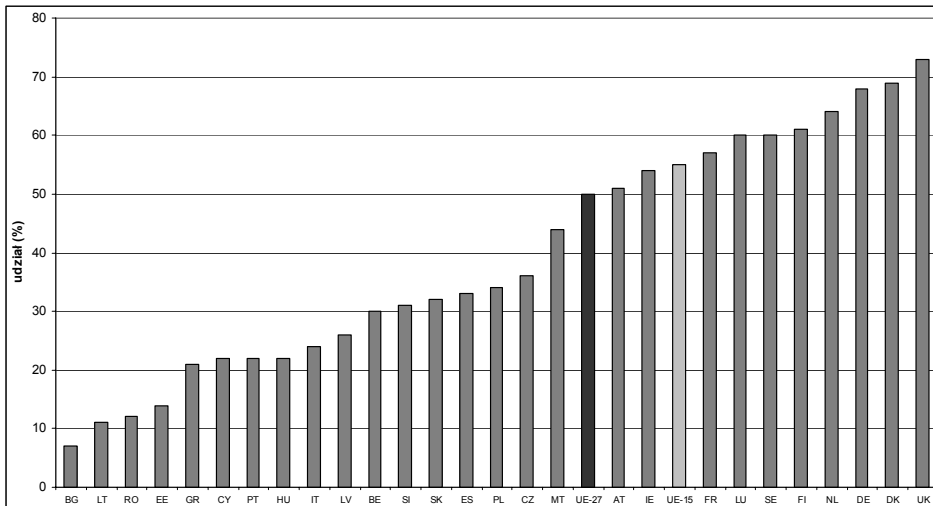
<sup>6</sup> UE-15 – kraje UE wchodzące w jej skład przed 1 maja 2004 r.

<sup>7</sup> <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

<sup>8</sup> WRSI - Wskaźniki Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego; *Rozwój rynku usług pocztowych*. Raport 3 wykonany przez Instytut Łączności - Państwowy Instytut Badawczy w ramach programu wieloletniego 2005-2008.

Wielu użytkowników Internetu korzysta z jego zasobów w celu zamawiania/sprzedawania towarów lub dokonywania zakupów/sprzedaży na aukcjach internetowych. Średnia wartość tego wskaźnika dla UE w 2008 r. wynosiła 50% (UE-15 – 55%), czyli przeciętnie co drugi użytkownik Internetu zamówił lub sprzedał towar poprzez sieć. Kształtowanie się omawianego współczynnika w krajach UE w roku 2008 przedstawiono na rysunku 2.

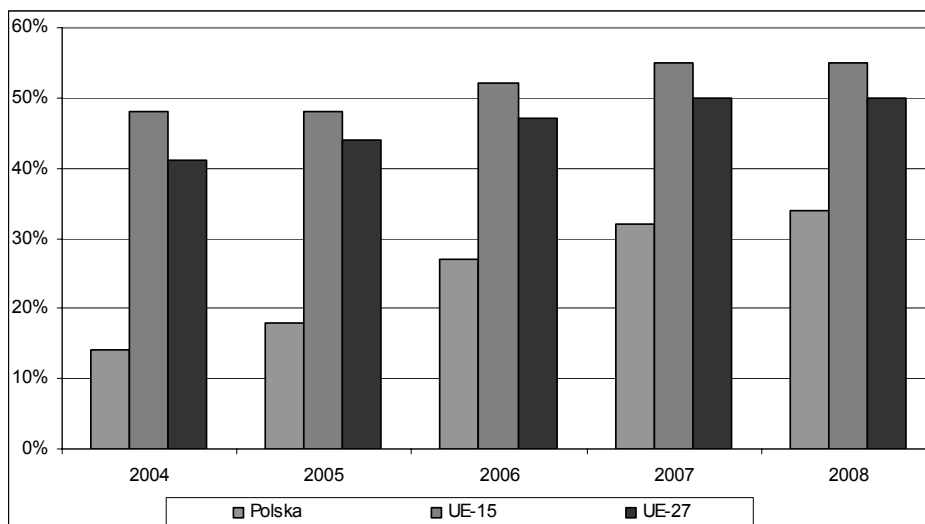
Udział użytkowników Internetu, sprzedających lub kupujących towary z wykorzystaniem sieci Internet w poszczególnych krajach systematycznie rośnie. Tempo przyrostu jednak maleje. Średnia dla UE w latach 2007-2008 pozostała na niezmiennym poziomie zarówno dla krajów UE-15 (tzw. „starej piętnastki”), jak i dla wszystkich krajów unijnych. Taką tendencję dla Polski i średnie wartości dla UE-15 i UE-27 w latach 2004-2008 przedstawiono na rysunku 3.



Rys. 2. Udział użytkowników Internetu w UE, którzy za jego pośrednictwem na przestrzeni roku zamówili/sprzedali towary lub usługi przeznaczone do użytku prywatnego w 2008 r. (udział w ogólnej liczbie użytkowników Internetu w wieku 16-74 lat)

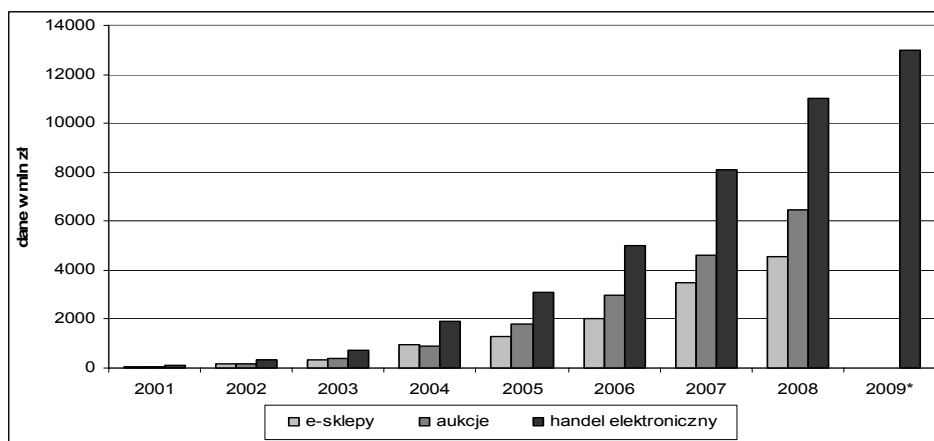
Źródło: opracowano na podstawie wskaźników WRSI.

Pomimo że średnia liczba użytkowników Internetu w UE dokonujących zakupów w sieci nie ulega wielkim zmianom, to jednak wartość rynku handlu elektronicznego rośnie. Tendencję dla Polski przedstawiono na rysunku 4.



Rys. 3. Udział użytkowników Internetu, którzy za jego pośrednictwem na przestrzeni roku zamówili/sprzedali towary lub usługi przeznaczone do użytku prywatnego w Polsce i UE w latach 2004-2008 r. (udział w ogólnej liczbie użytkowników Internetu w wieku 16-74 lat)

Źródło: opracowano na podstawie wskaźników WRSI.



Rys. 4. Wartość polskiego rynku handlu internetowego w latach 2001-2009

Źródło: Gazeta Wyborcza, \*dla 2009 r. dane szacunkowe – Internet.

Skala zakupów z roku na rok w Polsce jest coraz większa. Według danych zebranych na podstawie ankiet z ponad 550 dużych sklepów internetowych w raporcie *E-handel Polska 2009* liczba zamówień sklepów internetowych wyniosła prawie 40 mln, z czego ponad 9 mln to zamówienia w branży książki i multimedia, po 4 mln – foto i RTV-AGD oraz odzież [2]. Zjawisko to powinno znaleźć odzwierciedlenie m.in. w rosnącej liczbie przesyłek pocztowych.

### 3. Operatorzy usług pocztowych i ich znaczenie w handlu elektronicznym

Towary zakupione w e-sklepach lub na aukcjach w Internecie muszą być dostarczone klientom. Sklepy internetowe mają kilka możliwości. Jako dostawców wymienia się Poczta Polską (ew. alternatywnych operatorów pocztowych) i firmy kurierskie. Niektóre sklepy posiadają swoją flotę samochodową lub zapewniają klientom własny odbiór (najtańszy, możliwość sprawdzenia przesyłki). Korzystanie z własnej floty samochodowej i odbiór własny nie mają wpływu na rynek pocztowy.

Należy podkreślić, że na gruncie obowiązującego prawa usługi kurierskie nie mają jednoznacznej definicji prawnej. W zależności od zawartości przesyłki kurierskiej, usługa polegająca na wykonaniu tych samych czynności może podlegać różnym regulacjom prawnym (wg umowy na świadczenie usługi pocztowej lub umowy przewozu rzeczy). Jest to powodem różnej klasyfikacji tych przesyłek, często dokonywanej wg uznania firmy kurierskiej.

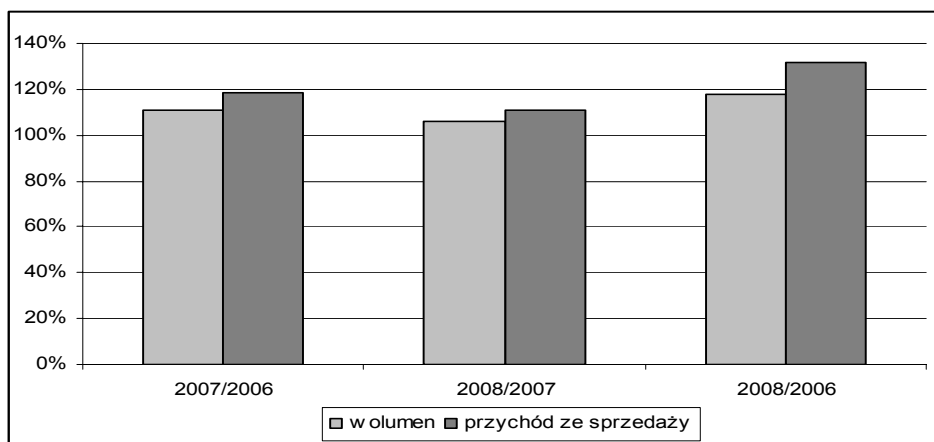
Poczta Polska jest operatorem pocztowym, którego usługi są najczęściej udostępniane przez sklepy internetowe. W 2009 r. operator ten obsługiwał ponad 76% badanych sprzedawców, a dla 10% ankietowanych sklepów była jedynym doręczycielem oferowanych towarów. Na dalszych miejscach znalazły się firmy UPS (40%) i DPD (18,5%)<sup>9</sup>.

Biorąc pod uwagę segment paczek i innych usług umownych (czyli przede wszystkim przesyłek pobraniowych<sup>10</sup>), w latach 2006-2007 u wszystkich operatorów pocztowych (w Poczcie Polskiej jak i u operatorów alternatywnych) ogółem zaobserwowano wzrost zarówno wolumenu (o 9%), jak i przychodów ze sprzedaży tych usług (o 16%) [1]. Tendencja wzrostowa widoczna jest także w roku 2008, ale tylko w Poczcie Polskiej (rysunek 5).

---

<sup>9</sup> E-handel Polska 2009, [www.sklepy24.pl](http://www.sklepy24.pl)

<sup>10</sup> Poczta Polska, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów (m.in. sklepów internetowych), wprowadziła do swojej oferty przesyłkę pobraniową, polegającą na przyjęciu, przemieszczeniu i doręczeniu przesyłki adresatowi oraz pobraniu należnej kwoty i niezwłocznym przekazaniu jej na rachunek bankowy lub adres wskazany przez nadawcę.



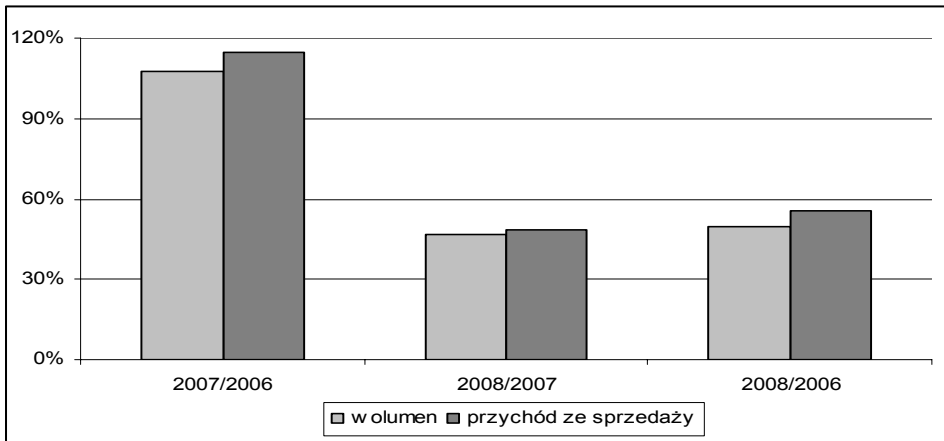
Rys. 5. Liczba i przychody z tytułu sprzedaży usług: paczek pocztowych i innych usług umownych w latach 2006-2008 rok do roku, dane dotyczą Poczty Polskiej

Źródło: [1], obliczenia własne.

Inaczej sytuacja wygląda u alternatywnych operatorów pocztowych, gdzie rok 2008 mógłby zostać uznany za czas wielkiej zapaści, gdyby nie kilka faktów. W latach 2006-2007 wykazywali oni wyższy wolumen omawianych usług w stosunku do Poczty Polskiej o ok. 10 mln szt., przy ok. dwukrotnie większych przychodach z tego tytułu w stosunku do przychodów Poczty Polskiej [1].

W sprawozdaniach przekazanych UKE za 2008 r. operatorzy alternatywni wykazali spadek wolumenu paczek i innych usług umownych w stosunku do roku 2007 o 53% (Poczta Polska – wzrost o 6%) oraz spadek przychodów z tego tytułu o 52% (Poczta Polska – wzrost o 11%). W 2008 r. Poczta Polska wykazała ponad 52 mln paczek i innych usług umownych, a operatorzy niezależni – 27 mln szt. (w 2007 r. odpowiednio – 49 i 58 mln szt.) [1]. Zmiany tych wielkości przedstawiono na rysunku 6.





Rys. 6. Liczba i przychody z tytułu sprzedaży usług: paczek pocztowych i innych usług umownych w latach 2006-2008 rok do roku, dane dotyczą niezależnych operatorów pocztowych

Źródło: jak w wykresie 5, obliczenia własne.

Jeżeli wartość rynku handlu elektronicznego z roku na rok rośnie, a ilość zamówień na rok 2009 szacowana jest na ok. 40 mln [2], to niemożliwy wydaje się spadek liczby paczek i innych usług (w tym głównie przesyłek pobraniowych) u niezależnych operatorów pocztowych. Wg niektórych szacunków liczba paczek, która nie została wykazana przez operatorów niepublicznych w 2008 r. jako przesyłki pocztowe, oscyluje na poziomie 35-40 mln sztuk (z uwagi na zakwalifikowanie ich jako przesyłki przewozowe w wyniku niejednoznacznych zapisów prawa) [1].

## Podsumowanie

Rozwój handlu elektronicznego spowodował konieczność wprowadzenia na rynku usług pocztowych w Polsce nowych usług (np. przesyłki pobraniowe, paczkomaty). Nie znalazło to jednak odzwierciedlenia w wolumenie sprzedaży usług. „Nieszacowanie” ilości i przychodów z tytułu sprzedaży paczek pocztowych i usług umownych u operatorów niezależnych jest najlepszym dowodem „niedoskonałości” polskiego prawa pocztowego, nad którym wciąż trwają prace. Konieczna jest modyfikacja definicji zawartych w obowiązującym prawie pocztowym.

## **Literatura**

1. Raport Prezesa UKE o stanie rynku usług pocztowych w Polsce w 2008 r., Warszawa, maj 2008.
2. *E-handel Polska 2009*, [www.sklepy24.pl](http://www.sklepy24.pl)

## **AFFECT OF eSERVICES ON POSTAL SERVICES MARKET**

### **Summary**

New technologies entering market are forcing changes creation of new or discontinuation of certain services. This article is trying to describe impact of eServices market development to postal services market changes. Not always law changes are following market development as it is today. Therefore fast adaptation of existing law is a must.

*Translated by Aneta Grzech*