

Anna Stolarczyk

Analiza działalności wybranych operatorów pocztowych w segmencie B2X na krajowym rynku e-commerce'u

Ekonomiczne Problemy Usług nr 67, 716-723

2011

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ANNA STOLARCZYK

Instytut Łączności – Państwowy Instytut Badawczy

ANALIZA DZIAŁALNOŚCI WYBRANYCH OPERATORÓW POCZTOWYCH W SEGMENTCIE B2X NA KRAJOWYM RYNKU *E-COMMERCE'U*

Wprowadzenie

W czasie, kiedy obserwowany jest gwałtowny rozwój elektronicznego handlu¹ (e-handel, *e-commerce*), a wolumen tradycyjnych usług pocztowych (przesyłek listowych, paczek pocztowych) wykazuje niewielkie tendencje wzrostowe, istotnego znaczenia – zarówno dla operatorów pocztowych, jak i ich klientów – nabierają usługi o wartości dodanej. Taką sytuację odzwierciedlają zapisy w preambule dyrektywy 2008/6/WE². Mianowicie w 14 przesłance zapisano, że: *operatorzy świadczący usługi pocztowe mogą różnicować swoje działania, świadcząc usługi elektroniczne dla firm lub inne usługi społeczeństwa informacyjnego. Z kolei według zapisu 15 punktu preambuły: 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. W punkcie 22 stwierdzono: [...] Handel elektroniczny stwarza w szczególności dla obszarów oddalonych*

¹ Według http://www.stat.gov.pl/gus/definicje_PLK_HTML.htm?id=POJ-5934.htm, handel elektroniczny obejmuje transakcje przeprowadzone przez sieci oparte na protokole IP oraz przez inne sieci komputerowe, a także przy zastosowaniu standardu elektronicznej wymiany danych EDI. Towary i usługi są zamawiane elektronicznie, ale płatność i dostawa zamówionego towaru lub usługi mogą być dokonywane w dowolnej formie (także poza siecią). Zamówienia otrzymywane przez telefon, faks lub nieautomatycznie generowane, lecz napisane ręcznie e-maile nie są traktowane jako handel elektroniczny.

² 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.

i słabo zaludnionych nowe możliwości uczestnictwa w życiu gospodarczym, czego istotnym warunkiem jest świadczenie dobrych usług pocztowych. Ten obszar działalności znalazł miejsce w regulacjach prawnych rynku wewnętrznego Wspólnoty, w postanowieniach Dyrektywy 2000/31/WE³ (dyrektywa o handlu elektronicznym). Zapisano w niej, m.in. w przesłance 2, że: *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.* A także należy przytoczyć punkt 18, który mówi że: *Usługi społeczeństwa informacyjnego obejmują szeroki zakres rodzajów działalności gospodarczej prowadzonych w trybie on-line; takie rodzaje działalności mogą w szczególności polegać na sprzedaży towarów on-line.* Oraz punkt 60: *Aby umożliwić nieskrępowany rozwój handlu elektronicznego, ramy prawne powinny być jasne i proste.*

Właśnie działalność wybranych operatorów pocztowych na tym obszarze, a dokładniej inicjatywa platformy aukcyjnej Allegro, była przesłanką do napisania niniejszego artykułu. Dotyczy ona nowej opcji dostawy towarów zakupionych w Internecie – „odbior w punkcie”, czyli wysłanie paczki do placówki wskazanej przez kupującego⁴. Na potrzeby artykułu przeprowadzono badania własne w zakresie liczby i rozmieszczenia na terenie kraju punktów odbioru przesyłek, na podstawie danych opublikowanych na internetowych stronach wybranych operatorów pocztowych oraz odpowiedzi otrzymanych na zapytania skierowane bezpośrednio do operatora.

1. Podmiotowy i przedmiotowy aspekt świadczenia usługi „odbior w punkcie”

Zasygnalizowana na wstępie artykułu inicjatywa, przeznaczona dla internetowych sprzedawców (sklepów) oraz ich klientów, z założenia eliminuje m.in. takie zdarzenia związane z dostawą przesyłek, jak np. zwrot do nadawcy w wyniku dłuższej nieobecności adresata w miejscu zamieszkania bądź zagubienia przez niego awiza, co wiąże się z dodatkowym zaangażowaniem czasowym i finansowym ponownego nadania przesyłki. Nowy sposób obsługi przesyłek (głównie paczek pocztowych) pozwoliłby zarówno sprzedawcom internetowym, jak i operatorom pocztowym na obniżenie kosztów (m.in. osobowych, transportu) świadczenia usług. Klientom zaś zapewniłby wygodny, osobisty odbiór przesyłki w wybranej przez siebie placówce (np. w pobliżu miejsca pracy, niekoniecznie zamieszkania) po otrzymaniu informacji za pomocą SMS-a lub e-maila o nadejściu przesyłki. Według

³ 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.

⁴ http://allegro.pl/country_pages/1/0/transport.php

informacji pozyskanych w pierwszej połowie lutego 2011 roku, usługi w ramach „odbioru w punkcie” świadczyło 4 operatorów pocztowych: Poczta Polska S.A., Ruch S.A., InPost oraz DHL Express. W tym miejscu warto pokrótce scharakteryzować te usługi, ale ze względu na ograniczoną objętość artykułu zostały w nim zamieszczone wybrane informacje na ich temat. Szczegóły są dostępne na internetowych stronach operatorów.

W 2010 roku Poczta Polska wprowadziła do swojej oferty nową usługę e-przesyłka. Jest to usługa pocztowa o charakterze umownym, polegająca: *na przyjęciu, przemieszczeniu oraz doręczeniu przesyłki wyłącznie poprzez jej wydanie w wyznaczonej placówce pocztowej, wskazanej przez nadawcę, po wcześniejszym powiadomieniu adresata e-mailem albo przez SMS o możliwości i miejscu jej odbioru*⁵. Usługa ta obejmuje dwa rodzaje przesyłek: przesyłka standard i przesyłka pobranie. Przesyłka powinna być odebrana w ciągu 7 dni, licząc od dnia przekazania SMS-em lub e-mailem informacji o jej nadejściu do wskazanej przez nadawcę placówki pocztowej (jednej z 1356 wyznaczonych).

Z kolei Spółka Ruch pod koniec 2008 roku rozszerzyła swoją działalność o usługę kurierską „paczka w Ruch-u”, rozpoczynając w ten sposób współpracę ze sklepami internetowymi, których konsumenci nabywający towary *on-line* będą mogli odebrać przesyłki w kiosku lub salonie prasowym (1078 punktów) w wybranym przez siebie, dogodnym miejscu (po uprzednim otrzymaniu zawiadomienia SMS-em o możliwości odbioru przesyłki). W ramach tej usługi oferowane są dwa produkty: „e-handel” dedykowany sklepom internetowym i domom wysyłkowym i ich klientom, oraz „blisko Ciebie” dla klientów, którzy planują nadać i odebrać przesyłkę poprzez punkty Ruch. Warto podkreślić, że poza wygodą dostępu, atrakcyjną opłatą za usługę, krótkim terminem dostawy istnieje możliwość śledzenia przesyłki⁶.

W 2009 roku InPost rozpoczął pilotażowe działania związane z uruchomieniem nowej na polskim rynku usługi kurierskiej „wyślij/odbierz paczkę przez paczkomat”. W efekcie dalszych prac powstał innowacyjny system skrytek pocztowych Paczkomaty 24/7, służący do odbierania paczek 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu, dedykowany sklepom internetowym, jak i ich klientom, realizującym zakupy *on-line*. Klient takiego sklepu – po dokonaniu zakupu i zamówieniu przesyłki do Paczkomatu 24/7 (299 paczkomatów) – otrzymuje SMS i e-mail z kodem odbioru. Następnie na panelu paczkomatu powinien wpisać numer telefonu komórkowego oraz otrzymany kod odbioru, a właściwa skrytka z przesyłką zostanie otworzona, oczywiście jeśli przesyłka została opłacona w zadeklarowany sposób. Operator zapewnia również możliwość śledzenia paczki.

⁵ Informacja ze strony www.poczta-polska.pl

⁶ Informacja ze strony www.paczkawruchu.pl

W tym czasie także operator DHL Express (Poland) Sp. z o.o. wprowadził do swojej oferty – DHL Easy Shop, jako specjalną usługę dla realizujących transakcje na platformie aukcyjnej Allegro zarówno klientów indywidualnych, jak i małych firm. Usługa dostępna w wybranych punktach DHL Service Point na terenie kraju (136 punktów odbioru), dotyczyła przesyłek o masie do 25 kg. W opłacie za przesyłkę uwzględniono opakowanie i ubezpieczenie do wartości 500 zł⁷. Ponadto status przesyłek można śledzić w Internecie (Track & Trace) lub SMS.

Należy jeszcze zwrócić uwagę, że wszyscy wymienieni operatorzy udostępniają na swoich stronach internetowych wyszukiwarkę punktów odbioru przesyłek z dokładnym opisem i lokalizacją, a nawet z podaniem szczegółowej trasy z określonego miejsca w danym mieście do wybranej placówki (InPost).

Tabela 1

Porównanie cech usług świadczonych przez wybranych operatorów pocztowych na krajowym rynku *e-commerce*

Operator	Poczta Polska S.A.	Ruch S.A.	InPost	DHL Express
Usługa	E-przesyłka	Paczka w Ruch-u	Paczkomaty 24/7	DHL Easy Shop
Miejsce odbioru	wyznaczone placówki pocztowe	oznaczone kioski i salony prasowe	bezobsługowe paczkomaty	DHL Service Point: punkty usługowe, sklepy, biura podróży
Liczba punktów odbioru	1356	1078	299	136
Masa przesyłki	do 30 kg	52 g – 5 kg	do 12 kg	do 25 kg
Opłata za przesyłkę zależy od	masy	rozmiaru opakowania i masy	rozmiaru	rodzaju opakowania
Wysokość opłaty w zł	7,00–30,00	8,00 i 10,00	6,99–11,99	20,00–35,00 (cena netto)
Deklarowany termin doręczenia	3 dni robocze ⁸	3 dni robocze	2 dni robocze	1-2 dni robocze

Źródło: opracowano na podstawie: www.poczta-polska.pl; www.dhlservicepoint.pl; www.paczkomaty.pl; www.paczkawruchu.pl; informacji otrzymanych od Krajowego Koordynatora Zespołu ds. Sprzedaży Usług Kurierskich w spółce Ruch.

⁷ Zob. „Regulamin promocji” – specjalna cena usługi: 10,99 netto w promocji DHL Easy Shop – odbiór własny w punkcie DHL SERVICE POINT” na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, w terminie 1.10.2010 r. – 31.03.2011 r., www.dhlservicepoint.pl

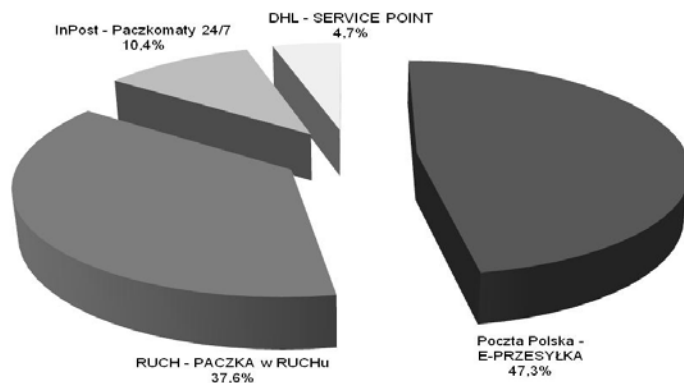
⁸ Termin deklarowany D+3; D oznacza dzień nadania przesyłki, 3 – liczba dni, które upłynęły od dnia nadania przesyłki do dnia pierwszego powiadomienia adresata o możliwości odbioru przesyłki, z wyłączeniem sobót i dni ustawowo wolnych od pracy, www.poczta-polska.pl

W tabeli 1 zawarto syntetyczne porównanie usług świadczonych przez wybranych operatorów współpracujących z firmami w segmencie *e-commerce*'owym w I kwartale 2011 roku.

Należy podkreślić, że każdy z analizowanych operatorów reklamował swoje usługi, jako bardzo korzystne cenowo. Warto przyrzeć się tym deklaracjom. Biorąc pod uwagę różne kryteria, od których zależy wysokość opłaty za usługę (masa, rozmiar, masa i rozmiar), trudno było wybrać do porównania – wśród ofert wymienionych operatorów – przesyłkę o ściśle określonej masie, np. 5 kg. Było to możliwe tylko w przypadku operatorów Poczta Polska i Ruch, za przesyłkę o takiej właśnie masie pobierają opłatę odpowiednio 9,5 i 10 zł.

Porównywalne wartości dotyczą deklarowanego terminu doręczenia. Otóż korzystniejsze wskaźniki terminowości oferują operatorzy DHL i InPost: 1–2 dni robocze, podczas gdy Poczta Polska i Ruch – 3 dni.

Najłatwiej ocenić świadczone usługi według kryterium ilościowego, tzn. liczby punktów odbioru, w tym wypadku zdecydowanie wyprzedzają pozostałych – Poczta Polska i Ruch. Jest to właściwe miejsce, aby podkreślić, że w skali kraju operatorzy współpracujący z firmami w obszarze *e-commerce*'u stworzyli sieć punktów odbioru, liczącą 2869 placówek⁹. Na rysunku 1 przedstawiono udział placówek poszczególnych operatorów w ogólnej liczbie placówek, w których była świadczona usługa „odbior w punkcie”.



Rys. 1. Udział placówek poszczególnych operatorów pocztowych w ogólnej liczbie placówek na terenie Polski, w których świadczona była usługa „odbior w punkcie” w lutym 2011 r.

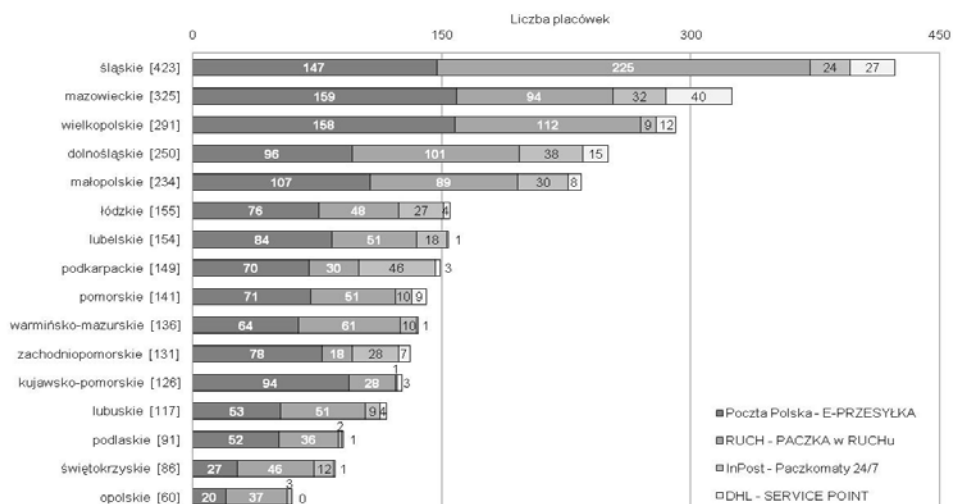
Źródło: opracowano na podstawie: www.poczta-polska.pl; www.dhlservicepoint.pl; www.paczkomaty.pl; www.paczkawruchu.pl; informacji otrzymanych od Krajowego Koordynatora Zespołu ds. Sprzedaży Usług Kurierskich w spółce Ruch.

⁹ Dane z internetowych stron operatorów pocztowych (14.02.2011).

Jak widać, w analizowanym czasie prawie 85% punktów odbioru należało do operatora Poczta Polska S.A. oraz Ruch S.A., pozostałe 15% do InPost i DHL. Należy podkreślić, że w 2009 roku publiczny operator dysponował 8342 placówkami pocztowymi, a spółka Ruch – 31 323 punktami sprzedaży, przy czym sieć wewnętrzną stanowiły 8083 punkty, reszta były to punkty sprzedaży w sieci partnerskiej. Trzeba przyznać, że jest to rozległa sieć placówek. Nawet gdyby na przestrzeni lat liczba ich miała się zmienić (mogłoby ich ubywać), to i tak wciąż taka sieć stanowi ogromny potencjał rozwojowy nie tylko w zakresie współpracy ze sklepami internetowymi, ale i w tworzeniu nowych usług z obszaru szeroko pojętego e-biznesu.

2. Zasięg geograficzny usługi „odbior w punkcie”

Interesującym ujęciem jest przedstawienie przedmiotowego zagadnienia w aspekcie dostępności terytorialnej (geograficznej) usługi „odbior w punkcie” dla potencjalnych klientów sklepów internetowych, którzy wybiorą taką formę dostawy zakupionych towarów.



Rys. 2. Rozmieszczenie placówek typu „odbior w punkcie” na terenie Polski z podziałem na województwa w lutym 2011 r.

Źródło: opracowano na podstawie: www.poczta-polska.pl; www.dhlservicepoint.pl; www.paczkomaty.pl; www.paczkawruchu.pl; informacji otrzymanych od Krajowego Koordynatora Zespołu ds. Sprzedaży Usług Kurierskich w spółce Ruch.

Analizując wartości pokazane na rysunku 2, należy mieć na uwadze, że liczby w nawiasach kwadratowych, przy nazwie województwa, dotyczą ogólnej liczby placówek w tym województwie. Jak widać, najwięcej punktów odbioru przesyłek mieli do dyspozycji nabywcy towarów *on-line* mieszkający na terenie woj. śląskiego – 423, przy czym – najczęściej 225, co stanowiło 53% placówek, zapewniał operator Ruch. Natomiast w woj. zachodniopomorskim operator zlokalizował najmniej swoich punktów – 18, czyli niespełna 14% ogólnej liczby placówek na tym terenie. Z kolei w woj. mazowieckim [325] i wielkopolskim [291] – odpowiednio około 50% i 54% wszystkich miejsc odbioru przesyłek to placówki pocztowe operatora publicznego. W woj. kujawsko-pomorskim Poczta Polska wyznaczyła do obsługi 94 placówki, czyli 75% całej sieci – 126 punktów odbioru na tym terenie. Jeśli chodzi o pozostałych operatorów pocztowych, to warto zwrócić uwagę, że InPost najliczniejszą sieć punktów odbioru przesyłek zapewnił swoim klientom w województwach: podkarpackim – 46, dolnośląskim – 38, mazowieckim – 32 i małopolskim – 30. Natomiast operator DHL, dysponujący najmniejszą liczbą – (299) punktów odbioru przesyłek w skali kraju – w największym stopniu zadbał o swoich klientów na terenie województwa mazowieckiego i śląskiego, gdzie zlokalizował odpowiednio – 40 i 27 DHL Service Point. Z danych przedstawionych na rysunku 2 wynika też, że najbardziej „poszkodowani” pod względem dostępu do usługi „odbior w punkcie” byli mieszkańcy woj. opolskiego, tam ogółem trzech operatorów zlokalizowało 60 punktów odbioru przesyłek, w tym – 20 swoich placówek wyznaczyła Poczta Polska, 37 – Ruch i 3 paczkomaty – InPost.

Podsumowanie

Reasumując, należy zwrócić uwagę, że intencją przedstawionej w artykule analizy działalności wybranych operatorów pocztowych, w tym wypadku polegającej na współpracy z firmami z obszaru *e-commerce*’u było przede wszystkim wskazanie na jej społeczne znaczenie. W efekcie zidentyfikowano takie elementy działalności operatorów, które stwarzają potencjalnym użytkownikom możliwości szerszego i wygodniejszego dostępu do usług społeczeństwa informacyjnego z wykorzystaniem usług pocztowych o wartości dodanej.

Ponadto z całą mocą należy również podkreślić, że posiadana już rozległa infrastruktura (placówki, punkty sprzedaży, magazyny, środki transportu itp.) stanowi dla operatorów przewagę konkurencyjną tak pod względem cenowym, zasięgu terytorialnego, jak i terminowości. Dynamicznie rozwijające się segmenty działalności gospodarczej z wykorzystaniem technik komunikacji elektronicznej (*e-biznes*, w tym *e-commerce*, handel elektroniczny i in.) nie są jeszcze w pełni zagospodarowane, co daje operatorom pocztowym wiele możliwości wypełnienia luk podażowych ofertami nowoczesnych usług.

Literatura

1. 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
2. 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.
3. Grzech A., Stolarczyk A.: *Usługi pocztowe w dobie e-handlu*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 598, Ekonomiczne Problemy Usług nr 58, Szczecin 2010.
4. www.dhlservicepoint.pl
5. www.paczkawruchu.pl
6. www.paczkomaty.pl
7. www.poczta-polska.pl

**THE ACTIVITY OF POSTAL OPERATORS IN THE B2X SEGMENT
ON POLISH E-COMMERCE MARKET****Summary**

The article presents the analysis of the selected postal operators activities in cooperation with companies operating in the e-commerce segment. This means an initiative Allegro auction platform, which refers to the new option of delivery of goods purchased on-line – "Pick up a point". In the analysis one took into account the number of delivery points and their location within the country, as the territorial accessibility aspect of service provision.

Translated by Anna Stolarczyk