

Zarządzanie dystrybucją usług na rynku pocztowym

Józef Fraś, Marek Siwkowski, Marek Matulewski*

Streszczenie: *Cel* – W prezentowanej pracy podjęto próbę zidentyfikowania rynku usług pocztowych w kontekście ich dystrybucji. Inspirację do podjęcia tematu stanowiły często ukazujące się publikacje zarówno osób zawodowo związanych z rynkiem pocztowym, jak i przedstawicieli środowisk akademickich przedstawiające usługi pocztowe i ich jakość jako jedno z ważniejszych czynników współczesnego przedsiębiorstwa.

Metodologia badania – W pracy została zastosowana metoda badawcza, jaką jest analiza materiałów źródłowych dotyczących zarządzania dystrybucją usług na rynku pocztowym.

Wynik – Wynikiem opracowania jest identyfikacja rynku usług pocztowych, a także ukazanie poszczególnych procesów w obszarze dystrybucji usług pocztowych w aspekcie wysokiej ich jakości.

Oryginalność/wartość – W artykule poruszono istotną i aktualną problematykę transformacji rynku usług pocztowych, bowiem liberalizacja sektora pocztowego pozwoliła na wprowadzenie mechanizmów rynkowych, które istotnie podniosły jakość usług świadczonych przez operatorów pocztowych.

Słowa kluczowe: poczta, jakość, rynek, logistyka, usługa

Wprowadzenie

Rynek usług pocztowych jest interesującym przykładem struktury, która najpierw została przekształcona z rynku konkurencyjnego w monopol. Następnie w procesie zmian dokonanych wymogami Unii Europejskiej poddana została liberalizacji, czyli stopniowemu odchodzeniu od rozwiązań monopolistycznych. Wielu europejskich operatorów pocztowych należących wcześniej do przedsiębiorstw państwowych mających status rynkowego monopolisty musiało dokonać zmian.

W ramach jednolitego wspólnotowego rynku zdecydowano się, aby sektor pocztowy Unii Europejskiej przeszedł transformację. Posunięcie takie jest konsekwencją polityki rozproszenia rynku. W myśl tych rozporządzeń proponowane zmiany umożliwiały rozluźnienie sił ekonomicznych rynku usług pocztowych. Liberalizacja sektora polegała na prywatyzacji państwowych podmiotów pocztowych. Celem było wytworzenie mechanizmów rynkowych i takich konstrukcji ekonomicznych, które umożliwiały wspólne funkcjonowanie innym operatorom usług pocztowych.

* dr hab. Józef Fraś prof. PP, Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, ul. Strzelecka 11, 60-965 Poznań, e-mail: jozef.fras@put.poznan.pl; dr Marek Siwkowski, Wydawnictwo Podatkowe GOFIN sp. z o.o., ul. Owocowa 8, 66-400 Gorzów Wlkp.; dr inż. Marek Matulewski, Wyższa Szkoła Logistyki, ul. E. Estkowskiego 6, 61-755 Poznań, e-mail: marek.matulewski@wsl.com.pl.

Na podstawie konsultacji i dyskusji wywołanej wdrożeniem założeń polityki z „Zielonej Księgi”¹ została wprowadzona polityka mająca na celu ujednoczenie rynku usług pocztowych. Realizowany program liberalizacji rynku usług pocztowych na terytorium Unii Europejskiej był również dostrzegalny w ostatnich latach u naszego krajowego operatora.

1. Identyfikacja rynku usług pocztowych

Liberalizacja sektora pocztowego w Polsce polegała na umorzeniu części usług pocztowych dla wszystkich graczy rynkowych. Pozwoliła ona operatorowi usługi powszechnej² oraz podmiotom szerzącym usługi pocztowe³ na przygotowanie się do bycia konkurentem względem innych podmiotów omawianego sektora. W fazie niepełnej liberalizacji dotychczasowy monopolista w ramach stanu przejściowego posiadał pewną część usług w formie zastrzeżonej.

Kolejnym ukłonem w stosunku do operatora publicznego były przedmiotowe zwolnienia z podatku VAT. Dopiero pełna liberalizacja usług pocztowych wprowadza jednolite przepisy i szanse dla wszystkich podmiotów sektora pocztowego. Zaistnienie konkurencji w tym sektorze możliwe było po spełnieniu takich warunków, jak:

- swobodny dostęp do rynku,
- zmiany technologiczne umożliwiające niezależne wejście na rynek,
- niskie koszty wejścia na rynek,
- dostęp do struktury kosztów innych oferentów, na podstawie których oszacujemy własne szanse.

Regulator rynku pocztowego (UKE⁴) ma za zadanie ochronę konkurencji za pomocą instrumentów prawnych. Ochrona ta polega na zmniejszeniu siły ekonomicznej, by ograniczyć monopolistyczny charakter wielkich firm. Regulacje administracyjne chronią klientów przed działaniem monopolisty, jednocześnie zapewniając im przychody na dalszą rentowną działalność.

¹ Każda Zielona Księga jest dokumentem przeznaczonym do dyskusji. Zielona Księga na temat jednolitego rynku usług pocztowych miała na celu wywołanie debaty na temat sektora pocztowego Wspólnoty. W celu osiągnięcia tych zamierzeń ustalono następujące zadania:

- przedstawienie wnikliwej analizy obecnej sytuacji,
- omówienie celów Wspólnoty w zakresie sektora pocztowego oraz określenie czy są niezbędne działania na szczeblu Wspólnoty, „aby te cele osiągnąć”,
- omówienie (zakładając, że działania są potrzebne), w jaki sposób te cele mogą być osiągnięte oraz przedstawienie szczegółowych opcji (wariantów).

² Usługę powszechną należy rozumieć jako dostęp do szeregu usług, w których zakres usługi dystrybucji wchodzi listy zwykłe oraz polecone, paczki, przesyłki wartościowe. W tym przypadku należy spełnić warunek przystępności ceny, dostępności, jakości doręczenia (zgodny z wytycznymi UE oraz ministra właściwego), jak również zgodności z wymogami podstawowymi, np. poufność korespondencji.

³ Usługę pocztową należy interpretować przez proces przyjmowania, sortowania, przemieszczania oraz doręczania przesyłek pocztowych.

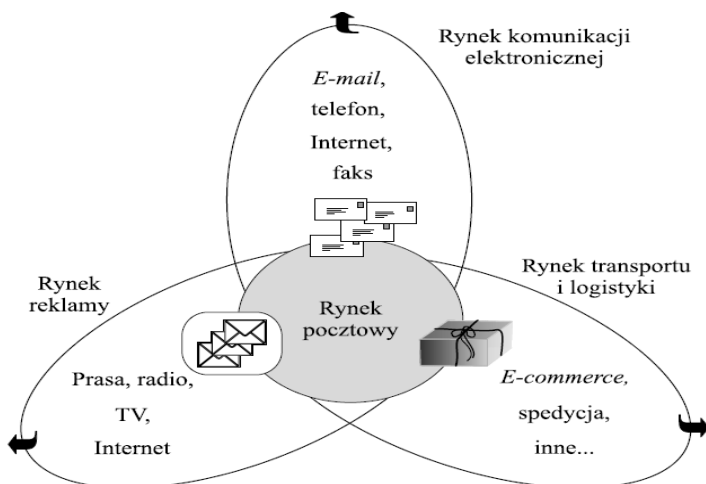
⁴ Urząd Komunikacji Elektronicznej.

Rynek usług pocztowych w ostatnich dekadach uległ szerokiej transformacji systemowej. Na jego obecny kształt miało wpływ wiele różnych czynników, które były wynikiem:

- przepisów prawa,
- otoczenia ekonomicznego,
- światowego kryzysu,
- globalizacji, w tym rozwoju konkurencji o zasięgu ogólnym,
- zmian technologicznych.

Oczywiście nieco mniej lub bardziej regularny cykl koniunkturalny spowodował spowolnienie lub wzrost usług pocztowych. Są to zagrożenia, które nadal determinują usługi pocztowe. Operatorzy pocztowi poszukują rozwiązań, które budują nowe relacje z klientem. W swoich portfolio posiadają szereg rozwiązań biznesowych ułatwiających komunikację oraz dostęp do informacji. Dla przykładu, Poczta Polska wprowadza szereg nowych produktów polegających na usługach finansowych, ubezpieczeniowych oraz usługach logistycznych (Rożyński 2011). Kluczową kwestią przyszłości staje się usługa pocztowa w czystej postaci (Sound 2012).

Rynek usług pocztowych posiada strategiczny charakter w ramach funkcjonowania państwa, co zostało przedstawione na rysunku 1. Skupia on operatorów świadczących podobną działalność na tym samym polu. Wyodrębniony rynek usług pocztowych funkcjonuje zarówno w mikro i makro obszarze. Na krajowym rynku operatorzy pocztowi są skupieni szczególnie lokalnie. Działalność na mniejszym terenie związana jest z niższymi kosztami działalności operacyjnej. Wiele małych firm nie ma możliwości konkurowania z operatorem publicznym, natomiast bezpośrednią konkurencją dla operatora wyznaczonego są firmy międzynarodowe. Szerzą one usługi o zasięgu lokalnym oraz międzynarodowym.



Rysunek 1. Rynek usług pocztowych – strategiczne miejsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie Stolarczyk (2004).

Na naszym rodzimym rynku mamy między innymi takich graczy, jak⁵:

- DHL,
- UPS,
- FEDEX,
- DPD,
- POCZTEX,
- KOLPORTER,
- TNT,
- INPOST.

Obecna sytuacja prawno-gospodarcza pozwala na wchodzenie firm konkurencyjnych w różne sektory gospodarki. W efekcie tych działań konsumenci otrzymują korzyści, które dają możliwość wyboru określonej usługi bądź operatora.

Nowoczesne i specjalistyczne usługi pocztowe składają się z zespołów doręczycieli (listonosz). Są oni wyposażeni w różne środki transportu (rower, skuter, samochód, pociąg, samolot – zazwyczaj linie rejsowe), które pozwalają na szybkie i terminowe dotarcie korespondencji do adresata. W wielu przypadkach jest to korespondencja z nadaniem zwrotnym (np. umowy). Zespoły te gromadzą, sortują i dostarczają dokumenty oraz paczki na stałych wyznaczonych trasach (biura, kancelarie, firmy, rzadziej do osób fizycznych). Specjalistyczne usługi pocztowe charakteryzują się dużą rozpiętością cenową, zazwyczaj ograniczają się one do usług o małym zasięgu terytorialnym, jednakże istnieją także międzynarodowe usługi takich dostaw.

Obecna sytuacja prawno-gospodarcza pozwala na wchodzenie firm konkurencyjnych w różne sektory gospodarki. W efekcie tych działań konsumenci otrzymują korzyści, które dają możliwości wyboru określonej usługi bądź operatora.

2. Dystrybucja usług pocztowych

Usługi pocztowe są jednym ze sposobów przesyłania informacji oraz doręczania towarów. Odgrywają i będą one odgrywać ważną rolę w nowoczesnym społeczeństwie. Rola usług pocztowych musi ulegać stałej ewolucji, ponieważ zmienia się otoczenie, jak również rosną wymagania klientów tych usług. Skuteczne usługi pocztowe są siłą napędową wzrostu ekonomicznego, nieskuteczne zaś przyczyniają się do osłabienia społecznego oraz ekonomicznego.

Usługi pocztowe są uznawane za szczególną formę usług transportowych oraz komunikacyjnych. Polegają one na dystrybucji towarów oraz informacji między określonymi punktami, czyli od nadawcy do adresata (Krakała-Zielińska 2009), co przedstawione jest na rysunku 2 (łańcuch pocztowy).

⁵ Zob. *E-sklepy wybierają...*

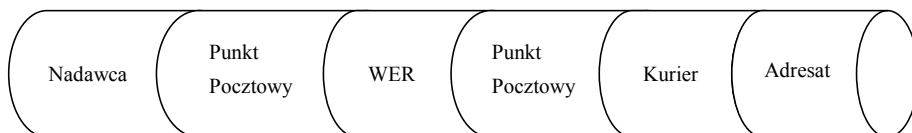
W ramach ogólnych usług pocztowych można wyróżnić różne czynności, które zaspokajają odrębne potrzeby i z tego powodu powinny być uznawane za samodzielne działania. Zatem możemy mówić o przesyłkach w fazach:

1. Zbierania. Etap ten polega na przyjmowaniu wszelkiej korespondencji za pośrednictwem skrzynek pocztowych, placówek pocztowych oraz odbioru korespondencji od nadawcy. W fazie tej przesyłki są weryfikowane pod względem kategorii czasu doręczenia (faza nie obejmuje skrzynek pocztowych). Dodatkowo faza ta może być wzbogacona o usługi dodatkowe (automatyzacja procesu, odbiór w określonym czasie).
2. Sortowania. Faza ta dzieli się na sortowanie ręczne i automatyczne. Występuje ona w wielu miejscach całego łańcucha pocztowego. W placówkach pocztowych odbywa się sortowanie końcowe dla punktów oddawczych własnego rejonu oraz sortowanie wstępne przesyłek przekazywanych do kolejnego łańcucha dystrybucji (WER). Sortowanie przesyłek w węzłach ekspedycyjno-rozdzielczych polega na automatycznej i elektronicznej obróbce przesyłek. W trakcie tego procesu należy:
 - wydzielić przesyłki, które nie mogą być obsługiwane za pomocą zautomatyzowanych systemów,
 - posegregować przesyłki pocztowe w ramach gramatury i gabarytów w celu uproszczenia dalszego przetwarzania,
 - odseparować przesyłki niezgodne (brak adresu lub jego części, brak opłaty pocztowej, przesyłki uszkodzone).
3. Przemieszczania (transport). Faza związana z logistyką dostaw. Proces bardzo złożony i powiązany między sobą w ściśle określone procedury. W czasie tego samego transportu dokonuje się dostawa z jednej strony i odbiór z drugiej. Występuje szereg powiązań w łańcuchu logistycznym zanim przesyłka trafi od adresata do nadawcy. W ujęciu działań pocztowych powstaje rurociąg powiązań pocztowych, który także jest związany z transportem wewnętrznym. Polega on na stosowaniu różnego rodzaju przenośników do załadunku i rozładunku przesyłek. Takie urządzenia przemieszczania przesyłek stosuje się również w procesie sortowania. Materiały pocztowe na specjalnie przystosowanych sorterach podróżują do miejsc docelowych, którymi zazwyczaj są odpowiednie grupy kodowe (PNA).
4. Doręczania. Faza dostarczenia przesyłek do adresata. Jest to ostatnie powiązanie w łańcuchu powiązań pocztowych. Nazywana jest ostatnią milą (Zwiastowski 2014), a oznacza elastyczny sposób doręczenia, taki jaki jest dogodny dla klienta.

Owe czynności odnoszą się do operacyjnego ujęcia przesyłki pocztowej. Usługa ta ze względu na powszechność jej stosowania wykorzystuje różne środki transportu, które oferują relatywnie najniższą cenę w stosunku do proponowanej usługi pocztowej. Wybór transportu uzależniony jest nie tylko od ekonomicznie uzasadnionej wartości, ale zależy w dużej mierze od terminu jej doręczenia. Jakość usługi pocztowej wyraża się spełnieniem oczekiwań w stosunku do terminu jej doręczenia. Terminy uzależnione są od przepisów dla poszczególnych kategorii przesyłek. W ogólnym ujęciu przesyłki możemy podzielić na

przesyłki zwykle oraz przesyłki priorytetowe z przyśpieszonym czasem doręczenia. Czas ten w dużej mierze uzależniony jest od odległości między nadawcą a adresatem. W tym kryterium możemy zastosować rozróżnienia terytorialne na:

1. Przesyłki krajowe. Przesyłki na terenie państwa.
 - A. Lokalne. Rynek usług krajowych lokalnych ogranicza się do transportu w niewielkim obszarze, gdzie zazwyczaj działają służby listonoszy. Doręczyciele używają różnych środków transportu, jednakże transport ten ogranicza się od kilku do kilkunastu kilometrów.
 - B. Ogólnokrajowe. Obejmują swoim zasięgiem cały kraj, w tym przypadku korzystamy ze środków komunikacji należącej do szerszego spektrum pojazdów. Można zaliczyć transport lotniczy, kolejowy, samochodowy. Obszar ten zawiera także środki transportu, jak na rynku lokalnym.
2. Przesyłki międzynarodowe. Obejmują swoim zasięgiem obszar minimum dwóch państw. Zazwyczaj dotyczą obszarów kontynentów lub całego świata. W tym przypadku jest to sieć powiązań transportowych wykorzystujących każdy rodzaj transportu.



Rysunek 2. Dystrybucja przesyłek pocztowych

Źródło: opracowanie własne.

Środki transportu służące do przemieszczania przesyłek między nadawcą a odbiorcą można podzielić na:

3. Transport lotniczy. Popyt na transport lotniczy, tak jak na każde inne dobro, odznacza się pewną elastycznością cenową i dochodową. Prowadzi to do efektu, w którym wzrost ceny zmniejsza popyt i odwrotnie. W ramach technologii stosowanych przewozów, zdolność transportu lotniczego do spedycji ładunków wykorzystywana jest w 15%. Transport lotniczy wykorzystywany jest do realizacji przesyłek o krótkim czasie doręczenia w stosunku do odległości, jaką przesyłka musi pokonać.
4. Transport morski. Jest to rodzaj transportu, w którym czas ma znaczenie drugoplanowe. Stosowany jest w usługach kurierskich, logistycznych do przewozu przesyłek o dużej ilości lub przesyłek o nietypowych gabarytach, przy których inne środki transportu są wykluczane.
5. Transport kolejowy. W minionych latach jedno z podstawowych środków przewozu przesyłek pocztowych. Obecnie nabiera mniejszego znaczenia ze względu na

nierozbudowywaną infrastrukturę kolejową. Atrakcyjność taboru samochodowego obniża potrzebę korzystania z tej formy przewozu.

6. Transport samochodowy. Tabor przeznaczony do przewozu ładunków różnego rodzaju. Obecnie najbardziej uniwersalny środek komunikacji. Wraz z rozwojem infrastruktury drogowej w ostatnich latach transport ten nabrał szczególnego znaczenia. Wzrost zapotrzebowania na ten transport spowodował wzrost konkurencji, a co za tym idzie zmieniły się koszty transportu przesyłek pocztowych.

Firmy pocztowe zapewniają szybką i efektywną kosztowo usługę dostawy przesyłek. Odpowiednio skonfigurowane sieci dystrybucji sprzyjają rozwojowi rynków docelowych. Łańcuch dostaw przewozu przesyłek w limicie wagowym do 31,5 kg podlega ręcznej ich obsłudze. Przewoźnicy nadal są w stanie zaspokoić potrzeby klientów, choć koszty wysyłek znacznie wzrosły ze względu na konieczność ustalenia specjalnego traktowania.

Operatorzy są przygotowani na przewóz różnych towarów, które mieszczą się w wyznaczonym przedziale wagowym i obejmują także towary wrażliwe. W przypadku wysyłki towarów delikatnych należy zwrócić uwagę, aby wybrać odpowiedni nośnik do obsługi tych przesyłek. Firmy dystrybucyjne specjalizują się także w dostawach wysokonakładowych i są przystosowane do wysyłek towarów o niskiej wartości.

Innym ważnym czynnikiem usługi pocztowej są zasady bezpieczeństwa w miejscu w całej ich sieci. Bezpieczeństwo dotyczy ochrony danych osobowych oraz utraty przesyłki, zniszczenia lub jej zagubienia. Obecnie system monitorowania przesyłek rejestrowanych pozwala na stałe śledzenie, co poprawia ich bezpieczeństwo. Dodatkowo istnieje możliwość ubezpieczenia przesyłek, szczególnie tych, które są znacznej wartości.

Uwagi końcowe

Rynek usług pocztowych w obecnej technologicznej dobie ulega szeregom zmian. Pokolenie ludzi internetu we wszystkich regionach świata zastąpiło potrzebę mediów w ujęciu klasycznym (książki, gazety, telewizja) na korzyść teleinformatyki ICT (*Information and Communication Technologies*), która jest podstawową formą komunikowania się ze światem. Zatem rozwój technologii ICT pozwoli operatorom świadczącym usługi pocztowe na zaoferowanie większej ilości elastycznych usług osobistych. Klient usług pocztowych oczekuje, aby usługa i jej funkcjonalność od jakiegokolwiek dostawcy została wykonana z najwyższą starannością, nawet pod presją czasu (Berndt 2012). W takim ujęciu usługi pocztowej wygoda jest głównym punktem sprzedaży, co ma ogromne znaczenie w działalności operatorów pocztowych.

Literatura

- Berndt S. (2012), *Positioning for the future*, Postal Technology International, s. 44–46.
E-sklepy wybierają Pocztę Polską, <http://blog.poczta-polska.pl/2010/07/08/e-sklepy-wybijaja-poczta>.

- Krakala-Zielińska M. (2009), *Prawo Pocztove Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Dom Organizatora, Toruń, s. 15–17, 127–130.
- Rożyński P. (2011), *Poczta polska musi się zmienić w bank. Inaczej nie przetrwa*, „Gazeta Prawna”, s. 8–9.
- Sund K.J. (2012), *Transformation*, Postal Technology International, s. 52–54.
- Stolarczyk A. (2004), *Rynek usług pocztowych – zarys problemów*, „Telekomunikacja i Techniki Informacyjne” nr 3–4, s. 24–25.
- Zawistowski (2014), *W logistyce i e-commerce kluczowa staje się tzw. ostatnia mila*, „Puls Biznesu”.

DISTRIBUTION MANAGEMENT ON POSTAL SERVICES' MARKET

Summary: *Purpose* – the authors aim at describing the postal services' market in the light of its distribution channels. The paper has been inspired by materials, concerning postal services and their quality as one of crucially important factors affecting contemporary businesses, frequently published by postal services' professionals and scholars.

Research methodology – the authors applied the method of analysis of source materials concerning the distribution management on postal services' market.

Result – as a result of the research the postal services' market has been identified. Moreover, specific distribution processes of postal services have been revealed in the context of their high quality.

Originality/value – the paper touches upon an important and pertinent issue of postal market transformation because the liberalization of the postal industry has led to the emergence of market mechanisms which effectively increase the quality of services provided by postal operators.

Keywords: mail, post, quality, market, logistics, service

Cytowanie

- Frąś J., Siwkowski M., Matulewski M. (2015), *Zarządzanie dystrybucją usług na rynku pocztowym*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 855, „Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia” nr 74, t. 2, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 295–302; www.wneiz.pl/firfu.