

**Anna Stolarczyk, Marek
Sylwestrzak**

**Usługi świadczone on-line jako wkład
publicznych operatorów pocztowych
w rozwój społeczeństwa
informacyjnego w krajach Unii
Europejskiej**

Ekonomiczne Problemy Usług nr 88, 810-816

2012

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, MAREK SYLWESTRZAK

Instytut Łączności, Państwowy Instytut Badawczy

**USŁUGI ŚWIADCZONE ON-LINE JAKO WKŁAD PUBLICZNYCH OPERATORÓW
POCZTOWYCH W ROZWÓJ SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO
W KRAJACH UNII EUROPEJSKIEJ**

*Czy planujecie uczynić sektor pocztowy częścią
społeczeństwa informacyjnego w waszym kraju?*

P. Donohoe¹

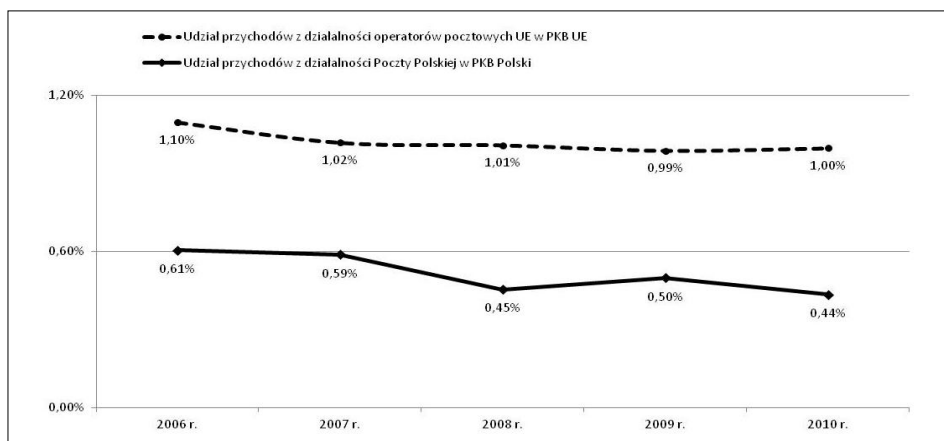
Wprowadzenie

Technologiczne zmiany prowadzą operatorów pocztowych w kierunku większej konkurencyjności, co jest niezwykle istotne w przededniu ostatecznego otwarcia rynku usług pocztowych – właśnie ze względu na konkurencję. Warto zwrócić uwagę, że 17 krajów Unii Europejskiej zliberalizowało swoje rynki do końca grudnia 2010 r., pozostałe 10 państw – z mocy dyrektywy 2008/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 lutego 2008 r. zmieniającej dyrektywę 97/67/WE w odniesieniu do pełnego urzeczywistnienia rynku wewnętrznego usług pocztowych Wspólnoty – dokona tego do 1 stycznia 2013 r. Wtedy to dotychczasowi publiczni operatorzy pocztowi staną w obliczu nowych wyzwań ze strony konkurencyjnego rynku pocztowego. Intencją autorów jest zwrócenie uwagi na stworzenie przez operatorów pocztowych swoim klientom możliwości korzystania z usług pocztowych za pomocą rozwiniętych technik informatycznych. Zakres czasowy analizy to lata 2006–2010, a więc okres od rozpoczęcia ostatniego etapu liberaliza-

¹ W wolnym tłumaczeniu z Paul Donohoe: „Is the Postal Sector part of the Information Society plans in Your country?”, prezentacja na konferencji „High Level Conference on the Information Society”, International Bureau of the Universal Postal Union, Berne, 8 June 2007.

cji do momentu jego zakończenia, w przypadku państw członkowskich, które nie miały możliwości skorzystania z dwuletniej derogacji, i dla tych, które z niego zrezygnowały.

Z ekonomicznego punktu widzenia wartość publicznego sektora pocztowego nie stanowi wielkiego udziału, zarówno w Produkcie Krajowym Brutto UE, jak i w PKB Polski (patrz rysunek 1). W latach 2006–2010 oscylował on na poziomie ok. 1%, dla porównania – w Polsce w granicach od 0,6% do 0,44%.



Rys. 1. Porównanie udziału przychodów publicznego sektora pocztowego UE w PKB UE z udziałem przychodów Poczty Polskiej w PKB Polski

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Światowego Związku Pocztowego (UPU) oraz Europejskiego Biura Statystycznego (EUROSTAT).

Należy jednak mieć na uwadze, że usługi pocztowe są ważnym elementem społecznej spójności i jako takie mają strategiczne znaczenie zarówno dla gospodarki każdego państwa, jak i gospodarki w ujęciu globalnym. Powiązane z rynkiem komunikacji elektronicznej, reklamy, transportu i logistyki poprzez infrastrukturę pocztową łączy ze sobą wiele segmentów działalności gospodarczej, np.: handel elektroniczny, elektroniczne publikacje, zamówienia drogą korespondencyjną, ubezpieczenia, bankowość, reklamę i in. Można więc powiedzieć, że na szeroko pojmowanym rynku łączności mamy do czynienia ze zjawiskiem konwergencji, w ramach której usługi świadczone na rynkach sąsiednich mogą stanowić z jednej strony zagrożenie dla rynku usług pocztowych ze względu na swój substytucyjny charakter, a z drugiej stwarzać szereg nowych możliwości poprzez swoją komplementarność.

1. Kierunki zmian na rynku usług pocztowych Wspólnoty w świetle rozwoju usług społeczeństwa informacyjnego

Europejscy operatorzy pocztowi (głównie z krajów „starej piętnastki”), którzy wcześniej otworzyli swoje rynki na konkurencję, od wielu lat inwestują w tworzenie nowych usług bądź poszerzanie oferty już istniejących i udoskonalanie pocztowego łańcucha wartości. Dostrzegli bowiem możliwości, jakie daje technika cyfrowa (usługi społeczeństwa informacyjnego czy usługi ICT – *Information and Communication Technologies*) i przesunęli swoją aktywność w kierunku wzbogacenia usług w zakresie doręczania przesyłek, usług logistycznych, usług on-line oraz usług finansowych. Było to możliwe dzięki modernizacji i innowacji – w pierwszej kolejności logistyki i zarządzania, a następnie produktów i usług. Istotne znaczenie miało utrwalanie korzyści wynikających ze stosowania takich technik w świadomości konsumentów (zarówno biznesowych, jak i indywidualnych). Z kolei zmusiło to operatorów pocztowych do odpowiedzi na oczekiwania konsumentów w postaci nowych produktów i usług. Jednocześnie ten proces zbiegał się nie tylko z kolejnymi etapami liberalizacji rynku usług pocztowych, lecz także ze zmianami w całym sektorze pocztowym, w którym odsuwano się od typowych dwukierunkowych usług i zmierzano do integracji pewnego obszaru rynku z usługami komunikacji elektronicznej i rynkami logistyki. Jakkolwiek można zaobserwować jeszcze znaczące różnice wśród europejskich publicznych operatorów pocztowych, to jednak wielu z nich z powodzeniem podjęło te wyzwania i przeobraziło się w skuteczne i innowacyjne przedsiębiorstwa.

W przypadku innowacji procesów pocztowych należy zwrócić uwagę m.in. na wprowadzenie usługi śledzenia przesyłek *track and trace*, jak również inwestycje w budowę wysoko zaawansowanych technicznie centrów sortujących. W rezultacie pocztowi operatorzy osiągnęli kilka celów, np. zwiększono efektywność procesów dystrybucyjnych – skrócono terminy i zwiększono częstotliwość dostaw oraz znacząco poprawiono jakość usług. Z kolei jeśli chodzi o innowację usług, to jeszcze do niedawna w literaturze przedmiotu pojawiały się ostrzeżenia przed substytucją ze strony usług bazujących na ICT – szczególnie Internetu (poczta elektroniczna) i telefonii komórkowej (SMS, MMS) dla segmentu przesyłek listowych, który generuje ponad 50% ogólnych przychodów operatorów pocztowych. Jednak okazało się, że potencjalne zagrożenia ze strony usług komunikacji elektronicznej mogłyby przynieść korzyści w działalności pocztowej. Publiczni operatorzy pocztowi rozwinęli nowe usługi, które stanowią efektywne wykorzystanie nowoczesnych technik teleinformatycznych z jednej strony, z drugiej ułatwiają klientom kontakt z operatorem i korzystanie z jego usług. Chodzi tu o szeroki zakres usług, oferowanych przez Internet, tzw. usługi on-line. Analizę tego zagadnienia przedstawiono w dalszej części artykułu.

2. Usługi on-line oferowane przez publicznych operatorów pocztowych w krajach UE

Światowy Związek Pocztowy (UPU) wprowadził termin 'e-poczta' dla podkreślenia faktu, że nowe technologie teleinformatyczne powinny być stosowane w celu stymulowania rozwoju rynku pocztowego poprzez oferowanie nowoczesnych usług. W tradycyjnym dostarczaniu listów i paczek z punktu A do punktu B mogą dać nowe możliwości w postaci wartości dodanej, a przez to zwiększyć udział publicznych operatorów pocztowych w rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Obok tradycyjnych usług w zakresie doręczania przesyłek z korespondencją i paczek, poszerzonych o nowe elementy (np. powiadamianie o przesyłce za pomocą SMS), usług logistycznych oraz finansowych coraz więcej operatorów pocztowych świadczy usługi on-line. Są to coraz bardziej zaawansowane usługi: handlu elektronicznego, „elektronicznego kuriera”, zarządzania adresami poczty elektronicznej, publikacji elektronicznych, projektowania i wysłania przesyłek reklamowych (włączając także sprzedaż adresów pocztowych), aukcje internetowe, czy integracji fizycznej i niefizycznej poczty poprzez dedykowaną i zorientowaną na potrzeby klienta witrynę sieci (np. elektroniczne przedstawianie korespondencji, pozwalające klientowi podjęcie decyzji, „co z tym zrobić”: dostarczyć, przechować w archiwum, wydrukować, czy usunąć). Tego rodzaju działalność stawia operatorów pocztowych w obliczu bezpośredniej konkurencji z firmami funkcjonującymi na rynkach komunikacji elektronicznej, zarówno krajowych, jak i międzynarodowych.

Przedmiotem rozważań w tej części artykułu są usługi udostępniane klientom on-line, monitorowane przez Światowy Związek Pocztowy. Należą one do grupy usług ułatwiających korzystanie z oferty operatorów pocztowych, zwłaszcza eliminują konieczność bezpośredniej obecności konsumenta w placówce pocztowej. W tabeli 1 zamieszczone są informacje dotyczące liczby operatorów (bez Belgii, Łotwy oraz Hiszpanii – brak danych w całym analizowanym okresie), którzy udostępniają usługi on-line.

Jak wynika z tabeli, liczba operatorów, którzy w analizowanym okresie potwierdzili świadczenie usług logistycznych, zawierała się w granicach od 12 do 15. Natomiast zastanawiający jest fakt niewielkiej i malejącej liczby operatorów (od 8 w 2006 r. do 5 w 2010 r.), którzy oferowali publiczny dostęp do Internetu. Jakkolwiek jednym z elementów rozwoju społeczeństwa informacyjnego, preferowanym przez Światowy Związek Pocztowy w świetle działalności pocztowej, było tworzenie punktów takiego dostępu w postaci telecentrów², to zaobserwowana w krajach Wspólnoty sytuacja mogła wynikać z ogólnej tendencji zmniejszania liczby placówek

² P. Donohoe: *High Level Conference on the Information Society*, International Bureau of the Universal Postal Union, prezentacja na konferencji, Berne, 8 June 2007.

Tabela 1

Usługi z wykorzystaniem Internetu udostępniane klientom
przez publicznych operatorów pocztowych w UE w latach 2006–2010

Rodzaj usług	2006 r.	2007 r.	2008 r.	2009 r.	2010 r.
	Liczba operatorów				
Logistyczne	12	15	14	13	13
Publiczny dostęp do Internetu	8	6	5	4	5
Usługi świadczone on-line, w tym:	24	24	24	24	24
opłaty pocztowe przez Internet	3	6	7	9	8
wpłaty na rachunki przez Internet	6	7	7	9	9
poczta elektroniczna	9	9	10	10	13
zamawianie towarów przez Internet	8	7	6	7	9
<i>track and trace</i> – śledzenie przesyłki	10	11	10	12	14
elektroniczne stemplowanie	21	22	22	24	22
znaczki cyfrowe	12	15	15	17	15
elektroniczny podpis	4	5	6	6	4
sprzedaż produktów filatelistycznych	5	8	8	10	10
wyszukiwarka kodów pocztowych	17	21	20	19	20
informacje na temat opłat pocztowych	20	22	22	22	23
zmiana adresu	20	23	23	22	24
zamawianie subskrypcji czasopism	7	8	8	10	10
inne usługi	7	8	10	11	8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Światowego Związku Pocztowego (UPU).

pocztowych (bądź zamiany ich na placówki niższego rzędu), aby zredukować wysokie koszty ich utrzymania. Jako przykład można podać działanie Poczty Polskiej w tym zakresie. Otóż w 2003 r. krajowy operator podjął inicjatywę połączenia w jednym miejscu działalności agencji pocztowej, wiejskiej biblioteki i kawiarenki internetowej poprzez tworzenie Centrów Komunikacji Społecznej (CKS), które

mogły wnieść znaczący wkład w tworzenie społeczeństwa informacyjnego. Miały umożliwić mieszkańcom – bezpłatnie lub za niewielką opłatą – korzystanie z sieci Internet, spełniając tym samym funkcje edukacyjne, komunikacyjne i usługowe. Czterokrotny wzrost liczby CKS-ów (z 10 w 2003 r. do 42 w 2007 r.) zapowiadał ich gwałtowny rozwój. Jednak w krótkim czasie zredukowano liczbę takich placówek do 26 w 2010 r., zlokalizowanych wyłącznie na wsi. Można przypuszczać, że operator podjął taką decyzję, ponieważ ich tworzenie, a później utrzymanie generowało wysokie koszty, przy stosunkowo niewielkim zainteresowaniu ze strony potencjalnych użytkowników.

Wracając do rozważań na temat usług świadczonych z wykorzystaniem Internetu, należy zwrócić uwagę, że w badanym okresie wszyscy objęci analizą operatorzy oferowali usługi on-line. Najpopularniejsze z nich to elektroniczne stemplowanie, zmiana adresu, wyszukiwanie kodów pocztowych oraz informacje na temat cenników świadczonych usług – od 17 do 24 operatorów pocztowych oferowało takie usługi. Nieliczna grupa operatorów – od 3 do 10 – proponowała swoim klientom usługi w zakresie dokonywania przez Internet opłat pocztowych, wpłat na rachunki, zamawiania towarów, elektronicznego podpisu czy zamawiania subskrypcji na czasopisma.

Pod pojęciem „inne usługi” operatorzy oferowali np. informowanie o nadejściu korespondencji, przewodniki po produktach pocztowych (Portugalia); e-commerce, Eurogiro, Western Union (Rumunia); krajowy e-telegram, agencję certyfikującą, elektroniczną archiwizację, elektroniczne karty pocztowe (Słowenia); wyszukiwarke sklepów, wyznaczanie trasy listu i paczki pocztowej, hybrydowe przesyłki listowe, sprzedaż adresów (Austria). Ponadto operator holenderski oferował: projektowanie karty pocztowej przez Internet, a następnie jej tradycyjne doręczenie, a także usługę *Send me Now* – polegającą na zamawianiu m.in. próbek towarów, gadżetów czy broszur informacyjnych, zarówno przez Internet, jak i za pomocą SMS.

Podsumowanie

Podsumowując rozważania, które były przedmiotem niniejszego artykułu, należy podkreślić, że nowoczesne usługi komunikacji elektronicznej są obecne we wszystkich dziedzinach życia społecznego i gospodarczego. Warto też zwrócić uwagę przede wszystkim na ich komplementarny (nie substytucyjny) charakter względem usług pocztowych (i odwrotnie). Determinuje to publicznych operatorów pocztowych do poszukiwania sposobów wykorzystania możliwości, jakie daje rozwój technik ICT i przesunięcia swojej aktywności w kierunku unowocześnienia usług w zakresie doręczania przesyłek, usług logistycznych, usług on-line oraz usług finansowych. Wskutek tego część z nich przeobraziła się już w skuteczne, innowacyjne i konkurencyjne przedsiębiorstwa odpowiadające na potrzeby klien-

tów i rynku. Jest to niezwykle ważne w przededniu ostatecznego otwarcia rynku usług pocztowych na konkurencję. Z kolei w wymiarze społecznym operatorzy, którzy rozbudowali ofertę o nowoczesne usługi, świadczone w oparciu o techniki komunikacji elektronicznej, zwiększyli swój wkład w rozwój społeczeństwa informacyjnego.

Literatura

1. Donohoe P., *Postal e-Services Strategy – Reinforcing the role of the Posts in the Information Society*, prezentacja na konferencji „High Level Conference on the Information Society”, International Bureau of the Universal Postal Union, Berne, 8 June 2007.
2. Kruszyński K., Stolarczyk A., *Analiza wpływu technik komunikacji elektronicznej na kształtowanie się rynku usług pocztowych z uwzględnieniem parametrów charakteryzujących ten rynek*, Instytut Łączności, Warszawa, grudzień 2006.
3. *Universal Postal Union: The Evolution of the Postal Sector – Implications for the Stakeholders (2006–2012)*, Berne, March 2007.
4. www.europa.eu.
5. www.upu.int.
6. www.poczta-polska.pl.

UNIVERSAL SERVICE PROVIDERS SHARE IN THE DEVELOPMENT OF INFORMATION SOCIETY IN THE EUROPEAN UNION – SERVICES PROVIDED ON-LINE

Summary

In this paper authors show USPs share in the development of information society in the EU in the light of services provided on-line. They underlining of positive aspects of the ICT development influence on how public postal operators have adapted to a changing market through the modernization of basic postal processes, the product innovation and organizational changes.

Translated by Anna Stolarczyk