

Artur MODLIŃSKI*
Aron WADLEWSKI**

PROCES UTRATY POZYCJI MONOPOLISTYCZNEJ PRZEZ POCZTĘ POLSKĄ

(Streszczenie)

Celem artykułu jest wyjaśnienie przyczyny posiadania przez Poczta Polską uprzywilejowanej pozycji rynkowej oraz wskazanie determinantów, które przyczyniły się do jej stopniowej utraty. Autorzy, wykorzystując zasoby internetowe w postaci artykułów prasowych, komentarzy oraz relacji dokonali próby charakterystyki procesu liberalizacji na polskim rynku usług pocztowych. Następnie przedstawiona została analiza porównawcza skutków takich działań z wykorzystaniem niemieckiego DHL, francuskiej La Poste oraz brytyjskiego Royal Mail. W opracowaniu uwzględnia się przyczyny organizacyjno-prawne i konkurencyjno-technologiczne jako główne czynniki, które doprowadziły do liberalizacji rynku usług pocztowych w Polsce. Wykorzystanie aktów prawnych i danych z raportów zagranicznych spółek pocztowych pozwala zrozumieć sam proces liberalizacji rynku w tym obszarze i porównać go z analogicznymi zjawiskami w innych krajach.

Słowa kluczowe: monopol; rynek usług pocztowych; liberalizacji rynku

1. Wstęp

Funkcjonowanie struktury monopolistycznej jest przedmiotem licznych dyskusji na temat przyczyn oraz możliwości przeciwdziałania temu zjawisku. Szczególnie kontrowersje na terenie Unii Europejskiej wzbudza ostatnimi czasy posiadanie uprzywilejowanej pozycji rynkowej przez przedsiębiorstwa świadczące usługi pocztowe. Obecnie dostrzega się ogólnoeuropejski trend do liberalizacji działań

* Doktorant w Katedrze Marketingu, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Łódzki; e-mail: modliński@uni.lodz.pl

** Doktorant w Katedrze Marketingu, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Łódzki; e-mail: aron.wadlewski@gmail.com

na tym właśnie rynku. Celem artykułu staje się zatem analiza genezy hegemonicznej pozycji Poczty Polskiej na rynku, wydzielenie etapów jej stopniowego przekształcania oraz wskazanie czynników, które ostatecznie przyczyniły się do pozbawienia jej dotychczasowej pozycji rynkowej. Wartymi rozważenia wydają się zarówno same skutki uwolnienia rynku pocztowego dla Poczty Polskiej i jej otoczenia, jak i próba udzielenia odpowiedzi na pytanie czy podobne tendencje widoczne są także w innych krajach europejskich, gdzie zdecydowano się na analogiczne działania?

2. Zjawisko monopolu w branży usług pocztowych

Analizując największe europejskie rynki z punktu widzenia ilości świadczonych usług pocztowych, należy zwrócić uwagę na Niemcy, Francję i Wielką Brytanię. Dominującym przedsiębiorstwem w branży usług pocztowych w Niemczech jest Deutsche Post (DHL), które zostało sprywatyzowane w 1995 roku i obecnie dynamicznie się rozwija. W samym roku 2013 zysk przedsiębiorstwa wyniósł rekordowe 55 mld Euro¹. Deutsche Post, działając jako spółka publiczna, notowana jest na niemieckiej giełdzie i, mimo braku regulacji państwowych, posiada niemal monopolistyczną pozycję na rynku usług pocztowych. Dobra kondycja spółki na terenie Niemiec spowodowana jest przede wszystkim atrakcyjnością jej oferty, skutecznym zarządzaniem wewnętrznym i dostosowaniem działalności pod kątem oczekiwań konsumentów, co przyczynia się do zyskiwania coraz silniejszej pozycji poza Niemcami. Z monopolisty lokalnego DHL ma szansę stać się monopolistą regionalnym (ogólnoeuropejskim), szczególnie przy braku formalnych ograniczeń wejścia na rynki w innych państwach członkowskich Unii Europejskiej.

We Francji do 2011 roku pozycję monopolistyczną posiadała państwowa La Poste, która stopniowo traciła udział w rynku już od początku XXI wieku². W wyniku utraty gwarancji państwowych La Poste przekształcona została w spółkę akcyjną, a obecnie zmaga się z rosnącą konkurencją. W roku 2013 jej zysk był znacznie mniejszy niż niemieckiego DHL i wyniósł jedynie 627 mln Euro³. Stopniowa utrata pozycji lokalnego monopolisty na rynku francuskim uniemoż-

¹ www.dpdhl.com/content/dam/dpdhl/Investors/Events/Reporting/2014/DPDHL_2013_Annual_Report.pdf; stan na dzień 9.02.2015 r.

² **J. Garnier, F. Gliszczynski**, *La Poste a perdu son monopole du Courier*, <http://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20101231trib000587835/la-poste-a-perdu-son-monopole-du-courrier.html>; stan na dzień 9.02.2015 r.

³ www.ipc.be/en/reports%20library/publications/member%20publications/le%20groupe%20la%20poste_2013_ar; stan na dzień 9.02.2015 r.

liwia w pełni skuteczne konkurowanie La Poste na innych rynkach europejskich. Obecnie obserwuje się działania spółki w zakresie rozszerzenia portfolio usług o bankowość i finanse oraz wielomilionowych inwestycji mających doprowadzić do odzyskania hegemonicznej pozycji na rynku francuskim mimo braku państwowego wsparcia.

W Wielkiej Brytanii usługi pocztowe związane są stricte z działalnością poczty królewskiej – Royal Mail, założonej w 1516 roku. W chwili obecnej posiada ona status publicznej spółki akcyjnej z ograniczoną odpowiedzialnością i jest notowana na tamtejszej giełdzie. Royal Mail również utracił pozycję monopolistyczną w wyniku regulacji demonopolizacyjnych – ostatecznie w roku 2006, jednak już w 2003 roku zniesiono w Wielkiej Brytanii pierwsze ograniczenia na wybrane usługi pocztowe⁴. Na podstawie Postal Service Act z roku 2011 rząd brytyjski uzyskał prawo do sprzedaży akcji spółki podmiotom prywatnym⁵. Wiązało się to z krótkookresową utratą dotychczasowej pozycji na rynku lokalnym, jednak w wyniku wprowadzenia strategii restrukturyzacyjnych Royal Mail udało się odzyskać dotychczasową pozycję – i to bez gwarancji ze strony państwa czy ograniczeń prawnych dla konkurencji. Zysk Royal Mail po zmianach restrukturyzacyjnych wykazywał tendencję rosnącą, osiągając w roku 2013 rekordowe 9,146 mln funtów (~11 mld Euro)⁶. Dobra kondycja spółki wiąże się nie tylko z zyskiem generowanym na terenie Wielkiej Brytanii. Royal Mail rozszerza swą działalność geograficznie, świadcząc usługi kurierskie na terenie 37 krajów Europy za pośrednictwem podległego grupie GLS⁷.

Z przeprowadzonej analizy wyłania się z jednej strony obraz niemieckiego DHL i brytyjskiego Royal Mail, które odniosły sukces i uzyskały znaczną przewagę konkurencyjną w wyniku prowadzonych działań na wolnym rynku. Z drugiej strony – słabnąca pozycja francuskiej La Poste pozwala przypuszczać, że nie na wszystkich rynkach proces demonopolizacyjny usług pocztowych musi oznaczać utrzymanie pozycji lidera rynku przez dotychczasowego monopolistę. Nie można również stwierdzić czy w przyszłości La Poste nie podąży drogą brytyjskiego Royal Mail, który po krótkookresowym kryzysie odzyskał swą dominującą pozycję.

⁴ A. Seager, *Royal Mail loses its monopoly on letters after 350 years*, <http://www.theguardian.com/business/2005/feb/18/postalservice>; stan na dzień 9.02.2015 r.

⁵ services.parliament.uk/bills/2010-11/postalservices.html; stan na dzień 9.02.2015 r.

⁶ www.royalmailgroup.com/sites/default/files/Royal%20Mail%20Preliminary%20Results%202012-13_A_version.pdf; stan na dzień 9.02.2015 r.

⁷ www.royalmailgroup.com/our-businesses; stan na dzień 9.02.2015 r.

2.1. Uwarunkowania pozycji monopolistycznej Poczty Polskiej

Analizując proces rozwoju usług pocztowych, nie sposób nie zauważyć, że we wszystkich krajach europejskich ich świadczenie zostało zapoczątkowane z woli państwa. Czas rozpoczęcia państwowej działalności w tym obszarze jest podobny w przypadku wszystkich analizowanych wcześniej krajów. W Niemczech usługi pocztowe zostały utworzone w roku 1490, we Francji – w 1576 roku a w Wielkiej Brytanii – w 1516 roku. Oficjalną datą powstania Poczty Polskiej jest rok 1558, kiedy to z inicjatywy Zygmunta Augusta zaczęto rozwijać formalne kontakty pocztowe, szczególnie z państwami zachodnimi⁸.

Rozwój usług pocztowych w XVI wieku charakteryzował się podobnymi mechanizmami w większości ówczesnych państw. Powołana instytucja państwowa posiadała wyłączność na świadczenie usług pocztowych, które początkowo dotyczyły korespondencji dyplomatycznej, formalnej, prowadzonej przez arystokrację i bogate mieszczaństwo. Status instytucji państwowej zwiększał bezpieczeństwo i poufność korespondencji. Wraz z rozwojem gospodarczym i rewolucjami natury społecznej, dostęp do usług pocztowych systematycznie rozszerzał się, przy czym instytucje rządowe nadal posiadały wyłączność na świadczenie usług w tym zakresie. Słusznym wydaje się twierdzenie, że uprzywilejowana pozycja pojedynczych podmiotów pocztowych spowodowana była tradycją, powszechnym kojarzeniem tego typu usług z przywilejami państwa, poczuciem bezpieczeństwa i gwarancją otrzymania przesyłki oraz poufnością, której trudno było spodziewać się z rąk potencjalnych prywatnych przedsiębiorców. Jednak konieczność dopłaty do funkcjonowania usług pocztowych z budżetu państwa stała się przyczyną poszukiwania rozwiązań, które umożliwiłyby optymalizację działań i zmniejszenie kosztów jeszcze w okresie międzywojennym. Z inicjatywy Eugeniusza Kwiatkowskiego (Ministra Przemysłu i Handlu) w roku 1927 zaczęło obowiązywać rozporządzenie o komercjalizacji przedsiębiorstw państwowych, celem którego było ustanowienie skuteczniejszego modelu zarządzania, zdobycie samodzielności finansowej i odciążenie państwa w tym zakresie oraz ograniczenie interwencjonizmu parlamentu w zakresie usług pocztowych. Rok później utworzone zostało przedsiębiorstwo pocztowo-telekomunikacyjne „Poczta Polska, Telegraf i Telefon”, nad którym pieczę sprawował Minister Poczty i Telegrafów⁹. W okresie II wojny światowej pracownicy Poczty angażowali się w walkę z nazistami okupującymi Polskę (m.in. przez obronę Poczty Polskiej w Gdańsku

⁸ www.pzfruda.silesia.pl/46konkurs/450.htm; stan na dzień 10.02.2015 r.

⁹ www.pocztowekody.pl/OPoczcieHist.aspx; stan na dzień 10.02.2015 r.

w 1939 roku), przez co w świadomości zbiorowej Poczta jeszcze silniej zaczęła być kojarzona z tradycją i tożsamością narodową, a zawód listonosza cieszył się po II wojnie światowej szacunkiem i uznaniem.

Utworzona w 1928 roku „Poczta Polska, Telegraf i Telefon” została w 1991 roku podzielona na „Poczta Polska” (posiadającą status podmiotu użyteczności publicznej) oraz „Telekomunikację Polską” (jako spółkę akcyjną Skarbu Państwa)¹⁰. Decyzja o nadaniu Poczcie Polskiej statusu podmiotu świadczącego usługi z zakresu użyteczności publicznej po raz kolejny udowadnia, jak silnie usługi pocztowe były jeszcze pod koniec XX wieku utożsamiane z działalnością tradycyjnie osadzoną w realiach państwowych, gwarantujących społeczeństwu ciągłość i niezawodność świadczenia usług w tym zakresie. Coraz częściej jednak opinia publiczna zwracała uwagę na nieprawidłowe zarządzanie Poczta Polska, sugerując, że spowodowane jest to brakiem konkurencji i ignorowaniem wymagań rynku w wyniku posiadania pozycji monopolistycznej na świadczenie usług pocztowych w Polsce. Zgodnie z raportami finansowymi w roku 2008 Poczta Polska odnotowała stratę w wysokości 215 mln złotych, a w roku 2009 – 191 mln¹¹.

2.2. Konkurencyjno-technologiczne przyczyny utraty pozycji przez Poczta Polska

Grupę przyczyn pośrednich o skali globalnej, które doprowadziły do stopniowego obniżania pozycji Poczty Polskiej stanowią czynniki konkurencyjno-technologiczne. Tradycyjne usługi pocztowe były od początku XXI wieku systematycznie wypierane przez poczty elektroniczne, dzięki którym wiadomość docierała do adresata znacznie szybciej niż jako wysyłka pocztowa. Ponadto poczta elektroniczna, w przeciwieństwie do tradycyjnej, stała się usługą darmową, nie wymagającą fizycznej obecności w urzędzie pocztowym bądź szukania skrzynki pocztowej. Jordan Weissmann zauważa, że od 2000 do 2010 roku ilość przesyłek tradycyjnych w skali globalnej zmalała o 30 miliardów¹². Obecnie ilość wysyłanych przesyłek tradycyjnych osiągnęła poziom z roku 1986 i nadal spada. Jednocześnie przypuszczać można, że spadek znaczenia poczty tradycyjnej w społeczeństwach o wysokim stopniu dostępu do Internetu jest jeszcze wyraźniejszy, niż obrazują

¹⁰ U. Szymerska, *Rozwód poczty z telekomunikacją*, <http://www.computerworld.pl/artykuly/306968/Rozwod.poczty.z.telekomunikacja.html>; stan na dzień 10.02.2015 r.

¹¹ A. Stabryła, *Wciąż słabe wyniki Poczty*, <http://www.rp.pl/artykul/489718.html>; stan na dzień 10.02.2015 r.

¹² J. Weissmann, *Who Killed the Postal Service?*, <http://www.theatlantic.com/business/archive/2011/12/who-killed-the-postal-service/249508/>; stan na dzień 10.02.2015 r.

to statystyki J. Weissmana. W związku z tą tendencją, przedsiębiorstwa z branży pocztowej, które wcześniej czerpały zyski z przesyłanych listów i kartek pocztowych, zmuszone są do poszukiwania nowych usług, które zrekomensowałyby utratę tego poważnego ich zbioru. Obecnie zauważa się, że przedsiębiorstwa te coraz dynamiczniej angażują się w przesyłkę paczek, które – w przeciwieństwie do informacji pisanej – nie mogą być wysyłane inaczej niż metodami tradycyjnymi. Chris Crum potwierdza, że rozwój mediów społecznościowych i sklepów internetowych doprowadził do znacznego wzrostu ilości przesyłanych paczek, również pomiędzy znacznie od siebie geograficznie oddalonymi kontrahentami¹³.

Oprócz rozwoju technologicznego poważnym zagrożeniem dla Poczty Polskiej była rodząca się quasi-konkurencja, która podejmowała agresywne metody walki rynkowej. InPost obecny na polskim rynku od 2006 roku wprowadził niemal natychmiast niższe ceny usług (1,45 zł za przesłanie listu w Poczcie Polskiej i 1,10 za analogiczną przesyłkę w InPost). Ponad to konkurencja zaczęła wprowadzać innowacyjne opcje ofertowe, w tym śledzenie przesyłki za pomocą SMS-ów i Paczkomaty, umożliwiające odbiór przesyłki przez całą dobę i pozwalające uniknąć przy tym kolejek w urzędzie pocztowym. Jak sugeruje Tomasz Rożek swą pozycję Poczta Polska utrzymała wówczas w wyniku posiadania prawnie regulowanej do 2013 roku preferencyjnej oferty na dostarczanie przesyłek do 50 gramów. Jednakże i to unormowanie było stopniowo obchodzone przez konkurencję¹⁴ – InPost dołączał do listów o gramaturze poniżej 50 gramów metalowe płytki, które miały sztucznie obciążać list, by obniżyć jego cenę¹⁵.

2.3. Organizacyjno-prawne przyczyny utraty pozycji przez Poczta Polską

Do najistotniejszych uwarunkowań prawnych zaliczyć należy regulacje wydane przez Unię Europejską. Ujmując rzecz ściślej mowa tutaj o trzech aktach prawnych wydanych przez Parlament Europejski, których celem stała się regulacja rynku pocztowego Unii Europejskiej. Pierwszym z nich była Dyrektywa 97/67/WE z dnia 15 grudnia 1997 roku w sprawie wspólnych reguł rozwoju rynku wewnętrznego

¹³ **Ch. Crum**, *Is Email Killing the Post Office? It Can't Be Helping*, <http://www.webpronews.com/email-post-office-2011-05>; stan na dzień 10.02.2015 r.

¹⁴ **T. Rożek**, *Konkurencja Poczty Polskiej zaoferuje nową jakość usług*, <http://www.polskatimes.pl/artykul/41421,konkurencja-poczty-polskiej-zaoferuje-nowa-jakosc-uslug,2,id,t,sahtml>; stan na dzień 10.02.2015 r.

¹⁵ **S. Burzyński**, *Listy dociążane blachami jeszcze przez dwa lata*, <http://skierniewice.naszemiasto.pl/artykul/listy-dociazane-blachami-jeszcze-przez-dwa-lata,915981,art,t,id,tm.html>; stan na dzień 10.02.2015 r.

usług pocztowych Wspólnoty oraz poprawy jakości usług (tzw. I Dyrektywa pocztowa)¹⁶. Drugi akt to dyrektywa wydana 10 czerwca 2002 roku (Dyrektywa 2002/39/WE) w zakresie dalszego otwarcia na konkurencję wspólnotowych usług powszechnych (tzw. II Dyrektywa pocztowa)¹⁷. Trzecim aktem wydanym 20 lutego 2008 roku stała się tzw. III Dyrektywa pocztowa (Dyrektywa 2008/6/WE), która zmieniała Dyrektywę 97/67/WE w odniesieniu do pełnego urzeczywistnienia rynku wewnętrznego usług pocztowych Wspólnoty¹⁸. Wymienione Dyrektywy określają status prawny oraz zakres funkcjonowania niezależnych organów regulacyjnych w państwach członkowskich. Zawierają również obligatoryjne postanowienia, które powinny być wprowadzane do porządków praw państw członkowskich UE. Celami tych regulacji stało się zapewnienie świadczenia powszechnych usług pocztowych w ramach UE, jak również ustalenie zasad taryfowych i przejrzystości rachunków na potrzeby świadczenia usług powszechnych oraz ustanowienie norm jakości i systemu zapewniającego zgodność z normami. W drodze przyjętych regulacji założono zrealizowanie jednego z ważniejszych celów polityki Unii Europejskiej, jakim stało się pogodzenie procesu kontrolowanej liberalizacji rynku usług pocztowych z jednoczesnym zagwarantowaniem konsumentom wysokiej jakości usług pocztowych, w tym zapewnienia świadczenia usługi powszechnej po przystępnych cenach z trwałą gwarancją jej świadczenia.

Regulacje wydane przez Unię Europejską to nie jedyne powody, dla których rozpoczęty został proces demonopolizacji rynku usług pocztowych. Istotne znaczenie miały także przepisy prawa międzynarodowego, w tym akty prawne Światowego Związku Pocztowego, czyli agendy Narodów Zjednoczonych, w ramach której realizowana jest współpraca między administracjami pocztowymi oraz operatorami świadczącymi usługi powszechne.

Konfrontując wydawane regulacje prawne z przemianami, jakie następowały na Polskim rynku usług pocztowych, można dokonać starannej klasyfikacji następujących po sobie etapów. Zaczynając od okresu najbardziej przełomowego w procesie liberalizacji usług pocztowych, należy wymienić datę 1 stycznia 2013 roku. W tym dniu weszła w życie ustawa z 23 listopada 2012 roku Prawo pocztowe (Dz.U. z 2012 r., poz. 1529)¹⁹, która wdrożyła do polskiego porządku prawnego III Dyrektywę pocztową²⁰. Mateusz Adamski zwraca uwagę, że Polska

¹⁶ Dyrektywa 97/67/WE z dnia 15 grudnia 1997 r.

¹⁷ Dyrektywa 2002/39/WE z dnia 10 czerwca 2002 r.

¹⁸ Dyrektywa 2008/6/WE z dnia 20 lutego 2008 r.

¹⁹ Ustawa z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe Dz.U. z 2012 r., poz. 1529.

²⁰ szulikowski.blog.onet.pl/2013/01/14/koniec-monopolu-poczty-polskiej—nowa-ustawa/; stan na dzień 10.02.2015 r.

skorzystała z możliwości wydłużenia czasu adaptacji wytycznych III Dyrektywy pocztowej o okres 2 lat. Przed wejściem w życie ustawy rynek usług pocztowych ewoluował bardzo powoli. Stopniowo otwierał się na konkurencję i zmniejszał obszar usług zastrzeżonych dla operatora świadczącego usługi powszechne²¹. Jak wskazuje „Raport o stanie roku prasowego” z lat 2012 i 2013, dopiero z początkiem 2013 roku nastąpiło ostateczne zniesienie obszaru zastrzeżonego i jasne określenie zasad funkcjonowania rynku pocztowego²². Ustawa rozszerzyła również definicję usług pocztowych. W miejsce obowiązującej definicji, obejmującej cały proces postępowania z przesyłką od momentu jej przyjęcia do doręczenia, wprowadziła definicję rozłączną. W wyniku czego każdy etap postępowania z przesyłką (taki jak przyjęcie, sortowanie, przemieszczanie i doręczanie) stał się usługą pocztową.

Kolejną przełomową zmianą stało się utracenie przez Poczte Polską miana operatora publicznego oraz wprowadzenie definicji operatora wyznaczonego do świadczenia powszechnych usług pocztowych. Mowa tu o usługach świadczonych na terytorium całego kraju w sposób jednolity i po przystępnych cenach. Do momentu wejścia w życie ustawy usługi te świadczone były przez Poczte Polską jako operatora publicznego. W zgodzie z zapisami ustawy operator wyznaczony do świadczenia powszechnych usług pocztowych wyłaniany będzie w drodze konkursu na okres 10 lat. Konkurs przeprowadzany będzie przez Urząd Komunikacji Elektronicznej, a aplikować będą mogły wszystkie podmioty wpisane do rejestru operatorów pocztowych w UKE. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że zasady te zaczną obowiązywać dopiero w 2016 roku, co jest wynikiem powołania Poczty Polskiej do pełnienia obowiązków operatora wyznaczonego na okres 3 lat od momentu wejścia ustawy. Ciekawym rozwiązaniem mającym rekompensować możliwe straty wynikające z realizacji obowiązków operatora wyznaczonego jest fundusz kompensacyjny. W zgodzie z przyjętymi założeniami zasili on finansowo operatora wyznaczonego środkami finansowymi pochodzącymi od pozostałych firm pocztowych świadczących usługi powszechne lub podobne, z punktu widzenia klienta, do tych usług. Gdy te okażą się niewystarczające, uruchomione zostanie finansowanie z budżetu Państwa.

Ustawa, eliminując pojęcie obszaru zastrzeżonego, zlikwidowała ostatecznie obowiązujący do 2013 roku monopol Poczty Polskiej na przyjmowanie i dorę-

²¹ M. Adamski, *Poczta Polska traci monopol na przesyłki do 50 g*, <http://prawo.rp.pl/artykul/936502.html>; stan na dzień 10.02.2015 r.

²² Na podstawie porównania raportów za lata 2012 i 2013: www.uke.gov.pl/files/?id_plik=13127; stan na dzień 10.02.2015 r., oraz www.uke.gov.pl/files/?id_plik=16474; stan na dzień 10.02.2015 r.

czanie przesyłek o masie do 50 gramów. Pierwszym ze znaczących skutków zapisów ustawy stał się wygrany przetarg – konkurencyjnej względem Poczty Polskiej – Polskiej Grupy Pocztovej na obsługę całej korespondencji sądów powszechnych i prokuratur. Kontrowersje i sprzeciw adresatów wzbudził fakt, że po odbiór przesyłki zmuszeni byli udać się do placówek, które nie kojarzyły się dotychczas z miejscem mogącym zapewnić właściwą poufność takiego rodzaju korespondencji.

Pomimo że nowa ustawa zlikwidowała monopol Poczty Polskiej na przyjmowanie i doręczanie przesyłek o masie do 50 gramów to dotychczas nie przełożyło się to na zauważalną poprawę jakości świadczonych usług. Z całą pewnością przyczyniło się natomiast do obniżenia kosztów, które są głównym wyznacznikiem procedur przetargowych. Aby móc jednak mówić o pełnej realizacji założeń i celów Dyrektyw unijnych, nie wystarczy jedynie posługiwanie się kryterium ceny, ale i wyznacznikiem jakości świadczonych usług. Te z kolei nie mogą być tania świadczone bez dostępu do istniejącej infrastruktury, której posiadaczem jest Poczta Polska. Jak wskazuje Michał Fura sytuacja, w której wszyscy operatorzy pocztowi będą mogli konkurować na równych zasadach nastąpi dopiero wówczas gdy Urząd Komunikacji Elektronicznej nakaże Poczcie Polskiej udostępnienie posiadanej infrastruktury²³. O takie działanie monituje prywatna firma InPost, która – powołując się na nowe prawo pocztowe oraz dyrektywy unijne dotyczące otwarcia rynku – domaga się, aby listonosze Poczty Polskiej dostarczali jej przesyłki tam, gdzie firma nie dociera, jak również dostępu do placówek, gdzie miałyby być przyjmowane awiza przesyłek. Poczta Polska nie śpieszy się jednak z wyceną usług, za które chce zapłacić konkurencja, tłumacząc się obawą związaną z możliwością utraty własnych klientów. Według konkurentów Poczty Polskiej wyjściem z tej sytuacji i szansą na rzeczywiste uwolnienie rynku usług pocztowych może stać się jedynie pozytywna decyzja Urzędu Komunikacji Elektronicznej, mówiąca o obowiązku udostępnienia infrastruktury przez Poczta Polska. W przypadku wydania innego postanowienia, do osiągnięcia pełnej liberalizacji rynku potrzeba będzie dłuższego okresu i wypracowania wielu alternatywnych rozwiązań w zakresie obsługi tak zwanej ostatniej linii.

²³ **M. Fura**, *Poczta Polska traci monopol. Listonosz będzie musiał doręczać listy innych operatorów?*, http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/691608,poczta_polska_traci_monopol_listonosz_będzie_musiał_doreczac_listy_innych_operatorow.html; stan na dzień 10.02.2015 r.

5. Wnioski

W wyniku działań demonopolizacyjnych Poczta Polska znalazła się w warunkach silnej konkurencji ze strony prywatnych przedsiębiorstw, jednak – mimo wcześniejszych problemów finansowych – zaczyna generować coraz większy zysk, który w roku 2013 wyniósł 44 mln złotych²⁴. Stan ten został osiągnięty przede wszystkim przez plany restrukturyzacyjne wprowadzone przez nowy zarząd Poczty Polskiej. Piotr Miączyński i Leszek Kostrzewski²⁵ wskazują, że przede wszystkim położony został nacisk na obniżenie kosztów wewnętrznych przy utrzymaniu dotychczasowego zatrudnienia oraz na wprowadzeniu nowych produktów, aby sprostać wymaganiom postawionym przez konkurentów prywatnych. W wyniku wprowadzonych zmian marka Poczty Polskiej uległa całkowitemu rebrandingowi, który – choć wzbudza kontrowersje w środowisku starszych konsumentów, to jednak zdaje się przyczyniać do pozytywnego odbioru Poczty Polskiej przez klientów²⁶.

Mimo początkowych problemów natury finansowej, Poczta Polska wydaje się stabilizować swoją pozycję i skutecznie bronić się przed konkurentami prywatnymi, którzy nie posiadają równie bogato rozwiniętej struktury logistycznej. Niewątpliwą zaletą Poczty Polskiej jest nadal uwzględnianie pożytku publicznego w swej działalności. Wprowadzone plany restrukturyzacyjne stosunkowo szybko doprowadziły do wprowadzenia nowych usług zaproponowanych wcześniej przez konkurencję. Liczne skandale, które towarzyszą działalności prywatnych konkurentów (metalowe tabliczki doklejane do listów, świadczenie usług na dostawę korespondencji sądowej bez posiadania należytej infrastruktury) przyczyniają się do utrzymywania dużego zaufania klientów do Poczty Polskiej, która nie posiadając wcześniejszych przywilejów zdaje się coraz skuteczniej funkcjonować w realiach pozbawionego monopolu rynku.

²⁴ www.pb.pl/3941127,2547,poczta-polska-wypracuje-zysk-netto-w-tym-roku; stan na dzień 10.02.2015 r.

²⁵ **P. Miączyński, L. Kostrzewski**, *Jak udało się restrukturyzacja Poczty Polskiej*, wyborcza.biz/biznes/1,101562,13336412,Jak_udala_sie_restrukturyzacja_Poczty_Polskiej.html; stan na dzień 10.02.2015 r.

²⁶ **A. Smolicki**, *Nowe logo poczty polskiej, czyżby kolejny na naszym rynku dyskusyjny rebranding?*, <http://www.frazpc.pl/b/173934>; stan na dzień 10.02.2015 r.

Bibliografia

Akty prawne:

Dyrektywa 2002/39/WE z dnia 10 czerwca 2002 r.

Dyrektywa 2008/6/WE z dnia 20 lutego 2008 r.

Dyrektywa 97/67/WE z dnia 15 grudnia 1997 r.

Ustawa z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe (Dz.U. z 2012 r., poz.1529).

Opracowania:

Burzyński Sławomir, *Listy dociążane blachami jeszcze przez dwa lata*, 2011, <http://skierniewice.naszemiasto.pl/artykul/listy-dociazane-blachami-jeszcze-przez-dwa-lata,915981,art,t,id,tm.html>; stan na dzień 10.02.2015 r.

Crum Chris, *Is Email Killing the Post Office? It Can't Be Helping*, 2011, <http://www.webprone.ws.com/email-post-office-2011-05>; stan na dzień 10.02.2015 r.

Fura Michał, *Poczta Polska traci monopol. Listonosz będzie musiał doręczać listy innych operatorów?*, 2013, http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/691608,poczta_polska_traci_monopol_listonosz_bedzie_musial_doreczac_listy_innych_operatorow.html; stan na dzień 10.02.2015 r.

Garnier Juliette, Gliszczynski Fabrice, *La Poste a perdu son monopole du courrier*, 2013, <http://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20101231trib000587835/la-poste-a-perdu-son-monopole-du-courrier.html>; stan na dzień 9.02.2015 r.

Miączyński Piotr, Kostrzewski Leszek, *Jak udało się restrukturyzacja Poczty Polskiej*, 2013, wyborcza.biz/biznes/1,101562,13336412,Jak_udala_sie_restrukturyzacja_Poczty_Polskiej.html; stan na dzień 10.02.2015 r.

Pasterski R., *Poczta Polska traci monopol na przesyłki do 50 g*, 2012, <http://prawo.rp.pl/artykul/936502.html>; stan na dzień 10.02.2015 r.

Rożek Tomasz, *Konkurencja Poczty Polskiej zaoferuje nową jakość usług*, 2010, <http://www.polskatimes.pl/artykul/41421, Konkurencja-poczty-polskiej-zaoferuje-nowa-jakosc-uslug,2,id,t,sa.html>; stan na dzień 10.02.2015 r.

Seager Ashley, *Royal Mail loses its monopoly on letters after 350 years*, 2005, <http://www.theguardian.com/business/2005/feb/18/postalservice>; stan na dzień 9.02.2015 r.

Smolicki Andrzej, *Nowe logo poczty polskiej, czyżby kolejny na naszym rynku dyskusyjny re-branding?*, 2014, <http://www.frazpc.pl/b/173934>; stan na dzień 10.02.2015 r.

Stabryła Aneta, *Wciąż słabe wyniki Poczty*, 2010, <http://www.rp.pl/artykul/489718.html>; stan na dzień 10.02.2015 r.

Szymerska Urszula, *Rozwód poczty z telekomunikacją*, 1992, <http://www.computerworld.pl/artykuly/306968/Rozwod.poczty.z.telekomunikacja.html>; stan na dzień 10.02.2015 r.

Weissmann Jordan, *Who Killed the Postal Service?*, 2011, <http://www.theatlantic.com/business/archive/2011/12/who-killed-the-postal-service/249508/>; stan na dzień 10.02.2015 r.

Strony internetowe:

www.pzfruda.silesia.pl/46konkurs/450.htm; stan na dzień 10.02.2015 r.

www.szulikowski.blog.onet.pl/2013/01/14/koniec-monopolu-poczty-polskiej---nowa-ustawa/; stan na dzień 10.02.2015 r.

www.dpdhl.com/content/dam/dpdhl/Investors/Events/Reporting/2014/DPDHL_2013_Annual_Report.pdf; stan na dzień 9.02.2015 r.
www.pocztowekody.pl/OPoczcieHist.aspx; stan na dzień 10.02.2015 r.
www.ipc.be/en/reports%20library/publications/member%20publications/le%20groupe%20la%20poste_2013_ar; stan na dzień 9.02.2015 r.
www.pb.pl/3941127,2547,poczta-polska-wypracuje-zysk-netto-w-tym-roku; stan na dzień 10.02.2015 r.
www.uke.gov.pl/files/?id_plik=13127; stan na dzień 10.02.2015 r.
www.uke.gov.pl/files/?id_plik=16474; stan na dzień 10.02.2015 r.
www.royalmailgroup.com/sites/default/files/Royal%20Mail%20Preliminary%20Results%202012-13_A_version.pdf; stan na dzień 9.02.2015 r.
www.royalmailgroup.com/our-businesses; stan na dzień 9.02.2015 r.

Artur MODLIŃSKI
Aron WADLEWSKI

THE PROCESS OF LOSING THE MONOPOLY POSITION BY POLISH POST

(Summary)

The main goal of the article is to point out the factors which have contributed to the monopoly position of Polish Post in the past and the determinants which has recently brought about its loss. The authors are using such online sources as press articles, comments and reports to characterize the process of Polish postal service market liberalization. Then, there is presented the juxtaposition of the process' results where Polish Post is compared with German DHL, French – La Poste and British – Royal Mail. In the article, the focal points are the organizational and legal as well as competitive and technological factors which have caused the loss of monopoly position by Polish Post. The use of legal acts and numeric data from the reports of foreign postal companies enable to conceive the process of liberalization in this area and to compare it with analogical phenomenon in other countries.

Keywords: monopoly; postal service market; market liberalization