

Dr Maciej Lewandowski

Poczta Polska

Dr Paweł Młodkowski

SOKA University, Tokio

Rynek usług pocztowych w UGW

WSTĘP

W literaturze naukowej przedmiotu usługi definiowane są w różny sposób. A. Smith [1954, s. 574] wiązał usługi z pracą nieprodukcyjną, a więc z pracą, która nie tworzy bogactwa narodowego. Podkreślał on rolę poczty w gospodarce, z tym, że pocztę uważał za przedsięwzięcie gospodarcze prowadzone przez państwo. Z kolei W.J. Stanton [1981, s. 441] uważał, że usługi są odrębnie występującą działalnością, która nie ma charakteru materialnego, ale która dostarcza określonych korzyści.

Definiując pojęcie usług pocztowych należy podkreślić fakt, że mają one charakter usług komunikacyjnych. Świadczenie tych usług polega przede wszystkim na zapewnieniu przepływu informacji od jednego lub wielu nadawców do jednego lub wielu odbiorców [Czaplewski, 1993, s. 35]. Stąd, w ujęciu prawnym usługi pocztowe to umowa polegająca na przyjmowaniu oraz przesyłaniu: przesyłek listowych, paczek pocztowych, przekazów pieniężnych, prasy lub innych przedmiotów łącznie z odpowiednim opakowaniem [Górski, Dominiczak, Gospodarek, 1982, s. 28–30].

Mówiąc natomiast o rynku usług pocztowych trzeba zaznaczyć, że jest to proces pomagający usługodawcom, a więc operatorom pocztowym oraz usługobiorcom, czyli klientom indywidualnym i instytucjonalnym, określić, jakie usługi pocztowe mają zamiar kupować i sprzedawać, w jakiej ilości, cenie oraz na jakich zasadach w ramach obowiązującego systemu regulacji. To także sfera obrotu świadczeniami o charakterze pośrednictwa, które realizowane są przez operatorów pocztowych na zlecenie klientów instytucjonalnych dla ich klientów indywidualnych [Panasiuk, 2003, s. 35].

Za obserwowane zmiany na rynku odpowiadają procesy integracji gospodarczej we Wspólnotach Europejskich. Drugą grupę istotnych czynników reprezentują nowoczesne technologie telekomunikacyjne stanowiące doskonałe substytuty dla tradycyjnych usług pocztowych, jeśli chodzi o przekazywanie informacji. Zmiany na analizowanym rynku usług pocztowych są głębokie i różnora-

kie. Podejmując próbę ich całościowej oceny stwierdzić można, że stanowią one niespotykane dotychczas wyzwanie dla operatorów narodowych. Ich reakcja w odpowiedzi na powstające zagrożenia i szanse może stanowić ciekawy temat badawczy dla mikroekonomii.

OBSZARY RYNKU USŁUG POCZTOWYCH

Rynek usług pocztowych ma strukturę wielosegmentową, w związku z tym zachodzi konieczność rozpatrywania form tego rynku dla poszczególnych segmentów osobno. W przypadku segmentu usług o charakterze powszechnym (przesyłek listowych, przesyłek z zadeklarowaną wartością, przekazów pocztowych, paczek) można powiedzieć, że w obszarze tym funkcjonuje jeden wielki podmiot: pocztowy operator publiczny. Podmiot ten jest w posiadaniu prawie 100% udziału w rynku oraz świadczy pełen zakres usług dla klientów indywidualnych i instytucjonalnych. To forma monopolu, usankcjonowana zapisami obowiązującego prawa, które reguluje zasady funkcjonowania rynku usług pocztowych. Działalność pocztowa w tym sektorze to przykład oddziaływania państwa na procesy rynkowe, ale również wpływu na kształt organizacyjny rynku pocztowego oraz strukturę podaży. Zgodnie z uregulowaniami ustawowymi państwo nakłada na pocztowego operatora publicznego określone obowiązki, a jednocześnie chroni jego działalność określając tak zwany obszar zastrzeżony obejmujący usługi, które może wykonywać tylko operator publiczny. Działalność operatora publicznego tylko w niewielkim stopniu uzupełniana jest przez podmioty gospodarcze w niektórych podsegmentach tego rynku.

W drugim segmencie usług o określonych parametrach jakościowych (usługi kurierskie), gdzie szybkość doręczenia informacji ma szczególnie duże znaczenie, działa zarówno pocztowy operator publiczny, jak i paru prywatnych operatorów pocztowych o znaczącej pozycji na rynku. Z punktu widzenia wielkości tego rynku i asortymentu świadczonych usług można stwierdzić, że sytuacja uczestników strony podażowej rynku jest podobna. Podmioty te świadczą usługi dla wszystkich uczestników rynku – od strony popytowej. Ten segment rynku opanowany jest przez kilku największych operatorów pocztowych. Są oni współzależni od siebie w dziedzinie swoich utargów, produkcji pocztowej, inwestycji, reklamy i są tego świadomi. Można stwierdzić, że ten obszar rynku pocztowego ma charakter oligopolu [Panasiuk, 2003, s. 37].

Trzeci obszar obejmujący usługi z zakresu druków bezadresowych i *direct mail* (zaadresowane przesyłki promocyjne) ma charakter konkurencyjny, mimo że pocztowy operator publiczny posiada olbrzymi potencjał i zasięg działania pozwalający świadczyć kompleksowo te usługi.

Obszar związany z usługami pośrednictwa też ma charakter konkurencyjny. Jednak operator publiczny może wykorzystywać efekt skali dzięki dużej dostępności do sieci usługowej. Dlatego usługi typu wypłat rent i emerytur w imieniu zakładów ubezpieczeń społecznych są świadczone przez pocztowych operatorów publicznych. Tak więc rynek usług pocztowych ma charakter mieszany, czyli łączy cechy monopolu, oligopolu, konkurencji monopolistycznej, a na pewnych obszarach ma charakter konkurencyjny, zwłaszcza w zakresie konkurencji substytucyjnej.

KONKURENCJA SUBSTYTUCYJNA NA RYNKU PRZESYŁEK POCZTOWYCH

Na strukturę rynku przesyłek pocztowych wpływają trzy poziomy konkurencji. Należy tu wymienić:

- konkurencję bezpośrednią – obejmuje ona firmy aktualnie działające na tym rynku i oferujące tę samą usługę,
- konkurencję potencjalną – to znaczący powstawanie nowych firm na danym rynku,
- konkurencję substytucyjną – która jest zewnętrznym zagrożeniem dla układu sił panującego na danym rynku wskutek wprowadzenia produktu alternatywnego lub substytucyjnego.

Do konkurencji substytucyjnej należą firmy, które oferują różne usługi od operatorów pocztowych, ale zaspakajają one te same albo podobne potrzeby [Działalność..., 1994, s. 8]. Dla przesyłek listowych taką konkurencję substytucyjną stanowią między innymi: telefonia stacjonarna, telefonia komórkowa, poczta elektroniczna, czy teleinformatyka [Buko, 1998, s. 9]. Szybki rozwój zastępczych mediów elektronicznych i rozwój sieci, takich jak: Internet oraz rozwój związanych z nim systemów transmisji dokumentów, danych, dokumentów czy obrazów może mieć wpływ na zachowania dotychczasowych klientów operatorów pocztowych [Korczyński, 2001, s. 27]. Może to być przyczyną zmian w zakresie podaży i popytu na usługi pocztowe.

PODMIOTY REPREZENTUJĄCE POPYT I PODAŻ NA RYNKU USŁUG POCZTOWYCH

Podmiotami reprezentującymi popyt na rynku usług pocztowych są:

- konsumenci indywidualni,
- przedsiębiorstwa,
- instytucje prywatne i publiczne.

Popyt zgłaszany przez te grupy jest zróżnicowany pod względem ilościowym i jakościowym.

Stronę podażową rynku usług pocztowych tworzą dwa rodzaje podmiotów gospodarczych, które świadczą usługi pocztowe. Pierwszym i najważniejszym jest operator publiczny. W każdym kraju jest to przeważnie pojedynczy podmiot. Jednak zdarza się, że narodowy system składa się z wielu podmiotów, których działalność to składowa funkcji realizowanych przez operatora publicznego. Operator publiczny posiada przeważnie status przedsiębiorstwa państwowego. Oprócz tego funkcjonują inni operatorzy pocztowi – prywatni, świadczący usługi w niektórych segmentach rynku usług pocztowych. Taki podział podmiotów związany jest z regulacją, a więc formą i zakresem oddziaływania polityki danego państwa na procesy rynku usług pocztowych.

POLITYKA REGULACYJNA RYNKU USŁUG POCZTOWYCH

Wobec uczestników rynku usług pocztowych prowadzona jest w każdym kraju polityka regulacyjna. Dotyczy ona głównie przedsiębiorstw świadczących te szczególne usługi. Ze względu na ogromną rolę społeczną poczty, państwo angażuje się w tym sektorze gospodarki. Polityka wobec rynku usług pocztowych wyraża się poprzez:

- wyodrębnienie przepisów ustawowych,
- określenie zakresu obszaru usług pocztowych zastrzeżonych,
- powołanie organów kontroli obszaru zastrzeżonego i jakości usług świadczonych przez operatorów pocztowych,
- wprowadzenie koncesji,
- powołanie pocztowego operatora publicznego jako wyodrębnionego podmiotu gospodarczego, który świadczy usługi pocztowe na zasadach powszechności i dostępności (użyteczności publicznej)¹.

Działalność regulacyjna na rynku usług pocztowych ma służyć interesom konsumentów. Regulacja wspiera konkurencję w wybranych segmentach rynku. Natomiast w obszarze zmonopolizowanym, regulacja i instytucje nadzoru zastępują mechanizmy wolnorynkowe. Integracja gospodarcza w krajach europejskich skutkuje jednak procesami deregulacji rynku pocztowego. W celu realizacji postulatu swobody świadczenia usług znoszone są liczne z dotychczas istniejących regulacji prawnych. Nie oznacza to jednak pełnej swobody w każdym z wyróżnionych segmentów. Rynek usług pocztowych był i nadal jest poddawany regulacjom chroniącym konsumentów. Mnogość i szczegółowość występujących regulacji spowodowane były względami natury politycznej, militarnej i fi-

¹ Oznacza to, że operator publiczny ma szczególne uprawnienia i obowiązki na rynku usług pocztowych.

skalnej. Z tego powodu, zmiany liberalizujące rynek usług pocztowych Unii Europejskiej mają dla działalności operatorów pocztowych państw członkowskich i ich klientów istotne znaczenie [Czaplewski, Panasiuk 1999, s. 1] i daleko idące konsekwencje [Gospodarek, 2003, s. 95–101].

LIBERALIZACJA RYNKU USŁUG POCZTOWYCH W UNII EUROPEJSKIEJ

Celem Unii Europejskiej w sektorze pocztowym jest dążenie do wymiany na zasadach wolnej konkurencji, ponieważ swoboda prowadzenia działalności gospodarczej i świadczenia usług stanowi filar Jednolitego Rynku Unii Europejskiej [Ahlt, 1998, s. 33]. Komisja Europejska uznała, że liberalizacja sektora pocztowego jest niezbędna w celu utworzenia rynku wewnętrznego usług pocztowych, gdzie korzyści z reformy będą odnosić wszyscy obywatele i przedsiębiorstwa. Kraje członkowskie Unii Europejskiej chcą promować gospodarkę i handel elektroniczny. W związku z tym dalszy rozwój rynku pocztowego staje się niezbędny. Konsumenci dokonują na coraz większą skalę zakupów przez Internet, ale transportem i doręczaniem zakupionych w ten sposób dóbr zajmuje się poczta. Dlatego konsumenci oraz przedsiębiorstwa handlujące elektronicznie stawiają coraz większe wymagania wobec jakości usług operatorów [Woicka, 2001, s. 48].

Komisja Europejska stosuje zasadę stopniowej liberalizacji rynku usług pocztowych. Do jej etapów należy zaliczyć:

- przegląd ustawodawstwa pocztowego w 12 krajach Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej i podjęcie działań liberalizujących rynek pocztowy w 1992 roku,
- przyjęcie Dyrektywy 97/67/EC Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie wspólnych reguł rozwoju rynku wewnętrznego usług pocztowych Wspólnoty oraz poprawy ich jakości w 1997 roku. To spowodowało liberalizację rynku usług pocztowych przesyłek listowych w zakresie powyżej masy 350 g i pięciokrotności publicznej stawki taryfowej za przesyłkę w pierwszym przedziale wagowym najszybszej kategorii,
- przyjęcie Dyrektywy 2002/39/EC Parlamentu Europejskiego i Rady z 2002 roku. Była to dalsza liberalizacja rynku usług pocztowych dla przesyłek listowych już w zakresie powyżej masy 100 g w ruchu wewnętrznym i w całym obrocie zagranicznym. Dyrektywa ta zapowiadała liberalizację rynku przesyłek listowych powyżej 50 g od roku 2006 oraz pełną liberalizację tego rynku w 2009 roku [Panasiuk, 2002, s. 2–3],
- od 2006 roku nastąpiła liberalizacja przesyłek listowych powyżej 50 g,

- dnia 11 lipca 2007 r. Parlament Europejski przegłosował poprawki do nowej dyrektywy zakładające między innymi odsunięcie daty otwarcia rynku pocztowego do 2011 roku. Ponadto nowe państwa członkowskie, kraje o skomplikowanej strukturze topograficznej i wyspiarskie będą mogły skorzystać z dodatkowych dwuletnich okresów przejściowych. Oznacza to, że dla niektórych państw UE pełna liberalizacja nastąpi od 2013 roku,
- dnia 1 października 2007 roku ministrowie odpowiedzialni za transport i łączność w krajach członkowskich UE uzgodnili, że wprowadzenie pełnej liberalizacji usług pocztowych w UE nastąpi najpóźniej 1 stycznia 2011 r. Kraje: Węgry, Czechy, Cypr, Grecja, Łotwa, Litwa, Luksemburg, Malta, Rumunia i Słowacja będą mogły skorzystać dodatkowo z maksymalnie dwuletniego okresu przejściowego [*Ministrowie...*, 2007, s. 5–6].

Należy zaznaczyć, że w krajach Unii Europejskiej pocztowy operator publiczny zobowiązany jest do świadczenia usług o charakterze powszechnym w obszarze zastrzeżonym. Obszar zastrzeżony określony został przez maksymalną masę przesyłek (w krajach UE do 50 g) i minimalną opłatę, poniżej której prawo do świadczenia usług ma tylko operator publiczny. Świadczenie usług powszechnych w warunkach rosnącej konkurencji jest pewnym problemem. Kraje Unii Europejskiej rozwiązują go na dwa sposoby. Przydzielają one operatorom obowiązek świadczenia usług powszechnych. Jednocześnie istnieje fundusz gwarancyjny, który ze składek płaconych przez poszczególnych operatorów działających na danym rynku pocztowym, kompensuje pocztowemu operatorowi narodowemu powstałą różnicę między ceną a kosztem wytworzenia usług powszechnych. Warto tu jeszcze raz nadmienić, że utrzymaniu i zagwarantowaniu opłacalności świadczenia usług pocztowych o charakterze powszechnym służy zestaw określany mianem usług zastrzeżonych. Wiąże się to z nadaniem wyłącznych praw ich świadczenia narodowym operatorom pocztowym. Usługi te podlegają specjalnym prawom, które znacznie ograniczają działanie wolnego rynku [Kuczevska, 2003, s. 79].

Obszar zastrzeżony został ustalony w krajach Unii Europejskiej za pomocą dwóch kryteriów: ceny i wagi. Pod uwagę brana jest także zawartość przesyłek. Istotne jest jednak, aby prawo pocztowe określało standardy jakościowe dla świadczonych usług o charakterze powszechnym. Komisja Europejska określa usługi (listowe), które mogą być zastrzeżone. Usługi te są ograniczone do nadania, opracowania, transportu i doręczania przesyłek z korespondencją w obrocie krajowym i wychodzącej pocztą międzynarodowej. Usługi pocztowe o charakterze powszechnym są przedmiotem zainteresowania i oddziaływania urzędów regulacyjnych sektora pocztowego w krajach Unii Europejskiej. W Unii Europejskiej operatorzy prywatni mogą doręczać przesyłki o wadze ponad 50 g (przesyłki poniżej tej wagi są zastrzeżone dla pocztowych operatorów narodowych).

KONWERGENCJA CEN USŁUG POCZTOWYCH W UNII GOSPODARCZEJ I WALUTOWEJ

Dnia 1 stycznia 1999 roku na terenie Unii Europejskiej zaczęła funkcjonować Unia Walutowa, której oficjalna nazwa brzmi Unia Gospodarcza i Walutowa. W skład UGW weszło początkowo 11 państw. Były to: Austria, Belgia, Finlandia, Francja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Luksemburg, Niemcy, Portugalia, Włochy. Od 1 stycznia 2001 r. dwunastym członkiem została Grecja, w 2007 roku Słowenia, a w styczniu 2009 roku Słowacja. Zgodnie z Traktatem z Maastricht każdy kraj członkowski UE, w tym Polska, który spełni kryteria zbieżności, ma zostać członkiem UGW. Wielka Brytania, Szwecja i Dania, korzystając z prawa do pozostania poza UGW nawet w przypadku spełnienia wymogów w zakresie odpowiedniego poziomu inflacji, długoterminowych stóp procentowych, deficytu budżetowego, długu publicznego i stabilnego kursu [*Informacje...*, 2001, s. 3–7]. Rozwój sytuacji w gospodarce światowej wywołany rozprzestrzeniającym się kryzysem finansowym spowodował zmianę stanowiska Szwecji. Będzie to kolejny kraj członkowski UGW.

Powstanie jednego obszaru gospodarczego, o rozmiarach porównywalnych z USA, na którym funkcjonuje jedna waluta, daje przedsiębiorstwom niespotykaną dotychczas okazję rozszerzenia działalności poza granice swoich macierzystych krajów. Szansa rozszerzenia zasięgu geograficznego działalności przedsiębiorstwa i znalezienia nowych odbiorców jest tym większa im bardziej produkty są konkurencyjne. Większy rynek oznacza jednak także silniejszą konkurencję. Dotyczy to również usług pocztowych świadczonych przez operatorów narodowych, dla których obecna sytuacja oznacza nowe możliwości rozwoju [Siemaszko, Żogała, 2004, s. 16–17]. Jednym z najważniejszych zadań postawionych przed unią walutową, na rynku której działają operatorzy pocztowi jest wyrównanie poziomu cen na obszarze UGW. Wykonanie tego zadania jest istotne dla ukształtowania się jednolitego rynku europejskiego i wzrostu konkurencji. W ciągu pierwszych lat istnienia unii walutowej postęp w tym zakresie był wolniejszy niż oczekiwano. Za podstawową przyczynę utrzymywania się sporych rozpiętości cenowych uznaje się przede wszystkim brak dużych sieci detalicznych [Glibowska et al. 2001, s. 7–8]. Pocztowi operatorzy narodowi na rynku UGW posiadają duże sieci detaliczne i w związku z tym można tu postawić hipotezę, że na wolnokonkurencyjnym rynku usług pocztowych powinno działać prawo jednej ceny. Prawo to mówi, że jeżeli nie istnieją przeszkody w handlu, koszt transportu jest niski, to cena określonego dobra wyrównuje się na całym świecie. Oczywiście, jeżeli dane dobro jest przedmiotem handlu międzynarodowego, to jego cena w jednym kraju jest zależna od cen w innych krajach. Wynika to z racjonalnego postępowania podmiotów maksymalizujących

swoją użyteczność. Skrajny przypadek to właśnie prawo jednej ceny. Jeżeli nie występowałyby bariery w handlu i nie byłoby kosztów transportu, to dostawcy zawsze chcieliby sprzedawać na rynku, na którym ceny są najwyższe. Z kolei nabywcy chcieliby kupować na rynku, na którym ceny są najniższe. Dany towar mógłby być sprzedawany jednocześnie na rynkach dwóch krajów tylko wtedy, kiedy jego cena byłaby na tych rynkach jednakowa. W rzeczywistości koszty transportu i różnego rodzaju ograniczenia w handlu międzynarodowym prowadzą do powstawania różnicy cen towarów. Tak więc z punktu widzenia teorii ekonomii, po usunięciu barier dla prowadzenia działalności gospodarczej w ramach wspólnego rynku, powinna nastąpić konwergencja cen dóbr i usług.

Tabela 1. Ceny listów do 100 g w krajach UE w latach 2004–2006 [euro]

Kraj	2004	2005	2006
Austria	1	1	1
Belgia	0,88	0,88	0,92
Czechy	0,37	0,5	0,52
Dania	0,84	0,97	0,97
Estonia	0,34	0,34	0,34
Finlandia	0,65	0,65	0,7
Francja	0,77	0,77	0,77
Grecja	0,84	0,88	0,88
Hiszpania	0,55	0,55	0,66
Holandia	1,17	1,17	1,17
Irlandia	0,48	0,48	0,6
Litwa	0,41	0,41	0,41
Luksemburg	1	1	1
Łotwa	0,52	0,5	0,68
Malta	0,26	0,26	0,26
Niemcy	1,44	1,44	1,45
Polska	0,31	0,36	0,38
Portugalia	0,48	0,49	0,5
Słowacja	0,29	0,31	0,37
Słowenia	0,38	0,41	0,46
Szwecja	0,81	0,81	1,08
Węgry	0,3	0,34	0,33
Wlk.Brytania	0,49	0,51	0,54
Włochy	0,9	0,9	1,5

Źródło: K. Kruszyński, A. Stolarczyk, 2006, *Raport półroczny nr 2 – Rozwój rynku usług pocztowych*, Instytut Łączności, Warszawa.

Można postawić hipotezę, że jeżeli koszty (transportu, opłaty celne) i inne ograniczenia nie są duże to konkurencja międzynarodowa sprawi, że ceny za nadanie tych samych przesyłek w różnych krajach UGW będą zmieniały się w tym samym kierunku. W naszym przypadku dotyczy to rynku przesyłek listowych

powyżej obszaru zastrzeżonego, tj. 50 g, szczególnie z uwagi na konkurencję i standaryzację. Właśnie ze względu na wysoką standaryzację usług pocztowych, to w tym sektorze można oczekiwać efektów wspomnianego procesu. Porównanie cen za list krajowy do 100 g w latach 2004–2006 przedstawiono w tabeli 1.

Operatorzy we Francji i w Niemczech starają się utrzymać konkurencyjną cenę za nadanie listu ekonomicznego do 100 g. Operator francuski oferuje niższą cenę i pozyskuje dzięki temu klientów korzystających wcześniej z usług Poczty Niemieckiej. Ani Poczta Niemiecka, ani Poczta Francuska nie podnosiły cen za tę usługę w latach 2004–2006. Cena była stała także w Luksemburgu i Austrii (1 euro) oraz w Holandii (1,17 euro). Do ceny na poziomie 1 euro za usługę zbliżały się poczty Belgii, Danii i Szwecji. Natomiast operatorzy pocztowi oferujący najtańsze usługi (w Finlandii, Hiszpanii, Irlandii i Portugalii) podnieśli cenę listu w 2006 roku. Można powiedzieć, że następuje wyrównywanie ceny za usługi pocztowe oferowane przez operatorów pocztowych w krajach UGW.

Porównanie cen listu krajowego o wadze do 250 g w latach 2004–2006 przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Ceny listów do 250 g w krajach UE w latach 2004–2006 [euro]

Kraj	2004	2005	2006
Austria	1,25	1,25	1,25
Belgia	1,32	1,32	1,38
Czechy	0,37	0,6	0,63
Dania	1,61	1,61	1,61
Estonia	0,45	0,45	0,45
Finlandia	1,1	1,1	1,1
Francja	1,45	1,45	1,45
Grecja	1,66	1,73	1,73
Hiszpania	0,89	0,9	1,91
Holandia	1,56	1,56	1,56
Irlandia	0,96	0,96	1,25
Litwa	0,67	0,67	0,67
Luksemburg	1,4	1,4	1,4
Łotwa	0,59	0,68	0,78
Malta	0,53	0,53	0,53
Niemcy	1,44	1,44	1,45
Polska	0,35	0,41	0,43
Portugalia	1,1	1,2	1,2
Słowacja	0,32	0,33	0,4
Słowenia	0,76	0,76	0,75
Szwecja	1,61	1,64	2,15
Węgry	0,37	0,44	0,43
Wlk. Brytania	0,99	1,05	1,09
Włochy	1,7	1,7	2

Źródło: K. Kruszyński, A. Stolarczyk, 2006, *Raport półroczny nr 2 – Rozwój rynku usług pocztowych*, Instytut Łączności, Warszawa.

Na podstawie tabeli 2 prezentującej informację o cenach w jeszcze bardziej konkurencyjnym obszarze krajowych przesyłek listowych do 250 g można stwierdzić, że następuje korzystne dla klientów państw UGW wyrównywanie ceny za usługi pocztowe oferowane przez operatorów pocztowych. Poczty Luksemburga, Francji i Niemiec utrzymywały w okresie 2004–2006 stałą i taką samą cenę 1,4 euro za tę usługę. Dlatego Poczta Wielkiej Brytanii, będąca jednym z liczących się potentatów na rynku pocztowym UE starała się utrzymać cenę 1 euro, aby w ten sposób sprostać konkurencji. Podobnie czyniły poczty Austrii, Belgii, Finlandii i Portugalii. Cena była stała i niższa od 1,4 euro, ale wyższa od ceny oferowanej przez Poczta Wielkiej Brytanii. Również Dania, będąca poza UGW starała się utrzymać stałą cenę usługi w badanym okresie. Niemniej, cena ta była dużo wyższa niż we Francji i w Niemczech.

Ceny za list krajowy do 350 g w latach 2004–2006 przedstawiono w tabeli 3.

Tabela 3. Ceny listów do 350 g w krajach UE w latach 2004–2006 [euro]

Kraj	2004	2005	2006
Austria	1,25	1,25	1,25
Belgia	1,32	1,32	1,38
Czechy	0,43	0,6	0,63
Dania	2,62	2,82	2,82
Estonia	0,67	0,67	0,67
Finlandia	2	2	2
Francja	1,45	1,45	1,45
Grecja	1,66	1,73	1,73
Hiszpania	1,58	1,6	1,91
Holandia	2,25	2,25	2,25
Irlandia	1,44	1,75	1,75
Litwa	1,16	1,16	1,16
Luksemburg	1,6	1,6	1,6
Łotwa	0,67	0,76	0,86
Malta	0,72	0,72	0,72
Niemcy	1,44	1,44	1,45
Polska	0,35	0,41	0,43
Portugalia	1,1	1,2	1,2
Słowacja	0,32	0,33	0,34
Słowenia	1,76	1,76	1,75
Szwecja	2,42	2,46	3,21
Węgry	0,56	0,68	0,67
Wlk. Brytania	1,31	1,39	1,45
Włochy	1,8	1,8	2,2

Źródło: K. Kruszyński, A. Stolarczyk, 2006, *Raport półroczny nr 2 – Rozwój rynku usług pocztowych*, Instytut Łączności, Warszawa.

Na podstawie informacji zestawionej w tabeli 3, prezentującej ceny w konkurencyjnym obszarze krajowych przesyłek listowych do 350 g zauważyć można tu także wyrównywanie ceny za usługi pocztowe. Trzy największe poczty w UE, tj.: Francji, Niemiec i Wielkiej Brytanii, utrzymywały w okresie lat 2004–2006 praktycznie stałą, a w 2006 taką samą cenę za tę usługę listową. Poczta Wielkiej Brytanii będąc poza UGW, a chcąc konkurować w tym obszarze usług pocztowych starała się utrzymać w latach 2004 i 2005 nieco niższą cenę. Jednak w 2006 roku cena w Wielkiej Brytanii osiągnęła poziom panujący w Niemczech i we Francji. Walka konkurencyjna w Unii Europejskiej prowadzi do wyrównywania ceny za usługi listowe również przez Poczta Wielkiej Brytanii, która chce utrzymać pozycję jednego z liderów rynku usług pocztowych będąc jednocześnie poza UGW. Odwrotny sposób postępowania obserwować można w Danii i Szwecji, które także pozostają poza UGW. W obu tych krajach usługi listowe w tej kategorii wagowej są najdroższe ze wszystkich krajów UE.

Powyższe sugeruje, że w zakresie usług pocztowych – nadawania przesyłek listowych – mogą występować pierwsze przejawy działania prawa jednej ceny w krajach UGW. Niemniej jednak, przy zjawisku zbliżania się cen należy zastanowić się nad występowaniem tzw. efektu Balassy-Samuelsona, czyli tempa wzrostu cen dóbr niepodlegających wymianie międzynarodowej, mającego tendencję do przekraczania tempa wzrostu dóbr podlegających takiej wymianie w szybko rosnącej gospodarce. Przyczyną tego zjawiska jest wzrost jednostkowych kosztów pracy w sektorze usługowym. Ta tendencja jest słabo zauważalna w gospodarkach wysoko rozwiniętych. Natomiast w szybko rozwijających się krajach, gdzie mamy do czynienia z realną konwergencją [Orłowski, 2007] siła tego efektu jest bardzo duża.

ROLA KRAJÓW UGW W ROZWOJU RYNKU USŁUG POCZTOWYCH W UE

Opisując rynek usług pocztowych w całej Unii Europejskiej należy zwrócić uwagę, że od 2001 roku przychody z działalności publicznych operatorów publicznych wzrosły z 89,89 mld euro do 110,96 mld euro w 2005 roku, tj. o 23,4%. Usługi świadczone przez operatorów narodowych w UE obejmują szeroką ofertę, składającą się z przesyłek listowych, paczek pocztowych, powiązanych z usługami logistycznymi przesyłek ekspresowych oraz usług finansowych. Szacunkowa wartość rynku przesyłek listowych w UE wzrosła z 52,64 mld euro w 2001 roku do 63,65 mld euro w 2005 roku, czyli o 17,3% [Kruszyński, Stolarczyk, 2006, s. 29]. Wartość europejskiego rynku przesyłek listowych według WIK Constult była szacowana w 2002 roku na 52 mld euro, a w 2003 roku jego wartość wzrosła do 57,5 miliardów euro. Należy tu zaznaczyć, że w 2003 roku aż 51,5% tego rynku należało tylko do czterech operatorów narodowych: Deutsche

Post (19%), La Poste (18,5%), TPG (7% Holandia) i Poste Italiane (7%) [Kruszyński, Stolarczyk, 2006, s. 27]. Wszystkie wymienione podmioty pochodzą z krajów należących już do UGW. Ich wysoki udział w całości rynku europejskiego wynika z faktu, iż są to największe gospodarki UE i wskazane udziały procentowe odzwierciedlają w większości rozmiar narodowego rynku usług pocztowych. To właśnie wskazani operatorzy narodowi rozpoczęli ekspansję w ramach UGW oferując niezastrzeżone usługi w pozostałych krajach członkowskich.

Inną dziedziną działalności narodowych operatorów pocztowych o istotnym udziale w całości przychodów ze sprzedaży są usługi logistyczne. Dostępne statystyki mają charakter szacunkowy i obejmują dodatkowo usługi dostarczania paczek, w połączeniu z usługami logistycznymi. Zanotowana zmiana na tym rynku wyniosła: z 7,6 mld euro w 2001 roku do 11,8 mld euro w 2005 roku (czyli o 35,5%).

Bardzo dynamicznie rozwijającym się segmentem na przełomie XX i XXI wieku były przesyłki ekspresowe. W latach 1998–2003 obroty w tym segmencie wzrosły o prawie 80%, przy średnim rocznym wskaźniku wzrostu ponad 12%. Można zauważyć, że był to sześciokrotnie większy wzrost, niż przeciętna dynamika PKB dla całej UE. Wartość obrotów na rynku przesyłek kurierskich, ekspresowych i paczek w dziesięciu krajach UE (należących w większości do UGW) szacowana jest na 0,5 mld euro, czyli jest 4-krotnie wyższa niż w roku 1998 r. przed powstaniem unii walutowej. Szacunkowy wzrost wartości jest też zauważalny na rynku usług finansowych realizowanych przez operatorów pocztowych: z 15,7 mld euro w 2001 roku do 17,1 mld euro w 2005 roku (o 8,2%) [Kruszyński, Stolarczyk, 2006, s. 29].

Jeżeli chodzi o udział przychodów z działalności operatorów pocztowych w PKB dla całej UE w latach 2001–2005 to jest on w granicach 1,1% do 1,28% i mimo pojawienia się wielu substytutów przesyłania informacji daje się zaobserwować systematyczny wzrost jego udziału. Oznacza to, że usługi pocztowe nie są w znaczący sposób zagrożone ze strony Internetu czy telefonii komórkowej. Tradycyjne przesyłki są nadal nadawane, szczególnie przez instytucje i przedsiębiorstwa do swoich klientów (np.: rachunki, faktury, katalogi).

Porównując roczne zmiany przychodów publicznych operatorów pocztowych ze wzrostem PKB Wspólnoty w latach 2001–2005 można stwierdzić, że z wyjątkiem 2003 roku, wzrost przychodów poczt przekraczał stopę wzrostu gospodarczego. Należy zaznaczyć, że wartość przychodów poczt UE w 2005 roku w stosunku do 2001 roku wzrosła o 24%, a PKB UE wzrósł tylko o nieco ponad 6%. Ta kategoria przesyłek jest wybierana także przez klientów biznesowych, o czym świadczy fakt, że obroty tego sektora w UE w latach 1998–2003 wzrosły o prawie 80%, ze średnim rocznym wskaźnikiem wzrostu ponad 12%, czyli 6 razy więcej niż wartość wskaźnika przeciętnego wzrostu gospodarczego

dla UE. Zyski z działalności w okresie lat 2002–2005 przypadające na jednego mieszkańca (potencjalnego klienta) w krajach UE prezentuje tabela 4.

Tabela 4. Zysk operatora narodowego przypadający na jednego mieszkańca (potencjalnego klienta) w krajach UE w okresie lat 2002–2005 (w euro)

Kraj	2002 r.	2003 r.	2004 r.	2005 r.
Austria	2,28	3,95	5,74	12,13
Belgia	-4,51	-6,16	3,06	-10,4
Czechy	1,22	2,12	1,43	2,24
Dania	2,39	7,31	13,53	18,23
Estonia	1,62	1,13	1,39	1,85
Finlandia	7	8,95	13,27	18,11
Francja	-2,96	12,4	5,96	8,87
Irlandia	-17,04	-7,75	1,57	9,8
Litwa	0,42	0,59	0,19	0,02
Malta	-1,04	0,84	0,22	0,15
Niemcy	19,33	16,32	20,92	29,65
Polska	0,19	0,51	0,66	1,39
Portugalia	-3,09	2,42	4,74	1,64
Słowacja	0,75	0,43	1,77	1,87
Wlk. Brytania	-14,31	0,16	5,54	9,57
Włochy	0,77	0,95	3,68	4,23

Źródło: obliczenia własne na podstawie, K. Kruszyński, A. Stolarczyk, 2006, *Raport półroczny nr 2, Rozwój rynku usług pocztowych*, Instytut Łączności, Warszawa.

Największy zysk w euro z działalności w okresie lat 2002–2005 ze wszystkich poczt UE w przeliczeniu na jednego mieszkańca danego kraju operatora pocztowego (potencjalnego klienta poczty) osiągnął operator niemiecki. Z krajów UGW drugie miejsce przypada operatorowi duńskiemu, trzecie miejsce operatorowi fińskiemu, czwarte Poczcie Austriackiej, piąte Irlandii, a na szóstym miejscu jest Poczta Francuska. Z krajów spoza UGW pierwsze miejsce zajmuje Wielka Brytania. Na podstawie danych zawartych w tabeli 4 można przypuszczać, że bardzo szybki wzrost gospodarczy w przypadku Finlandii i Irlandii, spowodowany między innymi wejściem do UGW, pociąga za sobą wzrost dochodów dla operatorów narodowych. Oznacza to, że wyniki finansowe przedsiębiorstw pocztowych są silnie dodatnio skorelowane z aktywnością gospodarczą. Powinno to być dobrą prognozą dla operatorów z krajów dążących do UGW. Obserwacja ta jest prawdziwa nawet w sytuacji kryzysu zmuszającego niektóre przedsiębiorstwa do ograniczania skali działalności. W przypadku narodowych operatorów pocztowych, których przychody cechuje dodatnia korelacja z poziomem ogólnej aktywności gospodarczej można oczekiwać pewnego

spadku dynamiki wzrostu. Wstąpienie do strefy euro mogłoby stać się czynnikiem przeciwdziałającym wskazanemu odchyleniu od długookresowej ścieżki wzrostu.

WNIOSKI

Na podstawie przedstawionych usług pocztowych świadczonych w krajach UGW w okresie lat 2001–2006 można sformułować następujące wnioski:

1. Wspólna waluta ułatwia bezpośrednią porównywalność cen i dzięki temu obserwujemy pewną konwergencję cen standaryzowanych usług pocztowych.

2. W całym okresie lat 2001–2006 wartość usług pocztowych rosła szybciej niż PKB badanego obszaru walutowego. Można zatem podejrzewać, że integracja monetarna pomimo tego, że wywołuje konkurowanie i obniżanie cen, to prowadzi także do efektu dochodowego.

3. Wyniki finansowe przedsiębiorstw pocztowych są silnie dodatnio skorelowane z aktywnością gospodarczą, co powinno być dobrą prognozą dla operatorów z krajów dążących do UGW. Jednocześnie, w warunkach obecnego kryzysu należy oczekiwać proporcjonalnego obniżenia przychodów wszystkich operatorów pocztowych.

Ogólnie stwierdzić można, że wzrost konkurencji w UGW obserwowany na przykładzie usług pocztowych jest czynnikiem stymulującym rozwój narodowych operatorów pocztowych. Wiąże się z tym problemy restrukturyzacji i dopasowywania zatrudnienia do zmieniających się warunków. Pamiętać jednak należy, że w przypadku Poczty niekwestionowana jest jej funkcja społeczna. Oznacza to, że kryterium zysku czy wartości rynkowej nie powinno być stosowane do oceny jej działalności. Z tego powodu, tak długo, jak długo Poczta Polska będzie przedsiębiorstwem państwowym, to właśnie kwestie osiągania celów społecznych i realizacji funkcji społecznych oraz zadowolenie klientów powinny być głównymi kryteriami oceny i podstawą podejmowania decyzji zarządczych.

LITERATURA

- Ahl M., 1998, *Prawo europejskie*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa.
- Buko J., 1998, *Praktyczne aspekty substytucji usług pocztowych usługami tele- i radio-komunikacji w Polsce*, „Technika i Eksploatacja Poczty”, nr 2.
- Czaplewski R., Panasiuk A., 1999, *Polityka regulacyjna w zakresie dostępności usług pocztowych o charakterze powszechnym*, „Technika i Eksploatacja Poczty”, nr 1.
- Czaplewski R., 1993, *Ekonomika poczty*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.

- Działalność konkurencji Poczty Polskiej w obszarze przesyłek pocztowych w obrocie krajowym i zagranicznym*, 1994, „Informacja Poczтовая”, nr 1–2.
- Glibowska M., Szeląg K., Jakubiec S., Pawełczyk B., 2001, *Analysis of the EU Member States and the Candidate Countries Preparation to the Introduction of the Euro Cash*, „Materials and Studies”, NBP, № 122, Warsaw, May.
- Gospodarek J., 2003, *Możliwości działania Poczty Polskiej na liberalizowanym rynku pocztowym w świetle nowego prawa pocztowego z 2003 r.*, X Sympozjum Poczty Polskiej, Szczecin.
- Górski W., Dominiczak Z., Gospodarek J., 1982, *Prawo przewozów pocztowych*, WKiŁ, Warszawa.
- Informacje o euro oraz Unii Gospodarczej i Walutowej*, 2001, Narodowy Bank Polski, Warszawa.
- Korczyński R., 2001, *Formy konkurencji na rynku usług pocztowych*, „Informacja Poczтовая”.
- Kruszyński K., Stolarczyk A., 2006, *Raport półroczny nr 2 – Rozwój rynku usług pocztowych*, Instytut Łączności, Warszawa.
- Kuczevska L., 2003, *Liberalizacja rynku usług pocztowych w Unii Europejskiej i w Polsce*, „Handel Wewnętrzny”.
- Ministrowie potwierdzili termin liberalizacji*, 2007, „Poczta Polska”.
- Orłowski W.M., 2007, *Kto zyska na euro?*, Niezależny Ośrodek Badań Ekonomicznych, Warszawa.
- Panasiuk A., 1998, *O istocie i formie rynku usług pocztowych*, „Technika i Eksploatacja Poczty”, nr 1.
- Panasiuk A., 2002, *Problemy dostosowania rynku usług pocztowych w Polsce do wymagań Unii Europejskiej*, „Technika i Eksploatacja Poczty”, nr 1–2.
- Panasiuk A., 2003, *Usługi pocztowe. Rynek i marketing*, PWN, Warszawa.
- Siemaszko M., Żogała M., 2004, *Euro – coraz bliżej*, NBP, Warszawa.
- Smith A., 1954, *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, t. II, PWN, Warszawa.
- Stanton W.J., 1981, *Fundamentals of Marketing*, McGraw-Hill, New York.
- Woicka I.L., 2001, *Dalsza liberalizacja sektora pocztowego w Unii Europejskiej*, „Wspólnoty Europejskie”.

Streszczenie

Artykuł podejmuje zagadnienie mikroekonomicznego aspektu integracji walutowej dotyczącego prawa jednej ceny dla wysoce standaryzowanych usług. Na przykładzie danych statystycznych charakteryzujących ceny kilku podstawowych kategorii usług pocztowych pokazane są słabe tendencje konwergencyjne. Bezpośrednia porównywalność cen w ramach UGW może być odpowiedzialna za obserwowane zjawisko. Wydaje się jednak, że tendencje na rynku usług pocztowych wynikają głównie z procesu liberalizacji. Oprócz tego, mechanizmy odpowiedzialne za konwergencję cen mają cechy sprzężenia zwrotnego z wielorakimi konsekwencjami dla sytuacji ekonomicznej operatorów narodowych. Pobieżne porównanie ewolucji w tym zakresie pozwala na wysunięcie hipotezy o pozytywnym łącznym wpływie liberalizacji i rosnącej konkurencji oraz posługiwania się tą samą jednostką monetarną.

**Law of One Price as a Microeconomic Aspect of Monetary Integration.
Case of Postal Services***Summary*

The paper deals with the law of one price of a highly standardized service in a monetary union. The basis for analysis of expected convergence in prices is information about postal services prices in the EMU member states. A weak convergence is observed for the period from 2004 to 2006. The direct comparability of prices among the EMU member states may be a result of two factors. The first one is the direct comparability of prices. The other is the process of liberalization of postal services internal market in the whole European Union. In addition, economic situation of national post operators improved over the analyzed period. This allows for a suggestion that both, the liberalization and common currency executed positive impact on these entities.