

Aleksandra GULC¹

CHARAKTERYSTYKA USŁUG KURIERSKICH W POLSCE

Usługi kurierskie jako stosunkowo młoda branża w Polsce, rozwijają się niezwykle dynamicznie. Ze względu na ogromy i ciągle rosnący popyt na ten rodzaj usług, dogodnie położenie geograficzne oraz rentowność rynku, w branży działają zarówno globalni gracze jak i rodzime lokalne podmioty. Szczególnie charakterystyczne cechy usług kurierskich takie jak terminowość, szybkość dostawy oraz bezpieczeństwo przesyłki sprawiły, że usługi te stały się niezwykle atrakcyjnie nie tylko dla wielu firm handlowych, usługowych i produkcyjnych, jak również dla klienta indywidualnego. Wraz z rosnącą popularnością usług e-commerce przewiduje się dalszy rozwój branży kurierskiej a tym samym wzrost konkurencji wśród operatorów. Celem artykułu jest identyfikacja specyficznych cech usług kurierskich w Polsce, analiza dynamiki rozwoju rynku usług kurierskich w ostatnich latach oraz wskazanie tendencji oraz czynników determinujących rozwój tej branży w przyszłości. Przegląd dostępnych źródeł literaturowych pozwolił na potwierdzenie faktu, iż rynek usług kurierskich rozwija się niezwykle dynamicznie i ulega ciągłym przeobrażeniom. Obecnie dominującym trendem jest wzrost zainteresowania usługami pomiędzy podmiotami instytucjonalnymi a indywidualnymi (usługi „business-to-customer”), „specjalizacja” i „indywidualizacja” oferty, wzrost wolumenu przesyłek zagranicznych w tym w szczególności przesyłek standardowych. Wśród zidentyfikowanych czynników determinujących rozwój branży kurierskiej można wymienić przede wszystkim wzrost popularności handlu internetowego, wielkość i rentowność rynku, dogodną lokalizację względem potencjalnych odbiorców zagranicznych oraz dostęp do wysoko wykwalifikowanej siły roboczej.

Słowa kluczowe: usługa kurierska/ekspresowa, branża KEP, handel internetowy, specjalizacja, indywidualizacja, nowoczesne rozwiązania

1. DEFINICJA USŁUG KURIERSKICH

W polskim prawie brak jest jednoznacznej definicji usługi kurierskiej stanowiącej filar usług branży KEP (kurier, ekspres, paczka). Z jednej strony, usługa kurierska zaliczana jest do usług pocztowych, a z drugiej przewozowych. Pojęcie usługi kurierskiej funkcjonowało w systemie polskiego prawa na gruncie nieobowiązującej już ustawy o łączności z 23 listopada 1990 roku², zgodnie z którą usługa kurierska to „usługa nie mającej charakteru powszechnego, polegającej na zarobkowym, przyspieszonym przewozie i doręczaniu w gwarantowanym terminie przesyłek”. Jednakże ustawodawca nie zdecydował się przenieść tej definicji do nowych przepisów tj. ustawy z 12 czerwca 2003 roku Prawo pocztowe. W obowiązującym obecnie Prawie pocztowym funkcjonuje

¹ Mgr Aleksandra Gulc, Politechnika Białostocka, Wydział Zarządzania, Międzynarodowy Chiński i Środkowo-Wschodnioeuropejski Instytut Logistyki i Nauki o Usługach, ul. Ojca Tarasiuka 2, 15-351 Kleosin

² Ustawa z 23 listopada 1990 r. o łączności (tekst jedn. Dz.U. z 1995 r., nr 117, poz. 564 ze zm.).

pojęcie przesyłki kurierskiej będącej specyficznym rodzajem przesyłki pocztowej³ definiowanej jako „przesyłka listowa będąca przesyłką rejestrowaną lub paczka pocztowa, przyjmowana, sortowana, przemieszczana i doręczana w sposób łącznie zapewniający: bezpośredni odbiór przesyłki pocztowej od nadawcy, śledzenie przesyłki pocztowej od momentu nadania do doręczenia, doręczenie przesyłki pocztowej w gwarantowanym terminie określonym w regulaminie świadczenia usług pocztowych lub w umowach o świadczenie usług pocztowych, doręczenie przesyłki pocztowej bezpośrednio do rąk adresata lub osoby uprawnionej do odbioru, uzyskanie pokwitowania odbioru przesyłki pocztowej w formie pisemnej lub elektronicznej”⁴. Z drugiej strony, mając na uwadze Prawo Przewozowe, przesyłka to nadanie przewoźnikowi przesyłki towarowej, czyli rzeczy przyjętych do przewozu na podstawie listu przewozowego lub innego dokumentu przewozowego⁵. Usługa przewozu nie może jednak obejmować przesyłek pocztowych. Potwierdzeniem powyższej rozbieżności definicji usługi kurierskiej jest zakwalifikowanie działalności kurierów pod kodem PKD 53.20.Z – *Pozostała działalność pocztowa i kurierska*, a w przypadku przewozu przesyłek niepocztowych 49.41.Z – *Transport drogowy towarów*. W wyniku niejednoznaczności przepisów, w przypadku świadczenia usługi pocztowej przedsiębiorstwa kurierskie podlegają pod Prawo pocztowe wraz z koniecznością rejestracji działalności pocztowej, podczas gdy w przypadku usługi przewozowej – przewoźnicy stosują Prawo przewozowe rejestrując jedynie działalności gospodarczą.

2. SPECYFIKA USŁUG BRANŻY KEP

W literaturze funkcjonuje umowne określenie branży KEP określne jako usługi kurierskie, ekspresowe i paczkowe (z ang. CEP – *courier, express and parcel*) często zwane potocznie jako usługi kurierskie. Trudno jest oddzielić usługi ekspresowe od kurierskich czy paczkowych, gdyż brak jest zdecydowanych różnic między nimi stąd w literaturze często terminy używane są zamiennie. Trzonem usług branży KEP są usługi kurierskie. Cechą charakterystyczną tych usług jest duży wolumen przesyłek o niewielkiej wadze, tj. średnio do 31,5 kg umożliwiającej obsługę przez jedną osobę. Już sama definicja przesyłki kurierskiej wskazuje na specyficzne cechy odróżniające ją od pozostałych usług pocztowych: określony z góry najczęściej krótki czas dostawy nawet z dokładnością co do godziny, który dodatkowo bywa gwarantowany finansowo (ang. *money back guarantee*)⁶, odbiór przesyłki z miejsca nadania i doręczenie jej do adresata czyli w systemie „od drzwi do drzwi” (ang. *door-to-door*), możliwość śledzenia przesyłki od momentu nadania do doręczenia (ang. *tracking – tracing*), rola swoistego posłańca – kuriera. Natomiast, nie ma jako takiej definicji usług ekspresowych a w literaturze często traktowane są jako rodzaj przesyłki kurierskiej, która ma na celu szybki i niezawodny dowóz wartościowych rzeczy w krótkim czasie. W odróżnieniu od usług kurierskich, ich

³ Przesyłka pocztowa – rzecz opatrzona oznaczeniem adresata i adresem, przedłożoną do przyjęcia lub przyjętą przez operatora pocztowego w celu przemieszczenia i doręczenia adresatowi (Ustawa z dnia 23 listopada 2012 r. Prawo pocztowe (tekst jedn. Dz.U. z 2012 r., poz. 1529, 1830).

⁴ Ustawa z dnia 23 listopada 2012 r. Prawo pocztowe.

⁵ Ustawa z dnia 15 listopada 1984 r. Prawo przewozowe (Dz.U. z 2000 r. nr 50, poz. 601 ze zm.).

⁶ A. Marcysiak i in., *Usługi kurierskie na rynku usług logistycznych w Polsce*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, nr 96 Seria: Administracja i Zarządzanie 2013, s. 29–38.

dostawie nie towarzyszy personalna opieka kuriera oraz ustalone są konkretne pory dostawy stąd też usługi te wybierają najczęściej przedsiębiorstwa rzadziej klienci indywidualni. Odbiorcą usług ekspresowych są przede wszystkim przedsiębiorstwa z branży FMCG, elektronicznej, maszynowej czy motoryzacyjnej. Natomiast, usługi paczkowe koncentrują się na przesyłkach indywidualnych o niewielkich standardowych rozmiarach. W związku z powyższym operatorzy stosują wysoko wystandaryzowane procesy operacyjne i informatyczne do obsługi dostaw⁷.

Głównymi elementami różnicującymi ofertę usług branży KEP są przede wszystkim: zakres świadczonych usług, czas dostawy do odbiorcy, rodzaj odbiorcy, rodzaj transportu, zasięg działań operatora oraz obszar geograficzny.

Usługi branży KEP obejmują swoją ofertą przede wszystkim dostawy ładunków o standardowych gabarytach, co wynika z nastawienia na ekspresową obsługę dużej liczby drobnych przesyłek np. dokumentów czy cennego sprzętu elektronicznego. Jednakże, coraz częściej operatorzy oferują również usługę „szytą na miarę”, a więc dostosowaną do indywidualnych potrzeb klienta w zakresie dostarczania nietypowych przesyłek wymagających odpowiednich warunków a także specjalnego opakowania np. produktów spożywczych (*cross-docking* – odbiór przesyłek ze świeżymi produktami spożywczymi z magazynu klienta i dostawa ich we wskazane miejsce), przewożenie zwierząt, roślin (*Thermo Box* – pakowanie i przewóz towarów w specjalnych pojemnikach utrzymujących stałe temperatury), lekarstw (*Pharma Pack* – polegająca na przewozie lekarstw i materiałów medycznych w ściśle określonych warunkach higienicznych i temperaturowych) czy materiałów niebezpiecznych⁸. Coraz częściej usługi kurierskie posiadają również tzw. wartość dodaną, a więc dodatkowe korzyści dla klienta w zakresie: zdefiniowanego czasu dostawy z określeniem dokładnego dnia i godziny, obsługi celnej, magazynowania i konfekcjonowania towarów, różne formy ubezpieczeń dostawy i zwrotu opłaty za niewłaściwie wykonaną usługę, wyboru spedycji lotniczej lub drogowej czy powierzenia konkretnemu kurierowi przesyłki szczególnie pilnej lub wartościowej na całej trasie przewozu.

Ze względu na czas dostawy do odbiorcy usługi obejmują zarówno dostawy standardowe (ekonomiczne) z dłuższym, lecz gwarantowanym czasem dostawy (3–5 dni), ale również ekspresowe ze zdefiniowanym krótkim czasem dostawy np. dostawy natychmiastowe (stosowana przez kurierów miejskich), dostawy tego samego dnia realizowane w ciągu 4–6 godzin od zamówienia, dostawy następnego dnia do wybranych państw za granicą czy dostawy w nocy. Należy zauważyć, że dostawy, które kiedyś zwane były ekspresowymi dziś stały się już standardem. Ze względu na rozbudowaną sieć drogową w Europie obecnie obserwuje się tendencje przesunięcia popytu z usług ekspresowych z gwarantowanym krótkim czasem dostawy na usługi standardowe z nieco dłuższym czasem dostawy, lecz o znacznie niższym koszcie niż w przypadku transportu lotniczego. Natomiast, transport lotniczy dominuje w przypadku przesyłek pilnych i wartościowych, co znacznie skraca czas dostawy przy jednoczesnym wysokim koszcie usługi⁹.

⁷ K. Rutkowski i in., *Branża przesyłek kurierskich, ekspresowych paczkowych. Wpływ na polską gospodarkę*, Warszawa 2011, s. 13–17.

⁸ M. Pliszka, *Rynek usług kurierskich w Polsce*, Słupskie Prace Geograficzne 5, Słupsk 2008, s. 113–122.

⁹ K. Rutkowski i in., *Branża przesyłek kurierskich...*, s.13–17.

Ze względu na rodzaj realizacji pomiędzy odbiorcą a nadawcą usługi KEP można podzielić na:

- usługi B2B – pomiędzy podmiotami instytucjonalnymi (firmy handlowe, usługowe i produkcyjne) realizowane głównie przez operatorów ekspresowych. Zakres usług B2B dostosowany jest do indywidualnych potrzeb przedsiębiorstw w tym obejmuje różnorodne dostawy od dokumentów po palety z towarem oraz rozbudowaną ofertę usług dodatkowych np. pobranie należności od odbiorcy czy pełną obsługę dokumentów zwrotnych, dostawy door-to-door, śledzenie przesyłki, osobistą opiekę na całej trasie dostawy czy obsługę celną. Warto zaznaczyć, że klienci biznesowi często zlecają pełną obsługę logistyczną operatorom KEP ze względu na specyficzne cechy ich usług tj. terminowość, bezpieczeństwo i szybkość;
- usługi B2C – dotyczą dostaw przesyłek od podmiotów instytucjonalnych do odbiorców indywidualnych. Transakcje B2C stały się w ostatnim czasie istotną częścią usług realizowanych przez przewoźników ze względu na wzrost popularności handlu elektronicznego. Stąd też pojawiła się konieczność dostosowania oferty do potrzeb klientów indywidualnych np. dostawa bezpośrednio do domu klienta czy sieci punktów odbioru (tzw. *last mile*), dostosowanie czasu odbioru przesyłki, możliwość zmiany punktu odbioru przesyłki itd.
- usługi C2X – dotyczą przesyłek podmiotów indywidualnych związanych przede wszystkim z handlem internetowym oraz przesyłkami okolicznościowymi.

Ze względu na zasięg dostaw usługi można podzielić na:

- lokalne – dostawy natychmiastowe w obrębie np. miasta świadczone przez operatorów z wykorzystaniem nie tylko samochodów dostawczych, ale ze względu na krótki dystans przewozu również za pomocą motorów, skuterów czy rowerów;
- regionalne – usługi w obrębie danego regionu np. województwa wykonywane przez mniejszych operatorów dzięki czemu zazwyczaj dostawca i klient znają się osobiście, co ma znaczenie przy dostawach szczególnie pilnych i wartościowych;
- krajowe – głównie są to ustandaryzowane dostawy ekspresowe i paczkowe. W przeciwieństwie do Stanów Zjednoczonych, gdzie rynek krajowy jest ujednolicony, w Europie usługi KEP mają swoją różnorodną specyfikę w zależności od kraju;
- międzynarodowe – dotyczą przede wszystkim standardowych przesyłek ekspresowych i paczkowych, realizowanych pomiędzy niemalże wszystkimi krajami świata. Usługi te różnicowane są pod względem czasu i ceny dostawy w zależności od dystansu pomiędzy krajami. Rynek usług europejskich czy globalnych jest zdominowany przez duże międzynarodowe przedsiębiorstwa zwane integratorami mające w swojej ofercie zintegrowane usługi z gwarantowanym czasem przesyłki, monitorowaniem jej na każdym etapie, jak i pełną realizacją procesu dostawy w tym obsługę celną.

Przesyłki lokalne, regionalne i krajowe są obsługiwane głównie poprzez transport samochodowy, natomiast w przypadku dostaw międzynarodowych a szczególnie międzykontynentalnych – dominujący jest transport lotniczy. Jednakże ze względu na rozbudowaną sieć drogową w Europie oraz na innych kontynentach, obserwuje się

rosnący udział transportu samochodowego nawet w przypadku dostaw międzynarodowych¹⁰.

3. STRUKTURA ORAZ DYNAMIKA RYNKU USŁUG KURIERSKICH W POLSCE

Rynek usług KEP (kurier, ekspres, paczka) leży na styku dwóch sektorów – pocztowego oraz sektora usług transportowych, spedycyjnych i logistycznych. Jest to branża stosunkowo młoda, gdyż pierwsze firmy kurierskie w Polsce zaczęły powstawać dopiero w latach 80. XX wieku. Wiąże się to ze zniesieniem komunizmu oraz liberalizacji przepisów dotyczących przewozów międzynarodowych¹¹. W Polsce ze względu na brak doprecyzowania definicji usług kurierskich, operatorzy ekspresowi podlegają z jednej strony przepisom Prawa pocztowego, a z drugiej strony Prawa przewozowego. W przypadku kurierów świadczących usługi pocztowe w tym kurierskie działalność ta wymaga obowiązkowego wpisu do rejestru prowadzonego przez Urząd Komunikacji Elektronicznej (UKE) niosąc ze sobą obowiązek spełniania określonych wymagań jak również nakładając pełną odpowiedzialności kuriera za niewykonanie lub nienależyte wykonanie usługi. Tymczasem uruchomienie usług przewozu rzeczy sprowadza się tylko do zarejestrowania działalności gospodarczej. Odpowiedzialność przewoźnika jest również znacząco mniejsza niż w przypadku operatora pocztowego, gdzie przewoźnik odpowiada jedynie za utratę, ubytek lub uszkodzenie przesyłki powstałe od przyjęcia jej do przewozu aż do jej wydania oraz za opóźnienie w przewozie przesyłki¹².

Struktura branży KEP w Polsce jest zbieżna z innymi krajami Europy Zachodniej. Na rynku polskim występuje duże zróżnicowanie i rozdrobnienie operatorów pod względem ich wielkości, zasięgu działania oraz oferty usług, stąd operatorów/przewoźników można pogrupować następująco:

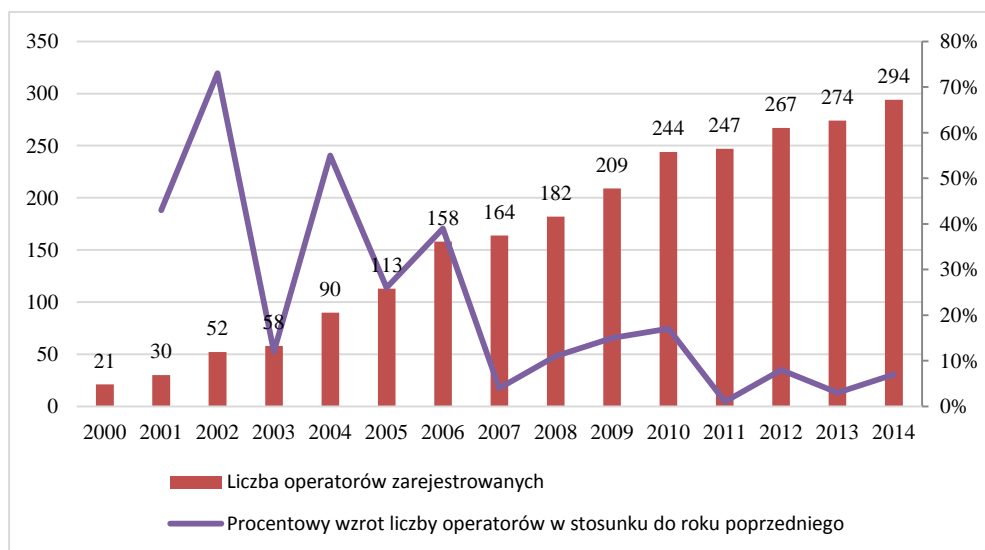
- integratorzy – międzynarodowe przedsiębiorstwa, które weszły na rynek Polski poprzez wykup rodzimych firm, oferują pełen zakres usług kurierskich, ekspresowych i paczkowych zarówno dla klientów biznesowych jak indywidualnych, posiadają rozległe sieci oddziałów, rozbudowaną sieć magazynów tzw. hub-ów zlokalizowanych przy terminalach lotniczych np. UPS, DHL, TNT FedEx;
- firmy działające głównie na terenie Europy np. DPD i GLS;
- podmioty oferujące ekspresowe usługi przewozu przesyłek, które funkcjonują na rynku krajowym dzięki własnej sieci kilkudziesięciu placówek, np. Opek i K-Ex;
- firmy o zasięgu lokalnym – największa pod względem liczebności grupa operatorów logistyki miejskiej oferujących „szyte na miarę” usługi, operatorzy lokalni świadczą usługi komplementarne względem integratorów a w serwisie międzynarodowym czy krajowym korzystają z ich usług na zasadzie współpracy np. Agap, Sprinter itp.;
- firmy zajmujące nisze rynkowe i specjalizujące się w obsłudze logistycznej określonej grupy klientów np. time matters.

¹⁰ K. Rutkowski i in., *Branża przesyłek kurierskich...*, s. 13–17.

¹¹ M. Pliszka, *Rynek usług kurierskich...*, s. 113–115.

¹² Ustawa z dnia 23 listopada 2012 r. Prawo pocztowe.

Rynek usług KEP w ostatnich latach charakteryzuje się stale rosnącą dynamiką. Według *Raportu o stanie rynku pocztowego za rok 2014*, przygotowanego przez Urząd Komunikacji Elektronicznej na rynku polskim w roku 2014 zarejestrowanych było 295 operatorów pocztowych, w tym 294 operatorów alternatywnych oraz Poczta Polska. W porównaniu do roku 2000 liczba zarejestrowanych operatorów pocztowych wzrosła o 1400% jednakże jedynie 165 z 294 operatorów alternatywnych podjęło faktycznie działalność pocztową (rys. 1)¹³. Należy jednak podkreślić, iż dane przedstawione na rys. 1 nie oddają w pełni rynku usług KEP, gdyż nie podają liczby przedsiębiorstw świadczących usługi przewozowe.



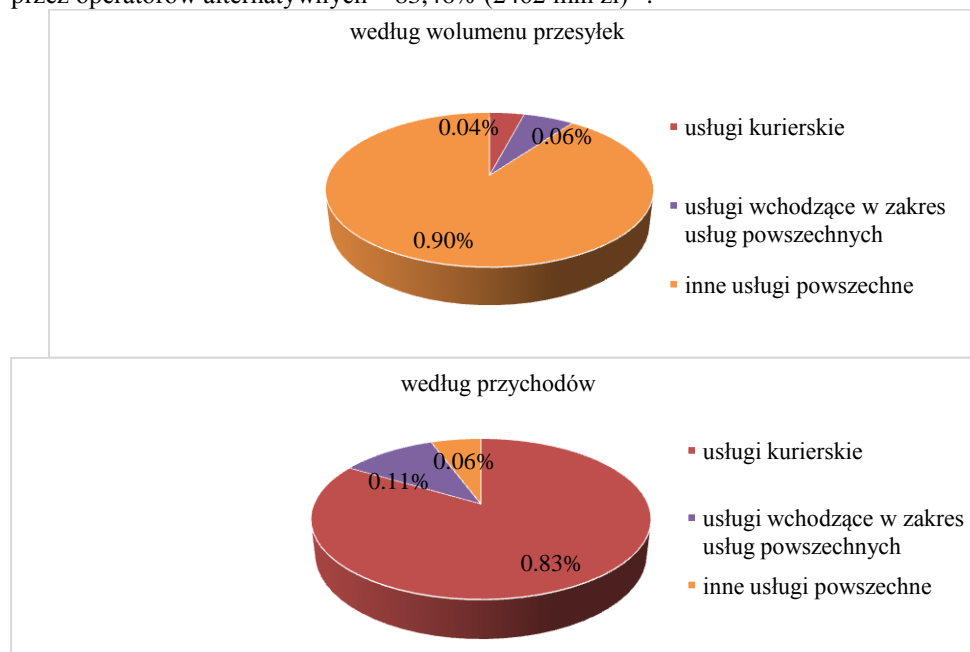
Rys. 1. Liczba alternatywnych operatorów pocztowych w Polsce w latach 2000–2014

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Raport o stanie rynku pocztowego za rok 2014*, Warszawa 2015, s. 13.

Biorąc pod uwagę zasięg działania operatorów alternatywnych, zdecydowana większość działa lokalnie – 79 przedsiębiorstw, 42 na obszarze kraju, 42 – w kraju i poza granicami, a jedynie 2 tylko za granicą. Dominującą rolę na rynku polskim posiada 9 operatorów alternatywnych osiągając poziom 84,63% w wolumenie przesyłek oraz 94,62% osiągniętych przychodów w tym: DHL Express (Polska) sp. z o.o., DPD Polska sp. z o.o., FedEx Express Polska, Federal Express Poland sp. z o.o., General Logistics Systems Poland sp. z o.o., K-EX sp. z o.o., Siódemka S.A., TNT Express Worldwide 'Poland' sp. z o.o., UPS Polska sp. z o.o. Wymienieni operatorzy to duże przedsiębiorstwa globalne, europejskie lub krajowe posiadające rozbudowaną sieć oddziałów, większość z nich świadczyła w roku 2014 usługi w obrocie krajowym i zagranicznym, wyjątkiem jest operator Siódemka S.A., który zajmował się przesyłkami krajowymi, a Federal Express Poland sp. z o.o. tylko – zagranicznymi.

¹³ *Raport o stanie rynku pocztowego za rok 2014*, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Warszawa 2015, s. 13–14.

Mając na uwadze nowe pojęcia i definicje zawarte w ustawie z dnia 23 listopada 2012 r. Prawo pocztowe, operatorzy alternatywni (niepubliczni) działali w trzech segmentach rynku pocztowego: usług wchodzących w zakres usług powszechnych, usług kurierskich i innych usług pocztowych¹⁴. Wolumen usług ogółem wyniósł 446,50 mln sztuk, a przychody uzyskane przez operatorów alternatywnych z tego tytułu wyniosły 2813,23 mln zł. Dominowały przesyłki krajowe osiągając 97,45% udziału w wolumenie i 75,76% w przychodach. Dane na rys. 2 wskazują, że wśród operatorów alternatywnych najczęściej przesyłek zanotowano wśród usług wchodzące w zakres usług powszechnych w tym dominowały przesyłki listowe. W 2014 roku z realizacji paczek pocztowych przy wolumenie 1,12 mln sztuk uzyskano 10,95 mln zł przychodu. Należy zauważyć, że choć wolumen przesyłek kurierskich stanowił 4,10% (171,61 mln przesyłek) to przychody z tego segmentu osiągnęły najwyższy udział w ogólnych przychodach realizowanych przez operatorów alternatywnych – 83,46% (2462 mln zł)¹⁵.



Rys. 2. Struktura usług oferowanych przez operatorów alternatywnych w roku 2014

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Raport o stanie rynku pocztowego...*, s. 27.

¹⁴ Usługi powszechne obejmują przesyłki listowe o wadze do 2000 g, paczki pocztowe krajowe do 10 kg i paczki z zagranicy o wadze do 20 kg i określonych wymiarach; inne usługi pocztowe – grupę tę stanowią przesyłki listowe, paczki pocztowe, których wymiary i/lub waga wykraczały poza określone w art. 45 Prawa pocztowego. Do usług w tym obszarze rynku pocztowego zalicza się także świadczenie w obrocie krajowym i zagranicznym przekazów pocztowych, przesyłek reklamowych oraz druków bezadresowych, czy też przesyłek pocztowych przesłanych przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej (Ustawa z dnia 23 listopada 2012 r. Prawo pocztowe).

¹⁵ *Raport o stanie rynku pocztowego...*, s. 26–33.

Analizując segment przesyłek kurierskich realizowanych przez operatorów pocztowych, zdecydowanie dominującą rolę odgrywają tu operatorzy alternatywni (około 90% udziału w przychodach i wolumenie), aczkolwiek Poczta Polska zanotowała wzrost wolumenu przesyłek aż o 481,05% a tym samym przychodów o 117,08% w roku 2014 w stosunku do roku 2013. Wolumen przesyłek kurierskich operatorów pocztowych łącznie z Poczta Polska w 2014 roku wyniósł 194,46 mln przesyłek, a osiągnięte przychody to 2708,12 mln zł. W stosunku do roku 2013 jest to wzrost w zakresie wolumenu o 42,50% oraz o 18,23% w przychodach. Pomimo że w roku 2014 wolumen usług kurierskich jest najmniejszy (3,26%), to udział w przychodach plasuje się na drugim miejscu (35,77%) i w porównaniu do roku 2013 wykazuje tendencje zwyżkową (tabela 1)¹⁶.

Tabela 1. Usługi pocztowe w 2013 i 2014 roku w poszczególnych segmentach rynku – struktura według wolumenu i przychodów

Segment	2013		2014	
	Wolumen	Przychody	Wolumen	Przychody
Usługi powszechne i wchodzące w zakres usług powszechnych	28,73%	59,39%	25,29%	54,35%
Przesyłki kurierskie	2,30%	30,59%	3,26%	35,77%
Inne usługi pocztowe	68,97%	10,02%	71,55%	9,88%
Razem (bez druków bezadresowych)	5 932,54 mln sztuk	7486,97 mln zł	5 973,21 mln sztuk	7570,65 mln zł

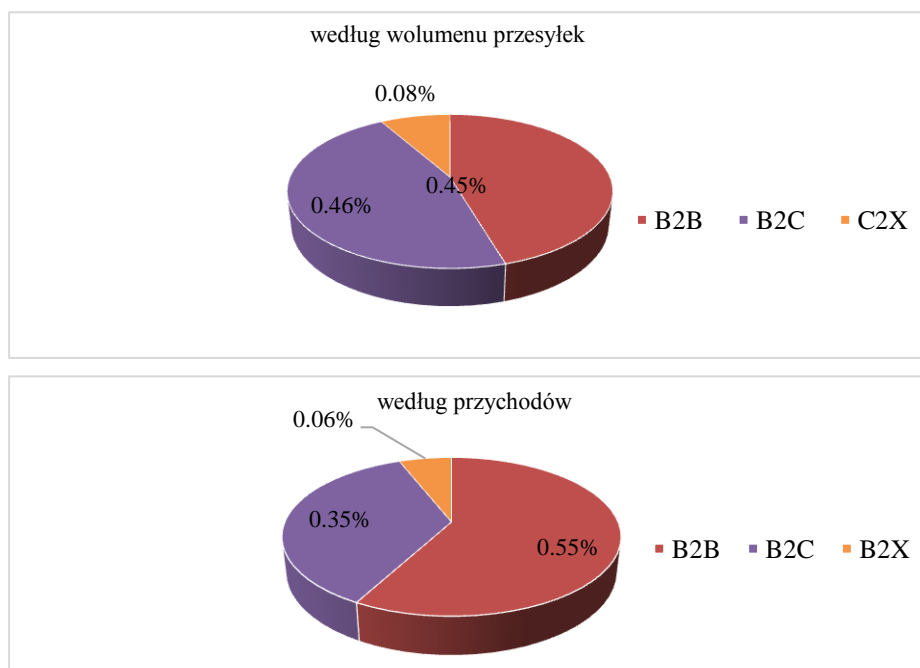
Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Raport o stanie rynku pocztowego...*, s. 53.

W ogólnej ocenie wartości rynku KEP należy także pamiętać o uwzględnieniu faktu, iż duża część przesyłek realizowana jest w oparciu o Prawo przewozowe, co nie zostało uwzględnione w *Raporcie o stanie rynku pocztowego za rok 2014*. Według badań przeprowadzonych przez zespół PwC, wartość całego rynku KEP kształtowała się w roku 2015 na poziomie 4 486 mln zł przy wolumenie 313 mln sztuk przesyłek. Porównując rok 2015 z rokiem 2011, rynek usług kurierskich wykazuje systematyczny wzrost zarówno pod względem wolumenu przesyłek (wzrost o 57%), jak i przychodów (wzrost o 32%). Dominującą rolę odgrywają przesyłki w obrocie krajowym stanowiące 78% przychodów i 96% wolumenu ogółem, natomiast w obrocie zagranicznym bardziej popularne są przesyłki ekonomiczne niż ekspresowe. Należy podkreślić, iż większą dynamiką wzrostu przychodów w ostatnich latach cechowały się usługi międzynarodowe (ok. 10-procentowy wzrost rocznie) niż usługi krajowe (ok. 6%), co ma związek ze znaczącym wzrostem aktywności eksportowej w tym okresie oraz panującą na rynku krajowym presją cenową¹⁷. Biorąc pod uwagę rodzaj relacji między nadawcą a odbiorcą przesyłek, najwyższe przychody generują usługi typu B2B, choć ich wolumen jest niższy niż usług B2C (rys. 3). Ma to związek przede wszystkim z wyższym kosztem usług skierowanych do klientów biznesowych ze względu na większą wagę i rozmiar paczek. Należy

¹⁶ *Ibidem*, s. 26–33.

¹⁷ G. Urban i in., *Perspektywy wzrostu rynku przesyłek kurierskich, ekspresowych i paczkowych (KEP) w Polsce do 2018 roku*, PwC Polska Transport i logistyka, 2016, s. 6–7.

pokreślić, iż w okresie 2011–2015 znaczenie usług B2B maleje (w roku 2011 – udział w wolumenie wynosił 54% a w przychodach 60% a roku 2015 – analogicznie 45,4% wolumenu przesyłek i 55,3% przychodów) podczas gdy dynamicznie rozwijają się usługi typu B2C (w roku 2011– 37% udziału w wolumenie i 27% udziału w przychodach, a tymczasem w roku 2015 – 46,3% wolumenu i 34,5% przychodów), co związane jest ze wzrostem popularności e-commerce. Ostatni segment rynku KEP – usługi C2X cieszy się najmniejszą popularnością wśród klientów stąd też udział tych usług w wolumenie i przychodach jest mniejszy i spada w porównaniu do roku 2011



Rys. 3. Struktura usług według rodzaju relacji pomiędzy nadawcą a odbiorcą usług KEP w roku 2015

Źródło: opracowanie własne na podst.: G. Urban i in., *Perspektywy wzrostu rynku...*, s. 8.

Mając na uwadze dynamiczny rozwój usług branży KEP, należy podkreślić, iż branża ta ma istotny wpływ na rozwój gospodarczy Polski poprzez tworzenie nowych miejsc pracy, generowanie wysokich przychodów oraz wsparcie przedsiębiorstw. Według badań przeprowadzanych przez naukowców ze Szkoły Głównej Handlowej, aż 75% małych i średnich i połowa dużych przedsiębiorstw korzysta z usług ekspresowych w szczególności w obrocie międzynarodowym a najważniejszym czynnikiem determinującym wybór usług kurierskich jest możliwość dostawy na następny dzień. Wyniki badań ponadto potwierdzają, iż brak usług KEP na polskim rynku znacznie utrudniałoby ponad 60% przedsiębiorstw funkcjonowanie na arenie międzynarodowej, a wręcz skutkowałoby przeniesieniem działalności do innych krajów. Barierami, które ograniczają rozwój rynku kurierskiego jest przede wszystkim wciąż niewystarczająco

rozwinięta infrastruktura drogowa i lotnicza w Polsce, konieczność rejestracji działalności pocztowej z uciążliwymi konsekwencjami, nieuczciwa konkurencja w tzw. szarej strefie, wysokie koszty pracy oraz brak wykwalifikowanej siły roboczej¹⁸.

4. TENDENCJE ROZWOJOWE ORAZ CZYNNIKI DETERMINUJĄCE ROZWÓJ BRANŻY KEP W POLSCE

W niniejszym rozdziale wskazane zostaną najistotniejsze tendencje dominujące obecnie na rynku KEP oraz czynniki determinujące rozwój tego rynku. Należy określić, iż zjawiska obserwowane w Polsce w branży kurierskiej są odzwierciedleniem tych samych trendów pojawiających się na rynku europejskim¹⁹. Od początku powstania branża KEP charakteryzuje się dynamicznym rozwojem przejawiającym się zarówno w rosnącej liczbie firm kurierskich (rys. 1), wzroście wolumenu przesyłek oraz przychodów operatorów pocztowych i przewoźników (w latach 2011–2015 wolumenu przesyłek wzrósł o 57%), jak i przychodów (wzrost o 32%). Należy podkreślić, iż w porównaniu z rynkiem europejskim, branża KEP w Polsce rozwija się w ostatnich latach znacznie szybciej w tym przykładowo wzrost liczby przesyłek międzynarodowych w okresie 2011–2015 wyniósł w Polsce 10% rocznie, a krajowych 6%, podczas gdy w Europie kształtował się na poziomie odpowiednio 7% i 5% udziału w wolumenie przesyłek. Branża ta stała się atrakcyjna dla globalnych graczy jak i rodzimych lokalnych przedsiębiorstw ze względu na rosnący popyt na usługi kurierskie, wielkość i rentowność rynku, dogodną lokalizację względem potencjalnych odbiorców zagranicznych oraz dostęp do wysoko wykwalifikowanej siły roboczej. Zwykły trend związany z popytem na usługi kurierskie utrzyma się w najbliższych latach – według szacunków Instytutu Poczтового liczba realizowanych przesyłek będzie rosła w dwucyfrowym tempie. W latach 2016–2018 przewidywany jest wzrost wolumenu przesyłek o 11% rocznie do poziomu ok. 440 mln paczek a tym samym dalszy wzrost przychodów operatorów na poziomie 12% rocznie do wartości ok. 6 400 mln złotych w 2018 r. Mając na uwadze wolumen przychodów w okresie 2016–2018, rynek przesyłek zagranicznych będzie rósł dynamiczniej (16% rocznie) niż rynek krajowy (11% rocznie), przy czym najsilniejszy wzrost będzie widoczny w przesyłkach międzynarodowych ekonomicznych (18% rocznie), a słabszy w międzynarodowych ekspresowych (5% rocznie), co związane jest z ożywieniem aktywności eksportowej polskich przedsiębiorstw²⁰. Należy podkreślić, iż rynek usług kurierskich w Polsce będzie się rozwijał znacznie szybciej niż rynek globalny. Dla porównania prognozuje się, iż w latach 2016–2018 wartość rynku KEP w Polsce będzie wzrastała w średnio o 12% rocznie podczas gdy w przypadku rynku światowego – 3,42%²¹.

Swoistym motorem napędzającym rozwój rynku KEP w ostatnich latach oraz w najbliższej przyszłości jest przede wszystkim wzrost popularności e-commerce. Według danych za 2014 rok wartość sprzedaży internetowej w Polsce osiągnęła wartość ponad 27 mld zł. Oznacza to wzrost o 15% w stosunku poprzedniego roku a zwykła tendencja charakteryzuje ten rynek już od kilku lat – w ciągu dekady wartość rynku e-commerce

¹⁸ K. Rutkowski i in., *Branża przesyłek kurierskich...*, s. 23–25.

¹⁹ *Europe's CEP market: steady growth begins to shift*, ATKearney, 2015, s. 1–9.

²⁰ G. Urban i in., *Perspektywy wzrostu rynku...*, s. 11–12.

²¹ *Global Courier, Express, and Parcel (CEP) Market 2015–2019*, Technavio insights, s. 11; *Europe's CEP market: steady growth begins to shift*, ATKearney, 2015, s. 1–9.

wzrosła 25-krotnie²². Dostawa lub odesłanie zakupionego towaru za pośrednictwem firmy kurierskiej to jeden z kluczowych elementów zachęcających do zakupów w sieci. Badania Gemius pokazały, że ponad 2/3 z towarów zakupionych w sieci dostarczana jest kurierem. Choć dynamika sprzedaży detalicznej w obszarze e-handlu w Polsce jest jedną z najwyższych w Europie, to statystyczna liczba przesyłek na obywatela naszego kraju pochodzących z e-handlu wciąż jest jedną z niższych. Główną barierą jest wciąż wysoka cena za dostawę przesyłki – 2/3 respondentów robiłaby częściej zakupy w sieci, gdyby cena dostawy była tańsza. Choć udział sklepów internetowych w handlu wynosi zaledwie 4% – dla porównania w Wielkiej Brytanii 13,2% – to już teraz Polacy robią zakupy online częściej niż np. Hiszpanie i Włosi²³.

Kolejnym widocznym od kilku lat trendem w Polsce jest rosnące zainteresowanie usługami kurierskimi wśród odbiorców indywidualnych. O ile jeszcze kilka lat temu zdecydowanie dominowały usługi typu B2B o tyle od kilku lat usługi B2C zdobyły przewagę pod względem wolumenu przesyłek, co ma związek z rozwojem usług e-commerce w tym szczególnie sklepów internetowych. Klienci indywidualni wybierają częściej usługi kurierskie niż pocztowe ze względu na wysoką jakość oferowanych usług w gwarantowanym terminie oraz atrakcyjną cenę. O wysokiej jakości usług kurierskich świadczy terminowość i kompletność przesyłki, elastyczność przewoźników, niski odsetek uszkodzeń przesyłki. Ponadto w odpowiedzi na specyficzne wymagania klientów, operatorzy stosują oferty zindywidualizowane proponując wachlarz usług dodatkowych w tym przykładowo możliwość zamówienia dostawy w godzinach wieczornych lub sobotę, poinformowanie w formie wiadomości tekstowej czy elektronicznej odbiorcy o godzinie przyjazdu kuriera, śledzenie przesyłki oraz możliwość darmowego zwrotu produktu. Coraz większą popularnością cieszy się również usługa click&collect (pobierz w punkcie), polegająca na możliwości obioru lub zwrotu przesyłki w dogodnym punkcie obsługi lub paczkomacie w tym również możliwość zmiany punktu odbioru przesyłki. Usługa ta stanowi alternatywę tradycyjnej dostawy door-to door, bez konieczności dostosowywania się klienta do sztywnych godzin pracy kuriera. Potwierdzeniem wzrostu popularności usługi click&collect jest przykładowo zanotowany przez Poczta Polska wzrost o 200% w I kwartale 2016r. w porównaniu do roku ubiegłego. Poczta Polska wychodząc naprzeciw nowym wyzwaniom związanym z e-handlem, posiada obecnie najliczniejszą sieć do odbioru produktów zakupionych przez Internet (klienci mogą wybrać dogodne miejsce odbioru spośród ponad 4100 placówek pocztowych, ale także w prawie 1000 stacjach paliw)²⁴. Pomimo, że przewoźnicy starają się otworzyć na rynek B2C czy C2X, to nadal większość z nich dolicza dodatkowe opłaty za doręczenia do osób fizycznych czy ogranicza dostęp do swoich usług klientom bez podpisanej umowy. Stąd też kolejną istotną tendencją na rynku KEP jest powstawanie nowych podmiotów tzw. operatorów wirtualnych – pośredników pomiędzy przedsiębiorstwami ekspresowymi a klientem indywidualnym, którzy dopasowują ofertę do wymagań klienta oraz

²² <http://www.strefabiznesu.polskatimes.pl/artykul/eksport-i-e-handel-napedzaja-rynek-firm-kurierskich>

²³ E-commerce w Polsce 2015. Gemius dla e-Commerce Polska. 2015, Wydawnictwo Gemius, s. 8–10. <https://www.gemius.pl/files/reports/E-commerce-w-Polsce-2015.pdf>

²⁴ M. Duszczyk, *Poczta Polska rozwija e-commerce*, <http://www.rp.pl/article/20160107/EKO/301079941/1135>

wypracowują korzystne warunki przesyłek²⁵. W najbliższej przyszłości prognozuje się dalszy wzrost udziału klientów indywidualnych stosunku do biznesowych zarówno na rynku polskim jak i globalnym²⁶.

Mając na uwadze usługi B2B, zauważyć można dwa trendy dominujące na rynku KEP tj. „zintegrowanie” oraz „specjalizacja” usług. W ostatnich latach usługi kurierskie stały się w ostatnim czasie krytycznym ogniwem systemów logistycznych oraz łańcucha dostaw wielu przedsiębiorstw produkcyjnych, handlowych i usługowych. Coraz częściej przedsiębiorstwa różnych branż decydują się na ofertę zintegrowaną tj. pełną obsługę logistyczną oferowaną przez operatorów KEP ze względu na terminowość, szybkość i bezpieczeństwo usługi. Przedsiębiorcy cenią sobie również wartość dodaną usług ekspresowych a w szczególności dostawy door-to-door, transport dokumentów zwrotnych dołączonych przez nadawcę do towaru, osobistą opiekę na całej trasie dostawy czy obsługę celną. W przypadku części operatorów można zauważyć swoistą „specjalizację”, a więc dostosowanie swojej oferty do potrzeb konkretnych branż czy sektorów. Efekty wspomagania łańcucha dostaw przez usługi KEP są widoczne w szczególności w branży elektronicznej, telekomunikacji, motoryzacyjnej, odzieżowej i chemicznej. Operatorzy deklarują w przyszłości dalszą indywidualizację oferty, czyli dostosowaną do konkretnej branży czy firmy²⁷. Jednakże, dla części odbiorców biznesowych, jak pokazują badania przeprowadzone przez Harvard Business Review²⁸, niezwykle istotnym warunkiem decydującym o wyborze przewoźnika jest szeroki wachlarz oferowanych usług, stąd też przewiduje się, iż konsolidacja rynku zmierza w kierunku kompleksowej oferty łączącej przesyłki paczkowe i paletowe²⁹. Ponadto, usługa dostarczenia przesyłki traktowana jest jako element całej oferty firmy i w istotny sposób wpływa na biznes badanych firm, a w szczególności reputację, obsługę klienta i wartość sprzedaży. Należy podkreślić, że zarówno w przypadku klientów biznesowych jak i indywidualnych coraz mniejsze znaczenie przy wyborze operatora ekspresowego ma cena usługi, natomiast znacznie bardziej liczy się jakość usługi postrzegana jako niezawodność serwisu, krótki czas dostawy, terminowość, bezpieczeństwo i kompleksowość oraz fachowość personelu.

Kolejną obserwowaną w ostatnich latach tendencją na rynku KEP jest wzrost jakości oferowanych usług. Rosnąca konkurencja oraz oczekiwania klientów sprawiły, że operatorzy branży KEP przede wszystkim stawiają na jakość oferowanych usług poprzez inwestycje w rozwój infrastruktury, technologii i kadr. Mając na uwadze infrastrukturę, operatorzy inwestują przede wszystkim w rozbudowę floty, zaplecza magazynowego tzw. hub-ów oraz sieci połączeń obejmujących obszar całej Polski. Nowoczesne narzędzia informatyczne umożliwiają optymalizację działań logistycznych w tym przykładowo skrócenie tras kurierów czy czynności związanych z nadaniem paczki. Ponadto, inwestycje w technologie pozwalają przede wszystkim na usprawnienie działania sortowni i magazynów, zarządzanie pracy w magazynie czy flotą oraz monitorowanie

²⁵ A. Kawa, *Branża pośredników KEP - Istota, rodzaje podmiotów i znaczenie*, „Logistyka” 2015, nr 1, s. 51-52

²⁶ *Global Courier, Express, and Parcel (CEP) Market 2015-2019*, Technavio insights, s.15

²⁷ <http://www.kurier2.pl/kierunki-rozwoju-branzy-kep-w-badaniach-harvard-business-review-dpd-polska>

²⁸ S. Anioł, *Kluczem do sukcesu jest oferta zintegrowana*, „Gazeta Finansowa” 2015, 4-10 września, s. 56.

²⁹ K. Rutkowski i in., *Branża przesyłek kurierskich...*, op. cit., s. 22-25.

kurierów. Zamiast tradycyjnego systemu magazynowego operatorzy ekspresowi stosują nowoczesną koncepcję tzw. flow logistics, zgodnie z którą przesyłki paczkowe przechowywane są w specjalistycznych sortowniach bądź terminalach cross-dockingowych przy skrócony do minimum czasie przebywania przesyłki w magazynie przy jednoczesnym zapewnieniu pełnej obsługi logistycznej. Przykładem innych działań zorientowanych na zwiększenie efektywności i elastyczności dostaw stosowanych przez operatorów ekspresowych są rozwiązania poolowe (ang. shared distribution), czy merge in transit (łączenie kilku mniejszych przesyłek w większą) oraz usługi dodatkowe takie jak kitting (kompletowanie zestawów np. z różnych części pod zamówienie klienta), co-packing (uczestniczenie w pakowaniu razem z producentem), co-manufacturing (współuczestniczenie w procesie produkcyjnym). Firmy kurierskie stosują nowoczesne rozwiązania informatyczne oparte o system łączności satelitarnej, pakietowej lub modemowej dające możliwość śledzenia przesyłki oraz automatyzacji usługi, co znacznie skraca czas obsługi przy zapewnieniu wysokiej jakości usług. Ostatnim, ale de facto najważniejszym ogniwem bezpośrednio zaangażowanym w obsługę klienta są wykwalifikowani pracownicy, stąd też operatorzy dbają o swoją kadrę poprzez angażowanie jej w system zarządzania, systematyczne szkolenia i programy motywacyjne³⁰.

W najbliższej przyszłości zdecydowanym „motorem napędowym” branży KEP będzie e-handel a w szczególności handel transgraniczny, handel z wykorzystaniem urządzeń mobilnych (m-commerce), rozwój usługi click&collect poprzez sieć punktów odbioru i paczkomatów. Kolejnym nowym wyzwaniem jest usługa same-day-delivery a więc dostawy tego samego dnia, która jest możliwa do zrealizowania przez mniejszych operatorów obsługujących rynek lokalny. Wprowadzenie takiej usługi na terenie miast wymaga od operatorów rezygnacji z wielkich magazynów centralnych, na rzecz tworzenia większej ilości magazynów rozproszonych, co można już zaobserwować w Anglii czy Stanach Zjednoczonych. Istotne znaczenie będą mieć również rozwiązania wykorzystujące konsumentów w procesie logistycznym (crowdsourcing) oraz pełna obsługa logistyczna sklepów internetowych (e-fulfillment)³¹.

5. PODSUMOWANIE

Rynek usług KEP w Polsce od początku swego istnienia, tj. od lat 80. rozwija się bardzo dynamicznie co ma odzwierciedlenie w rosnącej liczbie operatorów, wzroście wolumenu przesyłek i wartość rynku. Branża kurierska charakteryzuje się dużym rozproszeniem zarówno pod względem liczby działających operatorów jak również zróżnicowaniem oferowanych usług. Swoje miejsce na rynku polskim znaleźli zarówno duzi globalni gracze – integratorzy, jak również lokalne małe przedsiębiorstwa działające z powodzeniem na obszarze miast czy regionów. W artykule przedstawiono dominujące w ostatnich latach tendencje na rynku KEP w tym wzrost zainteresowania usługami wśród klientów indywidualnych, „specjalizacja” oferty, wzrost przesyłek zagranicznych oraz dalsza indywidualizacja oferty. W odpowiedzi na rosnące oczekiwania klienta operatorzy stale muszą doskonalić i poszerzać wachlarz swoich usług, jak również poszukiwać nowych rozwiązań spełniających oczekiwania klientów. Część przewoźników specjalizuje

³¹ J. Mikołajczak, *Same Day Delivery, czyli przyszłość usług kurierskich*, Rynek KEP, „Gazeta Finansowa”, 4-10 września 2015, s. 56.

się w dostawach dedykowanych konkretnym branżom zapewniając pełną obsługę logistyczną, inne ukierunkowują się na klientów indywidualnych, a globalni gracze oferują usługę zintegrowaną. Obecnie czynnikiem determinującym wybór operatora nie jest już wyłącznie cena, a głównie jakość usług przejawiająca się w takich aspektach jak terminowość, bezpieczeństwo czy elastyczność dostaw. W obliczu stale rosnącej konkurencji oraz wymagania klienta operatorzy stosują działania pro jakościowe inwestując w nowoczesne technologie, infrastrukturę i kadry. Nowe wyzwania stojące przed operatorami w najbliższych latach to przede wszystkim dalszy rozwój e-commerce ale również m-commerce, same-day-delivery, rozbudowa sieci punktów odbioru oraz dywersyfikacja oferty (np. pralniomaty, lodówkomaty). Czynnikiem determinującym dalszy dynamiczny rozwój branży KEP w Polsce są przede wszystkim przejrzyste i uproszczone przepisy prawa zachęcające do założenia działalności w kraju, rozbudowa istniejącej sieci drogowej i lotniczej, zmniejszenie kosztów pracy oraz inwestowanie w rozwój kwalifikacji zawodowych personelu³².

Badania zostały zrealizowane w ramach pracy statutowej S/WZ/1/2014 i sfinansowane ze środków na naukę MNiSW.

LITERATURA

- [1] Duszczyk M., 2016, *Poczta Polska rozwija e-commerce*, <http://www.rp.pl/article/20160107/EKO/301079941/1135> (dostęp: 7.04.2016 r.).
- [2] *Europe's CEP market: steady growth begins to shift*, 2015, AT Kearney, 1-9 <https://www.atkearney.com/documents/10192/5544202/Europes+CEP+Market%E2%80%B9Steady+Growth+Begins+to+Shift.pdf/b63e4b9e-8979-4d54-a7bb-0ee9cf6008df> [dostęp: 3.04.2016 r.).
- [3] *E-commerce w Polsce 2015*, Gemius dla e-Commerce Polska, 2015, Wydawnictwo Gemius, Warszawa, s. 5–14, <https://www.gemius.pl/files/reports/E-commerce-w-Polsce-2015.pdf> (dostęp: 15.04.2016 r.).
- [4] *Global Courier, Express and Parcel (CEP) Market 2015–2019*, 2014, Technavio insights.
- [5] Kawa A., 2015, *Branża pośredników KEP – Istota, rodzaje podmiotów i znaczenie*, „Logistyka” 1, s. 55–57.
- [6] Marcysiak A., Pieniak-Lendzion K., Lendzion M., 2013, *Usługi kurierskie na rynku usług logistycznych w Polsce*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach 96 Seria: Administracja i Zarządzanie, s. 29–38.
- [7] Marczuk A., Caban J., Porębska E., Drożdżel P., Duda K., Mikulski M., 2015, *Rynek i logistyka usług kurierskich w Polsce*, „Logistyka” 3, s. 3075–3084.
- [8] Mikołajczak J., 2015, *Same Day Delivery, czyli przyszłość usług kurierskich*, „Gazeta Finansowa” z 4-10 września.

³² Marczuk A. i in., *Rynek i logistyka usług kurierskich w Polsce*, „Logistyka” 2015, nr 3, s. 3082.

- [9] Pliszka M., 2008, *Rynek usług kurierskich w Polsce*, Słupskie Prace Geograficzne 5, s. 113–122.
- [10] „Raport o stanie rynku pocztowego za rok 2014”, 2015, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Warszawa.
- [11] Rutkowski K., Cichosz M., Nowicka K., Pluta-Zaremba A., 2011, *Branża przesyłek kurierskich, ekspresowych paczkowych. Wpływ na polską gospodarkę*, Centrum Doradztwa i Ekspertyz Gospodarczych sp. z o.o., Warszawa.
- [12] Urban G., Małkiewicz R., Malepszy A., Tomaszewska A., Orliński F., 2016, *Perspektywy wzrostu rynku przesyłek kurierskich, ekspresowych i paczkowych (KEP) w Polsce do 2018 roku*, PwC Polska Transport i logistyka.
- [13] Ustawa z 23 listopada 1990 r. o łączności (tekst jedn. Dz.U. z 1995 r., nr 117, poz. 564 ze zm.).
- [14] Ustawa z dnia 23 listopada 2012 r. Prawo pocztowe (tekst jedn. Dz.U. z 2012 r. poz. 1529, 1830).
- [15] Ustawa z dnia 15 listopada 1984 r. Prawo przewozowe (Dz.U. z 2000 r. nr 50, poz. 601 ze zm.).
- [16] <http://www.kuriero.pl> „Spojrzenie na polski rynek usług kurierskich” (dostęp: 19.12.2012 r.).
- [17] <http://www.strefabiznesu.polskatimes.pl/artykul/eksport-i-e-handel-napedzaja-rynek-firm-kurierskich> (dostęp: 10.05.2016 r.).

THE CHARACTERISTICS OF COURIER SERVICE MARKET IN POLAND

Courier services, as a relatively young branch in Poland, have been developing dynamically since its beginning. Due to the huge and ever-growing demand for express service, favourable geographical position and the profitability of the market, the global players as well as local ones act on the Polish CEP market. The specific characteristics of the courier services such as punctuality, speed of delivery and shipment security has ensured that this service has become very attractive not only for many trading, service and production enterprises, but also for individual clients. Growing popularity of e-commerce influences the development of courier services but also increasing competition among operators. The aim of the article is to identify specific characteristics of courier services in Poland and to indicate trends occurring on this market but also the factors that determine its development. The review of available literature sources allowed to confirm the fact that CEP market develops very dynamically and undergoes continuous changes. Currently the predominant trend is the increased interest in B2C services, “specialization” and “individualization” of deals, increase in volume of foreign shipments. The main identified factors determining development of courier market are the development of e-commerce, the size and profitability of the market, the convenient location relative to the potential contactors and access to highly skilled staff.

Keywords: courier/express service, CEP market, Internet commerce, specialization, modern solutions.

DOI:10.7862/rz.2017.hss.4

Przesłano do redakcji: styczeń 2017 r.

Przyjęto do druku: marzec 2017 r.

