

# Raport z badania społecznego zapotrzebowania na usługi powszechne



<b>1. USŁUGI POWSZECHNE</b>	<b>4</b>
1.1. Świadomość usług powszechnych	6
1.2. Katalog usług powszechnych	7
<b>2. OPERATORZY POCZTOWI</b>	<b>8</b>
2.1. Znajomość operatorów pocztowych	9
2.2. Wizerunek i ocena operatora wyznaczonego	10
<b>3. USŁUGI POCZTOWE</b>	<b>12</b>
3.1. Korzystanie z usług pocztowych, w tym przesyłek kurierskich	13
3.2. Korzystanie z najpopularniejszych usług pocztowych	18
3.2.1. List zwykły krajowy	18
3.2.2. Polecony list krajowy	19
3.2.3. Paczka pocztowa krajowa	20
3.2.4. Przesyłka kurierska krajowa	21
3.3. Korzystanie z usług pocztowych w czasie pandemii COVID-19	22
3.4. Składowe obowiązku świadczenia usług powszechnych	23
3.4.1. Dostępność usług	23
3.4.2. Przystępność cenowa	28
3.4.3. Jakość usług pocztowych	33
3.4.4. Częstotliwość korzystania z usług pocztowych	36
3.4.5. Nadawanie i odbieranie przesyłek pocztowych	38
3.5. Parametry jakościowe	43
3.5.1. Reklamacje	43
3.5.2. Jakość usług pocztowych, w tym aspekt bezpieczeństwa	46
<b>4. E-USŁUGI</b>	<b>48</b>
4.1. Potencjalni klienci e-usług	49
4.2. Elektroniczne Potwierdzenie Odbioru	50
4.3. Profil Zaufany (PZ)	52
4.4. Elektroniczna Platforma Usług Administracji Publicznej (ePUAP)	53
4.5. E-doręczenia	54
<b>5. WNIOSKI</b>	<b>56</b>
<b>6. PODSUMOWANIE</b>	<b>66</b>

Celem badania<sup>1</sup> przeprowadzanego na zlecenie Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej<sup>2</sup> jest poznanie opinii na temat potrzeb osób i instytucji korzystających z usług pocztowych<sup>3</sup>. Uzyskane informacje pozwoliły na ocenę sposobu wypełniania przez operatora wyznaczonego obowiązku zapewnienia dostępności i jakości usług powszechnych.

Poza zapotrzebowaniem na usługi powszechne badanie dotyczyło także innych zagadnień związanych ze świadczeniem usług pocztowych. W raporcie podsumowującym przeprowadzone badanie omówione są wyniki odnoszące się do świadomości klientów i katalogu usług powszechnych.

Raport przedstawia modele i schematy korzystania z najpopularniejszych usług pocztowych. Ponadto w dokumencie przedstawione są parametry jakościowe usług pocztowych oraz ocena operatora wyznaczonego. Raport został uzupełniony o dane uzyskane podczas kontroli Poczty Polskiej w zakresie zapewnienia dostępu do usług osobom niepełnosprawnym oraz rozpatrywania reklamacji usług powszechnych.

W dokumencie znalazło się także podsumowanie wyników badania opinii publicznej dotyczącego znajomości i korzystania z nowoczesnych usług, tzw. e-usług, będących uzupełnieniem tradycyjnych usług pocztowych.

Niniejsze było drugim badaniem wykonywanym na zlecenie Prezesa UKE, dlatego też zawiera porównania do badania przeprowadzonego w roku 2016.

Nie można nie zauważyć, że choć coraz chętniej korzystamy z zakupów online, rynek nowoczesnych usług pocztowych w Polsce stoi dopiero na progu prawdziwego boomu. Nie bez wpływu na ten proces miała pandemia koronawirusa, która niejako wymusiła przedkładanie handlu internetowego nad tradycyjny, jak i rosnącą sieć automatów paczkowych, które zapewniają nie tylko wygodny, ale i bezpieczny z punktu widzenia zachowania dystansu społecznego odbiór paczek.

<sup>1</sup> Badanie zostało przeprowadzone w IV kwartale 2020 r. przez PBS Sp. z o.o., na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie 1202 Polaków w wieku powyżej 18 roku życia – metoda wywiadu internetowego oraz ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie 454 instytucji – mieszaną techniką wywiadów telefonicznych (CATI) oraz wywiadów realizowanych z wykorzystaniem internetowego panelu firm. Telefonicznie zrealizowano 208 wywiadów, zaś przez Internet – 246 wywiadów. Dobór próby miał charakter kwotowo – warstwowy. Dane dotyczące jakości usług i wyników kontroli zostały opracowane w I kwartale 2021 r.

<sup>2</sup> Zgodnie z art. 192a ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2021 r. poz. 576) Prezes UKE, co najmniej raz na 4 lata, przeprowadza badanie społeczne zapotrzebowania na usługi powszechne w rozumieniu ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe (Dz. U. z 2020 r. poz. 1041), obejmujące w szczególności badanie środowiska technologicznego, ekonomicznego i społecznego oraz związanych z tym potrzeb korzystających z usług powszechnych oraz sposobu wypełniania przez operatora wyznaczonego obowiązku zapewnienia dostępności i jakości usług powszechnych.

<sup>3</sup> Badanie, którego wyniki opisuje niniejszy Raport zostało przeprowadzone po raz drugi. Pierwsze, zostało przeprowadzone w roku 2016, a jego wyniki zostały opublikowane na stronie UKE pod adresem: <https://uke.gov.pl/raporty/zapotrzebowanie-polakow-na-uslugi-pocztowe,5.html>

# 1. USŁUGI POWSZECHNE



Usługi pocztowe są usługami świadczonymi w ogólnym interesie gospodarczym. Stanowią istotne narzędzie komunikacji, zapewniając korzyści społeczne. Są także ważnym elementem łączności i handlu. Zadaniem państwa jest zapewnienie użytkownikom dostępu do usługi powszechnej o odpowiedniej jakości, świadczonej w sposób ciągły na terytorium całego kraju i po przystępnych cenach.

Obowiązek ten jest realizowany poprzez określenie zakresu przedmiotowego<sup>4</sup> oraz sposobu świadczenia usług powszechnych<sup>5</sup>, tj. usług podstawowych z punktu widzenia użytkowników.

Dostępność usług powszechnych jest gwarantowana prawem. Sposobem na zapewnienie dostępności usług pocztowych jest wskazanie operatora wyznaczonego do świadczenia usług powszechnych. Musi on wykazać, że spełnia wszystkie określone prawem wymagania oraz daje gwarancję wywiązania się z obowiązków ustanowionych

dla operatora wyznaczonego. Podstawowym obowiązkiem takiego operatora jest świadczenie usług pocztowych o charakterze powszechnym na obszarze całego kraju, utrzymanie ich niedyskryminującej, społecznie akceptowanej ceny, a także zapewnienie właściwego rozmieszczenia placówek pocztowych, umożliwiającego dostępność terytorialną do usług.

Powyższe założenia wynikają z przepisów ustawy Prawo pocztowe.

Wybór operatora zobowiązanego do świadczenia usług powszechnych dokonywany jest w drodze decyzji Prezesa UKE, na podstawie wyników przeprowadzonego konkursu.

Obecnie operatorem wyznaczonym jest Poczta Polska S.A., która na mocy decyzji Prezesa UKE zobowiązana jest do świadczenia usług powszechnych od 1 stycznia 2016 r. do 31 grudnia 2025 r.

<sup>4</sup> Art. 45 ustawa z dnia 23 listopada 2012 r. Prawo pocztowe (Dz. U. z 2020 r. poz. 1041) do usług powszechnych zalicza świadczone w obrocie krajowym i zagranicznym:

- przesyłki listowe, w tym polecane i z zadeklarowaną wartością o masie do 2 kg,
- przesyłki dla ociemniałych,
- paczki pocztowe, w tym z zadeklarowaną wartością o masie do 10 kg,
- paczki pocztowe nadesłane z zagranicy do 20 kg.

<sup>5</sup> Art. 46 Prawa pocztowego:

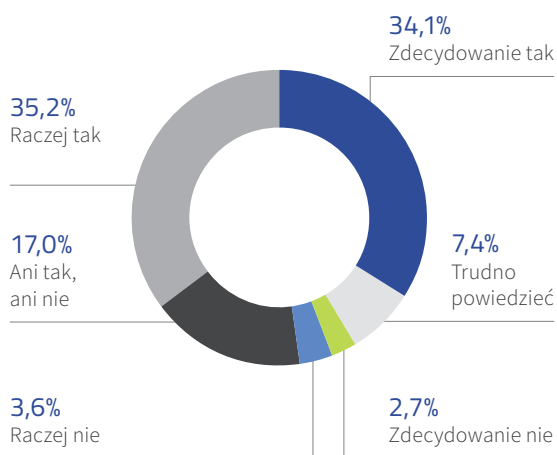
1. Do świadczenia usług powszechnych na terytorium całego kraju jest obowiązany operator wyznaczony.
2. Obowiązek, o którym mowa w ust. 1, obejmuje świadczenie usług powszechnych:
  - 1) w sposób jednolity w porównywalnych warunkach;
  - 2) przy zapewnieniu na terytorium całego kraju rozmieszczenia:
    - a) placówek pocztowych operatora wyznaczonego;
    - b) nadawczych skrzynek pocztowych odpowiedniego do zapotrzebowania na danym terenie;
  - 3) z zachowaniem wskaźników czasu przebiegu przesyłek pocztowych;
  - 4) po przystępnych cenach;
  - 5) z częstotliwością zapewniającą co najmniej jedno opróżnianie nadawczej skrzynki pocztowej i doręczanie przesyłek pocztowych, co najmniej w każdy dzień roboczy i nie mniej niż przez 5 dni w tygodniu z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy;
  - 6) w sposób umożliwiający uzyskanie przez nadawcę dokumentu potwierdzającego odbiór przesyłki rejestrowanej.

## 1.1. Świadomość usług powszechnych

Pojęcie „pocztowe usługi powszechne” jest znane niespełna co piątemu badanemu indywidualnemu (17,1%). Koncepcja gwarantowania powszechnego dostępu do usług pocztowych jest oceniana zdecydowanie pozytywnie – popiera ją blisko 70% badanych indywidualnych, podczas gdy przeciwnymi jest jedynie 6% tej grupy respondentów.

### Wykres nr 1. Odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Czy Pana/Pani zadaniem prawne gwarantowanie Polakom dostępu do powszechnych usług pocztowych jest dobrym pomysłem?*



Źródło: UKE

Prawne gwarantowanie dostępu do powszechnych usług pocztowych jest według większości badanych dobrym rozwiązaniem.

Z kolei wśród respondentów instytucjonalnych pozytywnej odpowiedzi na pytanie o znajomość określenia „pocztowe usługi powszechne” udzieliło 21,7%. Przy czym wyższą znajomość w tym zakresie wykazali respondenci pracujący w jednostkach administracji.

Jednocześnie aż 82,9% użytkowników indywidualnych i 78,3% instytucji nie słyszało o „pocztowych usługach powszechnych”. Trzeba jednak podkreślić, że wśród respondentów indywidualnych świadomość istnienia pocztowych usług powszechnych jest aktualnie nieco większa, niż w roku 2016, kiedy to jedynie 8,2% respondentów indywidualnych potwierdziło, że znane jest im to pojęcie. Natomiast świadomość istnienia pocztowych usług powszechnych jest aktualnie nieco mniejsza niż w roku 2016 wśród respondentów instytucjonalnych. Prawdopodobnie wynikać to może z faktu, że około roku przed poprzednim badaniem rozstrzygnięty został konkurs na operatora wyznaczonego, wobec czego informacje o prowadzonym postępowaniu i jego wynikach pojawiały się częściej w przestrzeni publicznej niż ma to miejsce obecnie.

Wyniki badania wskazują, że pomimo pozytywnego nastawienia do koncepcji gwarantowanych usług pocztowych oraz gwarantowanego katalogu tych usług, zdecydowana większość użytkowników nie zna terminu prawnego „pocztowe usługi powszechne”.

## 1.2. Katalog usług powszechnych

Katalog usług powszechnych tworzą:

- przesyłki listowe świadczone w obrocie krajowym i zagranicznym, w tym polecane i z zadeklarowaną wartością, o masie do 2 kg,
- przesyłki dla ociemniałych,
- paczki pocztowe, w tym z zadeklarowaną wartością, o masie do 10 kg, paczki pocztowe nadesłane z zagranicy do 20 kg
- oraz worki M<sup>6</sup>.

Tak określony zakres usług powszechnych został oceniony przez większość uczestników badania jako wystarczający. Tego zdania było 49,7% klientów indywidualnych i 67,1% instytucjonalnych.

Niezależnie od powyższego 7,9% klientów indywidualnych oraz 7,1% klientów instytucjonalnych wskazało, iż zakres usług powszechnych powinien być szerszy. Jednocześnie 14,2% klientów indywidualnych i 17,2% klientów instytucjonalnych uznało, że do katalogu powinna zostać włączona przesyłka kurierska. Ponadto wśród odpowiedzi odnoszących się do rozszerzenia katalogu tych usług wymieniane były: większa dopuszczalna waga przesyłek, przekazy i szybkie przelewy. Postulat zwiększenia masy przesyłek został wskazany przez 45% klientów instytucjonalnych i 27,1% klientów indywidualnych opowiadających się za rozszerzeniem katalogu usług powszechnych.

W ramach badania dotyczącego korzystania z e-usług, szerzej omówionego w dalszej części raportu, respondenci zostali również zapytani o potrzebę włączenia do katalogu usług powszechnych elektronicznego potwierdzenia odbioru<sup>7</sup>. Za takim rozwiązaniem opowiedziało się 73,1% klientów indywidualnych.

Zdaniem większości ankietowanych obecny zakres usług powszechnych jest wystarczający.

<sup>6</sup> Por. art. 45 ust. 1 Prawa pocztowego; przepisy Światowej Konwencji Pocztovej (Dz. U. z 2015 r. poz. 1522).

<sup>7</sup> Elektroniczne potwierdzenie odbioru jest to rozwiązanie zastępujące papierowe potwierdzenie odbioru. Polega ono na potwierdzeniu odbioru przesyłki za pomocą podpisu złożonego na urządzeniu elektronicznym, np. na tablecie, smartfonie.

## 2. OPERATORZY POCZTOWI





## 2.1. Znajomość operatorów pocztowych

Najbardziej rozpoznawalnym wśród użytkowników operatorem pocztowym jest Poczta Polska, która została wymieniona przez 73,8% badanych klientów indywidualnych. Następny w kolejności DHL wymieniło 63% badanych. Znajomość marki InPost zadeklarowało 63% badanych, przy czym marka ta często pojawiała się w deklaracjach badanych pod hasłem „paczkomaty”. Czwórkę najlepiej znanych marek zamyka DPD ze znajomością na poziomie 55%.

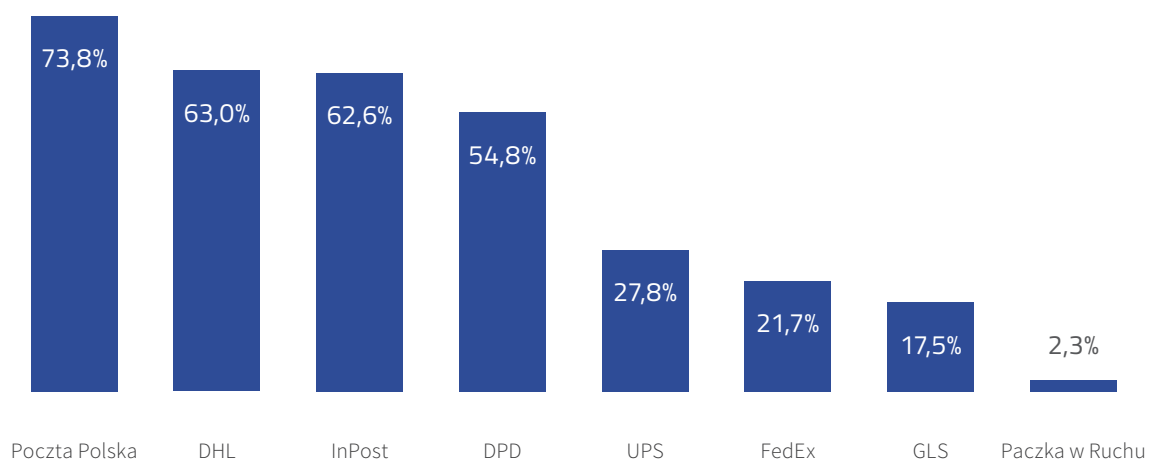
Pomimo największej znajomości Poczty Polskiej, dla znacznej części badanych operatorem pocztowym, z którego usług korzystają najczęściej jest InPost. Firma została wymieniona przez 39,1% ankietowanych. Korzystanie z usług Poczty Polskiej zadeklarowało 22,2% ankietowanych. W dalszej kolejności uplasowały się DPD – 16,9% oraz DHL – 16,4%.

Usługi pocztowe są także powszechnie wykorzystywane wśród klientów instytucjonalnych, korzysta z nich 92% badanych firm. Operatorem, którego usługi są najczęściej wykorzystywane jest Poczta Polska – 40,6%. Firma ta była deklarowana jako głównie wykorzystywany operator blisko dwukrotnie częściej, niż następny w kolejności InPost – 19,8%. Z usług Poczty Polskiej częściej korzystają firmy z sektora administracji publicznej i samorządowej. Operatorami pocztowymi, z których usług pocztowych korzystają klienci instytucjonalni oprócz ww. jest DPD – 17,6% i DHL – 12,3%.

### Grafika nr 1.

Znajomość operatorów świadczących usługi pocztowe – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Jakich operatorów usług pocztowych, w tym kurierskich, zna Pan/Pani chociaż ze słyszenia?*



Źródło: UKE

## 2.2. Wizerunek i ocena operatora wyznaczonego

Operator wyznaczony, tj. Poczta Polska jest najbardziej znanym operatorem pocztowym wśród klientów indywidualnych (73,8%).

Poczta Polska zajmuje drugie miejsce wśród dostawców usług pocztowych, z których najczęściej korzystają klienci indywidualni (22,2%). Korzystanie z usług Poczty Polskiej zadeklarowało 40,6% klientów instytucjonalnych.

Według respondentów indywidualnych Poczta Polska jest postrzegana przede wszystkim jako operator dostępny dla każdego. Badani uznali ją także za wiarygodną i przyjazną. Nieco słabiej z Poczta Polską wiązane są: terminowość, konkurencyjne ceny oraz nowoczesność.

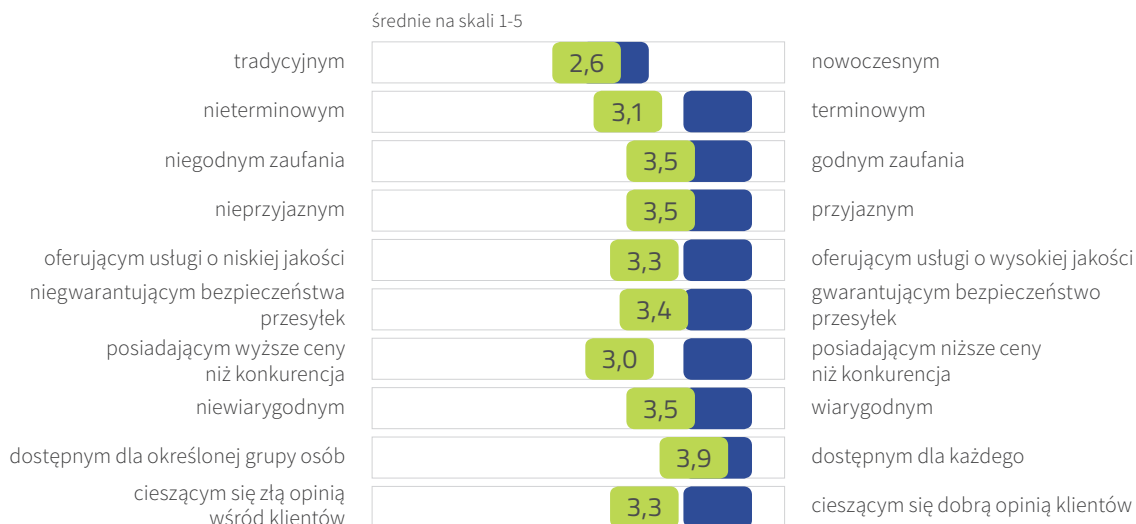
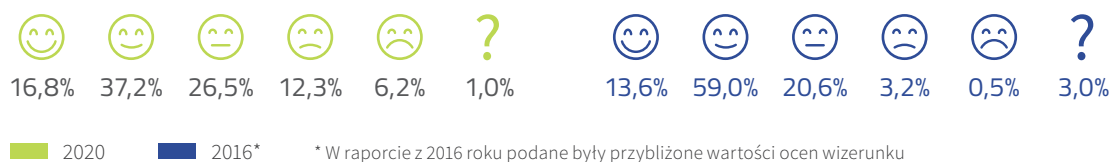
W ogólnej ocenie Poczty Polskiej przeważają oceny pozytywne (54% do 18% negatywnych). Bardziej pozytywny wizerunek Poczta Polska posiada wśród osób starszych. Gorzej instytucję tę oceniły osoby młode.

Także według klientów instytucjonalnych Poczta Polska jest postrzegana przede wszystkim jako operator dostępny dla każdego. Badani uznali ją także godną zaufania i oferującą usługi o wysokiej jakości. Nieco słabiej z Poczta Polską wiązana jest nowoczesność. W ogólnej ocenie Poczty Polskiej przeważają oceny pozytywne (51% do 16% negatywnych).

Jak wynika z aktualnego badania, Poczta Polska najmniej kojarzona jest z nowoczesnością, choć wśród klientów indywidualnych nie zaobserwowano istotnego pogorszenia oceny w porównaniu z poprzednim badaniem w tym zakresie. Natomiast wśród klientów instytucjonalnych wizerunek Poczty Polskiej w bieżącym badaniu jest nieco mniej pozytywny niż w 2016 roku.

**Wykres nr 2.**

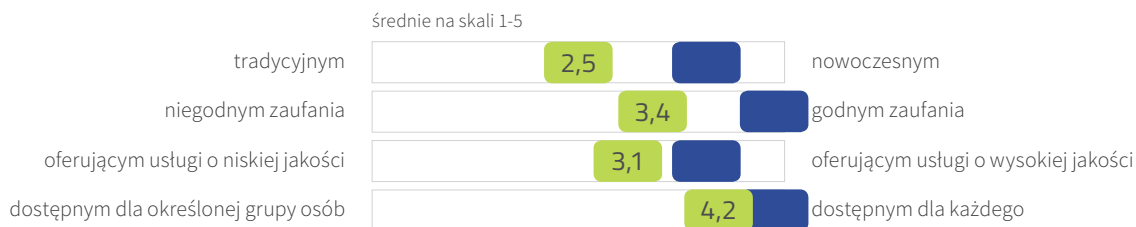
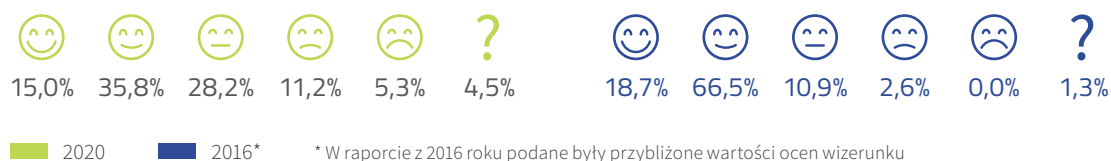
Wizerunek i ocena Poczty Polskiej – odpowiedzi klientów indywidualnych.

*Jakim operatorem pocztowym jest Pana/Pani zdaniem Poczta Polska?**Jak ogólnie ocenia Pan/Pani Poczta Polska?*

Źródło: UKE

**Wykres nr 3.**

Wizerunek i ocena Poczty Polskiej – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*Jakim operatorem pocztowym jest Pana/Pani zdaniem Poczta Polska?**Jak z perspektywy firmy ocenia Pan/Pani współpracę z Poczta Polska?*

Źródło: UKE

### 3. USŁUGI POCZTOWE



W tej części Raportu omówione zostaną wyniki badania odnoszące się do:

- korzystania z usług pocztowych, w tym podczas pandemii Covid-19,
- składowych obowiązków świadczenia usług powszechnych,
- parametrów jakościowych istotnych na rynku usług pocztowych.

### 3.1. Korzystanie z usług pocztowych, w tym przesyłek kurierskich

Usługi pocztowe są w Polsce powszechnie wykorzystywane – korzysta z nich 94,2% klientów indywidualnych. Skala korzystania z usług pocztowych jest nieco większa wśród mieszkańców wsi, gdzie z usług tych korzysta 97% badanych. Rzadziej z usług pocztowych korzystają osoby najmniej wykształcone – w tej grupie 14% deklaruje nie korzystanie z usług pocztowych.

Operatorem, którego usługi są najczęściej wykorzystywane przez klientów indywidualnych jest InPost – firma ta była deklarowana jako głównie wykorzystywany operator przez 39,1% ankietowanych. Następna w kolejności Poczta Polska wybierana była przez 22,2%. W grupie operatorów usług pocztowych, z usług których najczęściej korzystają klienci indywidualni, znalazły się także DPD 16,9% oraz DHL – 16,4%.

Z usług operatora wyznaczonego częściej korzystają mieszkańcy wsi niż miast.

Usługi pocztowe są powszechnie wykorzystywane przez klientów instytucjonalnych – korzysta z nich 92,4% badanych firm. Operatorem, którego usługi są najczęściej wykorzystywane przez tę grupę respondentów jest Poczta Polska – wybór tej firmy zadeklarowało 40,6% ankietowanych. Korzystanie z usług następnego w kolejności InPost wskazało 19,8% ankietowanych. W grupie operatorów usług pocztowych, z usług których najczęściej korzystają klienci instytucjonalni, znalazły się także DPD 17,6% oraz DHL – 12,3%.

Z usług Poczty Polskiej częściej korzystają firmy z sektora administracji publicznej i samorządowej.

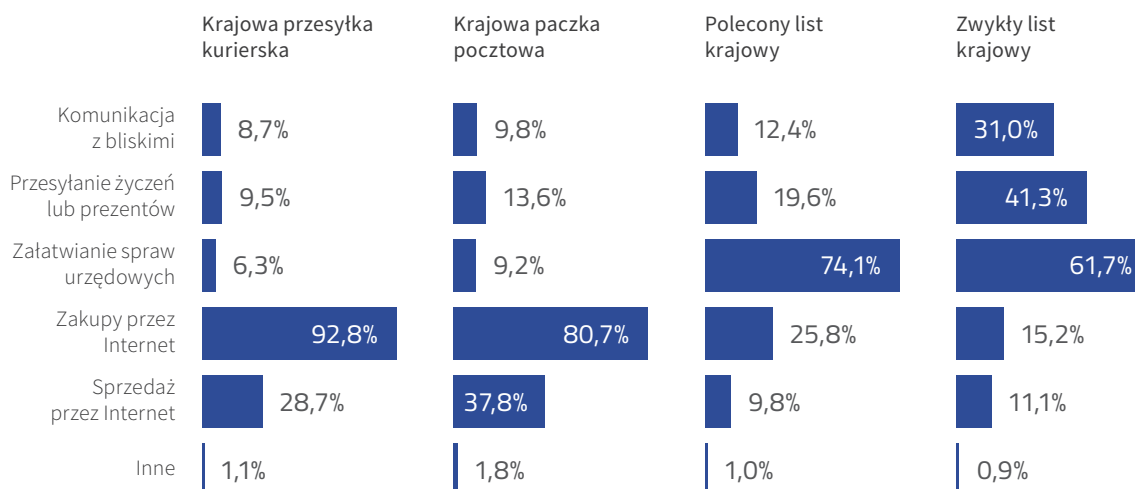
Najczęstszym powodem korzystania z usług pocztowych przez klientów indywidualnych są zakupy przez Internet. W tym celu z krajowej przesyłki kurierskiej korzysta 92,8% ankietowanych, a z krajowej paczki pocztowej 80,7% ankietowanych. Kolejnym powodem korzystania z usług pocztowych przez klientów indywidualnych jest potrzeba załatwienia spraw urzędowych. W tym celu 74,1% ankietowanych korzysta z poleconego listu krajowego, a 61,7% ze zwykłego listu krajowego.

Użytkownicy indywidualni wśród głównych powodów korzystania z usług pocztowych wymieniali ponadto przesyłanie życzeń i prezentów, komunikację z otoczeniem oraz sprzedaż przez Internet.

**Wykres nr 4.**

Cele korzystania z usług pocztowych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*W jakim celu Pan/Pani korzysta z usług pocztowych (w tym kurierskich)?*



Źródło: UKE

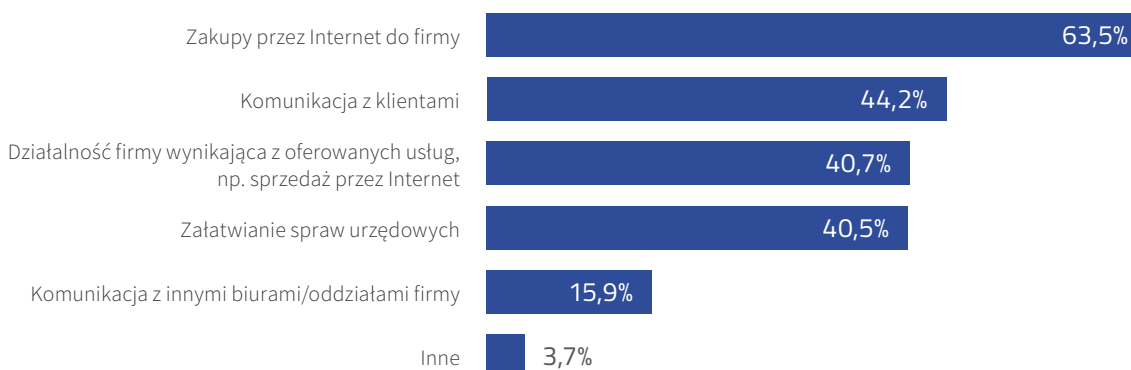
Najczęściej wymienianym powodem korzystania przez firmy z usług pocztowych jest dostarczanie produktów zakupionych na potrzeby firmy w Internecie 63,5%. Usługi pocztowe często służą także do komunikacji z klientami oraz realizowania podstawowej działalności firmy (głównie w przypadku

firm handlowych). Do załatwiania spraw urzędowych usługi pocztowe wykorzystuje 40,5% badanych. Użytkownicy instytucjonalni wśród głównych powodów wymieniali ponadto komunikację z klientami, sprzedaż przez Internet, komunikację z innymi biurami/oddziałami firmy.

**Wykres nr 5.**

Cele korzystania z usług pocztowych – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*W jakim celu Pana/Pani firma korzysta z usług pocztowych?*



Źródło: UKE

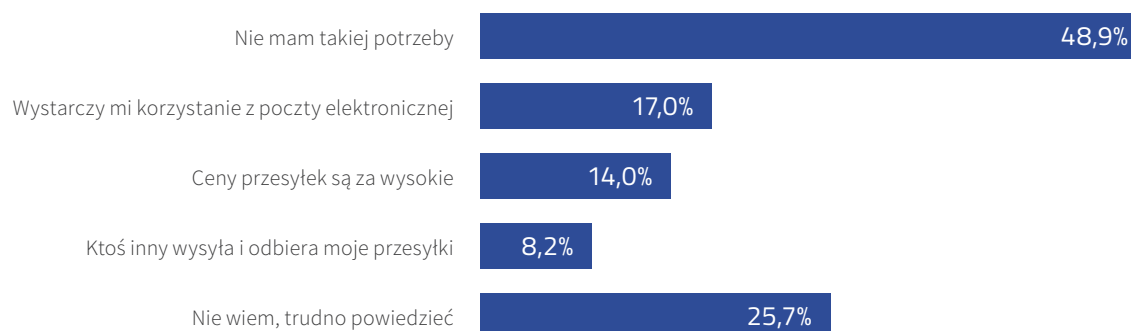
Respondenci indywidualni nie korzystający z usług pocztowych (5,8% ogółu respondentów) jako główny powód nie korzystania wskazywali brak takiej potrzeby (48,9% odpowiedzi).

Wśród innych przyczyn wskazywali też m.in. korzystanie z poczty elektronicznej (17,0% wskazań), wysokie ceny za przesyłkę (14,0%), a także fakt, że wysyłają i odbierają przesyłki pocztowe za pośrednictwem innej osoby (8,2%).

### Wykres nr 6.

Powody niekorzystania z usług pocztowych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Dlaczego nie korzysta Pan/Pani z usług pocztowych, w tym kurierskich?*



Źródło: UKE

7,6% użytkowników instytucjonalnych zadeklarowało, że nie korzysta z usług pocztowych. Spośród nich 78,7% uzasadnia to brakiem takiej potrzeby, 21,9% wskazuje, że wystarczające jest korzystanie z poczty elektronicznej, 4,3% respondentów wskazało, że te usługi są przestarzałe.

Z kolei wyniki badania wskazują, że najbardziej popularnymi usługami wśród respondentów indywidualnych są: przesyłka kurierska krajowa (71,8%), paczka pocztowa krajowa (57,2%), polecony list krajowy (53,2%) oraz

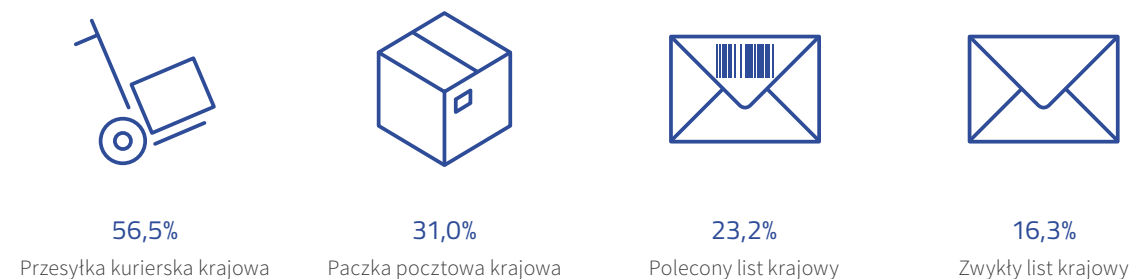
zwykły list krajowy (44,3%), a także zwykły list wysyłany za granicę (9,3%), przekaz pocztowy krajowy (9,2%), polecony list wysyłany za granicę (7,2%), paczka pocztowa wysyłana za granicę (7,0%) czy przesyłka kurierska wysyłana za granicę (6,2%).

Dodatkowo respondentów indywidualnych zapytano o wskazanie maksymalnie trzech przesyłek, z których korzystają najczęściej. Wyniki w tym zakresie potwierdziły popularność usług krajowych wśród użytkowników indywidualnych.

**Grafika nr 2.**

Korzystanie z usług pocztowych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Z których przesyłek korzysta Pan/Pani najczęściej?*



Źródło: UKE

Z usługi przesyłka kurierska korzystają częściej osoby najmłodsze, natomiast paczki pocztowe, częściej niż inni, wysyłają osoby w wieku 25-44 lata.

Z kolei wśród najbardziej popularnych usług wymienianych przez respondentów instytucjonalnych ranking jest nieco inny. Jako najbardziej popularną usługę wymieniają: polecony list krajowy (70,4%), następnie przesyłkę kurierską krajową (67,8%), paczkę pocztową krajową (49,5%), zwykły list krajowy (44%), a także przesyłkę kurierską wysyłąną

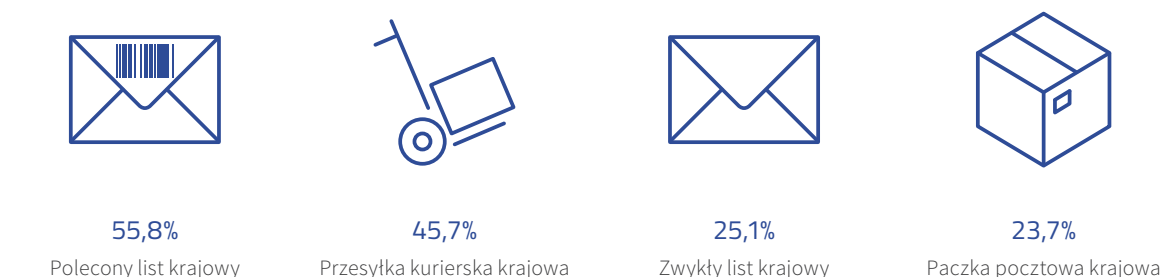
za granicę (11,2%), polecony list wysyłany za granicę (8,9%), przesyłki reklamowe (8,6%), zwykły list wysyłany za granicę (7,7%) i paczkę pocztową wysyłąną za granicę (7,1%).

W grupie trzech usług pocztowych najczęściej wykorzystywanych/nadawanych przez klientów instytucjonalnych znalazły się również usługi krajowe. W rankingu potwierdzona została popularność poleconego listu krajowego oraz przesyłki kurierskiej krajowej, jednak zwykły list krajowy okazał się usługą częściej wykorzystywaną niż paczka pocztowa krajowa.

**Grafika nr 3.**

Korzystanie z usług pocztowych – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*Które przesyłki są nadawane najczęściej?*



Źródło: UKE



List polecony, to usługa, z której najintensywniej korzystają firmy działające w obszarze administracji publicznej i samorządowej. Przesyłki kurierskie natomiast częściej wskazywane były przez firmy przemysłowe i handlowe.

Do katalogu usług powszechnych należy większość wymienionych przez badanych najpopularniejszych usług, w tym list krajowy, zarówno zwykły, jak i polecony, a także paczka pocztowa krajowa.

Klienci indywidualni i instytucjonalni wskazali także przesyłkę kurierską, jako jedną z najczęściej wybieranych usług pocztowych. Zwrócić też trzeba uwagę na istotność, ze względu na jej społeczną rolę, usługi krajowego przekazu pocztowego. Zgodnie z przeprowadzonym badaniem, krajowy przekaz pocztowy jest wykorzystywany przede wszystkim przez osoby o najniższej sytuacji finansowej. Wśród osób z tej grupy, na pytanie o trzy usługi, z których korzystają najczęściej, 12% wskazało krajowy przekaz pocztowy. Natomiast wśród grup zamożniejszych jedynie 2% badanych wymieniło przekaz pocztowy krajowy jako jedną z trzech usług z których korzystają najczęściej.

Spośród wszystkich badanych osób indywidualnych w 2020 r., aż 94,2% potwierdziło, że korzysta z usług pocztowych. Natomiast w badaniu przeprowadzonym w 2016 r. odpowiedzi twierdzącej udzieliło tylko 67,4% respondentów. Udział więc osób indywidualnych korzystających z usług pocztowych w 2020 roku jest znacząco wyższy, niż w badaniu zrealizowanym w 2016 roku. Poza niewątpliwie rzeczywistym wzrostem stopnia korzystania z usług, przyczyną tak znaczącej różnicy może być także nieco inaczej sformułowane brzmienie pytania. W 2016 roku pytano o usługi pocztowe, bez dodatkowego doprecyzowania, że obejmują one także usługi kurierskie.

Natomiast wśród badanych respondentów instytucjonalnych na pytanie o korzystanie z usług pocztowych w 2020 r. pozytywnie odpowiedziało 94,2%, podczas gdy w 2016 r. było to 95,7%. Jak wynika z uzyskanych wyników, pomimo nieco innego brzmienia pytania w 2016 r., udział firm deklarujących korzystanie z usług pocztowych pozostaje na zbliżonym, wysokim poziomie.

Jednakże obecnie znacząco wzrósł udział firm, które deklarują brak potrzeby korzystania z usług pocztowych. Przyczyną takiej sytuacji może być wzrost popularności e-usług oraz liczby spraw urzędowych, które można załatwić bez potrzeby wysyłania tradycyjnej korespondencji.

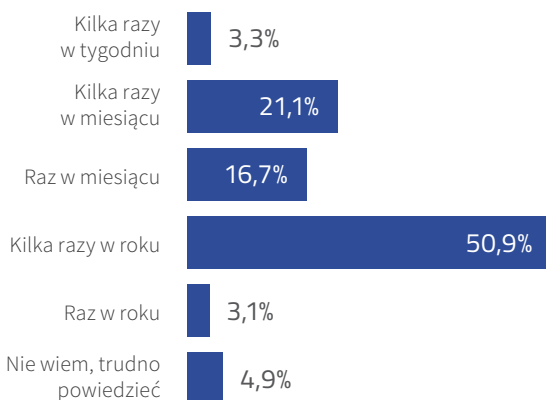
## 3.2. Korzystanie z najpopularniejszych usług pocztowych

### 3.2.1. List zwykły krajowy

Zwykły list krajowy<sup>8</sup>, stanowiący część katalogu usług powszechnych<sup>9</sup>, jest czwartą najpopularniejszą usługą pocztową wśród użytkowników indywidualnych wskazaną przez 44,3% badanych. Ponadto 50,9% respondentów przyznało, że nadawało taką przesyłkę w ciągu ostatniego roku, a 21,1% – kilka razy w miesiącu.

#### Wykres nr 7.

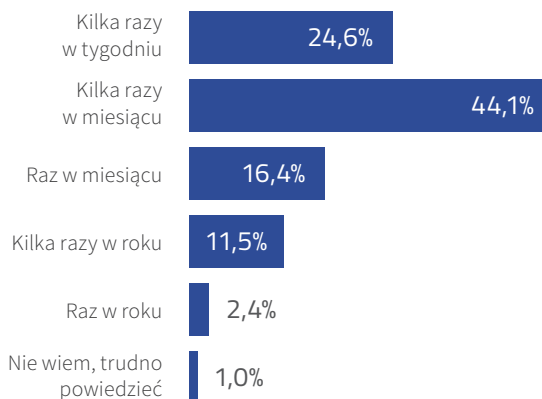
Zwykły list krajowy – częstotliwość korzystania klienci indywidualni.



Źródło: UKE

#### Wykres nr 8.

Zwykły list krajowy – częstotliwość korzystania klienci instytucjonalni.



Źródło: UKE

Zwykły list krajowy jest również popularny wśród klientów instytucjonalnych. W tej grupie także jest czwartą najpopularniejszą usługą pocztową wskazaną przez – 44,0% respondentów. Na istotność tej usługi wpływa również częstotliwość korzystania, ponieważ aż 44,1% przyznało, że nadawało taką przesyłkę kilka razy w miesiącu, a 26,4% – kilka razy w tygodniu.

<sup>8</sup> Zgodnie z art. 3 pkt 20 Prawa pocztowego przesyłka listowa to przesyłka pocztowa z korespondencją lub druk (przesyłka pocztowa zawierająca informację pisemną lub graficzną, wielokrotniona za pomocą technik drukarskich lub podobnych, utrwalona na papierze albo innym materiale używanym w drukarstwie, w tym książka, katalog, dziennik lub czasopismo), z wyłączeniem przesyłek reklamowych.

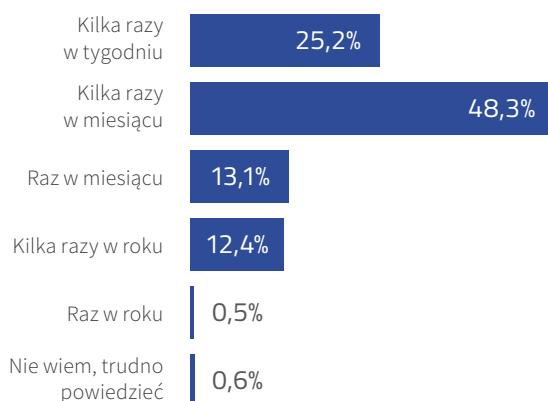
<sup>9</sup> Por. art. 45 ust. 1 pkt 1 lit. a) Prawa pocztowego.

### 3.2.2. Polecony list krajowy

Polecony list krajowy<sup>10</sup>, który wchodzi w skład katalogu usług powszechnych<sup>11</sup>, jest najczęściej nadawanym przez klientów instytucjonalnych rodzajem przesyłki – przyznało to 70,4% badanych. 48,3% badanych wskazało, że korzysta z tej usługi kilka razy w miesiącu, natomiast 25,2% – kilka razy w tygodniu.

#### Wykres nr 9.

Polecony list krajowy – częstotliwość korzystania klienci instytucjonalni.

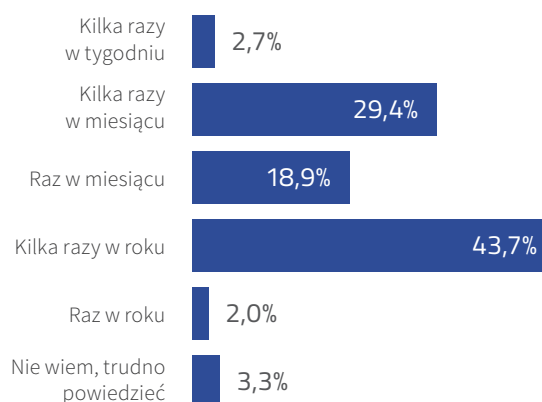


Źródło: UKE

Z kolei wśród użytkowników indywidualnych jest trzecią najpopularniejszą usługą – wymieniło ją 53,7% klientów indywidualnych. Wśród respondentów 43,7% wskazało, że korzystało z niej kilka razy w okresie ostatniego roku, natomiast 29,4% kilka razy w miesiącu.

#### Wykres nr 10.

Polecony list krajowy – częstotliwość korzystania klienci indywidualni.



Źródło: UKE

Polecony list krajowy, to usługa, z której najintensywniej korzystają firmy działające w obszarze administracji publicznej i samorządowej.

<sup>10</sup> Przesyłka polecona to przesyłka listowa, będąca przesyłką rejestrowaną, przemieszczana i doręczana w sposób zabezpieczający ją przed utratą, ubytkiem zawartości lub uszkodzeniem – art. 3 pkt 22 Prawa pocztowego.

<sup>11</sup> Por. art. 45 ust. 1 pkt 1 lit. a) Prawa pocztowego.

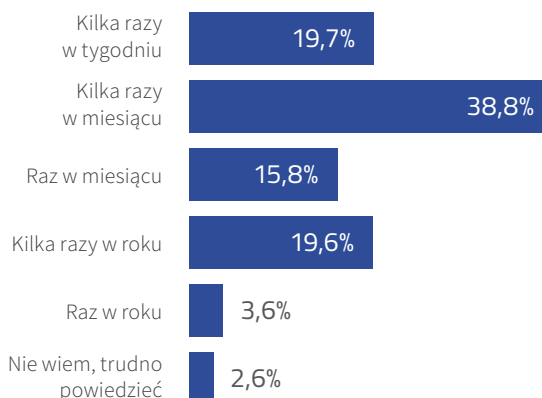
### 3.2.3. Paczka pocztowa krajowa

Paczka pocztowa<sup>12</sup> krajowa, która wchodzi w skład katalogu usług powszechnych<sup>13</sup>, to druga pod względem popularności usługa dla użytkowników indywidualnych i trzecia dla użytkowników instytucjonalnych najczęściej wybierana usługa. Przyznało to odpowiednio 57,2% i 49,5% użytkowników.

Na popularność tej usługi wskazuje również fakt, że aż 40% klientów indywidualnych oraz 38,8% wskazało, że korzysta z tej usługi kilka razy w miesiącu.

#### Wykres nr 12.

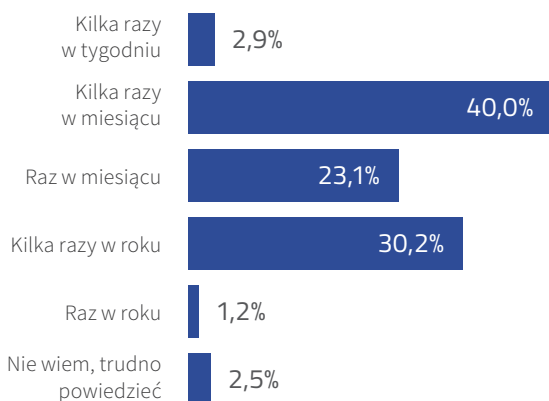
Paczka pocztowa krajowa – częstotliwość korzystania klienci instytucjonalni.



Źródło: UKE

#### Wykres nr 11.

Paczka pocztowa krajowa – częstotliwość korzystania klienci indywidualni.



Źródło: UKE

<sup>12</sup> Zgodnie z art. 3 pkt 14 Prawa pocztowego paczka pocztowa to przesyłka rejestrowana, niebędąca przesyłką listową, o masie do 2 kg i określonych w przepisie wymiarach maksymalnych.

<sup>13</sup> Por. art. 45 ust. 1 pkt 1 lit. c) Prawa pocztowego.

### 3.2.4. Przesyłka kurierska krajowa

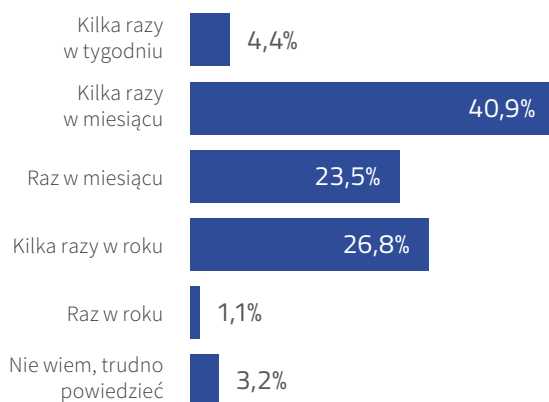
Badanie wykazało, że wśród najpopularniejszych usług pocztowych znajduje się także przesyłka kurierska. Nie wchodzi ona w skład katalogu usług powszechnych oraz wyróżnia się szczególnym sposobem świadczenia określonym w przepisach<sup>14</sup>. Przesyłka kurierska częściej

była wskazywana przez firmy przemysłowe i handlowe. Jej popularność jest bezpośrednio związana z dynamicznym rozwojem e-commerce. Przesyłka kurierska była najczęściej wybieraną usługą pocztową wśród klientów indywidualnych (71,8%) oraz drugą najpopularniejszą usługą pocztową wśród klientów instytucjonalnych (67,8%). Ponadto 40,9% klientów indywidualnych i 44,6% instytucjonalnych odpowiedziało, że z tej usługi korzysta kilka razy w miesiącu.

17,2% klientów instytucjonalnych i 14,2% klientów indywidualnych uważa, że przesyłka kurierska powinna znajdować się w katalogu usług powszechnych.

#### Wykres nr 13.

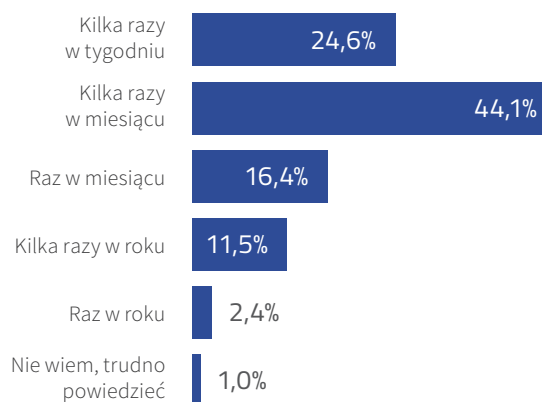
Przesyłka kurierska krajowa – częstotliwość korzystania klienci indywidualni.



Źródło: UKE

#### Wykres nr 14.

Przesyłka kurierska krajowa – częstotliwość korzystania klienci instytucjonalni.



Źródło: UKE

<sup>14</sup> Zgodnie z art. 3 pkt 19 Prawa pocztowego – przesyłka kurierska to przesyłka listowa będąca przesyłką rejestrowaną lub paczką pocztową, przyjmowana, sortowana, przemieszczana i doręczana w sposób łącznie zapewniający: a) bezpośredni odbiór przesyłki pocztowej od nadawcy, b) śledzenie przesyłki pocztowej od momentu nadania do doręczenia, c) doręczenie przesyłki pocztowej w gwarantowanym terminie określonym w regulaminie świadczenia usług pocztowych lub w umowach o świadczenie usług pocztowych, d) doręczenie przesyłki pocztowej bezpośrednio do rąk adresata lub osoby uprawnionej do odbioru, e) uzyskanie pokwitowania odbioru przesyłki pocztowej w formie pisemnej lub elektronicznej.

### 3.3. Korzystanie z usług pocztowych w czasie pandemii COVID-19

Pandemia COVID-19 wpłynęła na częstotliwość korzystania z usług pocztowych u blisko połowy badanych klientów indywidualnych. 38,5% ankietowanych podczas pandemii częściej korzysta z usług pocztowych, natomiast 8,3% zmniejszyło częstotliwość korzystania z tych usług.

#### Grafika nr 4.

Wpływ COVID-19 na wzrost częstotliwości korzystania z usług – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Czy w związku z pandemią COVID-19 zmieniła się częstotliwość korzystania przez Pana/Panią z usług pocztowych, w tym kurierskich?*



Źródło: UKE

Osoby, które obecnie intensywniej korzystają z usług pocztowych, częściej wykorzystują teraz przesyłki kurierskie krajowe (75,4%), paczki pocztowe krajowe (46,1%), a także list polecony krajowy (17,2%) oraz zwykły list krajowy (11,5%).

W związku z pandemią COVID-19 30,1% badanych firm potwierdziło, że korzysta z usług pocztowych częściej, ale 14% zmniejszyło wykorzystanie tych usług.

#### Grafika nr 5.

Wpływ COVID-19 na wzrost częstotliwości korzystania z usług – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*Czy w związku z pandemią COVID-19 zmieniła się częstotliwość korzystania przez Pana/Panią firmę z usług pocztowych, w tym kurierskich?*



Źródło: UKE

Firmy, które aktualnie intensywniej korzystają z usług pocztowych, najczęściej wykorzystują przesyłki kurierskie krajowe (71,7%), paczki pocztowe krajowe (43,0%), a także listy polecone krajowe (33,5%) oraz zwykły list krajowy (15,1%).

Obecnie znacząco wzrosła częstotliwość nadawania przesyłek kurierskich oraz paczek pocztowych. Niewątpliwie wpływ na to miał dynamiczny rozwój sprzedaży internetowej, jaki i nastąpił w ostatnich latach, a także pandemia COVID-19, która wymusiła ograniczenie korzystania ze sklepów stacjonarnych.

## 3.4. Składowe obowiązku świadczenia usług powszechnych

### 3.4.1. Dostępność usług

Zapewnienie odpowiedniej dostępności usług powszechnych jest jednym z podstawowych zadań operatora wyznaczonego. Zgodnie z przepisami Prawa pocztowego<sup>15</sup> obowiązkiem operatora wyznaczonego jest zapewnienie na terytorium całego kraju właściwego rozmieszczenia placówek pocztowych<sup>16</sup> oraz odpowiednie do zapotrzebowania na danym terenie rozmieszczenie nadawczych skrzynek pocztowych. Właściwa realizacja tych wymagań pozwala zagwarantować odpowiednią dostępność usług.

W ramach przeprowadzonego badania dostępność usług dla klientów instytucjonalnych analizowano w oparciu o następujące wskaźniki: bliskość placówek pocztowych lub automatów do nadawania/ odbierania przesyłek, możliwość odbioru przesyłki w punkcie całodobowym, możliwość realizacji usług drogą elektroniczną.

Klienci instytucjonalni pozytywnie ocenili dostępność usług pocztowych we wszystkich badanych aspektach. Bliskość placówek pocztowych lub automatów do nadawania/ odbierania przesyłek – bardzo dobrze lub raczej dobrze oceniło 79,6% ankietowanych, negatywnie ten aspekt oceniło 7,0% ankietowanych. Możliwość odbioru przesyłki w punkcie całodobowym – bardzo dobrze lub raczej dobrze oceniło 61,8% ankietowanych, negatywnie ten aspekt oceniło 14,1% ankietowanych. Natomiast możliwość realizacji usług drogą elektroniczną – bardzo dobrą lub raczej dobrą ocenę uzyskało pośród 54,6% badanych firm, negatywnie ten aspekt oceniło 10,1% ankietowanych.

Jednocześnie należy zauważyć, że 45,9% klientów instytucjonalnych jako pożądane działania wskazało wzrost liczby automatów umożliwiających obsługę przesyłek, 17,3% ankietowanych z tej grupy jest za wzrostem liczby placówek pocztowych, natomiast 42,5% klientów instytucjonalnych jest za szerszym wykorzystaniem technologii cyfrowych.

Wśród aspektów związanych z dostępnością usług pocztowych najwyżej oceniono bliskość placówek pocztowych i automatów do obsługi przesyłek. Udział odpowiedzi „nie wiem, trudno powiedzieć” przekraczający 10% w przypadku oceny możliwości odbioru przesyłki w punkcie całodobowym oraz możliwości realizacji usługi drogą elektroniczną, może świadczyć o tym, że część badanych nie zna takich możliwości lub z nich nie korzysta.

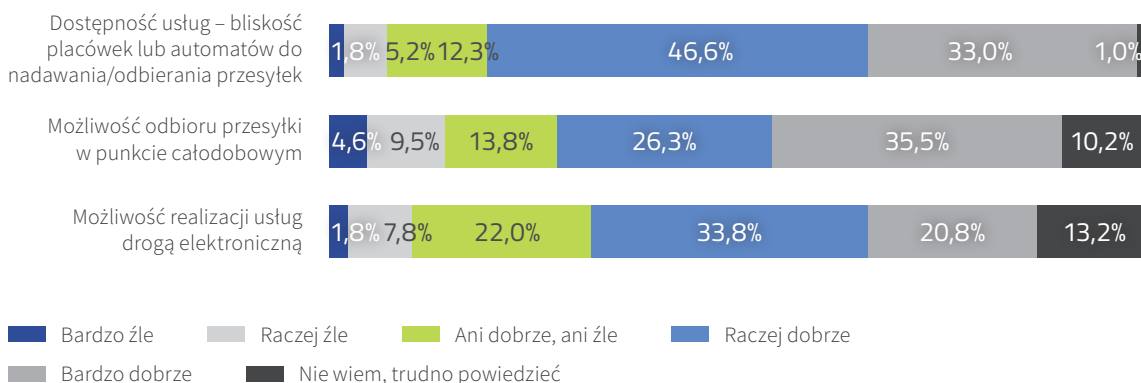
<sup>15</sup> Por. art. 46 ust. 2 pkt 2 Prawa pocztowego.

<sup>16</sup> Zgodnie z art. 46 ust. 2 pkt 2 lit. a) Prawa pocztowego – placówki pocztowe operatora wyznaczonego powinny być rozmieszczone zgodnie z przepisami wydanymi na podstawie art. 47 pkt Prawa pocztowego, tj. przepisami rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 29 kwietnia 2013 r. w sprawie warunków wykonywania usług powszechnych przez operatora wyznaczonego (Dz. U. z 2020 r. poz. 1026).

**Wykres nr 15.**

Dostępność do usług – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*Jak z perspektywy firmy ocenia Pan/Pani poniższe aspekty funkcjonowania rynku pocztowego w Polsce? Chodzi tu o ogólną ocenę wszystkich firm oferujących usługi pocztowe (w tym kurierskie) w Polsce?*



Źródło: UKE

W ramach przeprowadzonej ankiety dostępność usług dla klientów indywidualnych badano w oparciu o następujące wskaźniki: dostępność usług (bliskość placówek), możliwość realizacji usług drogą elektroniczną, możliwość odbioru przesyłki w punkcie całodobowym, bliskość automatów do nadawania/odbierania przesyłek, bliskość skrzynek nadawczych.

Bliskość placówki pocztowej (dostępność usług) bardzo dobrze lub raczej dobrze oceniło 64,8% ankietowanych, natomiast 11,6% badanych negatywnie oceniło ten aspekt. Możliwość realizacji usług drogą elektroniczną jako bardzo dobrze lub raczej dobrze oceniło 57,8% ankietowanych, 8,9% ankietowanych negatywnie oceniło dostępność w tym zakresie. Możliwość odbioru przesyłki w punkcie całodobowym oraz bliskość automatów do nadawania/odbierania przesyłek ocenione zostało jako bardzo dobre lub raczej dobre odpowiednio przez 55,2% i 53,1% ankietowanych, źle dostępność w tym zakresie odpowiednio oceniło 17,0% i 18,0% ankietowanych.

Także bliskość skrzynek nadawczych bardzo dobrze lub raczej dobrze oceniło 50,8% klientów indywidualnych. Negatywnie ten aspekt oceniło 18,5% użytkowników indywidualnych.

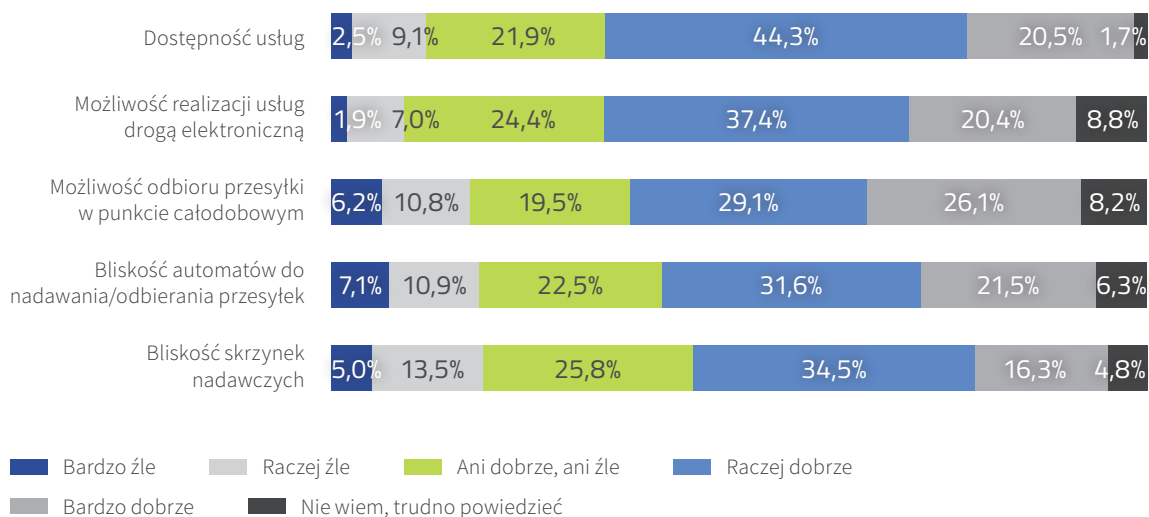
Jednocześnie 25,0% klientów indywidualnych wśród działań poświadczonych na rynku usług pocztowych wymieniło wzrost liczby skrzynek nadawczych. Ponadto 22,9% badanych za pożądane działania na rynku pocztowym wskazało wzrost liczby placówek pocztowych. Jako pożądane działania na rynku pocztowym, 38,9% klientów indywidualnych wskazała wzrost liczby automatów do obsługi przesyłek, a 31,0% szersze wykorzystanie technologii cyfrowych.

Poszczególne aspekty dostępności usług pocztowych w Polsce są oceniane pozytywnie przez przynajmniej połowę badanych. Oceny negatywne w poszczególnych obszarach wystawiło nie więcej niż 20% respondentów, a najczęściej dotyczyły one bliskości skrzynek nadawczych oraz automatów do nadawania i odbierania przesyłek oraz możliwości odbioru przesyłek w punktach całodobowych. Nieco gorzej poszczególne aspekty dostępności usług pocztowych oceniali emeryci i renciści.



**Wykres nr 16.**

Ocena dostępności do usług powszechnych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Jak ocenia Pan/Pani poniższe aspekty funkcjonowania rynku pocztowego w Polsce?**Chodzi tu o ogólną ocenę wszystkich firm oferujących usługi pocztowe (w tym kurierskie) w Polsce?*

Źródło: UKE

Pozytywną ocenę użytkowników w zakresie bliskości placówek pocztowych potwierdzają dane UKE dotyczące sposobu rozmieszczenia placówek operatora wyznaczonego do świadczenia usług powszechnych – Poczty Polskiej. Na koniec 2020 r. operator wyznaczony dysponował 7627 placówkami pocztowymi (placówki własne oraz agentów pocztowych). W porównaniu z końcem 2019 r. ich liczba nie uległa zmianie. Jednocześnie sposób rozmieszczenia zapewniał spełnienie warunków dostępności określonych w przepisach<sup>17</sup>.

Z danych Urzędu wynika, że operator wyznaczony zapewnia realizację obowiązku w zakresie dostępności usług powszechnych, udostępniając placówki we wszystkie dni robocze. Dodatkowo w dni ustawowo wolne od pracy obsługę klientów zapewniają placówki dyżurujące.

Według posiadanych danych, na koniec 2020 r. na terytorium kraju znajdowało się 15989 skrzynek nadawczych operatora wyznaczonego. W stosunku do roku 2019 ich liczba spadła o 169 (na koniec 2019 r. wynosiła 16158). Mimo zmniejszenia liczby dostępnych skrzynek, sposób ich rozmieszczenia spotkał się z pozytywną oceną uczestników badania.

Liczba automatów do obsługi pocztowej na koniec roku 2020 wynosiła 226. Ponadto na koniec 2020 r. Poczta Polska posiadała 13346 punktów odbioru przesyłek (4702 w placówkach pocztowych oraz 8644 w zewnętrznych punktach). Pozwoliło to na uzyskanie pozytywnej ogólnej oceny ich dostępności. Część użytkowników wskazuje jednak na konieczność podjęcia działań zmierzających do wzrostu liczby tego typu urządzeń.

<sup>17</sup> Przepisy rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 29 kwietnia 2013 r. w sprawie warunków wykonywania usług powszechnych przez operatora wyznaczonego (Dz. U. z 2020 r. poz. 1026).

Realizacja obowiązku zapewnienia odpowiedniej dostępności usług powszechnych oznacza również zapewnienie dostępu do nich osobom niepełnosprawnym. W celu ustalenia, czy operator wyznaczony zapewnia osobom niepełnosprawnym dostęp do świadczonych usług powszechnych (a tym samym czy wypełnia obowiązek, o którym mowa w przepisach<sup>18</sup>), pracownicy UKE przeprowadzili kontrolę w 314 wybranych placówkach Poczty Polskiej na terenie całego kraju (259 placówkach miejskich oraz 55 placówkach wiejskich)<sup>19</sup>.

Z ustaleń kontrolnych wynika, że Poczta Polska stosuje szereg różnych rozwiązań technicznych stanowiących ułatwienie dla osób niepełnosprawnych, takich jak: podjazd dla niepełnosprawnych, obniżone okienko, dzwonek dla przywołania obsługi, oznakowanie stanowiska do obsługi osób niepełnosprawnych, obniżone nadawcze skrzynki pocztowe, podnośnik automatyczny czy też schodolaz.

Wyniki kontroli wskazują, że w 299 placówkach Poczty Polskiej spośród 314 poddanych kontroli (95,2%), osobom niepełnosprawnym poruszającym się za pomocą wózka inwalidzkiego zapewniono korzystanie z usług poprzez możliwość samodzielnego wjazdu do placówki lub możliwość skutecznego przywołania pracownika.

Ustalenia kontroli wskazują ponadto, że Poczta Polska zapewnia dostęp do usług pocztowych osobom niepełnosprawnym, zapewniając im obsługę przez listonoszy w miejscach zamieszkania. Natomiast doręczanie przesyłek, w tym rejestrowanych,

a także kwot pieniężnych określonych w przekazach, dokonywane jest na wniosek osoby niepełnosprawnej bez pobierania dodatkowych opłat. Wszystkie ze 128 skontrolowanych placówek pocztowych, które posiadały służbę doręczeń, zapewniały przyjmowanie przesyłek od osoby niepełnosprawnej w miejscu zamieszkania oraz prowadziły ewidencję osób niepełnosprawnych.

Ponadto, w celu ułatwienia osobom niepełnosprawnym zgłoszenia potrzeby obsługi w zakresie doręczania i przyjmowania przesyłek pocztowych z pominięciem oddawczej skrzynki pocztowej oraz bez konieczności odbierania przesyłki w placówce pocztowej, Poczta Polska stosuje dedykowany, ujednolicony formularz.

W zakresie organizacji placówek pocztowych Poczta Polska oferuje również dodatkowe rozwiązania, których celem jest rozszerzenie udogodnień dla niepełnosprawnych. Wśród nich wskazano możliwość telefonicznego oraz poprzez e-mail zgłoszenia zapotrzebowania na realizację usług pocztowych w placówce pocztowej oraz usługi pocztowe on-line.

Przeprowadzona kontrola potwierdziła, że większość skontrolowanych placówek pocztowych spełnia określone w Prawie pocztowym wymogi. Ponadto uzyskane informacje wskazują, iż operator wyznaczony w ramach realizowanego procesu nowej wizualizacji placówek pocztowych, remontując, alokując lub rozwijając sieć placówek pocztowych, przystosowuje je do potrzeb osób niepełnosprawnych.

<sup>18</sup> Por. art. 62 Prawa pocztowego.

<sup>19</sup> Kontrola przeprowadzona na podstawie art. 122 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 1 lit. a i c Prawa pocztowego w okresie od dnia 8 października 2020 r. do dnia 10 grudnia 2020 r. przez 14 Delegatur UKE oraz Departament Rynku Pocztowego w 314 wybranych placówkach pocztowych Poczty Polskiej na terenie kraju (stanowiły one ok. 4,1% liczby wszystkich placówek Poczty Polskiej wg danych za rok 2019).

Tabela nr 1.

Placówki posiadające określone udogodnienia w roku 2020.

Lp.	Rodzaj placówek	Liczba placówek poddanych kontroli	Możliwość samodzielnego wjazdu	Zamontowany dzwonek bez możliwości samodzielnego wjazdu	Zamontowany sprawny dzwonek bez możliwości samodzielnego wjazdu	Oznakowanie okienka	Usytuowanie okienka	Dostęp do nadawczej skrzynki pocztowej	Prowadzenie ewidencji osób niepełnosprawnych	Przyjmowanie przesyłek od osoby niepełnosprawnej w miejscu zamieszkania <sup>20</sup>
1	Placówki wiejskie	55	26	28	25	52	47	53	22	22
2	Placówki miejskie	259	176	83	77	255	257	240	106	106
<b>SUMA</b>		<b>314</b>	<b>202</b>	<b>111</b>	<b>102</b>	<b>307</b>	<b>304</b>	<b>293</b>	<b>128</b>	<b>128</b>
Odsetek placówek posiadających określone udogodnienie dla osób niepełnosprawnych			<b>64,3%</b>	<b>99,1%</b>	<b>91,1%</b>	<b>97,8%</b>	<b>96,8%</b>	<b>93,3%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Źródło: UKE

Wykres nr 17.

Odsetek skontrolowanych placówek w roku 2020 posiadających określone udogodnienie.



\* Dotyczy placówek posiadających służbę doręczeń. W toku kontroli przeprowadzonej w 2020 r. ustalono, że służbę doręczeń posiada 128 spośród 314 skontrolowanych placówek pocztowych.

Źródło: UKE

<sup>20</sup> Dotyczy placówek posiadających służbę doręczeń. W toku kontroli przeprowadzonej w 2020 r. ustalono, że służbę doręczeń posiada 128 spośród 314 skontrolowanych placówek pocztowych.

### 3.4.2. Przystępność cenowa

Jednym z obowiązków operatora wyznaczonego jest świadczenie usług powszechnych po przystępnych cenach<sup>21</sup>. Ceny usług powszechnych powinny zapewniać dostęp do usług świadczonych przez operatora wyznaczonego wszystkim użytkownikom, niezależnie od miejsca zamieszkania, czy sytuacji ekonomicznej.

Niemalże połowa badanych klientów indywidualnych pozytywnie oceniła przystępność cen usług pocztowych. Również w pytaniach o ceny konkretnych, najczęściej wykorzystywanych przez badanych usług, przeważały opinie o przystępności ich cen. Jednakże dwie piąte użytkowników poleconego listu krajowego określiło jego ceny jako wysokie. W przypadku zwykłego listu krajowego udział osób, dla których jego ceny są wysokie wyniósł 37%, a krajowej paczki pocztowej – 27%.

Zadeklarowane maksymalne ceny, jakie badani byliby skłonni zapłacić za najpopularniejsze usługi są zbliżone do aktualnie obowiązujących cen poszczególnych usług.

Ceny poszczególnych usług pocztowych są przez większość badanych firm postrzegane jako przystępne. Jako wysokie, częściej niż w przypadku innych usług, postrzegane są ceny listu poleconego oraz listu zwykłego.

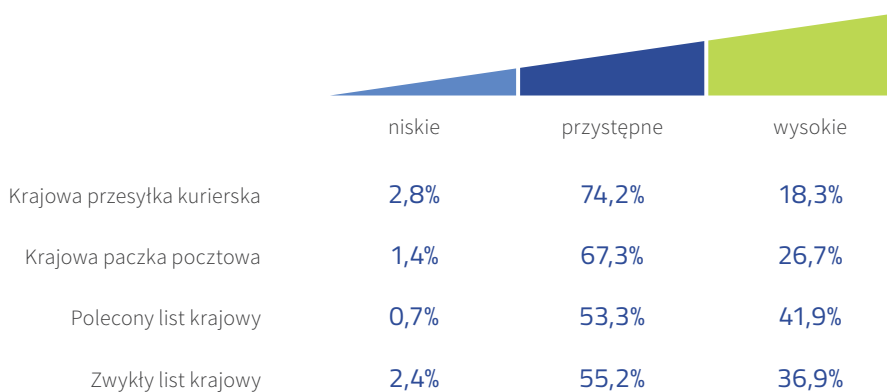
Atrakcyjność promocji i rabatów na korzystanie z usług pocztowych nie jest postrzegana jako duża. 23% firm przyznało w tym obszarze ocenę negatywną, a 17% nie potrafiło odnieść się do tego zagadnienia – co może oznaczać brak wiedzy na temat promocji. Oceny pozytywne w tym aspekcie przyznała jedna czwarta badanych.

Respondenci z obu badanych grup pozytywnie oceniają przystępność cenową najpopularniejszych usług pocztowych.

#### Grafika nr 6.

Ceny usług pocztowych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Jak postrzega Pan/Pani przystępność ceny?*

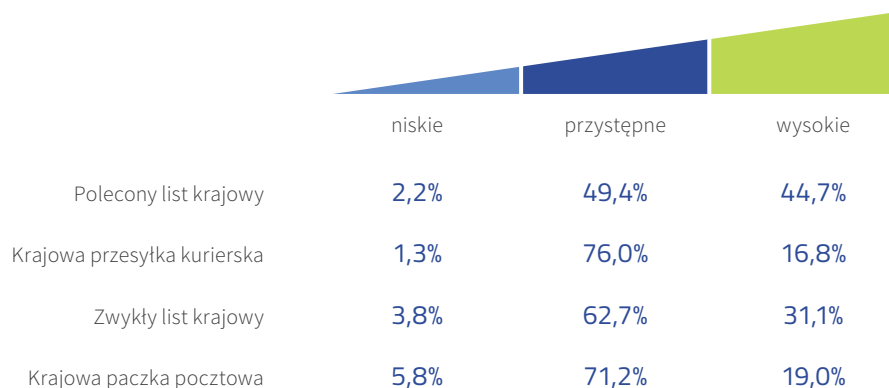


Źródło: UKE

<sup>21</sup> Por. art. 46 ust. 2 pkt 4 Prawa pocztowego.

**Grafika nr 7.**

Ceny usług pocztowych – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*Jak postrzega Pan/Pani przystępność ceny?*

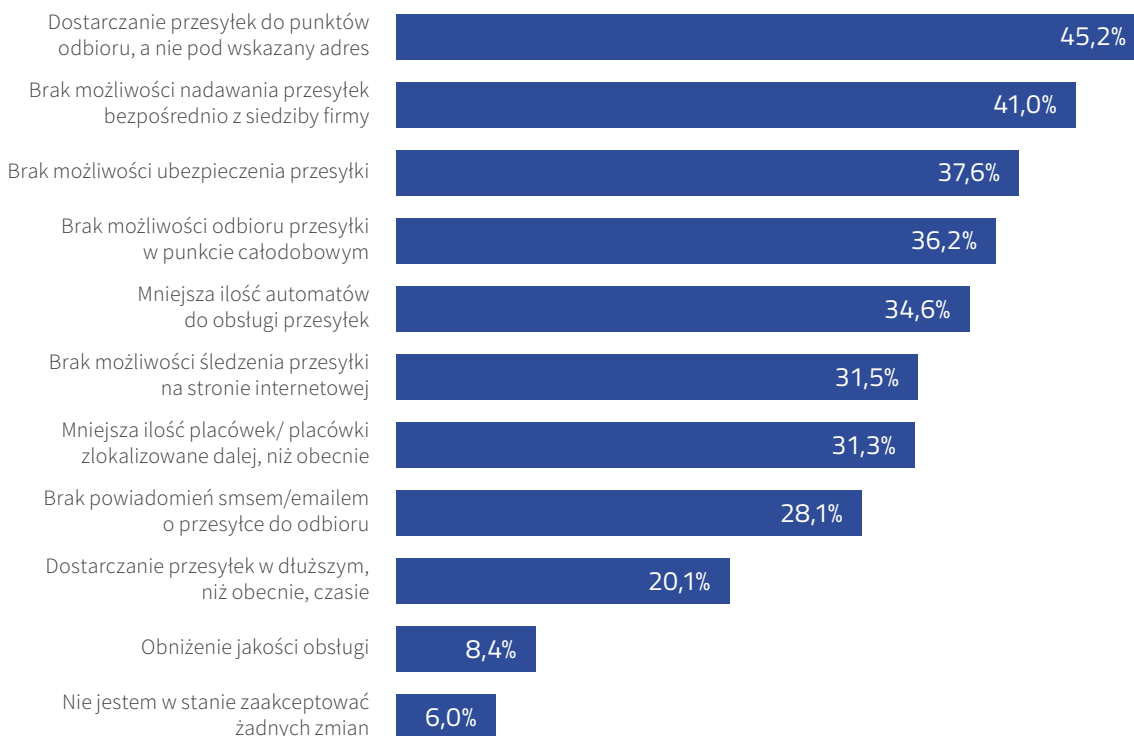
Źródło: UKE

Pozytywna ocena przystępności cenowej nie zmienia faktu, że klienci instytucjonalni byliby skłonni zaakceptować zmiany w dotychczasowym funkcjonowaniu usług pocztowych, gdyby ceny usług były niższe. Wśród najczęściej wymienianych przez ankietowane firmy, jako akceptowalne zmiany znalazły się: dostarczanie przesyłek do punktów odbioru zamiast pod wskazany adres (45,2%), brak możliwości nadawania

przesyłek z siedziby firmy (41,0%), a także brak możliwości ubezpieczenia przesyłki (37,6%) oraz brak możliwości odbioru przesyłki w punkcie całodobowym (36,2%). Najmniejszą akceptacją badanych zyskało w tym kontekście obniżenie jakości obsługi (8,4%). Jednocześnie 35,4% respondentów byłoby w stanie zapłacić wyższą cenę za podwyższenie jakości obsługi.

**Wykres nr 18.**

Ceny usług pocztowych – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*Jakie zmiany w funkcjonowaniu usług pocztowych, w tym kurierskich, byłoby Państwo w stanie zaakceptować, gdyby ceny usług były niższe?*

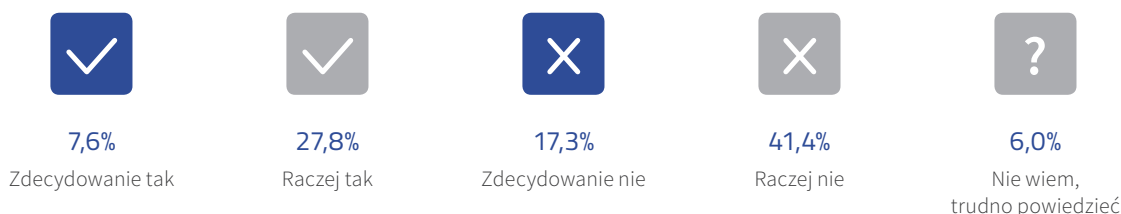
Źródło: UKE

Klienci instytucjonalni także zostali zapytani czy byliby skłonni zapłacić wyższą cenę za poprawę jakości oraz komfort korzystania z usług powszechnych. Ponad 1/3 badanych

byłaby skłonna zaakceptować wyższe ceny, gdyby wyższe ceny oznaczały lepszą jakość i komfort przy korzystaniu z usług powszechnych.

**Grafika nr 8.**

Ceny usług powszechnych – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*Czy Pana/Pani firma byłaby skłonna zapłacić wyższą cenę za lepszą jakość i komfort przy korzystaniu z usług powszechnych.*

Źródło: UKE

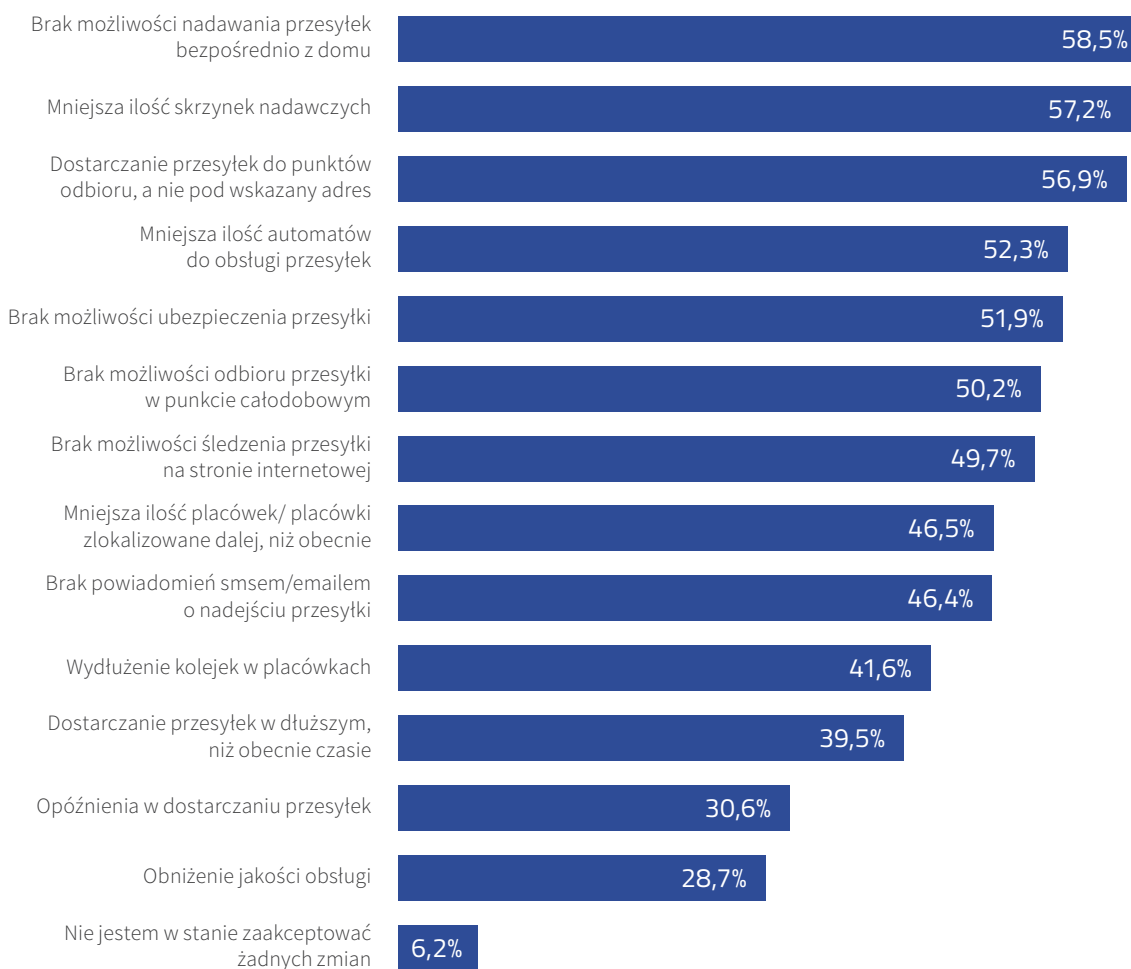
Natomiast wśród najczęściej wymienionych zmian jako akceptowanych przez klientów indywidualnych, w zamian za obniżenie cen usług znalazły się: brak możliwości nadawania przesyłek bezpośrednio z domu (58,5%) oraz dostarczanie ich do punktów odbioru, a nie pod wskazany adres (56,9%), mniejsza ilość automatów do obsługi przesyłek (52,3%)

i skrzynek nadawczych (57,2%), a także brak możliwości ubezpieczenia przesyłki (51,9%). Najmniejszą akceptacją badanych zyskało w tym zakresie obniżenie jakości obsługi – choć wydaje się, że i tak dość wysoką, bo aż 28,7%. Jednocześnie 42,4% respondentów zadeklarowało, że byłoby w stanie zapłacić wyższą cenę za podwyższenie jakości obsługi.

### Wykres nr 19.

Ceny usług pocztowych – odpowiedzi klientów indywidualnych.

*Jakie zmiany w funkcjonowaniu usług pocztowych, w tym kurierskich był(a)by Pan/Pani w stanie zaakceptować, gdyby ceny usług były niższe?*



Źródło: UKE

Klienci indywidualni zostali także zapytani czy byliby skłonni zapłacić wyższą cenę za poprawę jakości oraz komfort korzystania z usług powszechnych. Ponad 42% badanych byłoby skłonna zaakceptować wyższe ceny za usługi w zamian za poprawę jakości i komfortu.

### Grafika nr 9.

Ceny usług powszechnych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Czy Pan/Pani był(a)by skłonna zapłacić wyższą cenę za lepszą jakość i komfort przy korzystaniu z usług powszechnych.*



Źródło: UKE

Warto również zauważyć, że zbyt wysokie ceny jako powód niekorzystania z usług pocztowych wskazała grupa 14% respondentów indywidualnych. Zdaniem klientów indywidualnych maksymalna cena za zwykły list krajowy powinna wynosić 4,13 zł. W obowiązującym cenniku usług powszechnych<sup>22</sup> najniższa cena za przesyłkę listową ustalona została na 3,30 zł<sup>23</sup>, a więc jest niższa niż wskazywana przez ankietowanych. Za polecony list krajowy badani respondenci skłonni byliby zapłacić – 6,94 zł. Obowiązująca

opłata za ten rodzaj przesyłki – 5,90 zł<sup>24</sup> jest więc niższa od wskazanej przez użytkowników ceny maksymalnej. Na paczkę pocztową krajową użytkownicy byliby w stanie przeznaczyć maksymalnie 13,19 zł. To cena zbliżona do opłaty ustalonej przez operatora wyznaczonego za paczkę pocztową<sup>25</sup>, która wynosi 13,00 zł.

W badaniu ustalono także, że za krajową przesyłkę kurierską klienci indywidualni byliby w stanie zapłacić maksymalnie 14,41 zł.

<sup>22</sup> Cennik usług powszechnych w obrocie krajowym i zagranicznym obowiązujący od dnia 1 września 2020 r.

<https://www.poczta-polska.pl/hermes/uploads/2013/11/Cennik-uslug-powszechnych-w-obrocie-krajowym-i-zagranicznym-1.pdf>

<sup>23</sup> Przesyłka listowa nierejestrowana ekonomiczna format S do 500 g


<sup>24</sup> Przesyłka listowa polecona format S do 500 g

<sup>25</sup> Paczka pocztowa ekonomiczna gabaryt A do 1 kg



**Grafika nr 10.**

Maksymalne ceny, jakie użytkownicy indywidualni są w stanie zapłacić za usługi pocztowe.

	Krajowa przesyłka kurierska	Krajowa paczka pocztowa	Polecony list krajowy	Zwykły list krajowy
	14,41 PLN	13,19 PLN	6,94 PLN	4,13 PLN
Średnia osób oceniających ceny usługi jako wysokie	11,40 PLN	11,26 PLN	5,72 PLN	3,20 PLN

Źródło: UKE

Mimo ogólnej pozytywnej oceny przystępności cen usług wśród użytkowników indywidualnych, dwie piąte użytkowników poleconego listu krajowego określiło jego ceny jako wysokie. W przypadku zwykłego listu krajowego udział osób, dla których jego ceny są wysokie sięgnął 37%, a krajowej paczki pocztowej – 27%.

Opinie klientów zarówno indywidualnych jak i instytucjonalnych o cenach usług pocztowych są obecnie bardziej krytyczne, niż w 2016 roku. Odnosi się to szczególnie do cen nadania listów zwykłych i poleconych. Natomiast wśród firm ceny paczek pocztowych i przesyłek kurierskich budzą teraz mniejsze niezadowolenie, niż w 2016 roku.

### 3.4.3. Jakość usług pocztowych

Do obowiązków operatora wyznaczonego należy świadczenie usług powszechnych z zachowaniem określonych w przepisach<sup>26</sup> wskaźników czasu przebiegu przesyłek pocztowych<sup>27</sup>.

Jakość usług pocztowych została przez badanych klientów indywidualnych oceniona na ogół pozytywnie. Wysoko oceniono przede wszystkim stan doręczanych przesyłek (72,2%) oraz jakość obsługi klientów (67,1%). Spośród badanych aspektów jakości usług, najczęściej ocen negatywnych uzyskały: czas oczekiwania na obsługę w placówce (25,6% ocen negatywnych, częściej przyznanych przez osoby z wyższym wykształceniem) oraz terminowość doręczania przesyłek (14% ocen negatywnych).

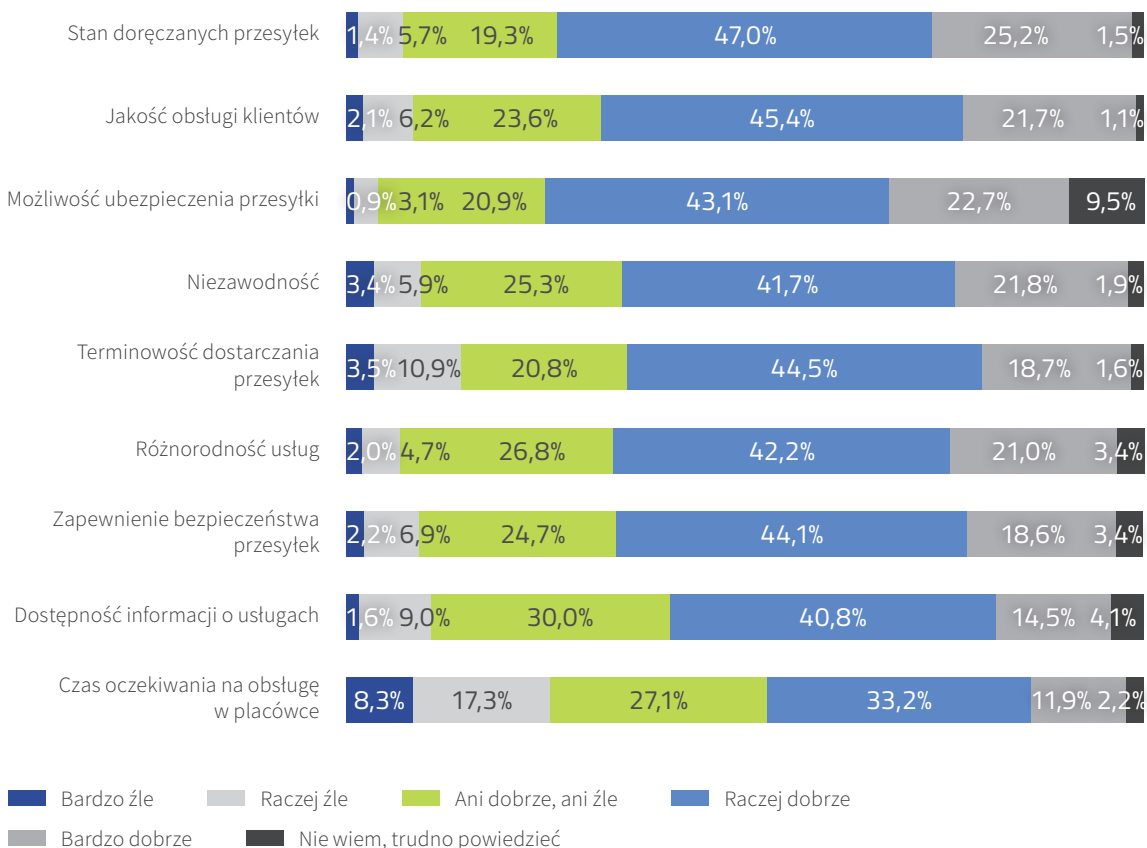
<sup>26</sup> Obecnie wskaźniki czasu przebiegu przesyłek pocztowych określone są w załączniku do rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 29 kwietnia 2013 r. w sprawie warunków wykonywania usług powszechnych przez operatora wyznaczonego. (Dz. U. z 2020 r. poz. 1026).

<sup>27</sup> Por. art. 46 ust. 2 pkt 3 Prawa pocztowego.

**Wykres nr 20.**

Jakość usług pocztowych – odpowiedzi klientów indywidualnych.

*Jak ocenia Pan/Pani poszczególne elementy funkcjonowania rynku pocztowego w Polsce?*



Źródło: UKE

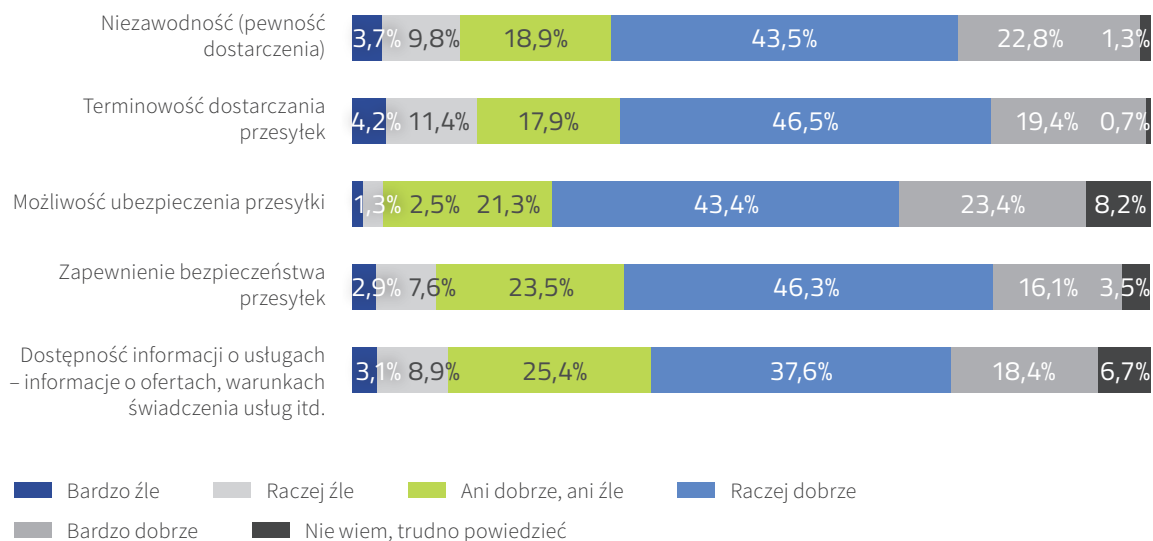
Jakość usług pocztowych została przez badane firmy również oceniona pozytywnie. Najwięcej ocen bardzo dobrych i dobrych przyznano niezawodności (66,8%) oraz terminowości dostarczania przesyłek (65,9%). Pomimo przeważającego udziału ocen pozytywnych, w każdym z badanych

aspektów około 10% firm przyznało oceny negatywne. Wyjątkiem jest kwestia możliwości ubezpieczenia przesyłki, przy której ocen negatywnych było mniej, natomiast więcej firm (8,2%) nie było w stanie ocenić tego aspektu – prawdopodobnie z uwagi na nie korzystanie z opcji ubezpieczenia przesyłek.

**Wykres nr 21.**

Jakość usług pocztowych – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*Jak z perspektywy firmy ocenia Pan/Pani poszczególne elementy funkcjonowania rynku pocztowego w Polsce?*



Źródło: UKE

Oceny funkcjonowania poszczególnych elementów rynku pocztowego są obecnie nieco niższe, niż w badaniu z 2016 roku. Nie musi to oznaczać niekorzystnych zmian zachodzących na rynku usług pocztowych, natomiast wynika prawdopodobnie z większych oczekiwań klientów, którzy obecnie korzystają z usług częściej. Dodatkowo rosnące standardy jakości usług i obsługi różnego rodzaju usług powodują ogólny wzrost oczekiwań klientów i większy krytycyzm w ocenach.

### 3.4.4. Częstotliwość korzystania z usług pocztowych

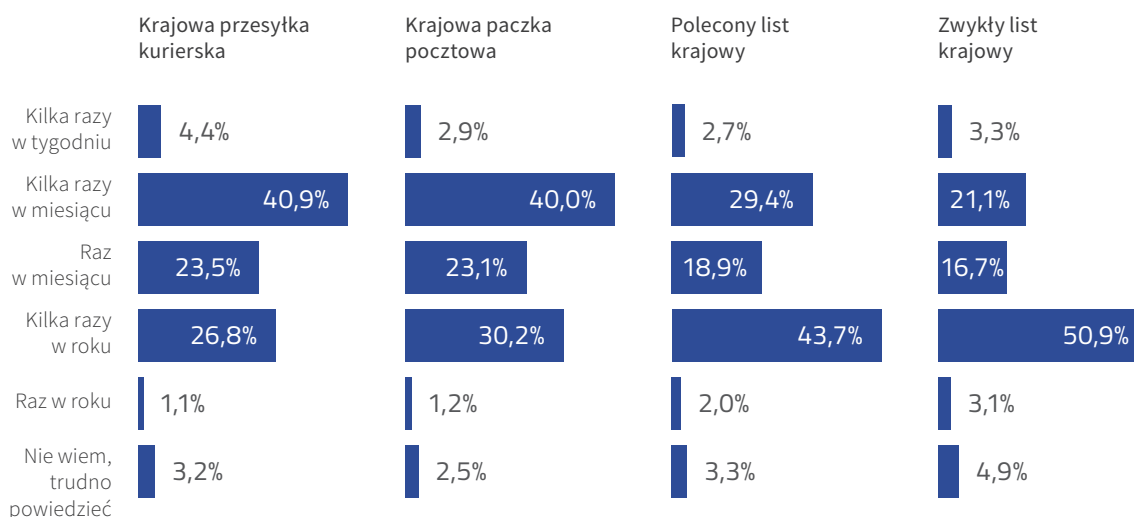
Częstotliwość korzystania przez klientów indywidualnych z najpopularniejszych usług pocztowych jest różna dla paczek i listów. Paczki – rozumiane zarówno jako przesyłki kurierskie jak i paczki pocztowe,

na ogół wysyłane lub odbierane są kilka razy w miesiącu. Około 2/3 ankietowanych korzystających z tych usług deklaruje, że odbiera lub nadaje paczki przynajmniej raz w miesiącu. Większą intensywność korzystania z paczek zadeklarowali mężczyźni. Około połowy osób, które wśród najczęściej wymienianych usług wskazały listy polecone lub zwykłe deklaruje, że wysyła je kilka razy w roku.

#### Wykres nr 22.

Częstotliwość korzystania z usług pocztowych – odpowiedzi klientów indywidualnych.

*Jak często korzysta Pan/Pani z (...)?*



Źródło: UKE

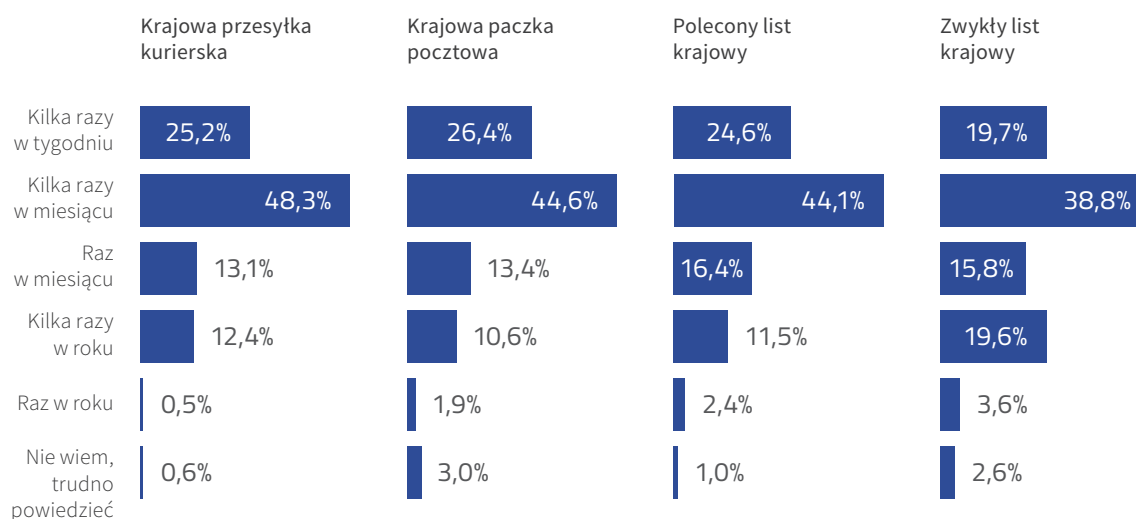
Częstotliwość korzystania z najpopularniejszych usług pocztowych przez klientów instytucjonalnych jest zbliżona dla paczek i listów. Przynajmniej 60% badanych korzysta z każdej z tych usług co najmniej kilka razy w miesiącu. Polecone listy

krajowe najczęściej są wysyłane przez firmy działające w obszarze administracji publicznej i samorządowej. Przesyłki kurierskie i paczki pocztowe najczęściej wysyłają firmy z branży handlowej.

### Wykres nr 23.

Częstotliwość korzystania z usług pocztowych odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*Jak często w Pana/Pani firmie nadaje się (...)?*



Źródło: UKE

Częstotliwość nadawania przez klientów instytucjonalnych poszczególnych rodzajów przesyłek pocztowych, zadeklarowana w 2020 roku jest zbliżona do tej deklarowanej w 2016.

### 3.4.5. Nadawanie i odbieranie przesyłek pocztowych

Nadawanie przesyłek przez klientów indywidualnych najczęściej dokonywane jest osobiście w placówkach pocztowych (54,2%) – na tę formę częściej wskazywały osoby w wieku powyżej 45 lat. Popularne jest również nadawanie przesyłek poprzez zamówionego kuriera (32,8%). Nadawanie przesyłek drogą elektroniczną (19,2%) lub w automatach do pocztowej obsługi klienta (17,8%) deklarowali przede wszystkim młodszy badani. Klienci indywidualni jako formę nadawania przesyłek wskazali ponadto nadawanie poprzez skrzynki pocztowe (18,0%) oraz za pośrednictwem listonosza (7,8%).

Przesyłki odbierane są zazwyczaj bezpośrednio od listonosza lub kuriera (73,2% wskazań). W automatach do pocztowej obsługi klienta przesyłki odbiera 42,6% badanych – częściej mężczyźni, a także osoby pracujące. Do placówek pocztowych po odbiór przesyłki udaje się natomiast 40,1% badanych – częściej emeryci i renciści. Jednocześnie 32,0% badanych zadeklarowało odbiór ze skrzynki oddawczej.

#### Grafika nr 11.

Nadawanie przesyłek pocztowych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*W jaki sposób nadaje Pan/Pani przesyłki?*



54,2%

Osobiście  
w placówce



32,8%

Poprzez  
zamówionego  
kuriera



19,2%

Drogą  
elektroniczną



18,0%

Poprzez skrzynki  
nadawcze



17,8%

W automatach  
do pocztowej  
obsługi klienta



7,8%

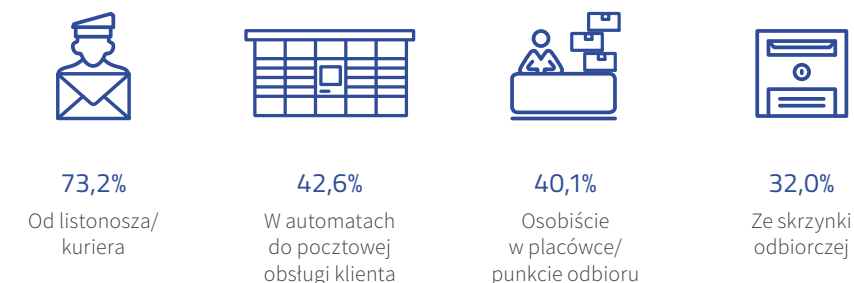
Za pośrednictwem  
listonosza

Źródło: UKE

**Grafika nr 12.**

Odbieranie przesyłek pocztowych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*W jaki sposób odbiera Pan/Pani przesyłki?*



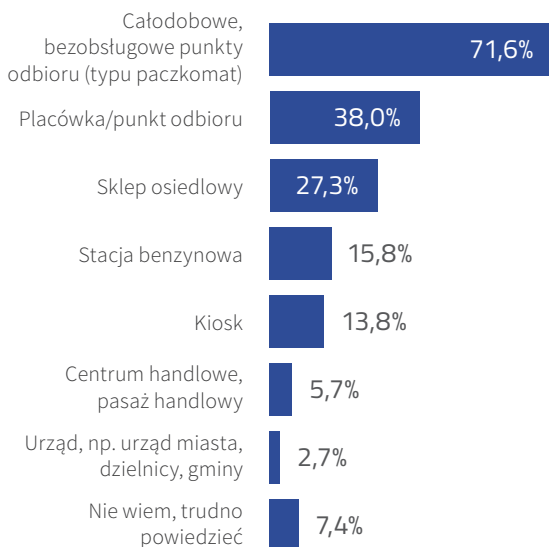
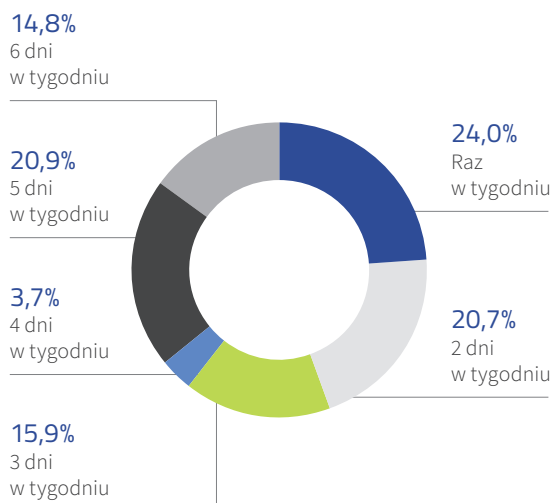
Źródło: UKE

Klienci indywidualni zostali również zapytani o preferencje w zakresie odbioru przesyłek pocztowych oraz częstotliwość doręczania przesyłek przez listonosza. Z przeprowadzonego badania wynika, że najbardziej preferowanym sposobem odbioru przesyłek pocztowych jest korzystanie z całodobowych punktów (typu paczkomat) (71,6%). Wśród najczęściej wskazywanych preferowanych form odbioru znalazły się także placówki lub punkty odbioru (38,0%) oraz sklepy osiedlowe (27,3%).

Nieco ponad 60% badanych byłoby usatysfakcjonowanych, gdyby korespondencja przez listonosza była dostarczana nie częściej, niż 3 razy w tygodniu. Częstszy kontakt z listonoszem (5 dni w tygodniu) chciałyby mieć osoby w wieku powyżej 55 lat.

**Wykres nr 24.**

Odbieranie przesyłek pocztowych – odpowiedzi klientów indywidualnych.

*W jakich miejscach chciał(a) by Pan/Pani mieć możliwość odbioru przesyłek pocztowych w tym kurierskich?**Jak często w tygodniu chciał(a) by Pan/Pani mieć dostarczane przesyłki do firmy przez listonosza?*

Źródło: UKE

Badane firmy najczęściej nadają przesyłki w placówkach pocztowych (63,2%) lub poprzez zamówionego kuriera (51,2%).

Nadawanie przesyłek drogą elektroniczną, poprzez skrzynki nadawcze oraz w automatach zadeklarowało mniej niż 1/5 respondentów.

**Grafika nr 13.**

Nadawanie przesyłek pocztowych – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*W jaki sposób w Pana/Pani firmie nadaje się przesyłki?*

63,2%  
Osobiście w placówce



51,2%  
Poprzez zamówionego kuriera



18,0%  
Drogą elektroniczną



18,2%  
Poprzez skrzynki nadawcze



17,4%  
W automatach do pocztowej obsługi klienta



7,0%  
Za pośrednictwem listonosza

Źródło: UKE

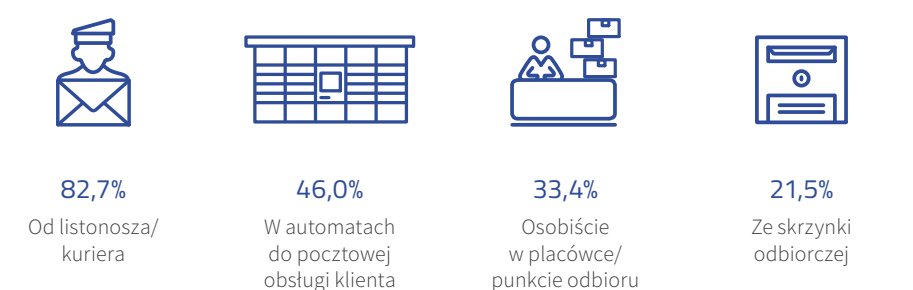


Przychodzące do firm przesyłki odbierane są głównie bezpośrednio od listonosza lub kuriera (82,7% wskazań). W automatach do pocztowej obsługi klienta przesyłki odbiera 46% badanych firm, a z odbioru w placówkach pocztowych korzysta co trzecia badana firma. 21,5% ankietowanych przesyłki odbiera ze skrzynki oddawczej.

#### Grafika nr 14.

Odbieranie przesyłek pocztowych – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*W jaki sposób w Pana/Pani firmie odbiera się przesyłki?*



Źródło: UKE

Najbardziej preferowanym przez firmy sposobem odbioru przesyłek pocztowych jest korzystanie z usług listonosza lub kuriera – taką formę preferuje blisko trzy czwarte badanych. Drugą najczęściej wskazywaną formą jest odbiór w punktach całodobowych (60%). Jednocześnie nieco ponad połowa badanych firm uznała, że wystarczające dla nich byłyby maksymalnie trzy wizyty listonosza w tygodniu. Natomiast oczekiwaniem jednej trzeciej firm jest, by korespondencja dostarczana była pięć dni w tygodniu.

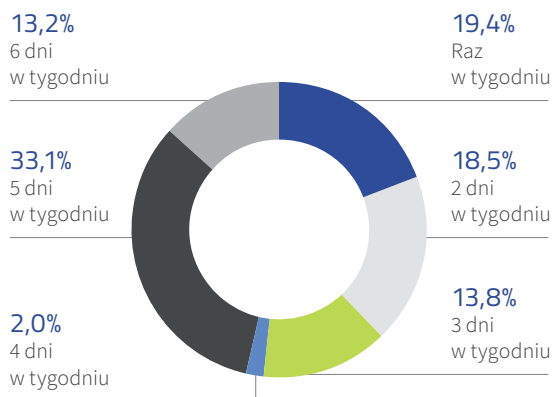
**Wykres nr 25.**

Odbieranie przesyłek pocztowych – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*W jakich miejscach chcielibyście Państwo mieć możliwość odbioru przesyłek pocztowych w tym kurierskich?*



*Jak często w tygodniu chcielibyście Państwo mieć dostarczane przesyłki do firmy przez listonosza?*



Źródło: UKE

Aktualnie respondenci deklarują większą różnorodność w sposobach nadawania i odbierania przesyłek pocztowych. Znacząco wzrosło wykorzystanie automatów do obsługi przesyłek – zarówno w procesie ich nadawania, jak i odbierania. Obecnie przesyłki częściej nadawane są poprzez zamówionego kuriera i drogą elektroniczną, a rzadziej w placówkach obsługi operatorów usług pocztowych. Na przestrzeni lat wraz ze wzrostem liczby automatów do obsługi przesyłek pocztowych, znacząco wzrosła preferencja odnośnie takiego sposobu odbierania przesyłek. Zmniejszyły się natomiast oczekiwania co do częstotliwości dostarczania przesyłek przez listonosza.

Natomiast na rynku instytucjonalnym sposób nadawania i odbierania przesyłek pocztowych nie zmienił się znacząco na przestrzeni czterech lat. Nadal najbardziej popularne jest korzystanie z placówek pocztowych oraz usług kuriera i listonosza. Wzrósł natomiast udział firm korzystających z nowych form obsługi – elektronicznie nadawanych przesyłek oraz przesyłek odbieranych w całodobowych automatach.

## 3.5. Parametry jakościowe

### 3.5.1. Reklamacje

W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania usługi pocztowej przez operatora pocztowego przepisy prawa dają użytkownikom usług pocztowych możliwość złożenia reklamacji.<sup>28</sup>

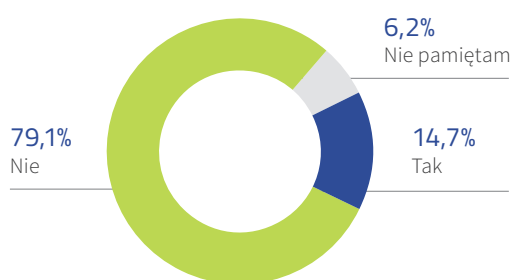
Zdecydowana większość badanych klientów indywidualnych (79,1%) oraz instytucjonalnych (70,0%) oświadczyła, że w ciągu ostatniego roku nie złożyła reklamacji u operatora pocztowego.

Natomiast badani, którzy zdecydowali się na takie działanie (14,7% klientów indywidualnych i 25,7% klientów instytucjonalnych) przyznało, że reklamacje były związane przede wszystkim z opóźnieniem w doręczeniu przesyłki (takiej odpowiedzi udzieliło 30,6% użytkowników indywidualnych i 24,5% użytkowników instytucjonalnych) oraz uszkodzeniem przesyłki (takiej odpowiedzi udzieliło 30,1% użytkowników indywidualnych i 44,0% użytkowników instytucjonalnych). Inny częsty powód składania reklamacji to utrata przesyłki. Nieco rzadziej reklamowano usługę z uwagi na utratę przesyłki (23,7% – respondentów instytucjonalnych i 17,9% respondentów indywidualnych), a także zły stan doręczanej przesyłki (17,4% klientów indywidualnych). Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że zarówno klienci indywidualni, jak i instytucjonalni (odpowiednio 45% i 51%) źle ocenili proces reklamacyjny.

#### Wykres nr 26.

Reklamacje – odpowiedzi klientów indywidualnych.

*Czy w ciągu ostatniego roku złożył(a) Pan/Pani jakąkolwiek reklamację u operatora pocztowego lub w firmie kurierskiej?*



*Jak ogólnie ocenia Pan/Pani proces reklamacji?*



Źródło: UKE

#### Z czym była związana ta reklamacja?

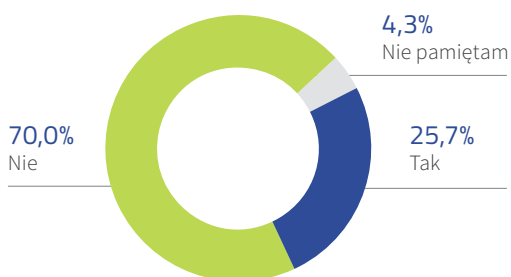


<sup>28</sup> Prawo pocztowe oraz Rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 26 listopada 2013 r. w sprawie reklamacji usługi pocztowej (Dz. U. z 2019 r. poz. 474).

**Wykres nr 27.**

Reklamacje – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*Czy w ciągu ostatniego roku Pana/Pani firma złożyła jakąkolwiek reklamację u operatora pocztowego lub w firmie kurierskiej?*

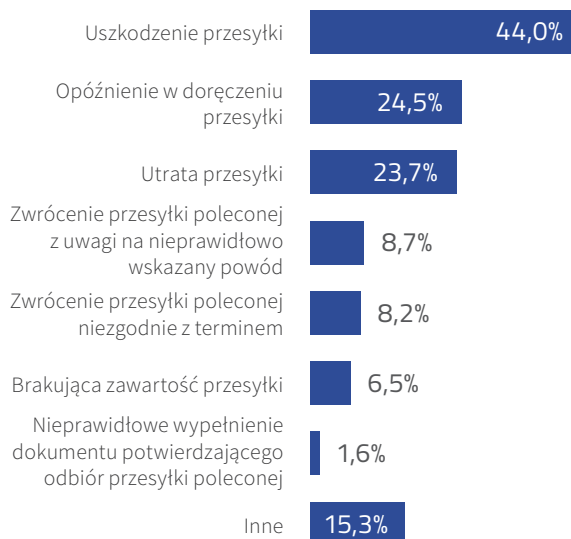


*Jak ogólnie ocenia Pan/Pani proces reklamacji?*



Źródło: UKE

*Z czym była związana ta reklamacja?*



W badaniu w 2020 roku zaobserwowano znacznie większy udział respondentów składających reklamacje. Może to wynikać ze zwiększonej częstotliwości korzystania z usług pocztowych i większego udziału paczek pocztowych i przesyłek kurierskich, co do których są zazwyczaj oczekiwane wyższe standardy. Ponadto zaobserwowano znacząco niższe, niż w poprzedniej edycji badania, zadowolenie z przebiegu procesu reklamacji.

Ważne dla ochrony interesów użytkowników jest monitorowanie sposobu rozpatrywania reklamacji powszechnych usług pocztowych. W ramach przeprowadzonych w IV kwartale 2020 r. kontroli<sup>29</sup> pracownicy UKE zbadali czy Poczta Polska rozpatruje reklamacje powszechnej usługi pocztowej zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie przepisami<sup>30</sup>.

Skontrolowano łącznie 300 reklamacji przesyłek rejestrowanych w obrocie krajowym, w tym 222 (74%) w zakresie przesyłki listowej, 74 (24,7%)

paczki pocztowej i 4 (1,3%) paczek pocztowych z zadeklarowaną wartością. Blisko 40% reklamacji złożonych zostało w formie pisemnej, a nieco ponad 60% elektronicznie.

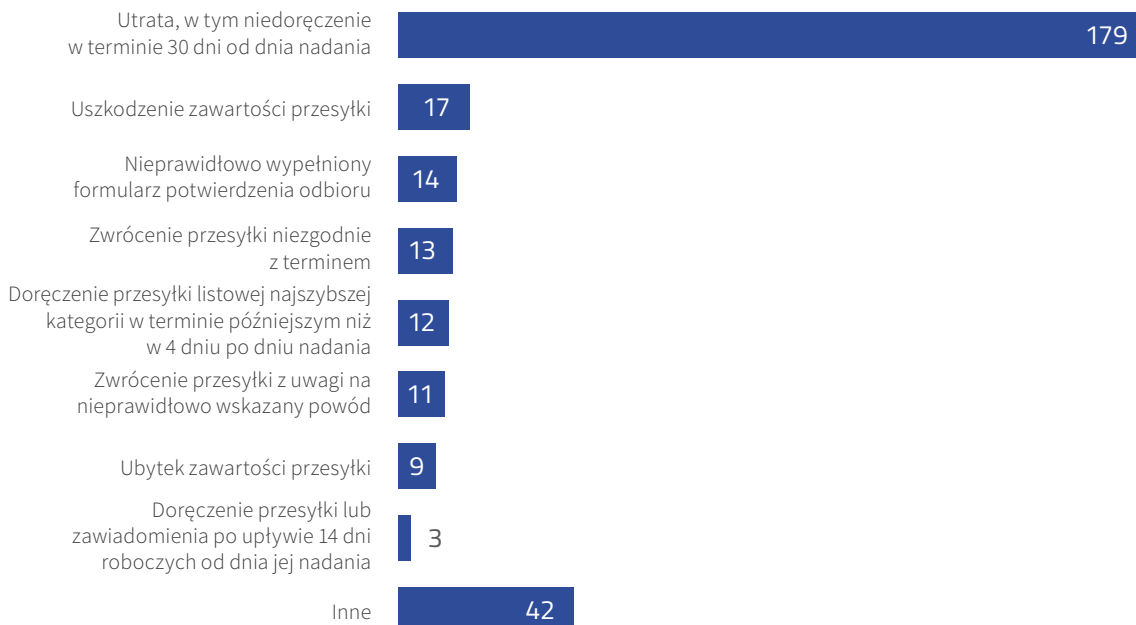
Zdecydowana większość reklamacji składanych w kontrolowanym okresie dotyczyła utraty przesyłki pocztowej (59,7%). Natomiast najmniej reklamacji złożonych zostało z powodu ubytku zawartości przesyłki (3%) oraz doręczenia przesyłki lub zawiadomienia po upływie 14 dni roboczych od dnia jej nadania (1%).

<sup>29</sup> Kontrola przeprowadzona na podstawie art. 122 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 lit. a Prawa pocztowego w okresie od 8 października 2020 r. do dnia 9 grudnia 2020 r. przez 6 Delegatur UKE oraz Departament Rynku Pocztowego w jednostkach organizacyjnych Poczty Polskiej zajmujących się rozpatrywaniem reklamacji. Kontrolą objęto okres od dnia 1 stycznia 2020 r. do dnia 9 grudnia 2020 r.

<sup>30</sup> Por. przepisy Prawa pocztowego oraz rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 26 listopada 2013 r. w sprawie reklamacji usługi pocztowej (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 474).

**Wykres nr 28.**

Powody składania reklamacji poddanych kontroli w roku 2020.



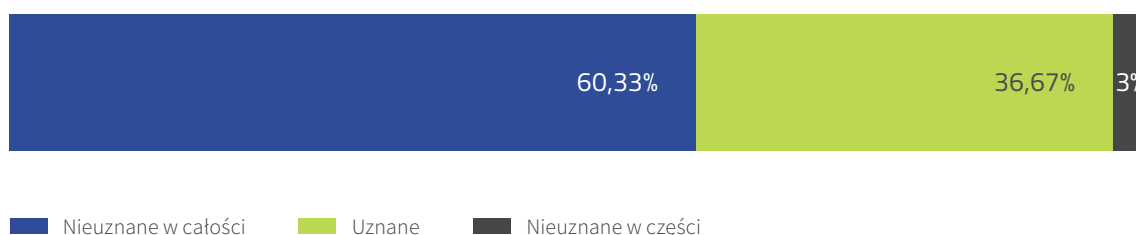
Źródło: UKE

Najważniejszy dla klienta jest sposób rozpatrzenia reklamacji. Z ustaleń wynika, że blisko 40% reklamacji złożonych w kontrolowanym okresie została uznana przez Poczta Polską za zasadne. 60,3% reklamacji w badanej próbie zostało zakwalifikowanych jako nieuznane w całości.

Zebrany w toku kontroli przeprowadzonej w 2020 r. materiał dowodowy oraz ustalenia dokonane na jego podstawie pozwalają stwierdzić, że operator wyznaczony rozpatrywał reklamacje powszechnej usługi pocztowej dotyczące przesyłki rejestrowanej, zgodnie z przepisami prawa, w szczególności przepisami rozporządzenia w sprawie reklamacji usługi pocztowej.

**Wykres nr 29.**

Sposób rozpatrzenia reklamacji w roku 2020 (w %).



Źródło: UKE

### 3.5.2. Jakość usług pocztowych, w tym aspekt bezpieczeństwa

Jakość usług pocztowych została zarówno przez respondentów indywidualnych, jak i instytucjonalnych oceniona na ogół pozytywnie.

Zapewnienie bezpieczeństwa przesyłek, a więc dbałość o to by były one w jak najmniejszym stopniu narażone na niebezpieczeństwo ich utraty czy zniszczenia, należy do podstawowych zadań każdego operatora pocztowego.

Zdecydowana większość użytkowników, zarówno indywidualnych (66,8%), jak i instytucjonalnych (69,8%), oceniła pozytywnie

ten element jakości usług. 9,1% klientów indywidualnych aspekt bezpieczeństwa przesyłek ocenia negatywnie (bardzo źle lub raczej źle). Natomiast 10,3% instytucji poziom bezpieczeństwa przesyłek pocztowych ocenia negatywnie (bardzo źle lub raczej źle).

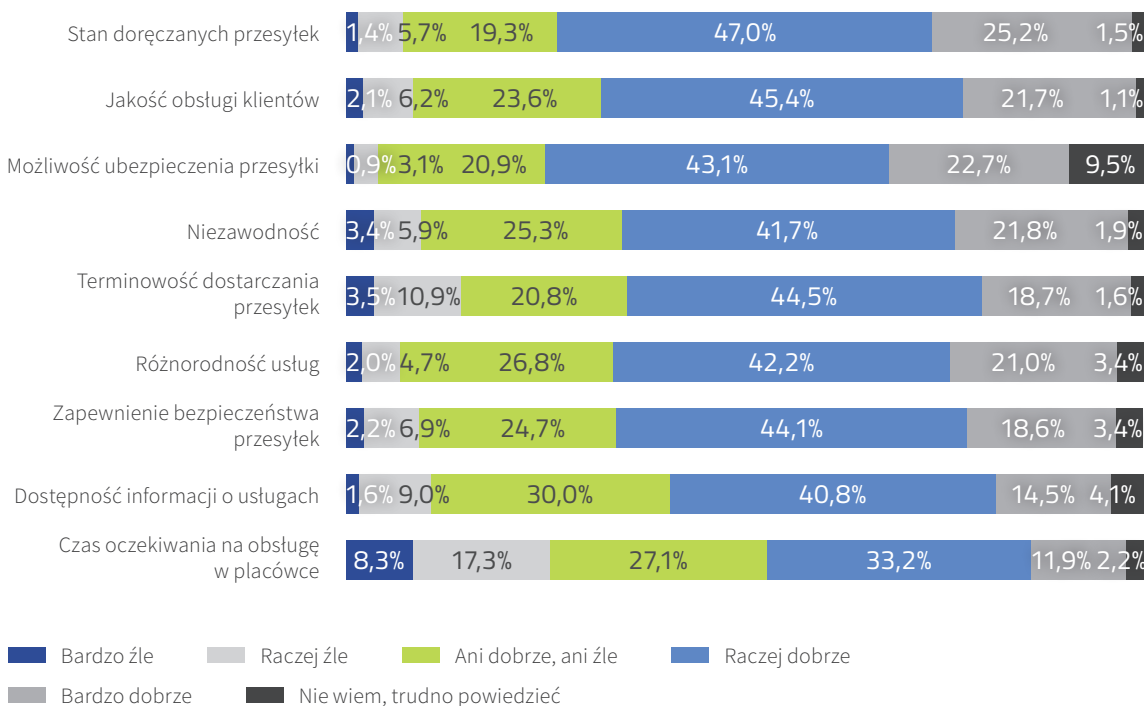
W przypadku klientów indywidualnych wysoko oceniono przede wszystkim stan doręczanych przesyłek (47,0%) oraz jakość obsługi klientów (45,4%).

Spośród badanych aspektów jakości usług, najwięcej ocen negatywnych uzyskały czas oczekiwania na obsługę w placówce (25% ocen negatywnych, częściej przyznawanych przez osoby z wyższym wykształceniem) oraz terminowość doręczania przesyłek (14% ocen negatywnych).

#### Wykres nr 30.

Ocena funkcjonowania rynku pocztowego – odpowiedzi klientów indywidualnych.

*Jak ocenia Pan/Pani poszczególne elementy funkcjonowania rynku pocztowego w Polsce?*



Źródło: UKE

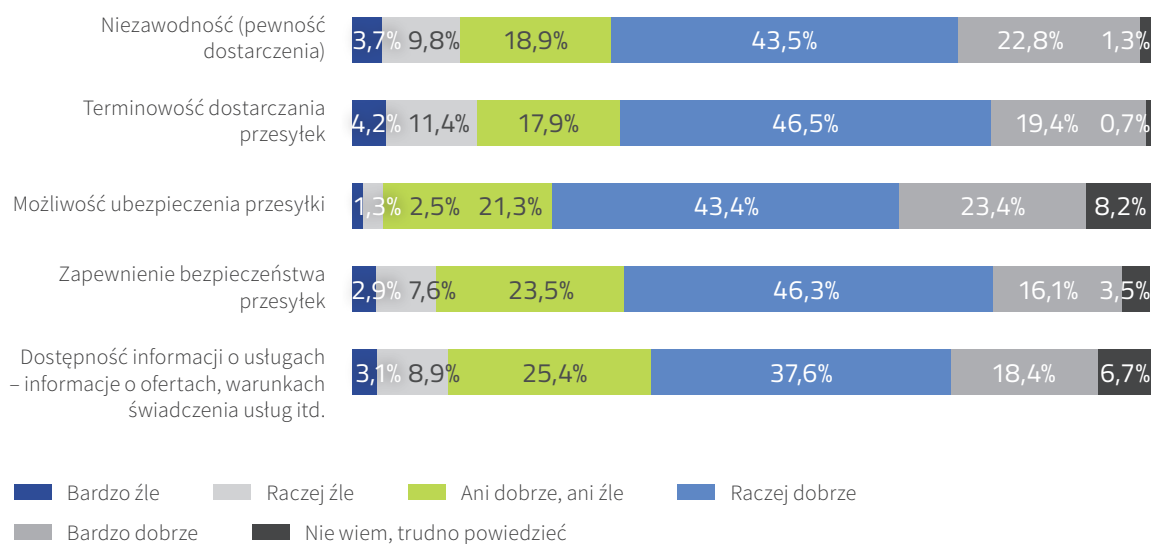
Z kolei najwięcej ocen bardzo dobrych i dobrych, klienci instytucjonalni przyznali niezawodności (43%) oraz – inaczej niż klienci indywidualni – terminowości dostarczania przesyłek (46,5%). Pomimo przeważającego udziału ocen pozytywnych, w każdym z badanych aspektów około 10% firm

przyznało oceny negatywne. Wyjątkiem jest tylko kwestia możliwości ubezpieczenia przesyłki, przy której ocen negatywnych było mniej. Trzeba jednak podkreślić, że część firm nie było w stanie ocenić tego aspektu – prawdopodobnie z uwagi na nie korzystanie z tej opcji).

### Wykres nr 31.

Ocena funkcjonowania rynku pocztowego – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*Jak z perspektywy firmy ocenia Pan/Pani poszczególne elementy funkcjonowania rynku pocztowego w Polsce?*



Źródło: UKE

## 4. E-USŁUGI





Tematyka badania obejmowała także społeczne zapotrzebowanie na e-usługi. Celem tej części ankiety było pozyskanie wiedzy, czy w społecznym odbiorze mogą one być traktowane jako alternatywa dla usług tradycyjnych.

Przy nowych technologiach znajomość i potrzeba korzystania jest mniejsza w grupie młodszych użytkowników, niż w grupie użytkowników starszych. Wynikać to może z faktu, iż grupa młodsza nie ma potrzeby korzystania z tych narzędzi, np. przy składaniu dokumentów urzędowych etc.

#### 4.1. Potencjalni klienci e-usług

Indywidualni respondenci zostali zapytani o korzystanie z różnego rodzaju e-usług (poczty e-mail, bankowości internetowej, aplikacji mobilnych, możliwości złożenia

deklaracji podatkowej przez Internet, czy składania dokumentów do urzędu przez Internet).

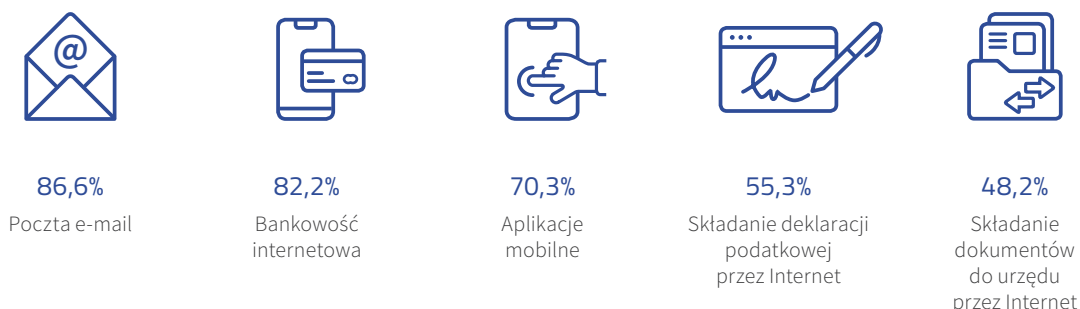
Najpopularniejszą e-usługą, z której korzystają badani, jest poczta e-mail (86,6% odpowiedzi). 82,2% respondentów przyznało, że korzysta z bankowości internetowej, a 70,3% z aplikacji mobilnych. Indywidualni ankietowani potwierdzili również duże wykorzystanie usług internetowych przy składaniu deklaracji podatkowych (55,3%) oraz składaniu dokumentów do urzędów (48,2%).

Warto w tym miejscu nadmienić, że niniejsze badanie zostało zrealizowane za pośrednictwem Internetu, dlatego też zdecydowana większość badanych jest zaznajomiona z usługami internetowymi, a co za tym idzie może być postrzegana jako potencjalni klienci e-usług świadczonych z udziałem operatora pocztowego. Skala korzystania z poszczególnych usług jest jednak nieco mniejsza wśród osób z niższym wykształceniem.

#### Grafika nr 15.

Korzystanie z e-usługi – odpowiedzi respondentów indywidualnych, zapytanych o korzystanie z wymienionych rodzajów usług.

*Czy korzysta Pan/Pani z (...)?*



Źródło: UKE

## 4.2. Elektroniczne Potwierdzenie Odbioru

Usługa Elektronicznego Potwierdzenia Odbioru (EPO) to usługa, o której słyszało 46,5% badanych indywidualnych. Wśród znających usługę, korzystanie z EPO zadeklarowało 53,4% badanych.

### Grafika nr 16.

Korzystanie z EPO – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Czy słyszał(a) Pan/Pani o Elektronicznym Potwierdzeniu Odbioru?*



46,5%

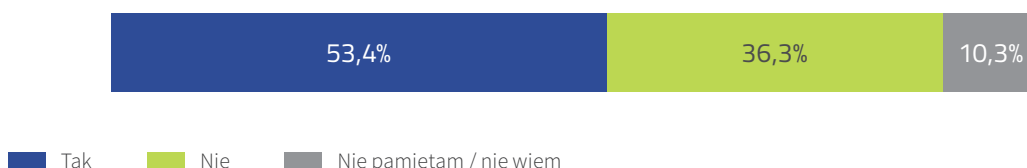
Tak



53,5%

Nie

*Czy korzystał/a Pan/Pani kiedykolwiek z EPO?*



*Czy chciał(a)by Pan/Pani korzystać z EPO w przyszłości?*



Źródło: UKE

W grupie badanych klientów, którzy do tej pory nie korzystali z EPO 54,3% nie ma nic przeciwko, żeby korzystać z takiej usługi. Najstabiliej EPO rozpoznawane było w grupie najmłodszych respondentów. Wśród znających usługę, korzystanie z EPO zadeklarowała nieco ponad połowa badanych użytkowników

indywidualnych, a osoby, które do tej pory nie korzystały z EPO na ogół nie mają nic przeciwko korzystaniu z takiej usługi.

Korzystanie z usługi EPO to usługa, z której korzystanie zadeklarowało 68,8% badanych firm.

**Grafika nr 17.**

Korzystanie z EPO – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*Czy Pana/Pani firma korzystała kiedykolwiek z Elektronicznego Potwierdzenia Odbioru (EPO)?*



68,8%

Tak



26,7%

Nie



4,6%

Nie wiem

Źródło: UKE

Badani indywidualni (ponad 70%) są zdania, że EPO powinno być jedną z usług wchodzącą w zakres pocztowych usług powszechnych.

**Grafika nr 18.**

Korzystanie z EPO – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Czy Pana/Pani zdaniem EPO powinno wchodzić w zakres usług powszechnych?*



31,6%

Zdecydowanie tak



41,5%

Raczej tak



1,6%

Zdecydowanie nie



4,4%

Raczej nie



20,8%

Nie wiem,  
trudno powiedzieć

Źródło: UKE

Źródło: UKE

### 4.3. Profil Zaufany (PZ)

Znajomość usługi PZ zadeklarowało ponad 83,6% badanych klientów indywidualnych. Natomiast korzystanie z tej usługi zadeklarowało 53,3% badanych.

W grupie badanych klientów, którzy do tej pory nie korzystali z PZ – 52,1% nie ma nic przeciwko, żeby korzystać z takiej usługi. Mniejszą znajomością tej usługi wykazały się osoby najmłodsze, co może wynikać z braku konieczności korzystania z usług realizowanych za pośrednictwem PZ.

#### Grafika nr 19.

Profil zaufany – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Czy słyszał(a) Pan/Pani o Profilu Zaufanym?*



83,6%

Tak



16,4%

Nie

*Czy korzystał(a) Pan/Pani z Profilu Zaufanego?  
(pytanie zadawane po przedstawieniu, na czym polega usługa)*



■ Tak   ■ Nie   ■ Nie pamiętam / nie wiem

*Czy chciał(a)by Pan/Pani korzystać z niego w przyszłości?*



■ Tak   ■ Nie   ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Źródło: UKE

Ankietowane firmy także powszechnie wykorzystują PZ – korzystanie z tej usługi zadeklarowało 77,4% firm biorących udział w badaniu. Natomiast wśród firm, które nie korzystają z PZ – 43,7% firm wyraziło zainteresowanie korzystaniem z takiej usługi.

**Grafika nr 20.**

Profil Zaufany – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*Czy Pan/Pani firma korzysta z Profilu Zaufanego?*



*Czy Pana/Pani firma chciał(a)by korzystać z Profilu Zaufanego w przyszłości?*



Źródło: UKE

**4.4.**

## Elektroniczna Platforma Usług Administracji Publicznej (ePUAP)

Z badania wynika, że w ostatnim roku z ePUAP korzystało 49,2% badanych indywidualnych. Częściej korzystanie z platformy deklarowali mężczyźni oraz osoby posiadające wyższe wykształcenie.

Podobny odsetek badanych osób (52,6%) zadeklarowało korzystanie z usług administracji publicznej za pomocą logowania do konta bankowego. W tej grupie najwięcej było osób w wieku 25-44 lata.

**Grafika nr 21.**

ePUAP – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

*Czy kiedykolwiek korzystał Pan/Pani z ePUAP?*



*Czy kiedykolwiek korzystała Pan/Pani z usług administracji publicznej za pomocą logowania do konta bankowego?*



Źródło: UKE

Badanie wykazało, że z ePUAP w ostatnim roku korzystało 75,0% badanych firm. Wśród respondentów, których firmy nie korzystają z ePUAP, zainteresowanie załatwianiem spraw urzędowych przez Internet zadeklarowało 77,3% pytanym.

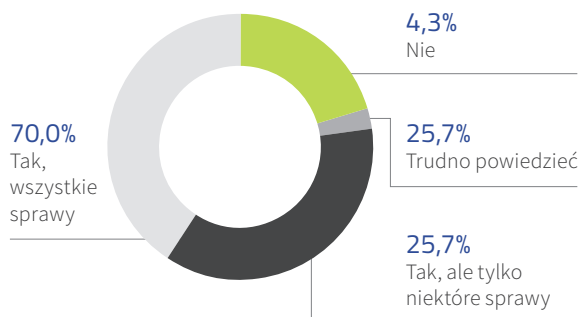
#### Grafika nr 22.

ePUAP – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*Czy Pana/Pani firma korzysta z Platformy Usług Elektronicznych ePUAP?*



*Czy jako firma chcielibyście Państwo mieć możliwość załatwiania spraw urzędowych całkowicie elektronicznie?*



Źródło: UKE

## 4.5. E-doręczenia

Podczas badania ankietowani zostali również zapytani o usługę e-doręczenia<sup>31</sup>. Pośród grupy indywidualnych ankietowanych

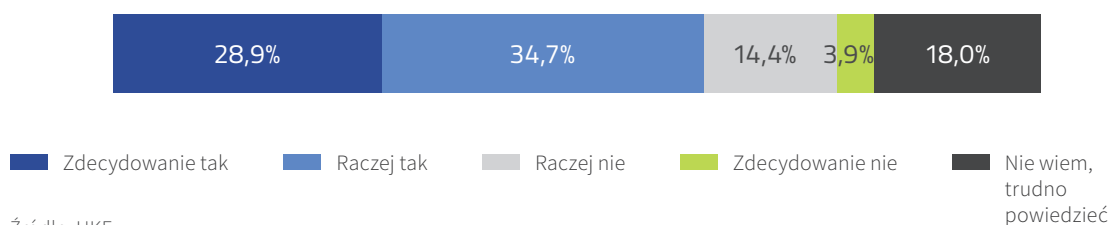
o usłudze e-doręczenia słyszało 36,3% indywidualnych badanych. Natomiast zainteresowanie otrzymywaniem takim sposobem korespondencji urzędowej zadeklarowało 63,6% pytanym, przy czym częściej były to osoby z wyższym wykształceniem.

<sup>31</sup> E-doręczenie to forma komunikowania się między podmiotami publicznymi, a obywatelami. Osoby korzystające z e-doręczenia zamiast listów poleconych z urzędów, sądów ZUSu itp. otrzymują dokumenty na specjalny, bezpieczny adres do doręczeń. Za pomocą tego adresu użytkownicy e-doręczeń mogą także wysyłać dokumenty do urzędów – taka wysyłka będzie traktowana na równi z wystaniem listu poleconego.

Korzystanie z e-doręczeń jest dobrowolne, natomiast jeśli wyrażona zostanie taka chęć, wszystkie przesyłki urzędowe będą dostarczane w postaci e-doręczeń (do użytkownika e-doręczeń nie będą wysyłane tradycyjne listy polecone z urzędów).

**Grafika nr 23.**

E-doręczenia – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

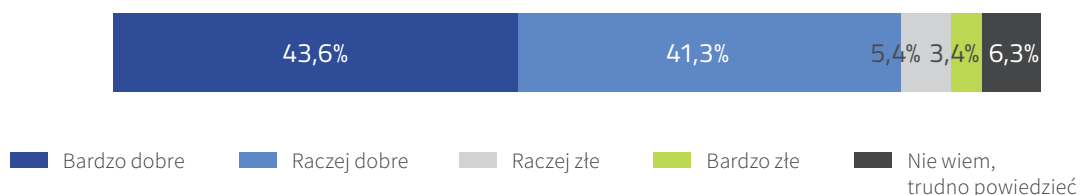
*Czy słyszał(a) Pan/Pani o usłudze e-doręczenia?*36,3%  
Tak63,7%  
Nie*Czy byłby Pan/ byłaby Pani zainteresowana otrzymywaniem korespondencji urzędowej za pośrednictwem e-doręczeń?*

Źródło: UKE

Spośród badanych firm o usłudze e-doręczenia słyszało 34,5% z nich. Większość respondentów instytucjonalnych (84,9%), oceniła usługę e-doręczenia jako dobre z perspektywy firmy rozwiązanie.

**Grafika nr 24.**

E-doręczenia – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

*Czy słyszał(a) Pan/Pani o usłudze e-doręczenia?*34,5%  
Tak65,5%  
Nie*Czy z perspektywy firmy, takie rozwiązanie jest:?*

Źródło: UKE

## 5. WNIOSKI





Wyniki badania wskazują, że przepisy regulujące zakres usług powszechnych oraz odnoszące się do obowiązków operatora wyznaczonego nie wymagają obecnie zmian legislacyjnych.

Większość respondentów uznała obowiązujący katalog usług powszechnych za wystarczający. Z przeprowadzonego badania wynika, że przesyłki listowe, zarówno zwykłe, jak i polecone oraz paczki to usługi, na które zapotrzebowanie jest największe. Katalog najczęściej wykorzystywanych usług pocztowych uzupełnia przesyłka kurierska, która zdaniem badanych powinna należeć do katalogu usług powszechnych. Na gruncie obowiązującego prawodawstwa europejskiego<sup>32</sup> i polskiego przesyłki kurierskie, ze względu na swoją charakterystykę oraz cenę nie mogą jednak zostać uznane za usługi powszechne. Co nie zmienia faktu, że użytkownicy korzystają z nich coraz częściej.

Na znaczący wzrost częstotliwości nadawania przesyłek kurierskich oraz paczek pocztowych miał wpływ dynamiczny rozwój sprzedaży

internetowej, jaki nastąpił w ostatnich latach, w tym także spowodowany w ostatnim czasie pandemią COVID-19, która wymusiła ograniczenie korzystania ze sklepów stacjonarnych.

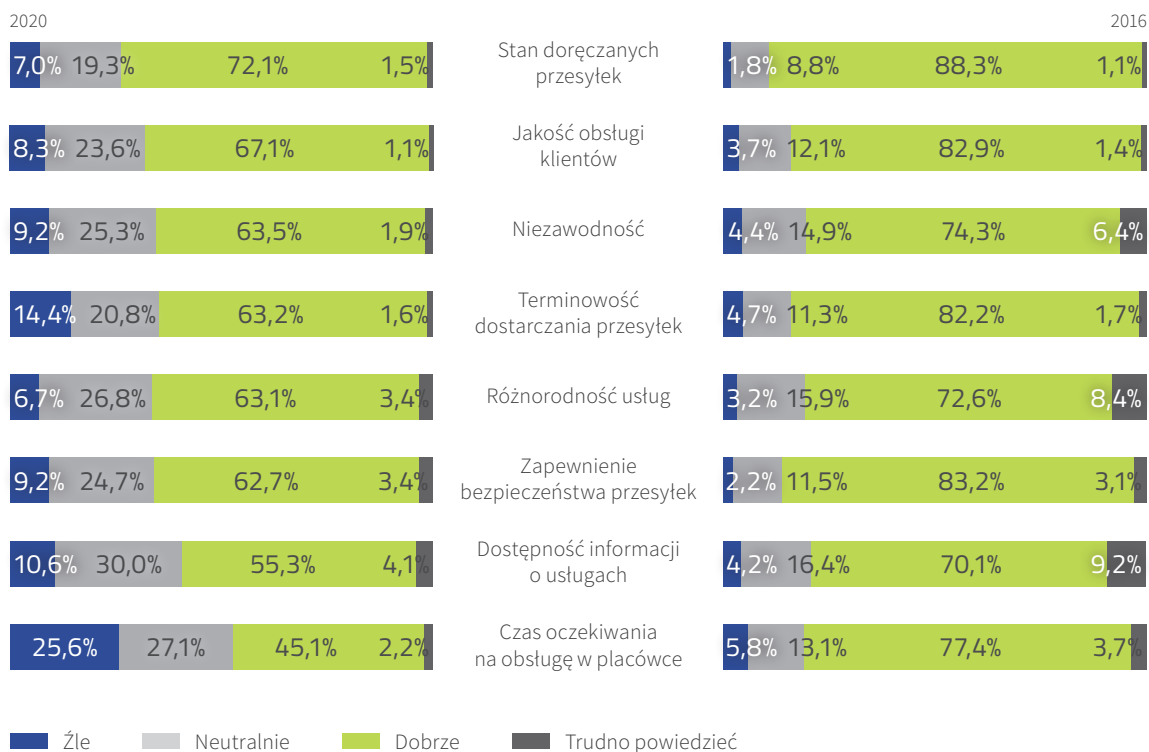
Wyniki badania wskazują, iż na przestrzeni ostatnich czterech lat nie nastąpiła znacząca zmiana w powodach nie korzystania z usług pocztowych. Obecnie nieco częściej „tradycyjne” usługi pocztowe są skutecznie zastępowane przez „pocztę elektroniczną”.

Badanie pokazało, że rynek usług pocztowych jest pozytywnie oceniany. Respondenci dobrze ocenili jakość usług oraz ich dostępność. Obszarem, który uzyskał gorsze oceny jest czas oczekiwania na obsługę w placówce. Oceny funkcjonowania poszczególnych elementów rynku pocztowego (w tym m.in. dostępność, jakość, bezpieczeństwo) są obecnie nieco niższe, niż w badaniu z 2016 roku. Natomiast nie musi to oznaczać niekorzystnych zmian zachodzących na rynku usług pocztowych, prawdopodobnie wynika to z większych oczekiwań klientów, którzy obecnie korzystają z usług częściej. Dodatkowo rosnące standardy jakości usług i obsługi różnego rodzaju usług powodują ogólny wzrost oczekiwań klientów i większy krytycyzm w ocenach.

<sup>32</sup> Dyrektywa 97/67/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 15 grudnia 1997 r. w sprawie wspólnych zasad rozwoju rynku wewnętrznego usług pocztowych Wspólnoty oraz poprawy jakości usług (Dz. U. UE.L z 1998 r. Nr 15, poz. 14 ze zm.)

**Wykres nr 32.**

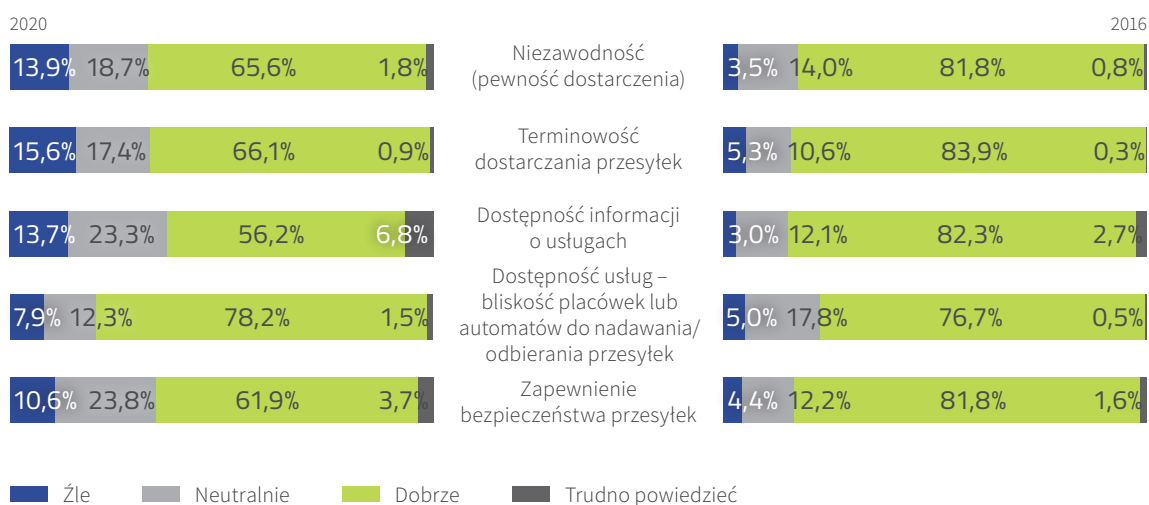
Jakość usług pocztowych – odpowiedzi klientów indywidualnych.

*Jak ocenia Pan/Pani poszczególne elementy funkcjonowania rynku pocztowego w Polsce?*

Źródło: UKE

**Wykres nr 33.**

Jakość usług pocztowych – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*Jak ocenia Pan/Pani poszczególne elementy funkcjonowania rynku pocztowego w Polsce?*

Źródło: UKE

Ankietowani pozytywnie ocenili także wizerunek operatora wyznaczonego, jednakże oceny są nieco niższe w poszczególnych aspektach niż w badaniu przeprowadzonym w 2016 r. Poczta Polska jest najpowszechniej znanym operatorem usług pocztowych, chociaż obecnie nie jest najczęściej wybieranym dostawcą. Zdaniem badanych operator wyznaczony wywiązuje się z obowiązku świadczenia usług powszechnych. Poczta Polska cieszy się wśród użytkowników usług pocztowych dobrą opinią, jako operator dostępny dla każdego, przyjazny oraz godny zaufania.

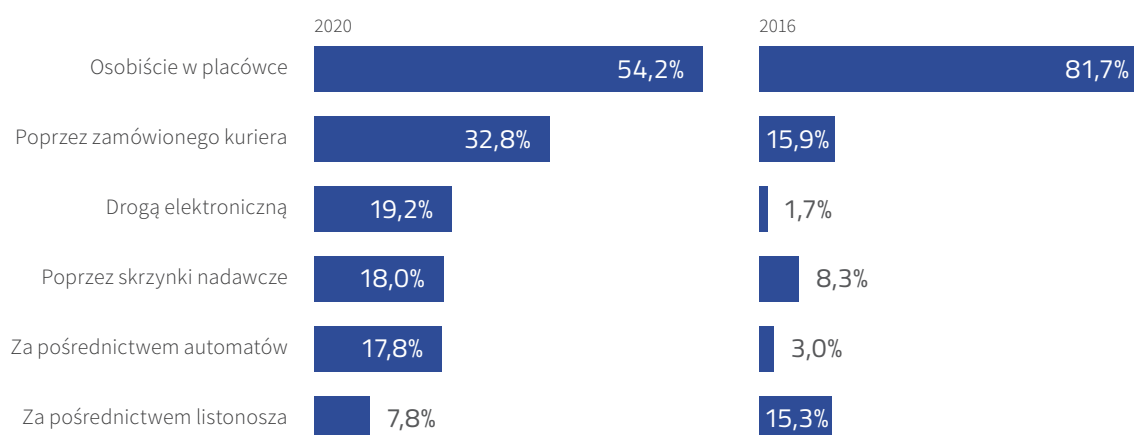
Liczne zmiany w środowisku technologicznym świadczenia usług pocztowych, jakie nastąpiły w ostatnim czasie spowodowały zmiany preferowanych sposobów nadawania oraz odbierania przesyłek. Aktualnie respondenci indywidualni deklarują większą różnorodność

w sposobach nadawania i odbierania przesyłek pocztowych. Trzeba jednak podkreślić, że nadal najbardziej popularne jest korzystanie z placówek pocztowych oraz realizacji usług przez kuriera czy listonosza. Przy czym obie grupy badanych użytkowników potwierdziły, że odbiór przesyłek preferują bezpośrednio od listonosza/kuriera. Na przestrzeni ostatnich lat znacząco jednak wzrosło wykorzystanie nowoczesnych form realizacji usług, w tym z wykorzystaniem automatów do obsługi przesyłek – zarówno w procesie nadawania, jak i odbierania. Szczególnie wśród użytkowników indywidualnych można zauważyć znacznie większe zainteresowanie tym sposobem realizacji usług. Ale warto też zwrócić uwagę, że w ostatnich latach wzrosło zainteresowanie korzystaniem z usług realizowanych drogą elektroniczną.

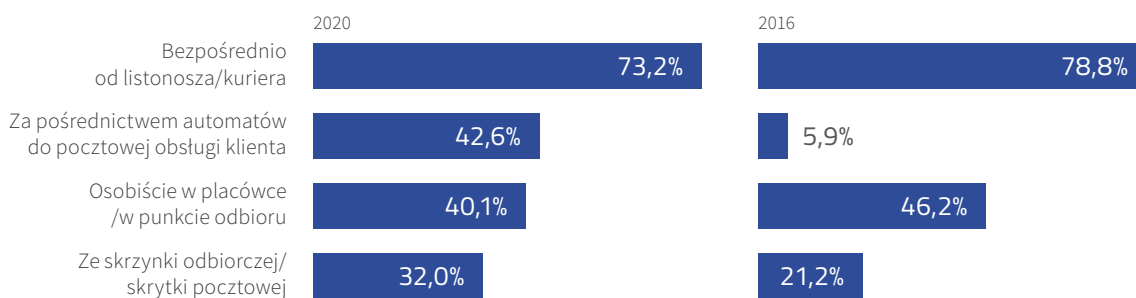
#### Wykres nr 34.

Nadawanie i odbieranie przesyłek pocztowych – odpowiedzi klientów indywidualnych.

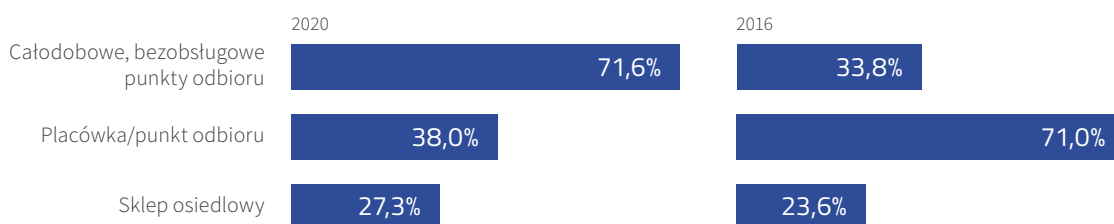
##### W jaki sposób nadaje Pan/Pani przesyłki?



### W jaki sposób odbiera Pan/Pani przesyłki?



### W jakich miejscach chciał(a)by Pan/Pani mieć możliwość odbioru przesyłek pocztowych, w tym kurierskich? (3 najczęstsze wskazania)

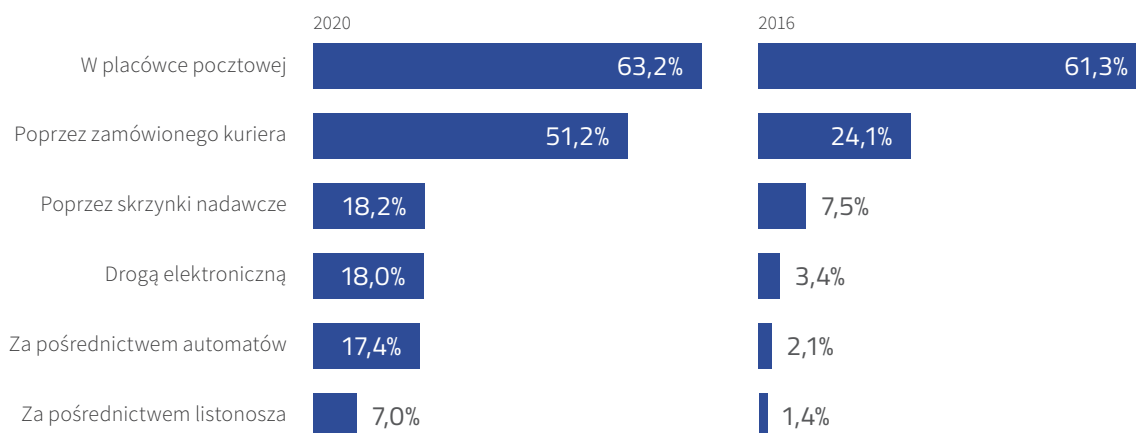


Źródło: UKE

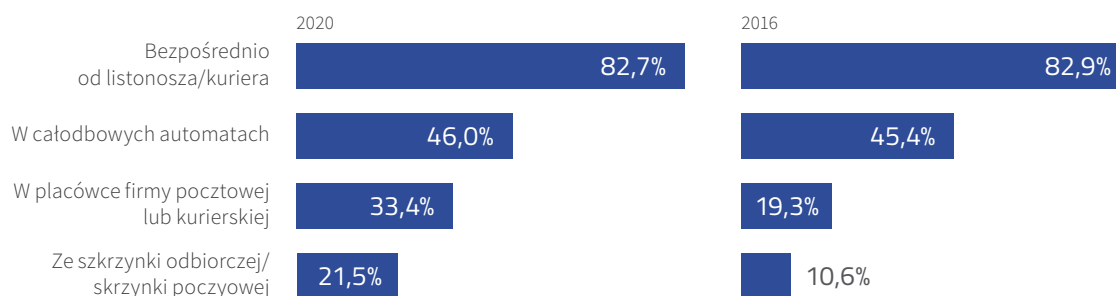
### Wykres nr 35.

Nadawanie i odbieranie przesyłek pocztowych – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

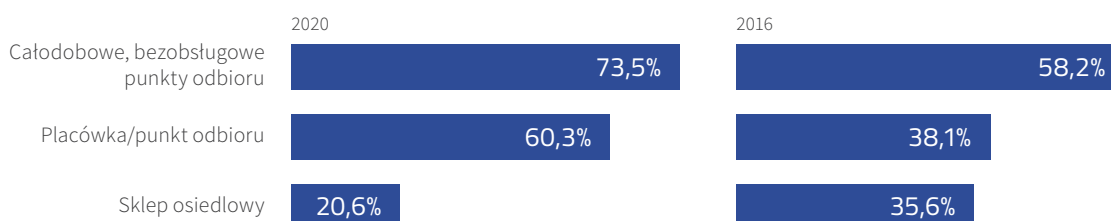
### W jaki sposób Pan/Pani firma nadaje przesyłki?



### W jaki sposób Pana/Pani firma odbiera przesyłki?



### W jakich miejscach chcielibyście Państwo mieć możliwość odbioru przesyłek pocztowych, w tym kurierskich? (3 najczęstsze wskazania)



Źródło: UKE

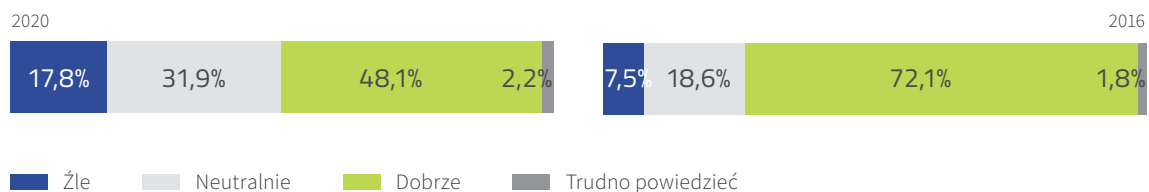
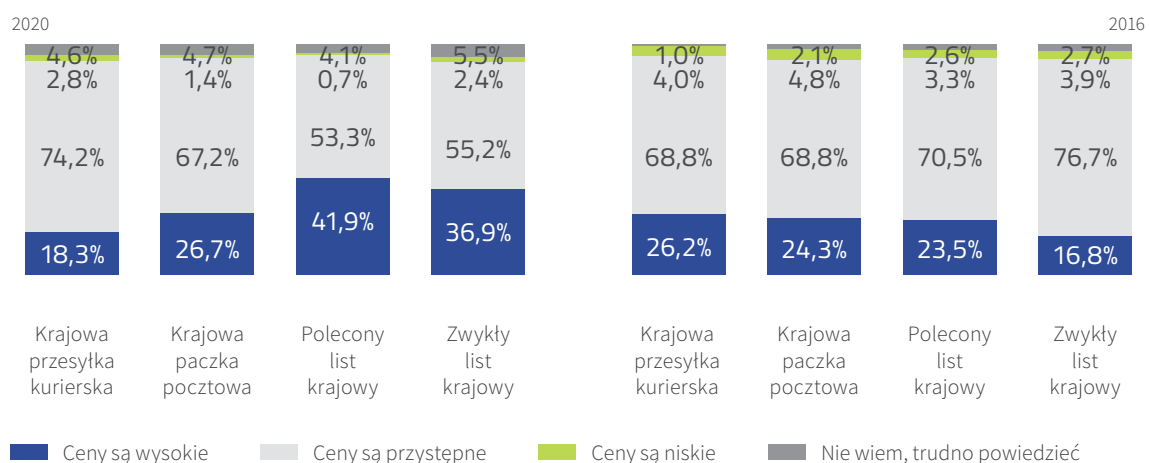
Ceny usług pocztowych ocenione zostały przez użytkowników jako przystępne. Jednocześnie kategoria ta znajduje się na pozycji pierwszej w hierarchii oczekiwań użytkowników usług pocztowych, a znaczna część respondentów chciałaby spadku cen usług pocztowych. Dla części respondentów indywidualnych zbyt wysokie ceny są barierą w korzystaniu z usług pocztowych. Jednakże maksymalne deklarowane ceny, jakie respondenci byliby skłonni zapłacić za poszczególne usługi są

zbliżone do aktualnie obowiązujących cen, a w odniesieniu do niektórych usług nawet wyższe.

Jednakże opinie o cenach usług pocztowych są obecnie bardziej krytyczne, niż w 2016 roku. Odnosi się to szczególnie do cen nadania listów zwykłych i poleconych. Ceny paczek pocztowych i przesyłek kurierskich budzą teraz mniejsze niezadowolenie wśród firm, niż w 2016 roku.

**Wykres nr 36.**

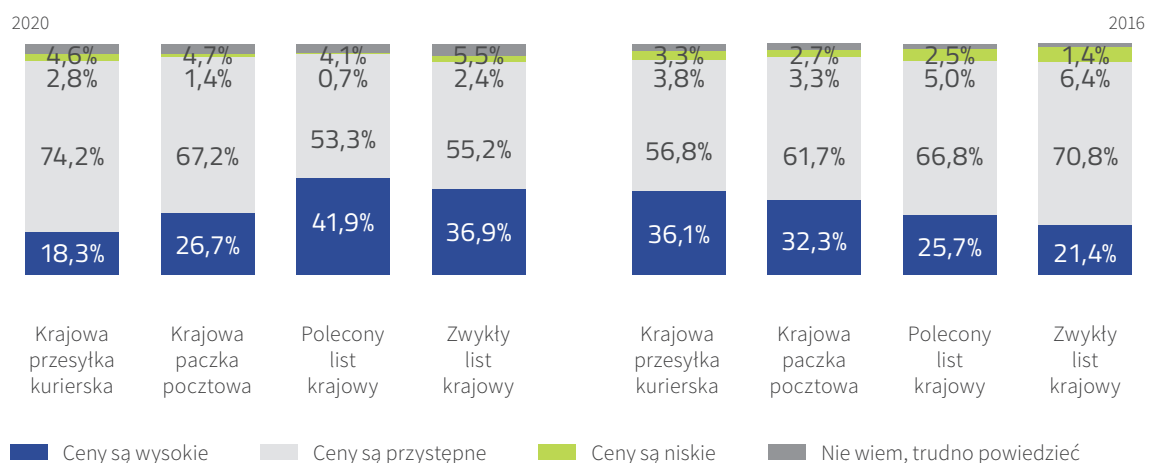
Ceny usług pocztowych – odpowiedzi klientów indywidualnych.

*Jak ocenia Pan/Pani przystępność cen usług pocztowych?**Jak ocenia Pan/Pani przystępność cen usług pocztowych?*

Źródło: UKE

**Wykres nr 37.**

Ceny usług pocztowych – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*Jak z perspektywy firmy ocenia Pan/Pani przystępność cen usług pocztowych?*

Źródło: UKE

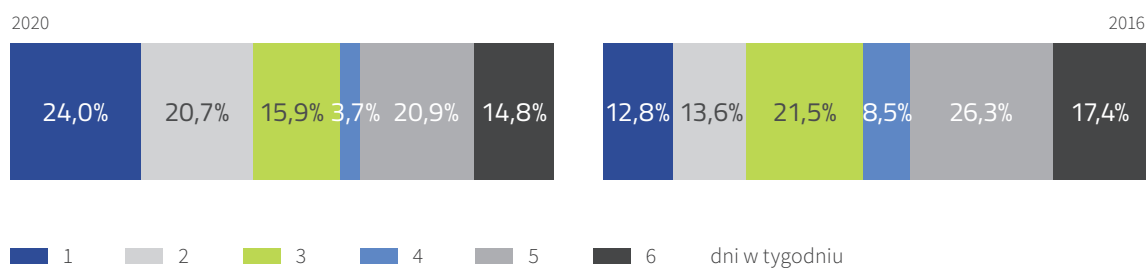
Biorąc pod uwagę wyniki badań deklaracje obniżki cen należy raczej uznać jako standardowe oczekiwanie niższych cen, niekoniecznie związane z poczuciem, że ceny są zbyt wysokie.

Przeprowadzone badanie potwierdziło zmniejszenie oczekiwań respondentów indywidualnych i instytucjonalnych w zakresie częstotliwości dostarczania przesyłek przez listonosza.

### Wykres nr 38.

Dostarczanie przesyłek przez listonosza – odpowiedzi klientów indywidualnych.

*Jak często w tygodniu chciał(a)by Pan/Pani mieć dostarczane przesyłki przez listonosza?*

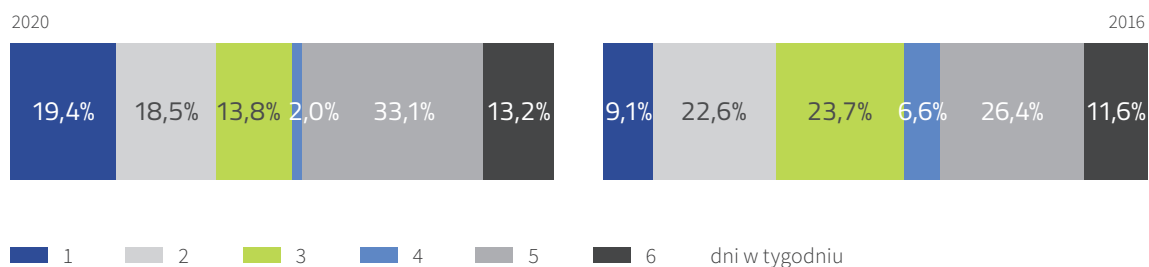


Źródło: UKE

### Wykres nr 39.

Dostarczanie przesyłek przez listonosza – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.

*Jak często w tygodniu chciałobyście Państwo mieć dostarczane przesyłki przez listonosza?*



Źródło: UKE

Większość badanych z obu grup jest w stanie zaakceptować rozwiązanie polegające na doręczaniu przesyłek pocztowych rzadziej niż pięć dni w tygodniu. Co więcej należy podkreślić, iż na przestrzeni ostatnich czterech lat zmniejszyły się oczekiwania co do częstotliwości dostarczania przesyłek przez listonosza. Obowiązujące w tym względzie krajowe uregulowanie w zakresie częstotliwości doręczeń wynika z postanowień prawa europejskiego<sup>33</sup>. W przyszłości możliwe jest jednak rozważenie na gruncie europejskim zmiany wymogów w tym zakresie, co mogłoby wpłynąć na zmniejszenie kosztów usług, a tym samym na ceny przesyłek pocztowych.

W ostatnim czasie, specyficznym ze względu na pandemię COVID-19, znacząco zwiększyło się zapotrzebowanie na usługi pocztowe głównie w obszarze przesyłek kurierskich i paczek pocztowych. Ponadto z uwagi na wprowadzone ograniczenia w poruszaniu się i tradycyjnym handlu, badani dostrzegli pozytywne zmiany na rynku usług pocztowych, obejmujące przede wszystkim skrócenie czasu dostawy oraz zwiększenie liczby punktów odbioru.

Nowe technologie w usługach pocztowych stały się już codziennością i są one bardzo dobrze odbierane przez klientów. Pomimo tego wśród działań, które zdaniem badanych powinny zostać wdrożone na rynku usług pocztowych, na czołowych miejscach znajdują się dalsze działania nad zwiększeniem dbałości o terminowe dostarczanie przesyłek oraz skróceniem czasu ich dostawy.

E-usługi, które w dużej mierze mogą zastąpić tradycyjne usługi pocztowe, są dosyć dobrze znane, ale jeszcze nie są wykorzystywane powszechnie. W tym miejscu trzeba jednak wspomnieć, że deklaracje korzystania z usług powiązanych z Internetem są aktualnie znacznie wyższe, niż w badaniu w 2016 roku, prawdopodobnie również ze względu na inną technikę realizacji badania i wykorzystanie w 2020 roku panelu internetowego. Na zwiększenie skali korzystania z e-usług niewątpliwie miała również wpływ pandemia, ale także zwiększająca się możliwość komunikacji z organami administracji drogą elektroniczną za pomocą choćby poczty e-mail, jak też składania dokumentów do urzędu z wykorzystaniem bankowości elektronicznej, przy użyciu Profilu Zaufanego czy ePUAP-u. Badani jednocześnie zadeklarowali otwartość na nowe rozwiązania w zakresie koncepcji korespondencji urzędowej drogą elektroniczną, w tym także potwierdzają chęć skorzystania z nowej usługi e-doręczeń.

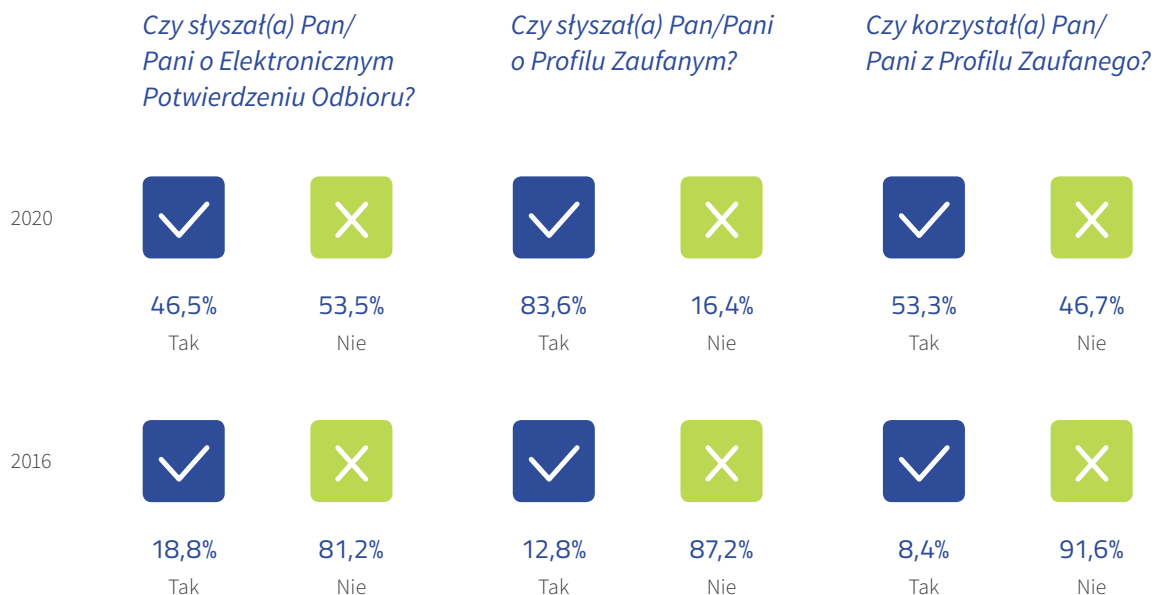
Na przestrzeni ostatnich czterech lat znacząco wzrósł udział osób deklarujących znajomość Elektronicznego Potwierdzenia Odbioru. Również znajomość i korzystanie z Profilu Zaufanego jest w 2020 roku o wiele większe, niż w poprzedniej edycji badania. Ponadto udział firm korzystających z e-usług znacząco wzrósł w ciągu ostatnich czterech lat. Jest to wynikiem rozwoju usług elektronicznych w Polsce, ale jednocześnie duże znaczenie ma okoliczność, iż w pierwszej połowie 2020 roku skorzystanie z pomocy rządowej w związku z pandemią COVID-19 możliwe było poprzez elektroniczne formy kontaktu z urzędami.

<sup>33</sup> Por. art. 3 ust. 3 Dyrektywy 97/67/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 15 grudnia 1997 r. w sprawie wspólnych zasad rozwoju rynku wewnętrznego usług pocztowych Wspólnoty oraz poprawy jakości usług.



**Wykres nr 40.**

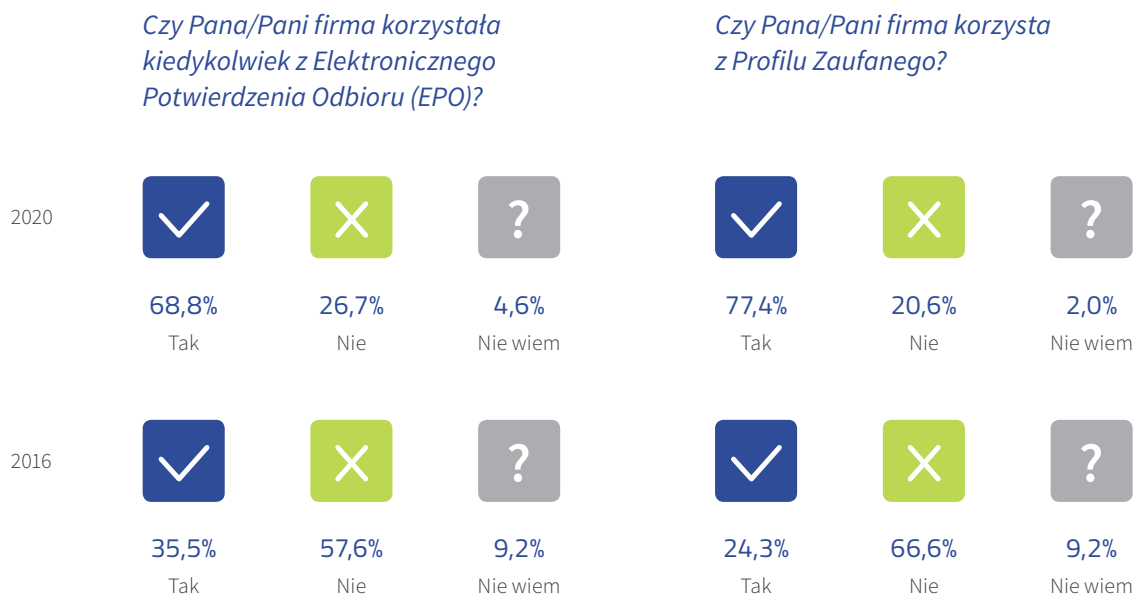
E-usługi – odpowiedzi klientów indywidualnych.



Źródło: UKE

**Wykres nr 41.**

E-usługi – odpowiedzi klientów instytucjonalnych.



Źródło: UKE

## 6. PODSUMOWANIE



Jak wskazują wyniki niniejszego badania, z usług pocztowych korzysta niemal 100 proc. z nas. Deklaruje to bowiem 94,2 proc. konsumentów oraz 92,4 proc. firm. Jeśli jednak zagłębić się mocniej w dane, okaże się, że istnieje jeszcze spory potencjał wzrostu rynku w jednym z jego najważniejszych segmentów – przesyłek kurierskich. Z przeprowadzonego badania, pokazującego aktualne społeczne zapotrzebowanie na usługi powszechne, wynika, że ankietowani najchętniej korzystają – z usług krajowych, wśród których wskazują najczęściej przesyłkę kurierską (56,5%) oraz paczkę pocztową (31%). Jeśli natomiast weźmiemy po uwagę także to, że pierwszą z usług wybierają raczej ludzie młodzi poniżej 25 roku życia, którzy także w przyszłości będą preferować to rozwiązanie, to wydaje się oczywistym, że usługi te mają duży potencjał rozwoju.

Segment przesyłek kurierskich polskiego rynku usług pocztowych przez kilka ostatnich lat sukcesywnie zwiększał wolumen dostarczanych przesyłek w związku z dynamicznym rozwojem handlu e-commerce. Rocznie oznaczało to wzrost nawet o kilkadziesiąt milionów sztuk, co przekładało się na wzrost przychodów kurierów nawet o kilkaset mln złotych. W 2020 roku z powodu pandemii, rynek e-commerce w Polsce odnotował najwyższy wzrost od kilkunastu lat (wg analiz ok. 26% r/r) osiągając wartość ok. 80 mld złotych. Handel internetowy mocno zyskał w wyniku restrykcji wprowadzonych w celu ograniczenia rozwoju pandemii. Sklepy i platformy handlowe notowały znaczące wzrosty sprzedaży, a wiele sieci sklepów stacjonarnych podjęło decyzje uruchomienia własnych e-sklepów. W ślad za tym, segment przesyłek kurierskich również wzrósł w sposób dotąd niespotykany.

W 2020 roku ten segment rynku zwiększył swoje przychody aż o 1 686,8 mln zł w stosunku do 2019 roku. Taki skok przełożył się na blisko 33-proc. tempo wzrostu, natomiast wolumen dostarczonych przesyłek wzrósł o 196 mln sztuk w stosunku do 2019 roku, przy 44,5-proc. tempie wzrostu. Przesyłki kurierskie stanowiły w 2020 roku 33,9% całego wolumenu usług pocztowych na rynku, oraz aż 58,8% jego wartości<sup>34</sup>.

To zasługa rosnącego rynku e-commerce, bo przesyłka kurierska najczęściej wybierana jest przez osoby kupujące za pośrednictwem Internetu. Liczby robią wrażenie, ale powszechnie uważa się, że potencjał dalszego wzrostu polskiego rynku e-commerce jest nieunikniony.

Badanie pokazuje również, że pandemia zmieniła trendy i miała wpływ na korzystanie z usług pocztowych. Zapewnia o tym blisko połowa badanych konsumentów, a wśród firm blisko jedna trzecia. Ograniczenia wymusiły bowiem przeniesienie wielu aktywności społecznych i działań gospodarczych do Internetu. Tak też dzieje się z zakupami, co przekłada się wprost na wzrost wolumenu przesyłek kurierskich.

Oczywiście dane od dawna pokazują, że liczba Polaków kupujących u e-dostawców rośnie systematycznie od lat. Liczy się jednak tempo wzrostu. Według raportu „E-commerce w Polsce 2020. Gemius dla e-Commerce Polska”<sup>35</sup> już 73 proc. internautów robi zakupy online. Wynik ten jest lepszy od poprzedniej fali badania aż o 11 p.p. Duży wpływ na ten wynik może mieć właśnie wymuszone obostrzeniami w życiu gospodarczym i społecznym przestawienie się na życie online. Wzrost zainteresowania

<sup>34</sup> <https://www.uke.gov.pl/akt/raport-o-stanie-rynku-pocztowego-w-2020-roku,385.html>

<sup>35</sup> <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/e-commerce-w-polsce-2020.html>

taką formą zakupów, poparty pozytywnymi doświadczeniami to czynnik, który pozwala z dużym prawdopodobieństwem stwierdzić, że ta tendencja będzie się utrzymywać także po zakończeniu pandemii.

Pandemia to czynnik, który mógł też wpłynąć na sposób odbioru przesyłek. Badanie pokazuje, że wciąż dominującym trendem jest odbiór przesyłek od listonosza/kuriera (tak deklaruje 73% badanych), jednak odbiór przesyłki w automacie wybrało jako dla nich najlepszy prawie 43% respondentów. Nie bez znaczenia może tu być poczucie bezpieczeństwa związanego z zachowaniem dystansu społecznego, choć nie wolno zapominać, że w czasie pandemii operatorzy pocztowi wprowadzili wiele zmian mających na celu zwiększenie bezpieczeństwa także w podczas odbioru paczki bezpośrednio od doręczyciela.

Niewątpliwie jednak pandemia COVID-19 stała się impulsem do rozwoju sieci automatów do pocztowej obsługi przesyłek pocztowych, choć i wcześniej stopniowo zdobywały one rynek. Możliwość taka oferowana jest przez kilku operatorów pocztowych działających w Polsce, w tym m.in. przez Poczta Polską, InPost, czy DHL. Z danych statystycznych wynika, że w Polsce funkcjonuje już ponad 10 tysięcy takich automatów i ich liczba stale rośnie, a kolejni operatorzy pocztowi deklarują wprowadzenie automatów do swojej oferty. Automaty staną się więc z pewnością coraz bardziej powszechnym elementem naszego krajobrazu, choć raczej nie wyeliminują innych form dostarczania przesyłek, choćby ze względu wskazywany przez konsumentów minus tego rozwiązania, jakim jest krótki czas na odbiór przesyłki.

Kolejnym ważnym spostrzeżeniem w zakresie wyników badania jest zmiana trendu dotyczącego chęci korzystania z e-usług. Udział firm korzystających z e-usług znacząco wzrósł w ciągu ostatnich czterech lat.

Na pytanie czy Pan/Pani firma korzystała kiedykolwiek z Elektronicznego Potwierdzenia Odbioru (EPO) „Tak” odpowiedziało 35,5% respondentów w 2016 r., a już 68,8% w 2020 r. Natomiast ilość firm korzystających z profilu zaufanego wzrosła z 24,3% do 77,4%. Podobny trend został zaobserwowany wśród osób indywidualnych – znacząco wzrósł (z 18,8% w 2016 r. do 46,5% w 2020 r.) udział osób deklarujących znajomość Elektronicznego Potwierdzenia Odbioru. Również znajomość i korzystanie z Profilu Zaufanego jest w 2020 roku znacząco większa, niż w poprzedniej edycji badania. Na pytanie czy „Słyszał(a) Pan/Pani o Profilu Zaufanym?” „Tak”, odpowiedziało 12,8% respondentów w 2016 r., a już 83,6% w 2020r. Natomiast ilość osób korzystających z Profilu Zaufanego wzrosła z 8,4% do 53,3%.

Szersza znajomość i korzystanie z e-usług jest z całą pewnością wynikiem rozwoju usług elektronicznych w Polsce. Jednak nie bez znaczenia, dla wzrostu liczby korzystających z tych usług w szerszym zakresie, był również fakt ogłoszonej w pierwszym kwartale 2020 roku pandemii COVID-19, co doprowadziło do zmiany w sposobie kontaktu z urzędami – z „analogowego” tj. bezpośredniego na cyfrowy.

**Urząd Komunikacji Elektroniczej**

Departament Rynku Poczтового

tel.: +48 22 534 9132

fax: +48 22 534 9162

e-mail: sekretariat.drp@uke.gov.pl

[uke.gov.pl](http://uke.gov.pl)