

**Mieczysław Pliszka**

Akademia Pomorska  
Słupsk

## **RYNEK USŁUG KURIERSKICH W POLSCE COURIER SERVICES MARKET IN POLAND**

**Zarys treści:** W artykule przedstawiono genezę usług kurierskich w Polsce, poczynając od powstania pierwszej tego rodzaju firmy w 1982 roku. Właściwy rozwój podmiotów w tej branży nastąpił dopiero po 1989 roku, kiedy powstało kilka największych firm i kilkadziesiąt mniejszych. Po roku 2000 rozpoczął się proces przejmowania największych i najlepiej zorganizowanych polskich firm kurierskich przez największe na świecie firmy zagraniczne. Doprowadziło to do spolaryzowania rynku usług kurierskich, na którym działa 8 przedsiębiorstw zagranicznych o zasięgu globalnym i kilkadziesiąt małych polskich, zajmujących się głównie obrotem krajowym i lokalnym.

**Słowa kluczowe:** usługi kurierskie, logistyka i transport

**Key words:** courier services, logistic and transport

### **Wstęp**

Geneza usług kurierskich związana jest z powstaniem usług pocztowych, gdyż to one przyczyniły się do wyodrębnienia tego segmentu rynku. Funkcjonowanie poczty zostało zapoczątkowane już w starożytnym Rzymie, gdzie zbudowano sieć dróg oraz niezbędną do ich eksploatacji infrastrukturę transportową. Pojawiło się wówczas określenie „kurier”, czyli posłaniec konny, którego podstawowym zadaniem było dostarczenie przesyłki (mogły to być dokumenty, ale często również informacje ustne) bezpośrednio od nadawcy do odbiorcy.

Pierwsza poczta na ziemiach polskich powstała w 1558 roku z inicjatywy króla Zygmunta Augusta, który „ustanowił stałe połączenie pocztowe między Krakowem a Wenecją przez Wiedeń, za pomocą poczty, czyli koni rozstawnych”, a jej celem było przewożenie przesyłek na wyznaczonej trasie (Zimowski 1972).

Rozwój gospodarki rynkowej uzależniony jest głównie od potrzeb klientów, poziomu sprzedaży, a tym samym wielkości produkcji towarów i usług. Klienci poszukują bowiem informacji o oferowanych towarach, natomiast ich sprzedawcy starają się spełnić te oczekiwania. Poprawnie funkcjonujący rynek pełni zatem rolę regulatora procesów gospodarczych, pobudza aktywność uczestników rynku, konkurencję

między nimi i wzrasta efektywność gospodarowania (Kamerschen i in. 1993). Gospodarka rynkowa sprzyja wzrostowi zapotrzebowania na szybkie, bezpieczne oraz terminowe dostarczanie towarów i dokumentów. W Polsce poza przedsiębiorstwem *Poczta Polska* takimi usługami zajmowały się firmy transportowe i spedycyjne, ale jedne i drugie nie były w stanie sprostać rosnącym wymaganiom klientów, szczególnie co do szybkości i terminowości dostarczanych przesyłek (Rymanowska-Simpson 1994).

Po II wojnie światowej, właściwie aż do 1989 roku, liczba firm oferujących usługi transportowe i spedycyjne w Polsce była znikoma – były to z reguły duże przedsiębiorstwa państwowe, scentralizowane, o rozbudowanej strukturze organizacyjnej i przestrzennej, oferujące wąski zakres usług (np. *Cargo*, *PKS*, *Hartwig*). Nie zajmowały się drobnymi przesyłkami (listami, paczkami) – działalność w tym zakresie była domeną *Poczty Polskiej*. Wymienione przedsiębiorstwa funkcjonowały przy tym bez jakiegokolwiek konkurencji, co odbijało się na jakości oferowanych usług, a zwłaszcza szybkości i terminowości.

## **Początki rynku usług kurierskich w Polsce**

Działalność firm kurierskich sięga początku XX wieku. Pierwszą firmą tego typu była *American Messenger Company*, założona w Seattle w Stanach Zjednoczonych w 1907 roku przez J.E. Caseya. Kolejne jej przekształcenia doprowadziły do powstania funkcjonującej aktualnie *United Parcel Service (UPS)*, będącej w światowej czołówce przedsiębiorstw w tej branży.

Historia usług kurierskich w Polsce jest znacznie krótsza. Za początki działalności kurierskiej można uznać założenie w 1982 roku firmy *Servisco*. Jej powstanie było wynikiem małej sprawności *Poczty Polskiej*, która na początku lat osiemdziesiątych nie radziła sobie z dostarczaniem ogromnej liczby przesyłek z pomocą humanitarną, jaka napływała wówczas do kraju. *Servisco* pojawiło się wtedy jako nowy podmiot w gospodarce, jeszcze centralnie planowanej, który wykorzystał istniejącą niszę i zaczął ją zagospodarowywać. Jednocześnie był to sygnał dla państwowego monopolisty w dziedzinie przesyłek, wskazujący pojawienie się konkurencji. Drugim elementem w zagospodarowywaniu wolnej przestrzeni rynkowej było podjęcie współpracy w 1984 roku przez polską firmę spedycyjną *Cargo* z największą na świecie firmą kurierską *DHL Worldwide Express*. Firma ta przejęła znaczną część polskiego rynku zagranicznych przesyłek ekspresowych. Fakty te bezpośrednio miały wpływ na reakcję *Poczty Polskiej*, która rozpoczęła wzbogacanie oferty o nowe rodzaje usług – w 1987 roku o usługę przesyłki ekspresowej zagranicznej, a dopiero w 1991 roku wprowadzono przesyłki ekspresowe na terenie kraju w ramach produktu *EMS Pocztex*.

Tworzenie się właściwego rynku usług kurierskich w Polsce zbiegło się w czasie z początkiem okresu przemian społeczno-gospodarczych w 1989 roku. Szczególnie sprzyjające było wprowadzenie reguł wolnorynkowych, pojawienie się konkurencji i wyzwolenie w społeczeństwie indywidualnych inicjatyw gospodarczych. W pierwszych latach transformacji zostały utworzone rodzime firmy kurierskie: *Masterlink*

*Express* (1991), *Kurierserwis* (1992), *Stolica* (1993, później występująca pod nazwą *Messenger Service Stolica S.A.*) i *Opek* (1994). Część z nich działa do dzisiaj. Jednocześnie otwarcie polskiego rynku na świat spowodowało szybki napływ kapitału zagranicznego i zaowocowało natychmiastowym zainteresowaniem największych firm światowych działających w branży usług kurierskich. Wykorzystały one sprzyjające wówczas warunki do opanowania części tworzącego się jeszcze rynku usług tego typu, a rezultatem tego było utworzenie oddziałów lub filii światowych potentatów tej branży (tab. 1).

Tabela 1

Przedstawicielstwa największych zagranicznych firm kurierskich w Polsce  
Branches of key foreign courier firms in Poland

Nazwa firmy	Kraj będący siedzibą firmy	Rok utworzenia przedstawicielstwa w Polsce	Serwis		
			lokalny	krajowy	zagraniczny
DHL Worldwide Express	USA	1984		x	x
RGW Express	Niemcy	1990			x
TNT Express Worldwide	Holandia	1992		x	x
Airborne Express	USA	1996			x
Federal Express Corporation (FedEx)	USA	1997			x
OCS	Japonia	2002			x
United Parcel Service (UPS)	USA	2005	x	x	x
Direct Parcel Distribution (DPD)	Niemcy	2007	x	x	x

Źródło: opracowanie własne

Firmy wchodzące na polski rynek z nowymi, nieznanymi dotychczas produktami, wносиły nowe rozwiązania organizacyjne i technologiczne oraz kapitał, mają one bowiem opanowany rynek zagranicznych usług kurierskich na świecie w prawie 90%. O atrakcyjności i dużej chłonności polskiego rynku w zakresie omawianych usług może świadczyć fakt, że w 2002 roku zostało otwarte przedstawicielstwo największej japońskiej sieci kurierskiej *OCS*, które jest reprezentowane przez polską firmę *Raffo*.

### Rozwój rynku usług kurierskich w Polsce

PolSKI rynek usług kurierskich w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych rozwijał się żywiołowo i jednocześnie charakteryzował dużą dynamiką. Chcąc go uregulować, a przede wszystkim ochraniać strategiczne interesy *Poczty Polskiej*, w 1995

roku wprowadzono ustawy obowiązek uzyskiwania koncesji na wykonywanie usług kurierskich. Było to pewnego rodzaju organiczenie konkurencji przede wszystkim w przesyłaniu listów i paczek. Spowodowało to utrudnienia w zakładaniu nowych firm, lecz procesu tego nie zatrzymało. Po wprowadzeniu obowiązku posiadania koncesji powstały kolejne, duże firmy kurierskie: *Siódemka* (1998), *Szybka Paczka* (1998), *Riders Express* (1999) oraz wiele mniejszych, wśród których można wymienić: *Arrows Service* (1999), *Agap* (2001).

W 2004 roku w Polsce zarejestrowanych było już 97 firm kurierskich posiadających koncesję Urzędu Regulacji Telekomunikacji. Oprócz nich istniała trudna do ustalenia liczba przedsiębiorstw wielobranżowych oraz firm z branży TSL (Transport–Spedycja–Logistyka), które dodatkowo wykonywały usługi kurierskie, oferując z reguły serwis lokalny lub w określonym zakresie współpracowały z większymi firmami tej branży. W tabeli 2 przedstawiono wybrane firmy kurierskie działające w Polsce w latach 1991–2007.

Najstarszą firmą kurierską w Polsce było *Servisco*. W okresie swojej działalności stworzyła ona infrastrukturę, która obejmowała 47 oddziałów terenowych, 64 punkty przyjmowania przesyłek, 3 nowo wybudowane i bardzo nowoczesne sortownie przesyłek (w Głuchowie, Warszawie i Zabrzu) oraz 2 punkty do odpraw celnych. Utrzymywała 120 stałych połączeń samochodowych między wybranymi miastami w całym kraju i zatrudniała około 2800 pracowników. Wysoka jakość usług oferowanych przez nią została potwierdzona przyznaniem jej certyfikatu ISO 9002. W 2003 roku *Servisco* zostało przejęte i włączone w międzynarodowe struktury *DHL Worldwide Express*.

Na początku lat dziewięćdziesiątych wysoką pozycję na polskim rynku usług kurierskich zdobyła firma *Messenger Service Stolica*, założona w Warszawie w 1993 roku. Początkowo zakres jej funkcjonowania, zarówno przestrzenny, jak i pod względem oferty produktów, był bardzo niewielki i obejmował tylko usługi kurierskie na terenie Warszawy. Zapotrzebowanie klientów było znacznie większe, dlatego rozpoczęto proces tworzenia sieci oddziałów w różnych miastach kraju. W 1996 roku firma ta posiadała 45 oddziałów i zorganizowaną sieć przewozową pomiędzy nimi. Według danych firmy, w 2001 roku dysponowała ona bazą transportową złożoną z 1600 samochodów, w tym 150 ciężarowych. Utrzymywała regularne połączenia samochodowe typu wahadłowego „line-haul” na 24 trasach krajowych i zatrudniała ponad 2,5 tys. osób. Dziennie obsługiwała ponad 40 tys. przesyłek. W zakresie obrotu zagranicznego nawiązała współpracę z wielkimi sieciami kurierskimi o zasięgu globalnym – reprezentowała interesy amerykańskich firm kurierskich: *Federal Express* i *Airborne Express*. O dynamicznym rozwoju przedsiębiorstwa i jego potencjału usługowego mogą świadczyć obroty, które wzrosły z 9 mln zł w 1999 roku do 175 mln w roku 2001. Po kilku latach działalności *Messenger Service Stolica* stała się wielkim i nowoczesnym przedsiębiorstwem w branży kurierskiej w Polsce. Dobrze zorganizowana od podstaw została w 2005 roku w całości przejęta przez *UPS*.

Kolejną polską firmą, która odznaczała się dużą aktywnością na rynku usług kurierskich, był *Masterlink Express*. Została ona założona w 1991 roku i po krótkim okresie działalności natrafiła na trudności, które nieomal doprowadziły ją na skraj bankructwa. Wówczas zdecydowano się na współpracę z 2 pocztami – francuską *La*

Tabela 2

Wybrane firmy kurierskie w Polsce  
Selected courier firms in Poland

Nazwa firmy	Rok założenia	Siedziba firmy	Serwis		
			lokalny	krajowy	zagraniczny
Servisco <sup>1</sup>	1982	Warszawa	xx	x	x
Masterlink Express <sup>2</sup>	1991	Warszawa	x	x	x
Eurokurier <sup>3</sup>	1993	Tarnowskie Góry	x	x	x
Messenger Service Stolica <sup>4</sup>	1993	Warszawa	x	x	x
Arrows Service	1994	Warszawa	x	x	
Goniec	1994	Warszawa	x	x	
Opek	1994	Łomianki k. Warszawy	x	x	x
Poland Express	1996	Zielonka k. Warszawy	x	x	
Bestexpress	1996	Warszawa	x	x	
Sprinter	1996	Warszawa	x	x	x
Victorio	1996	Warszawa	x	x	
X-press Couriers	1996	Warszawa	x	x	x
Siódemka	1997	Warszawa	x	x	x
Transervis	1997	Wrocław	x	x	x
Spedexpress	1998	Warszawa	x	x	x
Quries	1998	Łódź	x	x	
Szybka Paczka <sup>5</sup>	1998	Gądkki k. Poznania	x	x	x
Koliber Express	1999	Warszawa	x	x	x
Riders Express	1999	Warszawa	x	x	x
Agap	2001	Warszawa	x	x	
Raffo	2002	Warszawa	x	x	x
City Bike	2002	Gdańsk	x	x	
Bis Centro Car	2004	Wrocław	x	x	x
Błyskawica	2004	Gdańsk	x		
Maraton	2004	Poznań	x	x	
Kurierzy Rowerowi	2005	Katowice	x		
Błyskawica	2006	Poznań	x	x	
Pack Kurier	2006	Zgorzelec	x	x	x
Bike Post	2007	Warszawa	x		
Jampi Express	2007	Kraków	x	x	

Źródło: opracowanie własne

<sup>1</sup> Od 2003 r. DHL Worldwide Express.

<sup>2</sup> Od 2006 r. DPD.

<sup>3</sup> Zmiana nazwy w 2007 r.

<sup>4</sup> Od 2006 r. UPS Polska.

<sup>5</sup> Od 2005 r. GLS Polska.

*Poste* i szwedzką *Posten AB*. Po połączeniu się z tymi podmiotami firma zaczęła się bardzo szybko rozwijać i została zaliczona do grupy największych przewoźników w Europie. Na jej potencjał składały się 43 oddziały, 14 stałych linii przewozowych i około 800 pracowników. Dalsze przekształcenia własnościowe doprowadziły *Masterlink Express* do włączenia w struktury niemieckiej grupy *DPD* – aktualnie największej sieci kurierskiej, operującej w prawie wszystkich krajach Europy.

Opisane wyżej polskie firmy kurierskie, które w krótkim czasie szybko się rozwijały i stały najlepszymi podmiotami w tej branży, rozpoczynały swoją działalność w trudnych warunkach wewnętrznych, związanych głównie z początkiem okresu transformacji. Swoje kontakty, infrastrukturę i rozpoznawalną markę tworzyły od podstaw, mając niewielki, ale polski kapitał. Do grupy dużych polskich przedsiębiorstw kurierskich, oferujących wszystkie rodzaje serwisów (lokalny, krajowy i międzynarodowy), oprócz wymienionych wcześniej należy zaliczyć: *Opek*, *Siódemkę* i *Szybką Paczkę*. *Szybka Paczka* została przejęta przez międzynarodową grupę *GLS* (*General Logistic System*), która częściowo zajmuje się również przesyłkami kurierskimi. Poziom zatrudnienia w tych firmach nie przekraczał 1000 osób.

Oprócz dużych przedsiębiorstw kurierskich, które dysponują własną infrastrukturą i zatrudniają od kilkuset do około 4 tys. pracowników (*DHL*, *UPS*), istnieje znacznie liczebniejsza grupa małych. Zatrudniają one z reguły od kilku do kilkadziesiąt osób, posiadają stosunkowo nieduży potencjał przewozowy i oferują produkty z obrotu krajowego i lokalnego, który obejmuje serwis miejski i podmiejski. Niektóre z nich mają również serwis zagraniczny, ale we współpracy z podmiotami większymi. Do tej grupy można zaliczyć np.: *Agap*, *Victorio*, *X-press Couriers*, *Transervis*, *Kolibier Express*.

Wśród podmiotów małych wyróżnia się podgrupa firm kurierskich, które oferują tylko jeden rodzaj serwisu – lokalny (miejski). Ich działalność ogranicza się do dostarczania przesyłek w obrębie jednego miasta. W tym przypadku zaletą jest stosunkowo mała przestrzeń działania, co wpływa na szybkość wykonywanej usługi. Takie firmy jako środki lokomocji często wykorzystują rowery, skutery i motocykle, które w dużych miastach, gdzie jest duże natężenie ruchu drogowego, pozwalają na szybkie dotarcie kuriera od nadawcy do odbiorcy. Przyjmuje się, że taka usługa powinna być wykonana w czasie od 0,5 do 2 godzin. Ten typ usług świadczą firmy w największych polskich miastach (m.in. *Bike Post* w Warszawie, *Błyskawica* w Gdańsku, *Kurierzy Rowerowi* w Katowicach, *Maraton* w Poznaniu). Małe firmy wykonujące usługi kurierskie w ograniczonym terytorialnie zakresie są dobrze usytuowane w systemie usług tego typu. Dzięki niekonwencjonalnym sposobom wykonywania usług wypełniają lukę, której nie są w stanie, przynajmniej na obecnym etapie rozwoju, zagospodarować większe przedsiębiorstwa.

Odrębną grupę podmiotów świadczących usługi kurierskie stanowią zakłady wielobranżowe, które wykonują różnorodne usługi, najczęściej spedycyjne lub transportowe. Nie posiadają one koncesji Urzędu Regulacji Telekomunikacji. Prowadzą z reguły tylko serwis lokalny we współpracy z mniejszymi przedsiębiorstwami lokalnymi, a także współpracują z większymi firmami kurierskimi, wykonując niektóre ich zlecenia na określonym terenie. Takie firmy funkcjonują w wielu mniejszych miastach, m.in. w Kolnie, Krośnie, Płocku, Zamościu, Zdzeszowicach.

Za specyficzny rodzaj usług kurierskich, chociaż w ograniczonym stopniu, uznać można działalność korporacji taksówkarskich, które na indywidualne zlecenie dokonują zakupów (np. artykułów spożywczych, lekarstw) i dostarczają zamawiającemu. Ten przykład pokazuje, że różne podmioty gospodarcze rozszerzają zakres prowadzonej działalności, co powoduje, że w jednym segmencie rynku występuje ich wielość i oferują one takie same lub podobne usługi, ale na konkurencyjnych warunkach. Może to stwarzać wrażenie, że struktury funkcjonujące w tej części rynku są stosunkowo mało przejrzyste i nakładają się, jednakże dokładniejsza analiza pozwala stwierdzić, że firmy kurierskie i zakres ich działalności na tle innych podmiotów gospodarczych wyraźnie się odróżniają. Szczególną cechą firm kurierskich jest dbałość o szybkość wykonywanych usług oraz zapewnienie ich najwyższej jakości – dostarczenie przesyłki w możliwie najkrótszym czasie do dowolnego miejsca w kraju lub na kuli ziemskiej.

### **Zakres usług kurierskich**

Podstawową płaszczyzną działalności firm kurierskich jest przewóz przesyłek zawierających przedmioty, które powinny dotrzeć do adresata bezpiecznie i w krótkim czasie. Do takich przedmiotów należą: dokumenty, kontrakty biznesowe, nośniki informacji (dyskietki, płyty CD), próbki handlowe, niewielkie, ale cenne urządzenia, np. komputery lub urządzenia elektroniczne, części zamienne (najczęściej komputerowe i samochodowe). Świadczone są również usługi nietypowe, np. przewożenie zwierząt, roślin, lekarstw, a więc takie przewozy, które wymagają zapewnienia odpowiednich warunków. Niektóre polskie firmy kurierskie oferują usługi specjalne, a wśród nich m.in.:

- *cross-docking* – odbiór przesyłek ze świeżymi produktami spożywczymi z magazynu klienta i dostawa ich we wskazane miejsce,
- *Pharma Pack* – polegająca na przewozie lekarstw i materiałów medycznych w ściśle określonych warunkach higienicznych i temperaturowych,
- *Thermo Box* – pakowanie i przewóz towarów w specjalnych pojemnikach, utrzymujących stałe temperatury (dostępne są 2 rodzaje opakowań, zapewniające temperaturę 2-8°C i -18°C).

Firmy kurierskie, aby sprostać rosnącym wymaganiom klientów, wprowadziły usługi w systemie „door to door”, czyli odbiór przez kuriera przesyłki bezpośrednio u nadawcy i dostarczenie jej odbiorcy. Warunki konkurencji doprowadziły do wzbogacenia oferty usługowej o dodatkowe elementy, np. obsługę celną, magazynowanie i konfekcjonowanie towarów, dostarczenie przesyłek w ściśle określonym terminie (dzień i godzina), różne formy ich ubezpieczeń i zwrotu opłaty za niewłaściwie wykonaną usługę.

Stosunkowo nową kwestią w działalności firm kurierskich jest coraz powszechniejsze wykorzystanie technik komputerowych. Firma, która chce przyciągnąć klienta, musi inwestować w nowe rozwiązania informatyczne (Simpson 2000). Przykładem może być usługa *tracking*, wykorzystująca satelitarny system GPS do ustalenia, w którym miejscu trasy znajduje się przesyłka. W Polsce wszystkie więk-

sze i liczące się na rynku firmy kurierskie mają swoje witryny internetowe, na których oprócz uzyskania informacji ogólnych i cenników można wykonywać inne czynności, np. zamówić kuriera, przesłać dokumenty dotyczące przesyłki, sprawdzić, gdzie ona aktualnie się znajduje.

## **Przekształcenia na rynku usług kurierskich**

W Polsce swoje siedziby ulokowały największe światowe firmy z branży kurierskiej. Działają one na rynku długo, posiadają rozwiniętą infrastrukturę, na którą składają się: magazyny, różnorodne środki transportu (samochody, samoloty), sieć placówek i oddziałów w różnych miejscach na świecie, ustalone trasy przewozowe. Charakteryzują się bardzo dobrą organizacją pracy, szerokim zakresem oferowanych usług i ich wysoką jakością, potwierdzoną międzynarodowymi certyfikatami jakości (np. ISO 9002). Rozbudowana sieć własnych placówek na świecie i firm z nimi współpracujących powoduje, że opanowały one w ogromnej części rynek przesyłek zagranicznych. Według szacunków firmy zagraniczne zlokalizowane w Polsce obsługują ponad 80% wszystkich przesyłek zagranicznych.

Wkraczanie światowych potentatów w tej dziedzinie rozpoczęło się od podejmowania współpracy z polskimi przedsiębiorstwami. Rynek usług kurierskich w Polsce był młody, gorzej zorganizowany, posiadał skromniejszy tabor przewozowy i odznaczał się słabością finansową, zatem był mniej konkurencyjny od dużych firm o zasięgu światowym. Takie warunki sprzyjały przejmowaniu rodzimych firm przez wielkie, o zasięgu globalnym (por. tab. 1). W ten sposób największymi przedsiębiorstwami kurierskimi działającymi w Polsce są jednocześnie największe światowe:

- *DHL Worldwide Express* (przejęło *Servisco*),
- *UPS* (przejęło *Messenger Service Stolica, Polkurier*).

Podobnie jak w każdej dziedzinie gospodarki rynkowej, tak i w omawianym segmencie można obserwować proces tworzenia się nowych firm oraz upadek innych, zwłaszcza małych, które dysponują mniejszym potencjałem przewozowym, małym kapitałem i oferują ograniczony zakres usług. W ostatnich latach wyraźnie uwidacznia się proces powstawania już tylko firm małych, działających na rynku lokalnym, obejmującym obszar miasta i najbliższą jego okolicę. Aktualnie jest to jedyna przestrzeń, jaka pozostała do zagospodarowania, a która nie zawsze znajduje się w kręgu zainteresowań większych przewoźników – stąd pojawiły się nowe firmy w latach 2006 i 2007, głównie w dużych miastach (Gdańsku, Warszawie, Katowicach, Krakowie). Są to przedsiębiorstwa małe, nastawione na przewożenie przesyłek w obrębie miasta, wykorzystujące rowery i skutery (rzadziej samochody osobowe), czyli takie środki, którymi łatwiej i szybciej można dotrzeć do klienta.

Przekształcenia, jakie dokonały się w usługach kurierskich w Polsce w stosunkowo krótkim czasie, doprowadziły do powstania dosyć przejrzystej struktury tego rynku, w którym można wyodrębnić 4 grupy podmiotów:

- przedstawicielstwa lub oddziały wielkich zagranicznych firm kurierskich,
- małe firmy polskie wykonujące pełny zakres usług (serwisy: zagraniczny, krajowy i lokalny),



- małe firmy polskie wykonujące tylko usługi lokalne (serwis miejski i podmiejski),
- inne polskie firmy wykonujące różnorodne usługi, a wśród nich dodatkowo również kurierskie.

## Zakończenie

Firmy kurierskie w Polsce działają stosunkowo krótko, a mimo to część z nich zdobyła sobie już trwałe miejsce w systemie gospodarczym kraju. Są one niezbędne do właściwego funkcjonowania wielu nowoczesnych przedsiębiorstw, z którymi łączą je stałe umowy na świadczenie usług. Włączenie Polski w struktury Unii Europejskiej spowodowało otwarcie rodzimego rynku dla nowych usługodawców zagranicznych, co może być szansą na poprawę infrastruktury transportowej, a tym samym wpływać na awans cywilizacyjny naszego kraju (Rydzkowski 2003).

O dynamice polskiego rynku usług kurierskich świadczy jego wartość, oceniana w 2006 roku na około 2 mld zł. Przychody największych przedsiębiorstw z tej branży w 2006 roku w porównaniu z przychodami z roku poprzedniego wzrosły o 30-50% (Fura 2007).

Przekształcenia własnościowe na rynku usług kurierskich w Polsce na początku XXI wieku doprowadziły do jego spolaryzowania. Z jednej strony, na skutek przejęcia największych firm polskich przez światowych potentatów w branży kurierskiej, powstały oddziały największych firm światowych, które prawie w całości przejęły serwis zagraniczny oraz w znacznej części krajowy. Na drugim biegunie znalazło się kilkadziesiąt firm polskich, które należą do podmiotów małych i z reguły działają na rynku krajowym i lokalnym.

Powstałe w stosunkowo krótkim czasie firmy kurierskie w Polsce stanowią konkurencję dla krajowego monopolisty w dziedzinie przesyłek – *Poczty Polskiej*. Ich konkurencyjność przejawia się przede wszystkim w szerokim zakresie świadczonych usług, krótkim czasie ich realizacji i znacznie wyższej jakości. Można z dużą pewnością stwierdzić, że rola usług kurierskich będzie coraz większa. Jedną z przyczyn jest bardzo intensywny wzrost handlu za pośrednictwem Internetu (*e-sklepy*, serwisy aukcyjne, np. *Allegro*, *e-Bay*) – znaczną część towarów do klienta dostarczają firmy kurierskie, z którymi poszczególne podmioty mają podpisane stałe umowy o świadczeniu usług. Innym czynnikiem, który może wpłynąć na rozwój tego typu usług, będzie ograniczenie monopolu *Poczty Polskiej* i poczt narodowych w krajach Unii Europejskiej. Oznaki tego zjawiska już są widoczne, bowiem pojawił się podmiot konkurujący z *Pocztą Polską* – *InPost*, pierwszy niezależny operator pocztowy, zajmujący się przesyłkami listowymi i pieniężnymi.

## Literatura

- Fura M., 2007, *Boom na usługi kurierskie dzięki internetowi*, gazetaprawna.pl 27  
 Kamerschen D.R., McKenzie R.B., Nardinelli C., 1993, *Ekonomia*, Gdańsk

- Rydzkowski W., 2003, *Transport i usługi logistyczne w procesie integracji Polski z Unią Europejską*, Logistyka 2
- Rymanowska-Simpson D., 1994, *Marketing usług spedycyjnych*. W: *Marketing w usługach*, red. J. Garczarczyk, K. Rogoziński, Poznań
- Simpson D., 2000, *Modele strategii marketingowych i możliwość ich zastosowania w przedsiębiorstwach spedycyjnych*, Gdańsk
- Zimowski L., 1972 *Geneza i rozwój komunikacji pocztowej na ziemiach polskich*, Warszawa

## Summary

The press article touches the problem of creation of the Polish market of courier services. The beginnings of this process go back to the year 1982, when during the period of centrally controlled economy; a new business entity emerged, which was engaged in delivering packages. This entity was a courier firm called *Servisco*. Setting up this firm resulted from inability to ensure by the state business *Poczta Polska* transportation of excessive number of packages with humanitarian aid, which was flowing into Poland in the 1980s.

During the period of its business activity *Servisco* created a modern infrastructure consisting of 47 branches, 3 modern distribution centres and maintained 120 regular connections between cities in Poland. With regard to foreign trade *Servisco* established co-operation with the biggest courier firms all over the world. Up-to-date, well-organized and functioning company marked out a development direction as to the business area that could be filled in by another firms. During the period of social-economic transformation, after the year 1989 key courier firms emerged: *Masterlink Express* (1991), *Messenger Service Stolica* (1993), *Opek* (1994), *Szybka Paczka* (1998) and several dozens smaller.

In the 1990s the world's biggest courier firms started their expansion on courier services market in Poland, which was experiencing dynamic growth. They opened their branches and established co-operation with Polish firms in the field of foreign distribution and transportation. Soon after the process of taking over the biggest Polish courier firms started: *DHL Worldwide Express* took over *Servisco* (2003), *DPD* merged *Masterlik Express* (2006) in its business structure and *UPS* took over *Messenger Service Stolica* (2006).

At present day in Poland the courier services market is polarized – from one side there is a network of 8 biggest foreign companies of global range and several dozens small Polish companies, offering their services mainly on national and local range.