

Zbigniew Pastuszak
Politechnika Lubelska

Konrad Michalski
Urząd Przewozu Poczty w Lublinie

e-biznes na poczcie po europejsku

E-commerce „na poczcie”?

Jesteśmy społeczeństwem ery informacyjnej, minęły czasy dominacji wielkiego przemysłu. W erze postindustrialnej, zapoczątkowanej w połowie ubiegłego stulecia, strategiczną rolę odgrywa posiadanie i umiejętne wykorzystanie informacji. Bez niej trudno wyobrazić sobie efektywne inwestowanie na giełdzie, wizytę u dobrego stomatologa czy wyjazd na udane wakacje. Być może, jednym z najistotniejszych faktów mających wpływ na funkcjonowanie firm w dobie „globalnej wioski” jest ewolucja świadomości klienta, któremu nie wystarczy tylko zaoferować właściwy produkt, ale również w formie dla niego najdogodniejszej, tj. we właściwym czasie, miejscu, ilości i po optymalnych kosztach¹. W naturalny sposób prowadzi to do wzrostu znaczenia informacji oraz sposobów jej efektywnej wymiany. Stąd już tylko krok do jej przedsiębiorczego wykorzystania, przybierającego najczęściej formę *e-biznesu*.

Rynek *e-commerce*, jako część *e-biznesu*, oparty jest na transakcjach kupna i sprzedaży produktów materialnych i niematerialnych *via web side*, a działalność w tym obszarze może obejmować następujące aspekty²:

- *sell-side*, czyli sprzedaż przez przedsiębiorstwo swoich produktów w sieci
- *buy-side*, czyli pozyskiwanie przez przedsiębiorstwo produktów wspomagających jego działalność rynkową
- *marketplace*, czyli uczestnictwo w globalnym e-ryнку kupujących i sprzedających, gdzie spektrum ogniskującym wszystkie te podmioty jest Internet.

Oferta *sell-side*, kluczowa dla naszego artykułu, obejmuje przeważnie dwa obszary³:

- *B2B (business to business)*, czyli relację, gdzie obiema stronami transakcji kupna-sprzedaży są podmioty biznesowe
- *B2C (business to customer)*, gdzie sprzedającym jest firma a kupującym indywidualny konsument.

Wymienione aspekty rozwoju rynków *e-commerce* sprawiają, iż branża logistyczna dostrzega korzyści płynące z działalności w tym obszarze. Dowodem tego są powstające (np. w niemieckim Venlo) specjalne centra logi-

styczne, przeznaczone właśnie do obsługi e-klienta⁴, jak również wzmożona aktywność podmiotów nierozdzielnie związanych z przepływem informacji i dóbr, jakimi są organizacje pocztowe.

Jak jest w Europie?

Przedstawiciele europejskiego systemu pocztowego, stanowiącego część szeroko rozumianego rynku usług TSL, aktywnie angażują się w działalność *e-handlową*. Przykładem tego może być prezentacja najważniejszych e-inicjatyw realizowanych w zachodnich administracjach pocztowych (tab. 1).

Tab. 1. Wybrane przedsięwzięcia e-biznesowe europejskich operatorów pocztowych

| Przedsięwzięcie | Realizator | Opis Przedsięwzięcie związane bezpośrednio z działalnością podstawową |
|---|--------------------------------------|--|
| Pocztowe punkty dostępu do Internetu (<i>e-Europe, e-gouvernement</i>) | Poczta brytyjska – <i>Royal Mail</i> | Projekt ILAP (<i>Internet Learning Access Point</i>) jest częścią ogłoszonej w 1999 r. przez Komisję Europejską inicjatywy <i>e-Europe – an Information Society for all</i> (Społeczeństwa Informacyjnego) i jej kontynuacji – projektu „eEurope2002” ⁵ . Główną ideą tych dwóch przedsięwzięć jest przyspieszenie transformacji Zjednoczonej Europy w nowoczesne społeczeństwo informacyjne, a uczestnictwo Poczty, nie tylko brytyjskiej, w tym zakresie jest dla niej szansą na rozwój, ze względu chociażby na atut rozbudowanej infrastruktury jej placówek usługowych. Projekt przewiduje także stworzenie systemu umożliwiającego swobodne załatwienie spraw urzędowych w sposób niebezpośredni (m.in. przez Internet, telewizję kablową, telefon, bank, supermarket lub pocztę). Docelowo w brytyjskich urzędach pocztowych będzie można w sposób elektroniczny wysłać formularze podatkowe, uzyskać listę szkół, czy, np. lekarzy rodzinnych. Idea elektronicznej administracji – <i>e-government</i> , będzie znaczącą dywersyfikacją świadczonych przez <i>Royal Mail</i> usług <i>e-commerce</i> , jak, np. bankowości elektronicznej (płatności i operacje bankowe na kontaktach bankowych za pomocą terminali w urzędach pocztowych). Na realizację całego programu ILAP przeznaczono 35 milionów funtów ⁶ . |

¹ I. Dembińska-Cyran, B. Tundys, *E-zachowania przedsiębiorstw transportowych, spedycyjnych i logistycznych*, „Spedycja i Transport” 2002, nr 11, s. 3-9.

² T. Durfee, G. Chen, *Should We E-?*, „Journal of Business Strategy”, January/February 2002, s. 14.

³ Coraz częściej spotyka się jeszcze cztery inne relacje: *C2B (customer to business)*, *C2C (customer to customer)*, *C2A (customer to administration)* oraz *B2A (business to administration)*.

⁴ *Neue Logistikzentren für E-Commerce gerüstet*, Logistik für Unternehmen, Januar/Februar 2001, s. 6-7.

⁵ http://europa.eu.int/information_society/eeurope/action_plan/pdf/actionplan_en.pdf

⁶ T.L. Krawczyk, *Poczta uczy Internetu*, Tygodnik „Poczta Polska” 2002, nr 19, s. 8-9.

| Przedsięwzięcie | Realizator | Opis Przedsięwzięcie związane bezpośrednio z działalnością podstawową |
|--|-----------------------------|--|
| Trimondo | Deutsche Post World Net | Deutsche Post World Net jest jednym z najbardziej zaawansowanych technologicznie operatorów pocztowych w Europie, uznawanym za światowego lidera branży TSL. Jego działalności w obszarze e-commerce sprzyja ścisła współpraca Deutsche Post E-Business GmbH oraz Deutsche Post ITSolutions GmbH – autonomicznych biznesów niemieckiego operatora. Dzięki synergii możliwe było stworzenie wspólnie z Lufthansą, największej w Europie elektronicznej giełdy towarów ⁷ . Elektroniczna platforma Trimondo obejmuje blisko 5 milionów produktów ⁸ . Współpracuje z nią ponad 200 dostawców, m.in. artykułów biurowych, komputerów i wyposażenia informatycznego, technologii IT i różnego rodzaju usług. Oprócz dwóch firm założycielskich giełdy, z zakupów za jej pośrednictwem korzysta około setki innych, dużych przedsiębiorstw. Podstawowym założeniem tej inwestycji jest zmniejszenie kosztów zaopatrzenia o 80%, dzięki elektronicznym procedurom zakupu E-Procurement ⁹ . |
| ePost | Deutsche Post World Net | W ramach portalu ePost można skorzystać m.in. z następujących usług ¹⁰ : <ul style="list-style-type: none"> • przekaz e-maili i kartek elektronicznych w ramach posiadanej skrzynki kontaktowej o pojemności 9 MB • usługi abonamentowe, m.in. prenumerata ponad 150 tytułów czasopism • przechowywanie cyfrowych zdjęć w fotoalbumie, z możliwością robienia ich odbitek. |
| Mailev@ | Poczta francuska – La Poste | Francuski operator narodowy dostrzegł zagrożenie, jakim dla tradycyjnej, „papierowej” poczty jest poczta elektroniczna ¹¹ . Odpowiedzią na to jest projekt Mailev@, będący usługą opartą na wysyłaniu listów i druków bezadresowych za pomocą sieci. Projekt ten szczegółowo scharakteryzowaliśmy w dalszej części artykułu. |
| eStamp | An Post (Irlandia) | Zakup znaczków pocztowych w sieci ¹² oraz płatności on-line ¹³ . |
| Netposti | Suomen Posti (Finlandia) | Wirtualny urząd pocztowy, dzięki któremu klient może przy pomocy komputera podłączonego do Internetu, skorzystać z usług dostępnych w tradycyjnym urzędzie pocztowym. |
| Przykłady pozostałych przedsięwzięć e-biznesowych | | |
| Axepro | La Poste | Oferta zarządzania stroną internetową małych i średnich firm ¹⁴ . |
| LeShop | Swiss Post (Szwajcaria) | Codzienne zakupy w supermarkecie on-line (dostępne są nawet takie artykuły jak pieczywo, warzywa oraz owoce). Płatności realizowane są bezpośrednio z rachunku ulokowanego na poczcie lub kartą płatniczą. Dostawa na terenie całego kraju realizowana jest w czasie do 24 godzin (za standardową opłatą około 12 CHF) ¹⁵ . |
| Post.Trust | An Post (Irlandia) | Certyfikacja podpisu elektronicznego i sprawdzanie bezpieczeństwa e-businessu ¹⁶ . |
| Direct Marketing Shop | Deutsche Post World Net | Produkty profesjonalnej kampanii marketingu bezpośredniego ¹⁷ . |
| Pralines Post | Deutsche Post World Net | Możliwość przesłania słodczy przez Internet ¹⁸ . |
| E-kioski | Suomen Posti (Finlandia) | Terminale internetowe zainstalowane w 300 fińskich urzędach pocztowych umożliwiają m.in. wysyłanie i odbieranie korespondencji, dokonywanie płatności i sprawdzanie stanu konta bankowego. |

Może jakiś przykład?

Mailev@ jest standardową usługą La Poste. Aby z niej skorzystać, wystarczy posiadać podłączenie do Internetu oraz

dowolne oprogramowanie poczty elektronicznej. Schemat działania usługi przedstawiliśmy na rysunku 1.

Oprócz nie wymagającej komentarza szybkości przesłania takiego listu, waż-

ny jest również jego koszt. Przesłanie z Francji do Polski listu o wadze do 100 g kosztuje 1,14 euro, zaś o wadze do 200 g – 2,06 euro. Problemem dla indywidualnego klienta mogą być na razie

⁷ J. Maruschzik, A. Seeman, *Interaktion mit etablierten Prozessen*, (w:) *Die IT-Branche besinnt sich auf das Machbare*, Logistik für Unternehmen, Mai/Juni 2002, s.10.

⁸ http://www.trimondo.com/html/de/index_flash.html

⁹ Niemcy: *Trimondo to nieodzowna część strategii eBusiness Poczty Niemieckiej*, (w:) *Biuletyn Informatyczny Biura Marketingu Centralnego Zarządu Poczty Polskiej*, wersja elektroniczna, 2002, cz. I, s. 6.

¹⁰ <http://www.epost.de>

¹¹ Na przykład w styczniu ubiegłego roku w Wielkiej Brytanii wysłano 258 milionów listów pocztą tradycyjną oraz 552 miliony e-maili z komputerów domowych (por.: B. Mikołajewska, *Tradycyjna czy wirtualna?*, Tygodnik „Poczta Polska” 2002, nr 20, s. 14-15).

¹² <http://www.irishstamps.ie/webapp/commerce/command/ExecMacro/IrishStamps/macros/home.d2w/report>

¹³ <https://www.billpay.ie/billpay.html>

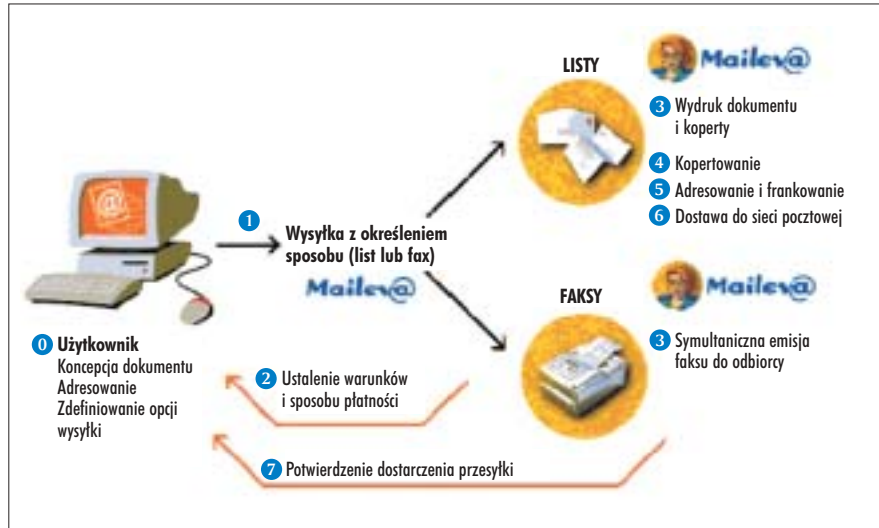
¹⁴ <http://www.laposte.fr/axepro/>

¹⁵ <http://www.leshop.ch/cgi-bin/leshop/de/Willkommen.jsp?rnd=0.0106656240470831>

¹⁶ <http://www.post.trust.ie/>

¹⁷ <http://www.deutschepost.de/dpag?xmlFile=992>

¹⁸ <http://pralinespost.deutschepost.de/cgi-bin/praline.storefront>



Rys. 1. Zasada działania usługi Mailev@

Źródło: Tłumaczenie na podstawie http://www.telepost.fr/maileva/fr_march.htm

ograniczenia ilościowe, przy których usługa jest dostępna (np. abonament na min. 400 przesyłek w miesiącu), ale można się spodziewać, że usługa ta, skierowana początkowo do firm, z czasem będzie bardziej dostępna dla klientów indywidualnych. Firmy korzystające z Mailev@ nie muszą kupować papieru listowego, kopert, drukować, adresować, segregować, archiwizować

wysłanej poczty czy naklejać znaczków. Robi to za nie La Poste, ograniczając drogą *outsourcingu* koszty ich obsługi biurowej. Główne zadanie użytkowników systemu to elektroniczne opracowanie dokumentów, określenie adresata lub adresatów oraz oznaczenie opcji wysyłki. Na dobranych przez użytkownika kopertach drukowane są znaczki, o nominale uzależnionym od rodzaju

przesyłki (priorytetowa lub zwykła) oraz miejsca przeznaczenia (różne strefy w kraju oraz za granicą). Wydruk korespondencji może być standardowy lub kolorowy oraz posiadać dodatkowe oznaczenia (np. logo firmy), a ustalenie ostatecznej wielkości opłaty ułatwia szereg elektronicznych kalkulatorów, dostępnych w trakcie komunikacji użytkownika z systemem.

Niezbędnym warunkiem do wdrożenia takich przedsięwzięć musi być jednak posiadanie rozległej, korporacyjnej sieci komputerowej WAN (*Wide Area Network*). Dopiero wówczas możliwe jest łączenie tradycyjnej poczty z pocztą elektroniczną. Technologię tę, opartą na poczcie hybrydowej – czyli zastąpieniu części tradycyjnej drogi dostarczenia przesyłek elektroniczną transmisją danych – wykorzystują również, m.in. amerykański *US Postal Service*, kanadyjska *Canadian Post*, fińska *Suomen Posti* oraz szwedzka *Posten*.

W następnym numerze „Logistyki” przedstawimy aktualne doświadczenia oraz zamierzenia w zakresie rozwiązań internetowych Poczty Polskiej.