

Współpraca Poczty Polskiej z China Post

Umowa z China Post i strategia Poczty Polskiej

22 września 2017 r. Poczta Polska podpisała z China Post wstępne porozumienie dotyczące transportu przesyłek drogą lądową z portu przeładunkowego w Małaszewiczach do 30 krajów europejskich¹. Ekspansja zagraniczna Poczty Polskiej miała być jednym z trzech filarów nowej strategii rozwoju grupy na lata 2017–2021. Od kilku lat istotny składnik przychodów poczty stanowi udział obrotu zagranicznego, konsekwentnie utrzymujący się na poziomie ok. 20%². Wynika to z wciąż rosnących wolumenów strumieni transgranicznych przesyłek e-commerce i to zarówno z kierunków europejskich jak i pozaeuropejskich. Jednym z trzech głównych celów działań spółki miała być koordynacja wymiany handlowej między Azją a Unią Europejską i stworzenie hubu logistycznego dla e-commerce na Nowym Jedwabnym Szlaku³. Według tych założeń jednym z istotnych źródeł przychodów dla poczty miały stać się dochody z opłat tranzytowych za przesyłki przychodzące z Chin i dostarczane przez PP do innych państw europejskich⁴. Dla realizacji tego celu w marcu 2018 r. w Lublinie otwarty został dedykowany przesyłkom z Azji w szczególności z Chin węzeł ekspedycyjno-rozdzielczy⁵. Jest to element szerszego planu zakładającego rozbudowę infrastruktury i rozwiązań dla obsługi importu z Chin. Na ten cel PP planowała w 2017 r. przeznaczenie ok. 1 mld PLN⁶. Na początku br. prezes PP potwierdził plany rozwoju infrastruktury i określił kwotę inwestycji na 1,3 mld PLN⁷. Zapowiedział także kontynuację strategii zaangażowania w obsługę importu z Chin⁸.

E-commerce motorem wzrostu liczby przesyłek

Chińskie władze wspierają rozwój transgranicznego e-commerce. Znaczną rolę w udzielaniu wsparcia odgrywają rządy lokalne. W mieście Xi'an przedsiębiorstwa, które wysyłają przesyłki kolejną do Europy e-commerce poprzez Poczta Chińską albo EMS mogą uzyskać subsydia na 15% kosztu przesyłki liczone wg ceny standardowej (firmy z reguły płacą mniej

na podstawie umów) do łącznej kwoty 1 mln RMB (ok 500 tys. PLN) na firmę⁹. Władze Zhenzhou mogą udzielić wsparcia w wysokości do 80 mln RMB (ok. 40 mln PLN) przedsiębiorstwom z branży e-commerce i subsydiować (do 30%) koszty ubezpieczenia od transakcji zagranicznych¹⁰. W 2017 r. chiński eksport detaliczny w kanale e-commerce transgranicznego wzrósł o 21,2% do 1,2 bln RMB (ok. 175 mld USD) i jest to 5,5-krotny wzrost od 2012 r.¹¹

Najpopularniejsza chińska transgraniczna platforma e-commerce AliExpress szybko zwiększa swoją obecność na polskim rynku. Alibaba, właściciel AliExpress, jak na razie traktuje Polskę wyłącznie jako rynek zbytu. Przedsiębiorstwo miało utworzyć centrum logistyczne w Polsce w ramach wejścia chińskiego spedytora WWL jako udziałowca do polskiej ATC Cargo¹², ale ta zapowiedź nie została zrealizowana. W końcu 2018 r. Alibaba ogłosiła utworzenie centrum logistycznego i ulokowanie jednej z europejskich siedzib w Liège w Belgii¹³, dokąd kieruje bezpośrednio pociągi z towarami z Chin¹⁴. Zamiast fizycznej obecności Alibaba jest coraz bardziej widoczna w przestrzeni cyfrowej poprzez platformę AliExpress. W sierpniu 2018 r. aplikacja mobilna AliExpress była poza pierwszą dwudziestką najpopularniejszych aplikacji mobilnych w Polsce¹⁵. We wrześniu 2019 była już na 15 miejscu z niemal 3,9 mln użytkowników wyprzedzając takie popularne rodzime platformy jak Allegro i OLX¹⁶, które mają odpowiednio 3,6 i 3,5 mln użytkowników¹⁷. Chociaż

w październiku spadła na 16 pozycję, równocześnie powiększyła zasięg do 4,1 mln użytkowników¹⁸, wciąż wyprzedzając polskich konkurentów. AliExpress ułatwia również zakupy umożliwiając płatności w złotych z polskiego konta bankowego za pomocą szybkich płatności w systemie PayU albo Przelewy24¹⁹. AliExpress zapowiada też dalszą ekspansję w Polsce²⁰ i nie można wykluczyć, że zostaną otwarte salony z wzorami produktów, które mogą być następnie zamówione online.²¹

Nieuczciwa chińska konkurencja

Rozwój e-commerce transgranicznego spowodował gwałtowny wzrost przesyłek z państw azjatyckich przede wszystkim z Chin do Polski i innych państw. Polskie platformy e-

commerce oraz polscy przedsiębiorcy prowadzący sprzedaż w tym kanale wskazują, że chińscy eksporterzy korzystają z istotnych przewag, które można traktować jako naruszające uczciwą konkurencję. Jednym z elementów jest możliwość wysyłania produktów z Chin do Polski przy bardzo niskich kosztach przesyłki lub bezpłatnie. Drugim elementem jest notoryczne omijanie przez chińskich sprzedawców i chińskich odbiorców danin publicznych nakładanych na towary importowane do Polski.

W wielu grupach produktowych dla większości towarów oferowanych polskim klientom na AliExpress i podobnych platformach dostępna jest opcja bezpłatnej wysyłki. W przypadku odzieży damskiej na ponad 7 mln 125 tys. wyników bezpłatna dostawa była oferowana dla 6 mln 546 tys. pozycji. W elektronice użytkowej zaś na 4 mln 713 tys. bezpłatna dostawa była możliwa dla 3 mln 563 tys. pozycji, a dla działu zabawki i hobby 3 020 tys. na 3 649 tys.²²

System rozliczania przesyłek pocztowych działający w ramach umów zawieranych przez członków UPU od dawna budzi kontrowersje. Państwa członkowskie UPU są podzielone na grupy ze względu pod kątem ich rozwoju gospodarczego. Opłaty pobierane przez przedsiębiorstwa pocztowe z państw zamożniejszych za dostarczenie na swoim obszarze przesyłek z państw mniej zamożnych – a jako takie traktowane były Chiny – są o wiele niższe niż pobierane za obsługę dostarczenia wysyłek nadawanych z państw zamożniejszych. Z punktu widzenia kosztów prowadziło to do faktycznego subsydiowania przesyłek z Chin i wielu państw azjatyckich. W wielu przypadkach wysyłka przesyłki pocztowej z Chin była znacznie tańsza niż koszt przesyłki na terytorium państwa, co budzi szczególne kontrowersje i było jednym z argumentów dla podmiotów wskazujących na konieczność reform systemu. We wrześniu pod groźbą wyjścia USA z organizacji br. UPU zgodziła się na zmianę zasad rozliczania. Od stycznia 2021 Stany Zjednoczone będą mogły pobierać od innych członków opłaty w ustalonej przez siebie wysokości, a nie według tabeli UPU²³. Pomimo faktu, że wiele innych państw – m.in. skandynawskie²⁴ – jest niezadowolonych z obecnego systemu jak na razie tylko Stanom Zjednoczonym powiodło się uzyskanie ustępstw. Europejskie stowarzyszenia branżowe – w tym dwa polskie: Izba Gospodarki Elektronicznej i Konfederacja Lewiatan – wystosowały we wrześniu list do władz

unijnych wzywając do reformy systemu opłat pocztowych obowiązującego w ramach UPU²⁵.

Należy zwrócić uwagę, że również europejskie organizacje konsumenckie wskazują na niekorzystne dla konsumentów zapisy regulaminów narzucanych przez AliExpress użytkownikom²⁶. Takie zasady także stawiają chińską platformę na lepszej pozycji w porównaniu do europejskich konkurentów. Ogromna i rosnąca popularność AliExpress wskazuje, że wielu konsumentów w Polsce chętnie korzysta z chińskiej platformy, preferując możliwość zakupu taniego produktu z bezpłatną lub bardzo taną przesyłką i realnym brakiem konieczności płacenia danin w postaci VAT czy ceł dla towarów o wyższej wartości.

Wątpliwe korzyści dla Poczty Polskiej

Poczta Polska nie ujawnia dokładnych danych dotyczących przychodów i dochodów z obsługi doręczania chińskich listów w Polsce oraz z tranzytu, uzasadniając takie postępowanie tajemnicą handlową. Według danych zanalizowanych przez Gazetę Wyborczą²⁷ na podstawie złożonego przez PP do UKE sprawozdania regulacyjnego za 2018 r.²⁸ wskaźnik zwrotu z kapitału dla przesyłek z Chin przechodzących w tranzycie przez Polskę wyniósł 221 proc. Tych przesyłek było jednak niespełna 14 tys. sztuk, podczas gdy wszystkich przesyłek pochodzących z Chin doręczanych na terenie Polski jest 14 mln (na łączną liczbę 47 mln przesyłek zagranicznych). Ani w sprawozdaniu dla UKE ani w sprawozdaniach finansowych PP nie wykazuje danych. Wskaźnik zwrotu kapitału z tych przesyłek na 2018 r. to minus 134 proc. w 2017 r. i minus 3011 proc. w 2018 r. Pomimo późniejszych zapytań ze strony mediów PP nie udzieliła bardziej szczegółowych danych i nie wyjaśniła przyczyn tak słabych wyników²⁹. Poczta Polska od kilku lat przynosi stratę netto, która za 2018 wyniosła 68 mln PLN w porównaniu do 35,5 mln w 2017 r.³⁰ Jej władze chcą we współpracy z China Post zainwestować znaczne kwoty, mimo że dotychczasowe wyniki nie wskazują jednoznacznie, że jest to rozwiązanie korzystne finansowo. Strategia zagraniczna PP skoncentrowana jest przede wszystkim na obsłudze strumienia przesyłek z Chin. Brak natomiast wyraźnej i zdecydowanej aktywności PP, która miałaby na celu wsparcie polskich przedsiębiorców w sprzedaży w kanale e-commerce do Chin. Takie działania podejmuje np.

poczta australijska, która otworzyła witrynę na jednej z chińskich platform e-commerce i organizuje łańcuch dostaw przesyłek do Chin³¹.

Przesyłki z Chin a daniny na rzecz Skarbu Państwa

W obecnym reżimie prawnym przesyłki zagraniczne są zwolnione z cła jeśli ich wartość rzeczywista nie przekracza 150 EUR. Towary przesłane do Polski są zwolnione z importowego podatku VAT, jeśli ich rzeczywista wartość jest poniżej 22 EUR, jednak zwolnienie nie dotyczy to towarów wysłanych w ramach realizacji zamówienia wysyłkowego³². W rzeczywistości w większości przypadków odbiorca przesyłki nie wnosi żadnych opłat, gdyż nadawcy często wskazują, że przesyłka jest prezentem, który do wartości 45 EUR jest traktowany jako prezent³³, a powszechną praktyką, nie tylko w Polsce, jest zaniżanie wartości przesyłek³⁴. W styczniu 2018 r. Poczta Polska podpisała porozumienie o współpracy z Krajową Izbą Skarbową, które miało przyspieszyć odprawę przesyłek dzięki standaryzacji procedur³⁵. Miało to jednocześnie zwiększyć liczbę przesyłek poddanych kontroli celno-skarbowej, a co za tym idzie dochody Skarbu Państwa z tytułu VAT i ceł. W grudniu w Lublinie powstał nowy oddział celny, który zajmuje się szczegółowymi kontrolami przesyłek z Chin³⁶. Przed jego powstaniem na terenie Polski działały trzy pocztowe oddziały celne: w Pruszczu Gdańskim, Warszawie i Zabrze. Ich lokalizacja nie dawała możliwości skutecznej obsługi zwiększonego napływu paczek drogą kolejową.

Według danych rośnie wartość importu i co za tym idzie wartość przychodów z tytułu VAT i ceł. W pierwszej połowie 2019 r. zadeklarowana wartość przesyłek pocztowych podlegających opodatkowaniu wyniosła 5,1 mln PLN, co przyniosło 1,18 mln PLN z tytułu VAT. W pierwszej połowie 2018 r. było to odpowiednio 4 mln PLN i 0,92 mln PLN³⁷. Wyniki utworzenia oddziału w Lublinie z punktu widzenia korzyści dla Skarbu Państwa do końca 2018 r. nie przyniosły jednak znaczących pozytywnych rezultatów. Według bardzo szacunkowych wyliczeń polskie władze przy pełnej kontroli przesyłek i pełnym nakładaniu podatków przez organy skarbowe mogłyby uzyskać kwotę ok. 2,1 mld PLN³⁸. Mimo pewnego wzrostu ściągalsności należności – głównie z tytułu wzrostu poboru VAT – wciąż są

to kwoty stosunkowo niewielkie zarówno w porównaniu. Jest tak zarówno w porównaniu do szacowanej luki w VAT z tytułu omijania danin jak również w porównaniu do wartości planowanych inwestycji Poczty Polskiej. Autorzy internetowych poradników na temat zakupów na AliExpress również podkreślają niewielki odsetek kontrolowanych przesyłek i – co za tym idzie – niewielkie ryzyko konieczności uiszczenia danin publicznych³⁹.

Problem niewystarczającej ściągalsności danin publicznych z tytułu transgranicznej sprzedaży w kanale e-commerce dotyczy nie tylko Polski. Borykają się z nim również inne państwa członkowskie. UE szacuje, że luka z 5 mld EUR w 2017 wzrosła do 7 mld EUR w 2020.⁴⁰

Wnioski

Poziom korzyści z realizowanej w obecnym kształcie współpracy Poczty Polskiej z China Post budzi kilka wątpliwości. O ile dochody Poczty Polskiej z tytułu organizacji tranzytu przesyłek zagranicznych w świetle publicznie dostępnych informacji wydają się być dość wysokie, to dochodowość doręczania przesyłek chińskich na terenie Polski jest już dużo mniej oczywista. Zwiększenie wolumenu przesyłek z Chin jest spowodowane różnymi czynnikami, z których bardzo istotnymi są również bezpłatność lub niezwykle niski koszt przesyłek, a także faktyczna możliwość uniknięcia ponoszenia danin publicznych przez użytkowników. Czynniki te sprawiają, że napływ chińskich produktów w kanale e-commerce, który w przeważającej części obsługuje Poczta Polska, oparty jest na zasadach, które można traktować jako naruszenie zasad uczciwej konkurencji i który narusza interesy polskich przedsiębiorców. Model biznesowy PP oparty jest przede wszystkim na obsłudze przesyłek z Chin nadawanych przez chińskich sprzedawców. Brak efektywnych działań, które ułatwiłyby dostęp do chińskiego rynku polskim sprzedawcom.

Brak upublicznionych danych dotyczących rentowności obsługi przesyłek z Chin przez PP uniemożliwia rzetelną ocenę zasadności przyjętej przez PP strategii z punktu widzenia korzyści dla przedsiębiorstwa. Wobec zasadnych obaw o co najmniej niską rentowność wskazane byłoby upublicznienie przez PP kluczowych danych pozwalających na choćby

przybliżoną ocenę rentowności. Polskie władze powinny dążyć do reformy systemu opłat pocztowych w kierunku wyrównania opłat za doręczenie, czyniąc to zarówno na forum unijnym jak również na innych forach międzynarodowych, szczególnie w ramach UPU. Poza usunięciem nieuczciwego uprzywilejowania chińskich sprzedawców mogłoby to również zwiększyć dochody PP. Wskazane byłoby również podjęcie przez PP działań ułatwiających polskim eksporterom sprzedaż produktów na chińskim rynku w kanale e-commerce, szczególnie w oficjalnym zatwierdzonym przez chińskie władze modelu Cross Border E-Commerce (CBEC).

Łukasz Sarek – analityk ds. gospodarki Chin w Ośrodku Badań Azji

¹ *Nowy Jedwabny Szlak staje się faktem – Poczta Polska podpisała porozumienie z China Post*, strona Poczty Polskiej, 25.09.2019, <https://media.poczta-polska.pl/pr/369861/nowy-jedwabny-szlak-staje-sie-faktem-poczta-polska-podpisala-porozumie> [dostęp: 22.11.2019].

² *Poczta Polska S.A. Sprawozdanie z prowadzonej rachunkowości regulacyjnej za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2018 r.*, serwis Urzędu Komunikacji Elektronicznej, https://bip.uke.gov.pl/gfx/bip/userfiles/k-kieliszczyk/wszystkie/sprawozdanie_poczty_polskiej__z_rachunkowosci_regulacyjnej_za_rok_2018.pdf [dostęp: 22.11.2019].

³ *Strategia Grupy Poczty Polskiej 2017-2021, strona Poczty Polskiej*, <https://media.poczta-polska.pl/pr/351601/silna-poczta-polska-dla-panstwa-klientow-i-pracownikow-nowa-strategia-rozwoju-do-2021-roku> [dostęp: 22.11.2019].

⁴ *Poczta Polska podpisała umowę z China Post. Będzie rozwoić chińskie towary*, Business Insider, 25.09.2017, <https://businessinsider.com.pl/wiadomosci/poczta-polska-podpisala-umowe-z-china-post/yrxy6z2> [dostęp: 22.11.2019].

⁵ *Nowy Jedwabny Szlak. W Lublinie otworzono pierwszy kontener z przesyłkami z Chin*, Lublin 112.pl, 15.03.2018, <https://www.lublin112.pl/nowy-jedwabny-szlak-stal-sie-faktem-lublinie-otworzono-pierwszy-kontener-chin-zdjecia/> [dostęp: 22.11.2019].

⁶ *Poczta Polska zainwestuje ok. 1 mld zł w sieć do 2021 r., głównie w centralny hub*, Forsal.pl, 18.10.2017, <https://forsal.pl/artykuly/1079012,poczta-polska-zainwestuje-ok-1-mld-zl-w-siec-do-2021r-glownie-w-centralny-hub.html> [dostęp: 22.11.2019].

⁷ *Mateusz Madejski, Poczta Polska chce urosnąć dzięki Chińczykom. Inwestuje miliony w tablety*, 24.01.2019, <https://www.money.pl/gospodarka/poczta-polska-chce-urosnać-dzięki-chińczykom-inwestuje-miliony-w-tablety-6342007809308801a.html> [dostęp: 22.11.2019].

⁸ *Przemysław Sypniewski, prezes Poczty Polskiej: ceny usług pocztowych są za niskie*, Rzeczpospolita, 20.02.2019, <https://www.rp.pl/Wywiady/302209891-Przemyslaw-Sypniewski-prezes-Poczty-Polskiej-Ceny-uslug-pocztowych-sa-za-niskie.html> [dostęp: 22.11.2019].

⁹ *西安市政府出台政策促进跨境电商发展 (Polityka władz Xi'an wsparcia rozwoju e-commerce transgranicznego)*, 8.01.2019, http://sn.spb.gov.cn/dsjxx/201901/t20190108_1737683.html

¹⁰ *部门权威解读：《郑州市人民政府加快推进跨境电子商务发展的实施意见》*, Oficjalne urzędowe objaśnienie do „Uwag dotyczących wprowadzenia przez władze miasta Zhengzhou przyspieszonego wdrożenia rozwoju handlu w kanale e-commerce transgranicznego”, strona władz miasta Zhengzhou <http://public.zhengzhou.gov.cn/o8AAD/679196.jhtml> [dostęp: 22.11.2019].

¹¹ *2017年度中国出口跨境电商发展报告 (Roczny raport o rozwoju chińskiego e-commerce, transgranicznego w 2017 r.)*, 100EC.cn, 21.05.2018, <http://www.100ec.cn/zt/17zgfz/> [dostęp: 22.11.2019].

¹² *Łukasz Sarek, Chiński udziałowiec w polskiej firmie spedycyjnej. Perspektywy i konsekwencje*, Biuletyn Ośrodka Badań Azji, Numer 17, kwiecień 2019, akademia.mil.pl/download/news/3540-1201-2018_04_BIULETYN-OSRODKA-BADAN-AZJI-KWIECIEN-2018.pdf [dostęp: 22.11.2019].

- ¹³ Barry He, *Alibaba set on European logistics investment*, China Daily, 10.01.2019, <http://www.chinadaily.com.cn/a/201901/10/WS5c374892a3106c65c34e3c50.html> [dostęp: 22.11.2019].
- ¹⁴ Majorie van Leijen, *Alibaba sends e-commerce goods to Belgian Liege by train*, 10.10.2019, <https://www.railfreight.com/beltandroad/2019/10/10/alibaba-sends-e-commerce-goods-to-liege-by-train?gdpr=accept> [dostęp: 22.11.2019].
- ¹⁵ *Wyniki badania Gemius/PBI za sierpień 2018, strona Gemius Polska*, 11.09.2018, <https://www.gemius.pl/e-commerce-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi-za-sierpien-2018.html> [dostęp: 22.11.2019].
- ¹⁶ Określenie „rodzime” nie odnosi się do obecnej struktury właścicielskiej obu platform, ale do historii ich powstania oraz bardzo wysokie stopnia ich zlokalizowania połączone z postrzeganiem pochodzenia tych platform przez użytkowników. [dostęp: 22.11.2019].
- ¹⁷ *Wyniki badania Gemius/PBI za wrzesień 2019, strona Gemius Polska*, 10.10.2019, <https://www.gemius.pl/e-commerce-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi-za-wrzesien-2019.html> [dostęp: 22.11.2019].
- ¹⁸ *Wyniki badania Gemius/PBI za październik 2019, strona Gemius Polska*, 8.11.2019, <https://www.gemius.pl/e-commerce-aktualnosci/wyniki-badania-gemiuspbi-za-pazdziernik-2019.htm> [dostęp: 22.11.2019].
- ¹⁹ *Jak płacić na Aliexpress?*, serwis ZakupyzChin.pl, aktualizacja 5.11.2019 <https://zakupyzchin.pl/placic-aliexpress/> oraz *Jak płacić na AliExpress w złotówkach*, Natty, <https://natty.pl/jak-placic-na-aliexpress/> [dostęp: 22.11.2019].
- ²⁰ Piotr Mazurkiewicz, *Szef AliExpress: Dzięki blogerom będziemy Polakom kojarzyć się z modą*, Rzeczpospolita, 12.08.2019, <https://cyfrowa.rp.pl/biznes/36615-szef-aliexpress-dzieki-blogerom-bedziemy-polakom-kojarzyc-sie-z-moda> [dostęp: 22.11.2019].
- ²¹ Piotr Mazurkiewicz, *Giganci sieci wchodzą w sklepy. Centrum handlowe AliExpress w Polsce?*, Rzeczpospolita, 13.11.2019, <https://cyfrowa.rp.pl/biznes/41468-giganci-sieci-wchodza-w-sklepy-centrum-handlowe-aliexpressu-w-polsce> [dostęp: 22.11.2019].
- ²² Według stanu na dzień 18.11.2019 na stronie. Wyniki podane dla wersji desktopowej serwisu dla wszystkich ofert albo wyłącznie dla ofert z opcją bezpłatnej przesyłki, przy niezmienionych parametrach: wybór języka polskiego dla strony, wybór PLN jako waluty oraz wybór dostawy do Polski. [dostęp: 22.11.2019].
- ²³ Stephanie Nebehay, *U.N. postal union clinches deal to keep U.S. in club*, Reuters, 25.09.2019, <https://www.reuters.com/article/us-un-postal/u-n-postal-union-clinches-deal-to-keep-u-s-in-club-idUSKBN1WA247> [dostęp: 22.11.2019].
- ²⁴ Laura Kayali, *Nordics rally to Trump over postal rules and Chinese e-commerce*, Politico, 9.04.2019, <https://www.politico.eu/article/nordics-rally-to-trump-over-postal-rules-and-chinese-e-commerce/> [dostęp: 22.11.2019].
- ²⁵ *Joint industry letter: Creating a level playing field for European retail and e-commerce through Universal Postal Union reform*, strona Federation of Trade & Services (SVTH), wrzesień 2019, <https://svth.is/wp-content/uploads/2019/09/Joint-industry-letter-Creating-a-level-playing-field-for-European-retail-and-ecommerce-through-Universal-Postal-Union-reform.pdf> [dostęp: 22.11.2019].
- ²⁶ *Consumer organisations call for action against unfair terms in Alibaba-AliExpress' contracts with consumers*, The European Consumer Organization, 17.05.2019, <https://www.beuc.eu/publications/consumer-organisations-call-action-against-unfair-terms-alibaba-aliexpress%E2%80%99-contracts/html> [dostęp: 22.11.2019].
- ²⁷ Piotr Miączyński, *Dlaczego przesyłki z AliExpress są takie tanie? Bo sprzedawcy z Chin stosują sztuczki. A nasza skarbowka sobie nie radzi z cłami i podatkami*, Wyborcza.pl, 7.10.2019, <https://wyborcza.pl/7,155287,25271437,tajemnice-przesylek-z-aliexpress-polscy-przedsiębiorcy-chca.html> [dostęp: 22.11.2019].
- ²⁸ Poczta Polska S.A., *Sprawozdanie z prowadzonej rachunkowości regulacyjnej za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2018 r...*
- ²⁹ Mateusz Ratajczak, *Miliony zamówień z Chin i AliExpress to przekleństwo Poczty Polskiej i budżetu*, Money.pl, <https://www.money.pl/podatki/miliony-zamowien-z-chin-i-aliexpress-to-przeklenstwo-poczty-polskiej-i-budzetu-6445323151112321a.html> [dostęp: 22.11.2019].
- ³⁰ Skonsolidowane sprawozdanie Grupy Kapitałowej Poczty Polskiej S.A. za rok obrotowy 2018, strona Poczty Polskiej, <http://www.poczta-polska.pl/hermes/uploads/2013/11/Skonsolidowane-sprawozdanie-finansowe-Grupy-Kapita%C5%82owej-Poczty-Polskiej-za-2018.pdf> [dostęp: 22.11.2019].
- ³¹ Australia Post Tmall Flagship Store, https://auspost.tmall.hk/shop/view_shop.htm [dostęp: 22.11.2019].

-
- ³² *Import „towarów o niewielkiej wartości” w formie przesyłek pocztowych i kurierskich – VAT i cło*, Infor.pl, 20.12.2018, <https://ksiegowosc.infor.pl/podatki/vat/transakcje-zagraniczne/2843052,Import-towarow-o-niewielkiej-wartosci-w-formie-przesylek-pocztowych-i-kurierskich-VAT-i-clo.html> [dostęp: 22.11.2019].
- ³³ *VAT od importu towarów zamówionych przez internet*, Infor.pl, 21.05.2018, <https://ksiegowosc.infor.pl/podatki/vat/zwolnienia/783448,VAT-od-importu-towarow-zamowionych-przez-internet.html> [dostęp: 22.11.2019].
- ³⁴ *Modernising VAT for e-commerce: Question and Answer*, Komisja Europejska, 5.12.2017, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_16_3746 [dostęp: 22.11.2019].
- ³⁵ *Poczta Polska i KAS zawarły porozumienie w sprawie współpracy*, strona Poczty Polskiej 10.01.2018, <https://media.poczta-polska.pl/pr/380958/poczta-polska-i-kas-zawarly-porozumienie-w-sprawie-wspolpracy> [dostęp: 22.11.2019].
- ³⁶ *W Lublinie powstał nowy Oddział Celny Poczty*, Izba Administracji Skarbowej w Lublinie, 23.11.2018, https://www.lubelskie.kas.gov.pl/izba-administracji-skarbowej-w-lublinie/wiadomosci/aktualnosci/-/asset_publisher/W5Ss/content/id/8409862 oraz Piotr Nowak, *Na Felinie powstał Oddział Celny Poczty. Paczki z Chin przejdą tu odprawę celną*, Kurier Lubelski, 23.11.2018, <https://kurierlubelski.pl/na-felinie-powstal-oddzial-celny-pocztowy-paczki-z-chin-przejdzie-tu-odprawe-celna-zdjecia/ar/13688924> [dostęp: 22.11.2019].
- ³⁷ Mariusz Szulc, *Budżet zarabia coraz więcej na przesyłkach z Chin*, Gazeta Prawna, 24.10.2019, <https://podatki.gazetaprawna.pl/artykuly/1436458,przesylki-z-chin-budzet-panstwa-vat-podatki.html> [dostęp: 22.11.2019].
- ³⁸ Mateusz Ratajczak, *Miliony zamówień z Chin i Aliexpress...*
- ³⁹ Michał Radzimiński, *Jak korzystnie płacić na AliExpress? Sprawdzamy dostępne metody płatności*, najlepszekonto.pl, 26.08.2019, <https://www.najlepszekonto.pl/jak-korzystnie-placic-na-aliexpress> [dostęp: 22.11.2019].
- ⁴⁰ *Modernising VAT for e-commerce: Question and Answer...*

English summaries

Polish Post's cooperation with China Post

Łukasz Sarek

In 2017, Polish Post (PP) and China Post signed an agreement granting the Polish side the right to deliver parcels from China to over 30 European countries. The Małaszewicze rail hub is expected to play a key role as a logistics centre and the first point in the processing of EU-destined postal parcels. In recent years, international expansion has been one of the pillars of the Polish Post Group's development strategy. This strategy has also indicated at coordination of trade flows between Asia and EU as one of its key goals. The establishment of a postal logistics hub and handling parcels from China was meant to serve as an important source of income for Polish Post, as PP would collect transit fees for delivering letters and parcels to European countries as well as from terminal fees collected on the delivery in Poland. The company also plans to invest around 1.3 billion PLN in projects (such as sorting facilities, regional logistics centres, IT equipment) related to cooperation with China Post.

The rapid increase in volume of incoming post from China and other Asian countries to Poland and other European countries has been caused by very dynamic growth of cross border e-commerce. It has been most notably related to AliExpress' rapidly growing expansion in the Polish market. It has been estimated that in 2019, AliExpress' mobile application had 3.9 million users and the firm was ranked 15th on the list of the most popular mobile applications in Poland. Polish domestic e-commerce platforms and enterprises selling goods through e-commerce channels have complained about Chinese exporters' competitive advantages based on practices and mechanisms that can be considered as unfair competition.

One of the factors that gives the Chinese e-commerce vendors an edge vis-à-vis their Polish counterparts has been the option to deliver parcels to Poland for free or at a very low cost. This advantage stems from the differentiation of terminal fees introduced by the United

Parcel Union (UPU) regulations. The terminal fees are paid by the designated postal organisation in the outbound country to the postal organisation of the inbound country. The current system was established to support less developed countries, since terminal fees paid by postal organisations in more developed countries are higher than those paid by the ones operating in less developed countries. In terms of official development status, China belongs to a different category than European countries (which also do not all fall into one category).

Another unfair advantage is the massive tax and custom duties avoidance when goods are sent by China Post to Poland. The amount of VAT collected on the parcels from China has recently increased. However, it is still insignificant while compared to the amount that could flow to the Polish treasury if taxes and custom duties were collected based on the full quantity and value of goods arriving from China (this sum is estimated at 2.1 billion PLN or 490 million EUR). The amount currently collected is also insignificant when compared to the amount of investments that the Polish Post plans to make in projects related to cooperation with China Post. Chinese central and local governments (e.g. in Xi'an or Zhengzhou) support international e-commerce trade by providing subsidies, including those for sending parcels by China Post railway connections to Europe, which adds up to the overall competitive position of Chinese vendors.

The profitability of Polish Post operations related to handling and delivery of Chinese parcels in Poland also raises doubts. As the number of parcels increases, raising profits these operations becomes crucial. Polish Post has not revealed the breakdown of its income from China-related operations, citing confidentiality of detailed provisions regulating cooperation with China Post. It would be, however, strongly recommended that Polish Post's authorities provide convincing data supporting the claims that cooperation with China Post is profitable. It would clear all the doubts and would also raise confidence in PP's strategy. The company has recorded increased losses in the previous years.

Polish authorities should also raise the issue of the unfair Chinese advantage in terms of terminal fees and the reform of the UPU terminal fees system on the UPU forum. They

should also discuss the same during talks with other stakeholders interested in this reform. This September, the United States successfully negotiated the right to impose self-calculated terminal fees. The Polish Post management could also draw inspiration from other countries' experiences (e.g. that of Australia) in order to undertake actions supporting Polish vendors in their export to China through cross-border e-commerce channels.

Iran's attitude towards riots in Iraq and Lebanon

Łukasz Przybyszewski

Riots in Iraq and Lebanon have started on October 1 and 17, respectively. So far, the most drastic course of events has taken place in Iraq, with over 300 deaths and more than 15000 injured. The riots are the result of socio-economic and religious divisions created by conflicts as well as structurally and functionally defective economies. The turmoil will probably lead to more significant political, yet not systemic, changes (as compared to such events in the past). From Iran's perspective, the territories of Iraq and Lebanon provide a buffer zone for its 'forward defence', allowing Tehran to keep the conflicts with its regional rivals far from its borders.

The importance of these countries for Iran forced its authorities to adopt a more restrained approach to deal with the above-mentioned events. Moreover, due to budgetary constraints, the array of Iran's possible reactions to these developments is limited. The country has also been adversely affected by its own domestic unrest, caused by an increase in petrol prices. Even the Iranian supreme leader's (Ali Khamenei) comments on the turmoil in Iraq and Lebanon were made public only during a small graduation ceremony held on October 30, arguably an event of very little importance. Khamenei put the blame for the ongoing riots on foreign powers' meddling in regional affairs. Such an argumentation is hardly surprising, as it fits Iran's political narrative. Nevertheless, the timing of Khamenei's speech mirrored the situation on the ground in Iraq as well as Lebanon, as it was delivered the day after Saad Hariri's resignation and as-Sadr's repeated defiance to the central authorities in Baghdad.

Iranian authorities have much less power to influence the events in Lebanon than in Iraq. They may probably assume that the Lebanese Hezbollah will not benefit significantly from