HODNOTENIE POSTAVENIA POŠTOVÝCH PODNIKOV NA TRHU POŠTOVÝCH SLUŽIEB

Lucia Madleňáková*

Úvod

Zachovanie univerzálnej poštovej služby ako služby zaradenej do kategórie služieb všeobecného ekonomického záujmu si v zmysle rešpektovania európskej legislatívy vyžaduje dodržiavanie špecifických pravidiel vedúcich na jednej strane k zabezpečeniu stanovenej dostupnosti, kvality a primeranej ceny a na strane druhej k vytváraniu efektívnej hospodárskej súťaže na trhu s poštovými službami.

Výrazné zmeny na trhoch poštových služieb v krajinách EÚ boli vyvolané postupnou liberalizáciou, dereguláciou a globalizáciou a v neposlednom rade aj uplatňovaním moderných informačných a komunikačných technológií, ktoré stále viac prinášajú do prostredia poštových služieb substitučné efekty a zasiahli aj do rámca univerzálnej poštovej služby. Tento smer vývoja je spojený s rýchlym rozvojom procesov výmeny tovarov a informácií ako aj s orientáciou na integráciu služieb a prudký rozvoj elektronického obchodu. Stanovenie štandardných regulačných pravidiel a ich jednoznačné uplatňovanie v praxi sú nevyhnutným predpokladom pre zabezpečenie fungujúcej konkurencie na trhu poštových služieb, ale tiež príležitosťou pre poskytovateľa univerzálnej služby v smere eliminácie negatívnych dopadov uplynulého liberalizačného procesu.

1. Teoretické aspekty riešenej problematiky

Základným východiskom legislatívnej úpravy poskytovania univerzálnej poštovej služby v podmienkach slovenského poštového trhu je smernica 97/67/ES, ktorá ukladá členským štátom Európskej únie povinnosť zabezpečiť používateľom poštových služieb právo na univerzálne služby. Jednotlivé články tejto smernice určujú aj podmienky, podľa ktorých sa má toto právo zabezpečiť vrátane stanovenia minimálneho rozsahu jej poskytovania. Platný právny rámec SR upravujúci poskytovanie poštových služieb vrátane podmienok pre poskytovanie univerzálnej služby je vymedzený Zákonom č. 324/2011 Z. z. o poštových službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov.

Poskytovanie univerzálnej služby (*ponuka poštových služieb, ktorá slúži na zabezpečenie minimálneho uspokojenia potrieb všetkých užívateľov poštových služieb na území Slovenskej republiky tak, aby bola zabezpečená dostupnosť prístupových miest verejnej poštovej siete a kontaktných miest verejnej poštovej siete, za rovnakých podmienok, v ustanovenej kvalite, za primeranú cenu, každý pracovný deň najmenej s jedným vybraním a dodaním denne*) môže pre jej poskytovateľa znamenať neprimerané finančné bremeno vyplývajúce z podmienok jej poskytovania. V minulosti bolo toto kompenzované existenciou

* Ing. Lucia Madleňáková, PhD., Katedra spojov, FPEDAS, Žilinská univerzita v Žiline, tel.: +421415133125, e-mail: Lucia.Madlenakova@fpedas.uniza.sk

tzv. *poštovej výhrady*, kedy poskytovateľ univerzálnej služby mal výhradné právo na poskytovanie vymedzeného okruhu poštových služieb. Zosúladovaním legislatívneho a regulačného rámca v dôsledku postupnej kontrolovanej liberalizácie poštového trhu bola regulácia a podmienky poskytovania univerzálnej poštovej služby upravená smernicou 2002/39/ES, so stanovením postupných krokov vedúcich k zrušeniu poštovej výhrady a úplnému otvoreniu poštového trhu. Tieto snahy boli neskôr završené schválením smernice 2008/6/ES, ktorá stanovila úplné otvorenie poštového trhu k termínu 1.1.2011 pre pôvodné členské krajiny a k 1.1.2013 pre novo pristúpené členské krajiny EÚ vrátane Slovenska. Postupné znižovanie cenových a hmotnostných limitov vyhradených služieb, znamenalo pre poskytovateľov univerzálnej služby hrozbu zvýšenej finančnej záťaže a povinnosť štátu hľadať iné možnosti na financovanie univerzálnej služby.

V podmienkach SR bol poštový trh plne liberalizovaný k 1.1.2012, teda o rok skôr ako sa pôvodne predpokladalo. V dôsledku riešenia otázok financovania univerzálnej služby bolo Zákonom č. 324/2011 Z. z. o poštových službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov ustanovené jej financovanie prostredníctvom osobitného účtu v Štátnej pokladnici, ktorý zriadil a spravuje Poštový regulačný úrad SR. Ide vlastne o vytvorenie kompenzačného fondu, ktorého príjmy tvoria príspevky od poštových podnikov a výdavky predstavujú náhradu čistých nákladov na univerzálnu službu v prípade, že poskytovateľ univerzálnej služby preukázal neprimeranú finančnú záťaž čistých nákladov za poskytovanie univerzálnej služby. Metodiku výpočtu čistých nákladov a neprimeranej záťaže ako aj spôsob výpočtu príspevkov poštových podnikov do kompenzačného fondu upravuje Vyhláška Poštového regulačného úradu č. 63/2012 o spôsobe výpočtu a náhrade čistých nákladov univerzálnej služby.

V súvislosti s riešením problematiky regulácie poštového trhu bol zavedený nový pojem *zameniteľná poštová služba*. Je to *poštová služba, ktorá je z hľadiska užívateľa poštovej služby zameniteľná s poštovou službou z rozsahu univerzálnej služby. Pri posudzovaní zameniteľnosti sa berie do úvahy najmä obsah poštovej služby, jej účel a využitie pre užívateľa poštovej služby, pridaná hodnota poštovej služby a cena za poskytnutie poštovej služby*. Poštová služba môže byť v odôvodnených prípadoch posúdená ako zameniteľná aj vtedy, ak sa nevyznačuje všetkými vlastnosťami poštovej služby z rozsahu univerzálnej služby, akými sú najmä frekvencia dodania či územný rozsah poskytovania.

Riešenie osobitného prístupu k zabezpečeniu univerzálnej poštovej služby, popri právnej úprave danej zákonom o poštových službách, je zrejmé aj z vykonávania štátnej regulácie v poštových službách prostredníctvom regulačných nástrojov (vydávanie všeobecné povolenie, udelenie poštovej licencie, rozhodnutia o regulácií cien), ktoré uplatňuje Poštový regulačný úrad. Všetky jeho vydané rozhodnutia musia byť transparentné, nediskriminačné, primerané technickým a ekonomickým možnostiam poštových podnikov a založené na objektívnych kritériách.

2. Analýza súčasného stavu v riešenej problematike

Výkon regulácie na poštovom trhu sa vzhľadom na plne liberalizovaný trh a nevyhnutnosť vymedziť relevantné trhy či riešiť spory týkajúce sa určenia zameniteľnosti poštových služieb v zmysle platnej legislatívy realizovaný v súčinnosti dvoch orgánov štátnej správy a to Poštovým regulačným úradom, ktorého kompetencie sú vymedzené zákonom o poštových službách a Protimonopolným úradom SR.

Úlohou Poštového regulačného úradu je zabezpečenie **regulácie ex ante**, to znamená dopredu jasne definovať pravidlá pre budúci očakávaný vývoj trhu. Ide o presné vymedzenie podmienok pre udeľovanie povolení, ako je poštová licencia a všeobecné povolenie, ale tiež určenie pravidiel registrácie poskytovateľov poštových služieb, najmä vo väzbe na zameniteľné služby. [1]

Úlohou Protimonopolného úradu SR (upravuje Zákon č. 136/2001 Z. z. o ochrane hospodárskej súťaže) je riešenie vzniknutej situácie na predmetnom relevantnom trhu. Ide teda prioritne o výkon **regulácie ex post**. Regulačné opatrenia sa v tomto prípade uplatňujú najmä ak je potrebná arbitráž (t.j. posúdenie argumentov a nedorozumení nezainteresovanou tretou stranou), alebo kde nemôžu byť podmienky definované vopred. Typickým príkladom tohto typu regulácie poštového trhu je regulácia hospodárskej súťaže, kde regulátor musí rozhodnúť až po udalosti, či boli alebo neboli porušené pravidlá seriózneho súťaženia na trhu.

Monitorovanie situácie poštového trhu odráža existenciu a pôsobenie rôznych subjektov na poštovom trhu. Regulačný rámec vytvára pravidlá pre registráciu poštových podnikov poskytujúcich poštové služby iné ako univerzálnu službu alebo poštový platobný styk, do registra poštových podnikov. K 24.10.2012 obsahoval register poštových podnikov 21 spoločností, pričom len 7 z nich uvádzalo, že je poskytovateľom zameniteľnej služby.

Tabuľka 1 Zoznam registrovaných poskytovateľov poštových služieb

	Obchodné meno	Druh poštových služieb				
		US	ZS	UZ	PS	OS
1.	Kolos s.r.o.					X
2.	TNT Express Worldwide spol. s r.o.					X
3.	ReMax Courier Service, spol. s r.o.					X
4.	INSPEKTA SLOVAKIA, a.s.					X
5.	GO4 s.r.o.					X
6.	Cromwell a.s.		X			X
7.	Tatra Billing, s.r.o.		X			X
8.	Direct Parcel Distribution SK s.r.o.					X
9.	Slovak Parcel service s.r.o.					X
10.	DHL Express (Slovakia), spol. s r.o.					X
11.	IN TIME, s.r.o.					X
12.	I.D. Marketing Slovensko s.r.o.		X			X
13.	GEIS Parcel SK s.r.o.					X
14.	DER KURIER Slovakia spol. s r.o.					X
15.	GLS General Logistics Systems Slovakia s.r.o.					X
16.	Mediaprint-Kapa Pressegrasso, a.s.		X			X
17.	Železničná spoločnosť Slovensko, a.s.		X			X
18.	Slovenská pošta, a.s.	X		X	X	X
19.	FIEGE s.r.o.		X			X
20.	ALFA POST, s.r.o.		X			X
21.	SKYNET WORLDWIDE EXPRESS, s.r.o.					X

Vysvetlivky: US - univerzálna služba ZS - zameniteľné služby UZ - úradné zásielky OS - ostatné poštové služby PS - poštový platobný styk

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa <http://www.posturad.sk/article.php?id=24> [cit: 2012-10-24]

3. Cieľ a metodika

Cieľom príspevku je priblížiť problematiku regulácie a hodnotenia postavenia poštových podnikov na trhu poštových služieb. V príspevku je vymedzený návrh hodnotiacich kritérií, odzrkadľujúci činnosť poštového podniku poskytujúceho univerzálnu službu, ide však o univerzálne hodnotiace kritéria umožňujúce mapovanie akéhokoľvek poštového podniku. Neodmysliteľnou súčasťou analýz na poštovom trhu je uplatňovanie matematicko-analytických metód umožňujúcich posudzovanie koncentrácií či miery diverzifikácie.

4. Výsledky a diskusia

V dôsledku plne liberalizovaného poštového trhu je nevyhnutné, aby poskytovateľ univerzálnej služby monitoroval svoje postavenie na trhu. Mieru liberalizácie môže poskytovateľ posudzovať prostredníctvom rôznych ukazovateľov ako je napr. flexibilita poštového operátora, úroveň dosahovanej efektívnosti pri napĺňaní súčasných trendov, využívanie nových technológií, pracovné podmienky v sektore.

Vo všeobecnosti je možné konštatovať, že operátor poskytujúci vysoko efektívne služby získa konkurenčnú výhodu na otvorenom trhu, pretože optimálna nákladová štruktúra a procesy sa premietnu do nižších jednotkových nákladov, ktoré budú sťažovať vstup nových operátorov. Zahŕňajú sa tu: [3]

- miera franšízingových pôšt,
- vývoj nových produktov poskytovateľa univerzálnej poštovej služby,
- opatrenia zamerané na zvýšenie produktivity práce,
- celkové náklady vyplývajúce z povinnosti poskytovať univerzálnu službu,
- schopnosť manažmentu reštrukturalizovať sa,
- sadzby za poskytované služby.

4.1 Kritéria hodnotenia trhu s poštovými službami

4.1.1 Kvalitatívne ukazovatele

Trh poštových služieb je možné hodnotiť na základe rôznych kritérií. Dostupné informačné zdroje neuvádzajú jednoznačné hodnotiace kritéria pre všetky poštové podniky na trhu, ani pre potreby vyhodnocovania situácie na jednotlivých relevantných trhoch. Krajiny EÚ však vyhodnocujú predovšetkým kvalitatívne ukazovatele univerzálnej poštovej služby, ktoré zohľadňujú:

- geografické pokrytie krajiny s určitými výnimkami, frekvenciu poskytovania služieb vyberania a dodávania zásielok,
- kvalitu služieb podľa časového kritéria alebo s orientáciou na iné kritéria univerzálnej služby,
- dostupnosť siete, ktorá zahŕňa hustotu poštových prevádzok a poštových schránok.

Pri zohľadnení ukazovateľov pre hodnotenie kvality univerzálnej služby a zovšeobecnení požiadavky hodnotiť celý trh poštových služieb, je možné stanoviť nasledovné hodnotiace kritéria: [10]

- rastový potenciál kvality a kvalita poskytovanej služby z pohľadu zákazníka,
- cenový boj o zákazníka v spojitosti s cenovou hladinou a vývojom cien poštových služieb,
- efektívnosť univerzálnej poštovej služby (produktivita a funkčná efektívnosť),
- zákaznícka voľba.

Rastový potenciál kvality služieb

Rastový potenciál kvality služieb je možné posudzovať podľa štyroch základných parametrov:

- percento podielu zásielok prvej triedy (D+1),
- frekvencia vyberania a dodávania listových zásielok, ktorá je postavená na princípe priamej úmery kvality služby v závislosti od kratšej doby dodania, respektíve vyberania listových zásielok,
- počet aktívnych poštových prevádzok na 10 000 obyvateľov krajiny. Čím je nižší počet poštových prevádzok na 10 000 obyvateľov, tým sa zvyšuje pravdepodobnosť potenciálnych konkurentov v trhovej oblasti. Poskytovatelia univerzálnej služby

v zmysle požiadaviek stanovených pre dostupnosť prístupových a kontaktných miest majú povinnosť zriadiť vyššie percento aktívnych prevádzok ako iní poskytovatelia.

- percento opýtaných respondentov, ktorí hodnotia služby ako dobré alebo sú s poskytovaním služby spokojní.

Cenový boj o zákazníka v spojitosti s cenovou hladinou a vývojom cien poštových služieb

Cenovú konkurencieschopnosť je možné posudzovať dvoma spôsobmi. Prvým je cena za dodanú korešpondenciu 1. triedy do 50 gramov. Druhou možnosťou je priemerný ročný cenový vývoj v porovnaní s predchádzajúcimi obdobiami.

Efektivita univerzálnej poštovej služby (produktivita a funkčná efektivita)

Pokiaľ ide o efektivitu univerzálnej poštovej služby, je možné rozlíšiť tri faktory napomáhajúce potenciálnemu rastu kvality a efektívnosti univerzálnej služby:

- percentuálne vyjadrenie počtu listových zásielok spracovávaných automatizovane,
- prevádzkový zisk poskytovateľa univerzálnej poštovej služby ako percento z príjmov. Čím nižší zisk, tým je vyššia možnosť zlepšenia efektivity služby.
- priemerný počet poštových zásielok spracovaných spôsobom FTE (Full Time Equivalent). Čím nižšia je produktivita práce, tým vyššia je možnosť potenciálneho rastu.

Zákaznícka voľba

Spočíva vo výbere smerom od zákazníka k poštovému operátorovi a súčasne je odzrkadlením orientácie poštových operátorov na určitý segment trhu z hľadiska objemu využívania poštových služieb.

Ďalšie kategórie kritérií, ktoré je možné pri posudzovaní situácie na trhu využiť, najmä pri posudzovaní postavenia poskytovateľa univerzálnej služby sú kritéria makroekonomické a mikroekonomické.

4.1.2 Makroekonomické kritéria

Makroekonomické kritéria ako kritéria vonkajšie, ktoré poskytovateľ univerzálnej poštovej služby väčšinou nemôže ovplyvniť: [4]

- hustota poštovej služby, ktorá je závislá na geografických podmienkach, respektíve charakteristikách určitej krajiny, čo v konečnom dôsledku ovplyvňuje mieru a rozsah poštového trhu,
- dynamika trhu, ktorá znamená pomerný rast trhu s poštovými službami,
- konkurenčný súboj, ktorý spočíva v pomernej atraktivite trhu s poštovými službami pre nových poskytovateľov poštových služieb v danej krajine.

Hustota poštovej služby

Na zhodnotenie hustoty poštovej služby musíme brať do úvahy tri geograficky závislé premenné:

- počet jednotlivých zásielok na jedného obyvateľa. Tento ukazovateľ vylučuje neadresné poštové zásielky, ktoré predstavujú značný objem v mnohých krajinách a je potrebné jeho zhodnotenie v rámci rastu trhu.
- percento obyvateľstva žijúce v mestských zónach. Čím nižšie je percento obyvateľstva žijúceho v mestských oblastiach, tým sa zvýšia relatívne náklady na doručovanie zásielok do vidieckych oblastí. Za predpokladu cenovej rovnorodosti, rozdiel medzi jednotkovou cenou a nákladmi na doručovanie poštových zásielok do mestských zón bude vyšší.
- hustota obyvateľstva, teda počet obyvateľov na jeden kilometer štvorcový.

Pri nízkej hustote obyvateľstva dochádza k rovnakému dopadu ako pri predchádzajúcom ukazovateli. Naopak pri vysokej hustote obyvateľstva a miere urbanizácie dochádza k zníženiu stupňa rizikovosti pre poskytovateľa univerzálnej poštovej služby,

pretože jeho prioritou je pôsobenie na celom území pri maximálnej účinnosti, kde ostáva málo miesta pre konkurenciu.

Dynamika trhu

- tempo rastu objemu zásielok. Čím je nižšie tempo rastu objemu zásielok, tým vyššie je potenciálne riziko pre poskytovateľa univerzálnej poštovej služby. Ukazovateľ zahŕňa aj neadresné zásielky.
- počet poštových zásielok na jedného obyvateľa. Pri nižšom počte zásielok je podnik vystavený väčšej miere rizika, zatiaľ čo vysoké počty zásielok môžu mať taktiež v konečnom dôsledku negatívny efekt. Tento efekt je spôsobený nedostatočným priestorom pre trhovú rast.
- percento reklamných zásielok z celkového objemu trhu. Vyššie percento reklamných zásielok indikuje zmenšenie priestoru pre trhovú rast a predstavuje teda vyššiu mieru rizikovosti. Tento ukazovateľ zahŕňa objemy neadresných zásielok. Bez nich by hodnoty väčšiny európskych krajín kolísali v rozmedzí 8 – 20 %.

Konkurenčný súboj

- veľkosť trhu. Čím je trh väčší, tým viac príležitostí vstupu na trh sa možnej konkurencii naskytuje. Tento ukazovateľ zahŕňa objemy neadresných zásielok, ak sú tieto objemy známe.
- percento zásielok business-to-consumer (B2C) z celkového objemu zásielok. B2C predstavujú atraktívne objemy vo veľkom meradle. Čím je pomer B2C zásielok vyšší, tým ohrozenejší je poskytovateľ univerzálnej poštovej služby zo strany potenciálnych poštových podnikov vstupujúcich na trh so zameraním sa na objemy B2C. [2]
- koncentrácia trhu expresných a kuriérskych služieb. Vysoko koncentrovaný trh naznačuje dobrý potenciál pre novo vstupujúce podniky na trh.

4.1.3 Mikroekonomické kritéria

Mikroekonomické kritéria ako výzvy a príležitosti príznačné pre poskytovateľa univerzálnej poštovej služby: [4]

- relatívne náklady, teda zhodnotenie miery nákladov na poskytovanie univerzálnej poštovej služby,
- závislosť na ziskovosti z poštových zásielok, vyhodnocovanie zásielok ako zdroj príjmu,
- odhadnutie hodnoty prínosu poskytovateľa univerzálnej poštovej služby za pomoci použitia vyššie popísaných kritérií kvality služieb a cenovej konkurencieschopnosti.

Relatívne náklady

Relatívne náklady sú ťažko odhadnuteľné vzhľadom na nedostatok dostupných údajov týkajúcich sa vnútornej štruktúry nákladov poskytovateľa univerzálnej poštovej služby.

Na lepšie odhadnutie týchto nákladov môžu slúžiť nasledovné kritéria:

- percento počtu zamestnancov zamestnaných na plný úväzok u poskytovateľa univerzálnej poštovej služby z celkového počtu dostupných zamestnancov. Čím je vyšší počet zamestnancov, tým sa zvyšujú relatívne náklady na službu v súvislosti s využitím trhu práce. Jedná sa o pomer medzi nákladmi na zmluvných zamestnancov, ktorí môžu byť najímaní podnikmi na trhu poštových služieb a zamestnancov, ktorí by mohli pracovať pre poskytovateľa univerzálnej poštovej služby,
- podiel poštových priehradiek. Čím nižší je podiel priehradiek, tým väčšie fixné náklady poskytovateľ univerzálnej služby predpokladá a taktiež sa zvýši miera rizika.

Závislosť na ziskovosti z poštových zásielok

Závislosť na ziskovosti z poštových zásielok napomáhajú objasniť dve premenné v závislosti od poskytovateľa univerzálnej poštovej služby na zásielkach smerom k podpore svojej udržateľnosti:

- percento z príjmov mimo poštových zásielok. Vyššie percento predstavuje väčšiu diverzifikáciu pre poskytovateľa univerzálnej poštovej služby a tým zníženie rizika ohrozenia,
- relatívna pozícia na trhu konkurencie. Silná pozícia podniku v oblasti mimo poštových zásielok poukazuje na nižšiu závislosť od príjmov z poštových zásielok.

4.2 Posudzovanie koncentrácie na poštovom trhu

Posudzovanie a hodnotenie situácie na trhu poštových služieb je nevyhnutné najmä v období po ukončenej liberalizácii. Vhodným spôsobom pre zisťovanie štruktúry trhu a posudzovanie fungovania efektívnej hospodárskej súťaže je využitie rôznych analytických metód, prostredníctvom ktorých je možné matematicky vyjadriť mieru diverzifikácie. Ide napríklad výpočet ukazovateľov ako je: miera koncentrácie vyjadrená prostredníctvom Herfindahl-Hirschmanovho indexu, či Larnerov index, ktorých výpočet sa opiera o štatistické informácie, tiež je možné využiť tzv. entropiu trhu.

4.2.1 Herfindahl-Hirschmanovho indexu

Východiskom pre meranie trhovej sily je podiel na trhu, štruktúra spoločností (koncentrovanosť) a jej zmena na trhu meraná pomocou Herfindahl-Hirschman Indexu (ďalej HHI). Podiely na trhu sa zvyčajne počítajú na základe obratu na relevantnom trhu, mimoriadne aj na základe počtu predaných jednotiek. Vo všeobecnosti ak podiel na trhu je 50 % a vyšší môže byť sám o sebe považovaný za dôkaz dominantnej pozície na trhu. Podiel na trhu medzi 40 % a 50 % môže vzbudzovať obavy v závislosti na ostatných faktoroch, ako je sila a počet súťažiteľov, kapacitné obmedzenia a miera, do akej sú výrobky spájajúcich sa podnikov zameniteľnými produktmi. Tieto limity sú však pomerne zavádzajúce, a preto je potrebné podrobiť ich testom HHI. [6]

Pri aplikácii HHI indexu na výpočet koncentrácie poštových operátorov na území SR, je potrebné vziať do úvahy všetkých poskytovateľov poštových služieb v SR, zistiť ich percentuálny trhový podiel. HHI index bude teda predstavovať súčet všetkých umocnených percentuálnych podielov aktívnych poštových operátorov na trhu v SR. Nízka hodnota indexu odzrkadľuje trh s vysokou konkurenciou v odvetví. Pri vyjadrení indexu do 100 bodov možno charakterizovať trh ako vysoko konkurenčný s absenciou dominantných hráčov v odvetví. Miera hodnoty do 1000 bodov ukazuje na vyrovnaný nekonzentrovateľný trh, toto platí aj pre rozmedzie medzi 1000 – 1800 bodmi. Koncentrácia nízkeho počtu hráčov na trhu je posudzovaná od hodnoty 1800 vyššie. Matematické vyjadrenie HHI: [14]

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

kde s_i je trhový podiel podniku i na trhu a N je počet podnikov fungujúcich na skúmanom trhu.

Pri aplikácii HHI pre trh poštových služieb v SR je potrebné pripomenúť niekoľko aspektov, ktoré sú späté s vývojom na tomto trhu za posledné obdobie. Poštový trh v krajine v posledných rokoch prešiel významnými legislatívnymi úpravami. Úplná liberalizácia poštového trhu umožnila posudzovanie koncentrácie na trhu poštových služieb. V oblasti univerzálnej služby je možné uvedený index využiť ako podkladovú veličinu pre skúmanie závislosti efektívnosti poskytovateľa univerzálnej služby, môže byť odhaľovaný vzťah cenového vývoja alebo kvality služieb vzhľadom na stav a vývoj koncentrácie trhu.

Koncentrácia na trhu listových zásielok a balíkových zásielok

Na základe dostupných štatistických údajov je možné situáciu na trhu listových a balíkových zásielok popísať nasledovne:

Tabuľka 2 Údaje o poštovom trhu

Ukazovateľ		2008	2009	2010
Registrované poštové podniky		21	23	23
Počet pôšt/prevádzok pre verejnosť	SP, a.s.	1543	1 548	1 548
	Ostatní	111	89	75
Tuzemský styk				
Počet listových zásielok	SP, a.s.	314 502 051	287 456 708	263 984 261
	Ostatní	4 150 580	8 137 126	23 923 580
Balíky	SP, a.s.	3 632 778	3 387 924	3 084 919
	Ostatní	6 828 780	7 804 482	8 797 971
Expresné služby	SP, a.s.	500 170	599 530	1 093 586
	Ostatní	9 870 530	12 555 770	13 320 514
Medzinárodný styk – podané zásielky				
Počet listových zásielok	SP, a.s.	22 893 330	29 702 061	28 502 566
	Ostatní	148 650	127 940	150 934
Balíky	SP, a.s.	1 864 261	1 827 128	1 826 096
	Ostatní	460 575	551 943	725 903
Expresné služby	SP, a.s.	39 643	41 182	43 965
	Ostatní	661 857	1 132 518	1 810 944
Medzinárodný styk – dodané zásielky				
Počet listových zásielok	SP, a.s.	28 771 919	27 174 659	30 056 904
	Ostatní	1 627 341	348 931	495 441
Balíky	SP, a.s.	384 110	365 743	369 764
	Ostatní	2 219 614	2 264 094	2 528 738
Expresné služby	SP, a.s.	47 216	44 217	41 142
	Ostatní	2 030 184	1 568 583	3 929 258

Zdroj: vlastné spracovanie podľa http://portal.statistics.sk/files/Sekcie/sek_500/doprava-IKT/rocenka-doprava_2010.pdf a http://www.posturad.sk/images/upload/Udaje/statisticke_udaje_2009-2011.pdf

Výnosy všetkých poštových podnikov v SR v roku 2010 tvorili 473 mil. €, náklady 483 mil. €, pričom z celkových výnosov tvorili výnosy za listové zásielky 37%, balíky 38%, neadresované zásielky 3%, finančné a ostatné nepoštové služby 22%. Z celkového počtu takmer 1 793 mil. zásielok prepravených v SR v roku 2010 tvorili neadresované zásielky 80%, listové zásielky 19% a balíky 1%.

Na základe zverejňovaných štatistických údajov uvedených v tabuľke 2, však nie je možné vypočítať hodnotu HHI, nakoľko nie je možné vyčíslit' trhové podiely jednotlivých poskytovateľov poštových služieb. V zmysle zákona o poštových službách však Poštový regulačný úrad potrebnými údajmi disponuje a je pravdepodobné, že po stanovení relevantných trhov bude uvedená veličina pri analýzach využívaná.

Koncentrácia na trhu expresných služieb

Ďalším segmentom, kde je aplikovateľnosť HHI na trhu poštových služieb zrejme, je trh expresných služieb. Logistické spoločnosti a spoločnosti poskytujúce expresné a kuriérske služby pôsobiace na území SR sa zhodujú v názore, že konkurencia ponúkaných služieb v tejto oblasti narastá a súčasne sa zdokonaľuje. Trendom je schopnosť poskytovateľa, ktorý bude schopný poskytnúť čo najširšiu škálu služieb od expresnej prepravy, cez tradičnú kamiónovú dopravu, skladovanie až po distribúciu. Podľa dostupných informácií sa podiely na trhu expresných a kuriérskych služieb pohybujú nasledovne:

- DHL Expres (Slovakia), s.r.o. 43,1%
- Slovak Parcel Service, s.r.o. 35,1%
- TNT Express Worldwide, s.r.o. 13,8%
- DPD Slovakia, s.r.o. 7,7%

- Ostatní 0,7%

Pre posúdenie koncentrácie na predmetnom trhu v SR je možné použiť hodnotu HHI, ktorej zjednodušený výpočet bude vyzeráť nasledovne:

$$H = 0,431^2 + 0,351^2 + 0,138^2 + 0,077^2 + 0,007^2 = 0,1858 + 0,1232 + 0,0190 + 0,0059 + 0,000007 = 0,3339 = 33,39 \%$$

Pre bodové vyjadrenie podľa, ktorého sme sa určili hladiny koncentrácie trhu v krajine predstavuje hodnota 26 % hodnotu zodpovedajúcu 3339 bodom. Z výpočtu vyplýva, že slovenský trh s expresnými doručovateľskými službami je koncentrovaný. Na trhu existuje viac poskytovateľov expresných služieb, no vplyvom fúzií a zahraničného kapitálu hrajú 4 hráči na slovenskom trhu významnú úlohu a zastávajú veľký podiel na domácom trhu. Ostatní poskytovatelia nemajú prakticky oproti štyrom dominantným podnikom šancu na vyrovnaný konkurenčný súboj.

4.2.2 Index entropie

Entropia sa pôvodne využívala v termodynamike ako jedna zo stavových veličín, ktorá meria neusporiadanosť systému. Avšak je možné túto kategóriu využiť aj na meranie úrovne konkurenčného prostredia na trhu poštových služieb. Pre účely takéhoto merania je možné navrhnúť dva spôsoby:

- počet súťažiacich, respektíve poskytovateľov služieb na trhu,
- entropia.

Štandardné zisťovacie metódy pozostávajú z definovania počtu poskytovateľov služieb podnikajúcich na určitom trhu. Všeobecne sa odhaduje, že súťaž nadobúda efektívnosť, ak sú na trhu aktívny minimálne traja poskytovatelia určitej služby. Na samotný rozsah konkurenčného boja na trhu možno použiť tri základné modely:

- na trhu neexistuje konkurenčná súťaž, existuje len jeden poštový operátor. V blízkej minulosti ním bol poskytovateľ univerzálnej poštovej služby pre zásielky týkajúce sa poštovej výhrady,
- na trhu existuje možná konkurenčná súťaž, dvaja veľkí poskytovatelia poštových služieb majú rozdelený trh určitej krajiny a bránia vstupu ďalšieho operátora na trh,
- pravdepodobná konkurenčná súťaž, kedy na trhu fungujú traja a viacerí poštovní operátori, ktorí cenovou politikou a kvalitou služieb usilujú o zákazníka.

Hoci sa predpokladá, že pri počte troch a viacerých operátorov súčasne pôsobiach na jednom trhu bude uplatnená hospodárska súťaž, tak je tiež nutné zohľadniť rozdelenie služieb využívaných zákazníkmi na danom trhu. Ak má jeden operátor podiel na trhu 90 % a zvyšní dvaja si delia 10 % na polovicu, je ťažké hovoriť o hospodárskej súťaži. Z tohto dôvodu sa často využívajú na hodnotenie úrovne trhového systému v krajine indexy koncentrácie trhu. Matematické vyjadrenie entropie: [14]

$$H = - \sum_{i=1}^n x_i \log(x_i)$$

kde n predstavuje počet poskytovateľov poštových služieb vykonávajúcich obchodnú činnosť na území SR, x_i odzrkadľuje trhovú podiel každého poskytovateľa.

Podľa použitej formuly vychádzame z nasledovných hodnôt:

- ak je hodnota indexu $H = 0$, tak trh určitej krajiny je využívaný jediným poskytovateľom,
- ak je hodnota indexu $H = 1$, tak v hypotetickej rovine na trhu pôsobí rovnomerné postavenie 10 poskytovateľov služieb.

Rozklad vzťahu pre výpočet entropie umožní využiť jej vlastnosti aj pre analýzu podnikovej diverzifikácie a jej vplyv na podnikový rast. Ak vezmeme do úvahy, že trhovú podiel určitého podniku na trhu i , potom hodnota entropie určuje podnikovú diverzifikáciu.

Entropia rovná nule charakterizuje podnik ako úzko špecializovaný. Na druhej strane maximálna entropia odzrkadľuje maximálnu diverzifikáciu trhu. Otázka diverzifikácie činnosti podniku je aktuálna aj pre oblasť poštových služieb, kde ako bolo naznačené trendom súčasnej doby je hľadanie komplexného riešenia pre zákazníka.

Záver

Desať mesiacov po úplnej liberalizácii poštového trhu je predčasné hovoriť o jej pozitívnych či negatívnych dopadoch. Faktorom braným do úvahy pri posudzovaní situácie na plne liberalizovanom trhu poštových služieb je však pravdepodobnosť straty podielu poskytovateľa univerzálnej poštovej služby v objemoch zásielok a s tým súvisiaca elasticita dopytu. Predpokladá sa, že trh sa začne správať podľa princípov elasticity dopytu a teda podľa požiadaviek kvality a ceny bude zákazník uvažovať nad poskytovateľom poštových služieb. Tento fakt je opäť možné využiť pri výpočte HHI indexu koncentrácie trhového podielu v závislosti na cenách poštových služieb. Úplné otvorenie trhu je tak veľkou výzvou pre poskytovateľa univerzálnej služby v smere zvýšiť kvalitu služby tak, aby si zachoval svojich zákazníkov.

Ďalším významným prvkom v súčasnej situácii je vymedzenie relevantných trhov, nakoľko táto skutočnosť je nevyhnutnosťou pre zabezpečenie regulačných opatrení najmä v segmente zameniteľných služieb vo vzťahu k univerzálnej službe. V minulosti otázka relevantných trhov na trhu poštových služieb bola riešená len okrajovo, kedy Protimonopolný úrad SR vo svojich rozhodnutiach pri posudzovaní koncentrácií definoval v rámci podnikateľských aktivít jednotlivých účastníkov koncentrácie (s ohľadom na dopytovú a ponukovú substitúciu a ich priestorovú dimenziu) jednotlivé tovarové relevantné trhy a to nasledovne: [12]

1. Relevantný trh medzinárodného expresného doručovania
2. Relevantný trh medzinárodnej expresnej prepravy nákladov
3. Relevantný trh nákladnej prepravy (medzinárodná alebo vnútroštátna)
4. Relevantný trh tuzemského expresného doručovania
5. Relevantný trh logistiky

Ide však o vymedzenie trhov výlučne pre potreby posudzovania koncentrácie v segmente expresných, kuriérskych a logistických služieb, o čom v minulosti výhradne rozhodoval Protimonopolný úrad. V súčasnosti je však potrebné vyriešiť otázku spolupráce Poštového regulačného úradu SR a Protimonopolného úradu SR pri posudzovaní zameniteľných služieb v nadväznosti na právne predpisy z oblasti hospodárenej súťaže vo vzťahu k obdobným typom služieb ako je univerzálna služba, ktorá je poskytovaná ako služba vo verejnom záujme.

Literatúra

- [1] ACHIMSKÝ, K a kol.: Riešenie problematiky zameniteľných poštových služieb. Záverečná správa k projektu č. 0275/11 [riešiteľský kolektív: zodpovedný riešiteľ: Achimský, K., spoluriešitelia: Achimská, V., Chrenková, A., Madleňáková, L., Rostášová, M.]
- [2] BUKOVÁ, B., MADLEŇÁK, R., KUBASÁKOVÁ, I.: Elektronické podnikanie v doprave a logistike. 1. vyd. - Bratislava: Iura Edition, 2009. - 315 s. - ISBN 978-80-8078-274-0
- [3] ČOREJOVÁ, T., FÁBEROVÁ, I.: Regulácia, jej kvalitatívne charakteristiky a metódy hodnotenia dopadov. Konferencia POSTPOINT 2009. vyd. Žilinská univerzita v EDIS – vydavateľstve ŽU. september 2009. s. 53. ISBN 978-80-554-0085-3

- [4] IMRÍŠKOVÁ, E.: Bariéry makroprostredia vstupu poštových operátorov na trh poštových služieb. Konferencia POSTPOINT 2009. vyd. Žilinská univerzita v EDIS – vydavateľstve ŽU. september 2009. s. 108. ISBN 978-80-554-0085-3
- [5] MADLEŇÁKOVÁ, L., MAJERČÁKOVÁ, M.: Legislatíva v poštových službách a elektronických komunikáciách [elektronický zdroj] /. - 1. vyd. - Žilina : Žilinská univerzita v Žilina, 2007. - 1 elektronický optický disk (CD-ROM). - ISBN 978-80-8070-789-7
- [6] MADLEŇÁKOVÁ, L.: Hodnotenie postavenia telekomunikačných operátorov. In: Doprava a spoje: internetový časopis. - ISSN 1336-7676. - Č. 1 (2007), 8 s. Spôsob prístupu: <http://fpedas.utc.sk/dopravaaspoje/2007/1/madlenakova.pdf>.
- [7] MADLEŇÁKOVÁ, L.: Analýza postavenia Slovenskej pošty, a.s. na trhu expresných služieb In: POSTPOINT 2007 : medzinárodná konferencia zástupcov poštových správ a univerzít. Katedra spojov - ŽU Žilina : Žilina 12. - 14. september 2007 : zborník prednášok. - Žilina: Žilinská univerzita, 2007. – ISBN978-80-8070-729-3. - S. 169-176.
- [8] ŠVADLENKA, L. SALAVA, D., MORKUS, J.: Future role of postal services in the face of new market conditions and communication technologies. Pardubice : University of Pardubice ; 2008. ISBN 978-80-7395-144-3
- [9] ZUZÁK R., KÖNIGOVÁ M.: Krizové řízení podniku. Praha: Grada Publishing, 2009. s.169. ISBN 978-80-247-3156-8
- [10] Accenture Report, august 2008. International Postal Liberalization – Comparative Study of US and Key Countries. [online]. [s.a.]. [cit. 2010-04-14]. Dostupné na internete: <www.usps.com/postallaw/_pdf/AccentureReport.pdf>.
- [11] Cenová regulácia. [online]. [s.a.]. [cit. 2012-10-24]. Dostupné na internete: <http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/legislation/staff-workingpaper_en.pdf>.
- [12] Rozhodnutie Protimonopolného úradu SR číslo: 2002/FH/3/1/244
- [13] Zákonom č. 324/2011 Z. z. o poštových službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov
- [14] http://www.econometrics.sk/img/Fundamentalna_analyza_akciovych_trhov.pdf

Grantová podpora

VEGA 1/0421/12 Modelovanie difúzie znalostí v podnikových hodnotových reťazcoch
IV/KS/2012 Optimalizácia poštových technologických procesov vo väzbe na dopravný systém