

K PROBLEMATIKE VÝVOJA POŠTOVÉHO TRHU V SR

Lucia Madleňáková¹

Úvod

Súčasný vývoj poštových služieb v Európe, ale i v národnom meradle je ovplyvnený množstvom zmien a trendov najmä prudkým rastom internacionalizácie, globalizácie a liberalizácie. Poštovní operátori sú tak nútení meniť svoju obchodnú politiku a oveľa viac rešpektovať požiadavky zákazníkov a reagovať na existujúcu konkurenciu. Aj keď na jednej strane klesá úloha štátu ako vlastníka verejnej poštovej siete ako poskytovateľa poštových služieb, na druhej strane je nevyhnutné udržať jeho postavenie v úlohe regulátora v záujme zabezpečenia dostupnosti k poštovým službám na požadovanej úrovni kvality ako základnému nástroju komunikácie.

Trendy ovplyvňujúce poštový trh

Globalizácia

Globalizácia v pošte je reakciou a odpoveďou na globalizáciu priemyslu a obchodu. Dochádza k rozširovaniu a rastu národných poštových sietí, ktoré presahujú úzke rámce národných hraníc. A dokonca v prípadoch, kedy určité podmienky bránia priamej expanzii, sa využívajú strategické aliancie a partnerstvá. Z hľadiska globalizácie poštového trhu patria medzi najvýznamnejšie 4 poštové podniky označované aj ako veľká štvorka „big four“ – francúzska La Poste, nemecká Deutsche Post World Net, holandská TNT Post Group a anglická Royal mail. Tieto podniky si vytvorili celosvetové prepravné a logistické siete, pozostávajúce z množstva dcérskych spoločností, ktoré pôsobia takmer na celom svete. Rovnakú stratégiu ďalšieho rozvoja prijali aj Swiss Post, Poste Italiane a ďalšie poštové podniky. [2]

Technológia

O vplyve elektronických médií na poštový trh už dnes nemožno vôbec pochybovať. Ich neustály rozvoj bude tradičnej pošte ukraľovať z pomyselného koláča i naďalej. Za posledných päť rokov vzrástol objem posielaných správ v celosvetovom meradle medziročne o vyše 50%, ale počet správ posielaných poštou stagnoval alebo rástol len veľmi pomaly (do

¹ Ing. Lucia Madleňáková, PhD., Katedra spojov, Fakulta prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov, Žilinská univerzita v Žiline, Univerzitná 1, 010 26 Žilina, Lucia.Madlenakova@fpedas.utc.sk

5%). Obdobne rýchlym tempom sa rozvíja aj elektronické bankovníctvo. V roku 2004 bolo v celosvetovom meradle odoslaných približne 6 miliárd SMS správ, pričom v roku 2006 by to malo byť až 8 miliárd. Z hľadiska pošty predstavujú nové technológie na jednej strane hrozbu, na druhej však mimoriadnu príležitosť. Hrozba sa prejavuje v tom, že moderné technológie prinášajú nové, mimoriadne rýchle a účinné formy komunikácie, ktoré postupne nahrádzajú komunikačné kanály, v ktorých pošta zohrávala hlavnú úlohu. Na strane druhej nová technológia a jej využitie prináša pošte príležitosti na zvýšenie výkonnosti, zníženie nákladov, získanie ďalších trhov a vytvorenie nových produktov, pričom umožňuje zrýchliť spracovanie zásielok, poskytnúť zákazníkom ďalšie doplnkové služby s pridanou hodnotou, ktoré umožnia napr. sledovať zásielky v procese prepravy s poskytnutím informácie o jej dodaní, zvýšiť bezpečnosť zásielok a pod.

Liberalizácia

Tento trend je vyvolaný celkovým vývojom a reformami prebiehajúcimi v Európe, ako aj v iných častiach sveta, pričom dochádza k odstraňovaniu hraníc a obmedzení, ktoré umožňovali mimoriadne alebo monopolné postavenie z hľadiska produkcie vybraných produktov. Konkrétnym príkladom je postupná liberalizácia listovej pošty v krajinách Európskej únie, ktorá sa dotýka i Slovenskej pošty, a.s.. V krajinách EÚ bola listová pošta do 31. 12. 2002 vyhradená maximálne do 350g, prípadne do 5-násobku základnej tarify. Od 1. 1. 2003 je výhrada znížená na úroveň 100g alebo do trojnásobku základnej tarify. Od 1. 1. 2006 je táto úroveň znížená na 50g alebo do 2,5-násobku základnej tarify. Od 1. 1. 2009 by mala byť oblasť listovej pošty plne liberalizovaná.

Poštový trh SR a poskytovanie univerzálnej poštovej služby

Zákon č. 507/2001 Z. z. o poštových službách v znení zákona 15/2004 Z.z. určuje podmienky poskytovania poštových služieb na poštovom trhu v SR a ich štátnu reguláciu. Upravuje práva a povinnosti poskytovateľov a užívateľov univerzálnej poštovej služby v stanovenom rozsahu a tiež poskytovanie vyhradených služieb vrátane postupnej liberalizácie v tejto oblasti v zmysle odporúčaní smernice 97/67/EC a 2002/39/EC.

Univerzálna poštová služba

Poskytovanie univerzálnej služby v SR rovnako ako v iných krajinách EÚ vychádza zo záujmov štátu zabezpečiť komunikáciu a dostupnosť služieb.

Univerzálna služba je súbor poštových služieb, ktoré je poskytovateľ univerzálnej služby povinný poskytovať trvalo v prístupových a kontaktných miestach za rovnakých podmienok, v určenej kvalite a za prijateľné ceny všetkým užívateľom každý pracovný deň najmenej s jedným vyberaním a dodávaním denne. V rámci univerzálnej služby sa k zásielke poskytuje služba doporučené a poistenie.

Poskytovateľ univerzálnu poštovú službu podľa ustanovenia § 3 zákona č. 507/2001 Z.z. o poštových službách v znení neskorších predpisov a v rozsahu podľa § 18 odsek 2 môže iba poštový podnik, ktorý je držiteľom poštovej licencie.

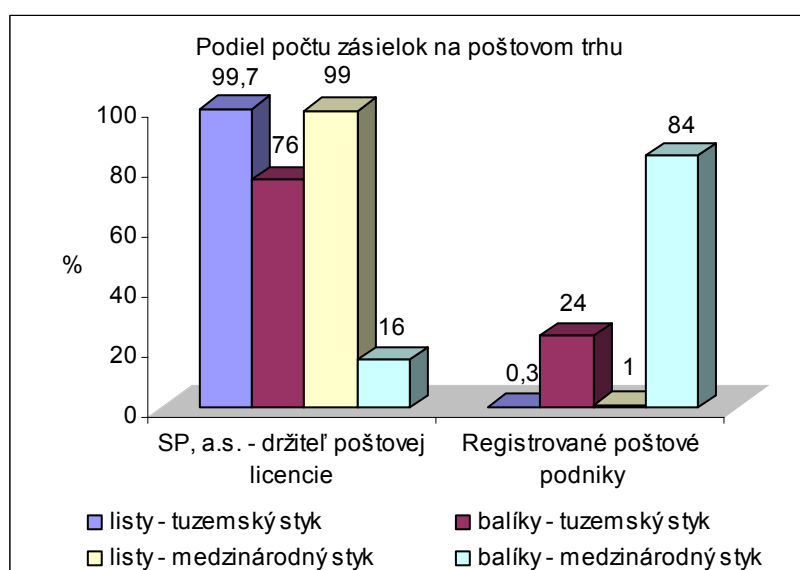
Poštový regulačný úrad určil povinnosť poskytovať univerzálnu poštovú službu Slovenskej pošte, a.s. v poštovej licenci č. 1223/020/2002 udelenej 27. decembra 2002. Taktiež v súlade s §18 ods. 4 zákona o poštových službách Poštový regulačný úrad uložil v tejto poštovej licenci poskytovateľovi univerzálnej služby povinnosť vykonávať aj poštový platobný styk. Rozsah univerzálnej poštovej služby a poštového platobného styku poskytovaného v zmysle predmetnej licencie

Keďže ide o zabezpečovanie služieb verejného záujmu či tzv. sociálne orientovaných poštových služieb, ich poskytovateľ má v zmysle zákona vyhradené poskytovať služby tvoriace poštovú výhradu ako kompenzáciu strát, ktoré by mohli vzniknúť pri zabezpečovaní požadovanej dostupnosti univerzálnej poštovej služby. Smernice predpokladajú postupné znižovanie poštovej výhrady k 1.1.2006 na 50g a úplnú liberalizáciu zrušením výhrady v krajinách EÚ k 1.1.2009 a zároveň úpravu legislatívy tak, aby bol umožnený prístup do verejnej poštovej siete iným poštovým operátorom. S účinnosťou zákona o poštových službách sa od 1. januára 2002 obmedzil monopol Slovenskej pošty, š. p. (od 1.10.2004 SP, a.s.) na poskytovanie poštových služieb a formálne sa legitimizovalo pôsobenie súkromných podnikov na trhu poštových služieb. Aj keď zákon zatiaľ nestanovuje podmienky pre úplné otvorenie trhu poštových služieb, vláda prijala rozhodnutie úplne ho liberalizovať k 1.1.2007, čo si vyžiada prípravu novely zákona č. 507//2001 Z.z. o poštových službách v znení zákona 15/2004 Z.z..

Konkurencia

Na trhu poštových služieb v súčasnosti možno hovoriť o konkurencii zahraničnej a domácej. Zo strany zahraničných skupín ide o veľké nadnárodné spoločnosti s moderným logistickým a prepravným zázemím po celej Európe, poskytujúcich služby v medzinárodnom i tuzemskom styku (UPS Slovak parcel service s.r.o., IN TIME s.r.o., DHL Expres Slovakia

s.r.o., TNT Express Worldwide s.r.o., DPD s.r.o., Inspekta Slovakia s.r.o. s licenciou na poskytovanie služieb v sieti FedEx Corp., Lindbergh & Dachser, a.s.). Domáca konkurencia sa orientuje najmä na oblasť zrýchlenej prepravy zásielok, kuriérskych služieb a neadresných reklamných zásielok. Ide o spoločnosti TEN Expres Slovakia, s.r.o, Inspekta Slovakia, s.r.o., ReMax Courier Service, s.r.o., M&G Expres Spedition, s.r.o., Prvá doručovacia, s.r.o. a ďalšie. Od roku 2003 Poštový regulačný úrad registruje celkom 18 poštových podnikov, ktoré poskytujú poštové služby v súlade so všeobecným povolením, ide teda o priamu konkurenciu. Podiel objemov prepravovaných zásielok verejným operátorom a ostatnými poštovými podnikmi znázorňuje obrázok 1. [7]



Obrázok 1 Podiel počtu zásielok na poštovom trhu

V súčasnosti na Slovensku pôsobia aj tzv. nepoštovní operátori špecializujúci sa na balíkový trh SR, ktorý je úplne liberalizovaný. Napriek tomu, že pozícia Slovenskej pošty, a.s. na balíkovom trhu vnútroštátneho styku je v posledných rokoch stabilná, existuje tu reálna možnosť budúceho prerozdelenia jej zákazníkov rastúcou konkurenciou v tomto segmente. V súvislosti s predpokladaným vstupom ďalších veľkých operátorov, možno očakávať ešte väčšiu cenovú a kvalitatívnu konkurenciu a uplatňovanie agresívnej cenovej politiky (dumpingu) môže v krátkej dobe oslabiť pozíciu Slovenskej pošty, a.s. na balíkovom segmente poštového trhu. Dôležitú úlohu o získanie vplyvu na slovenskom trhu poštových služieb môžu zohrať najmä spoločnosti s dobre vybudovanou prepravnou sieťou, ktoré by mohli byť lákavou akvizíciou pre veľké poštové správy pri vstupe na slovenský trh.

Iná je situácia na trhu listových zásielok. Keďže táto časť trhu zatiaľ nie je úplne liberalizovaná, konkurenčný boj sa ešte výrazne neprejavil. Slovenská pošta, a.s., ako jediný poskytovateľ univerzálnej služby, má na základe poštovej výhrady pomerne chránenú pozíciu na trhu listových zásielok. Avšak v súvislosti s pripravovanou úplnou liberalizáciou trhu poštových služieb sa dá v blízkej budúcnosti očakávať „tuhý boj“ o zákazníka. Dá sa predpokladať, že o slovenský trh budú mať záujem najmä poštové veľmoci, ktoré v Európe už niekoľko rokov vedú nekompromisný boj o získanie vplyvu na poštovom trhu mimo vlastnej krajiny. V tomto smere je najagresívnejším poštovým operátorom Deutsche Post so 16-mi výmennými poštami v zahraničí (údaj z roku 2004). Jej skutočný záujem o národné trhy listových zásielok potvrdzujú aj vyhlásenia, že do roku 2010 by chcela pôsobiť vo všetkých európskych krajinách a byť obdobou UPS a FedEx-u na európskom trhu.

Konkurenciu pre poskytovateľa univerzálnej služby však predstavujú aj spoločnosti, pôsobiace na trhu elektronických komunikácií. Tento trh je približne 5-krát väčší ako trh poštových služieb a predstavuje hrozbu vo forme poskytovania substitučných služieb.

SP, a.s. – príprava na „bitku o pozíciu na trhu“

Na to aby mohla obstať SP, a.s. v novovzniknutej situácii na poštovom trhu, byť konkurencieschopná a udržať si svoj trhovú podiel aj po očakávanom vstupe zahraničných operátorov, musí sa dôsledne pripraviť v rámci všetkých oblastí činnosti podniku. Z hľadiska konkurenčného boja je ale podstatná:

- potreba poznania konkurencie, identifikácia jej slabých a silných stránok,
- zvýšenie dôrazu na propagáciu – zlepšenie imidžu SP, a. s., dôraz na tradíciu, kvalitu, rýchlosť a spoľahlivosť,
- orientácia na potreby zákazníkov – je prvoradým princípom pre všetky subjekty pôsobiace na trhu. Firma musí presvedčiť zákazníka, že sa mu vždy snaží poskytnúť služby tej najvyššej kvality a získať tak oddaných zákazníkov,
- diverzifikácia služieb – poskytovanie služieb uspôsobených „na mieru“ - najmä pre strategických a veľkých klientov. Požiadavky zákazníkov na komplexné služby stimulujú i rozvoj činností, ktoré pošta bežne nevykonáva, ale určitým spôsobom s poštou súvisia, napr. obáľkovanie, balenie tovaru, skladovanie a logistika. Realizácia takýchto činností umožňuje získať ďalšie zdroje príjmov a poskytnúť komplexné služby zákazníkom,
- ekonomická efektívnosť je dôležitá z hľadiska poskytovania služieb, ktoré prinášajú zisk a cenou zodpovedajú požiadavkám trhu a cenám konkurencie,

- využitie nových technológií umožňuje poskytnúť zákazníkovi k základným produktom ďalšiu pridanú hodnotu vo forme rýchlejších služieb (napr. peňažné poukazy, služby podporované elektronickou komunikáciou), možnosť sledovať doručenie zásielky (Track and Trace), vytvárať zásielky v prostredí internetu (hybridný mail) a ďalšie,
- zabezpečenie flexibility, zvýšenie výkonnosti, ekonomickej efektívnosti a zvyšovanie efektívnosti a skvalitnenia personálnych zdrojov,
- zváženie možných aliancií a partnerstiev s poštovými správami v regióne, príp. s významnými zákazníkmi pre zabezpečenie stabilnej pozície na trhu, ale popritom ponechať dôraz na zachovanie vlastnej identity.

Konkurencia v oblasti poštových služieb je reálny fakt už v súčasnosti a do budúcnosti možno očakávať len jej nárast.

Predpoklady vývoja poštových produktov

Zjednodušene sa dá povedať, že na trhu prežijú len tie produkty, o ktoré bude mať zákazník záujem. Pôjde najmä o: [5]

- zásielky s takým obsahom, ktorý sa inak nedá prepraviť. Sú to najmä zásielky s tovarom a propagačným materiálmi, ktoré s podnikaním a obchodom úzko súvisia. Budú tvoriť väčšinu objemu prepravovaných zásielok (v krajinách EÚ zhruba 2/3),
- zásielky, ktorých zasielanie inou formou by bolo nevhodné,
- zásielky, pri ktorých sa ponúknu lepšie podmienky ako konkurencia.

Vzhľadom na rýchly vývoj informačno-komunikačných technológií to budú produkty elektronickej pošty, ktoré sú už dnes dôležitou súčasťou trhu poštových služieb. Veľký význam v tejto oblasti zastáva hybridná pošta a direct mail. V oblasti balíkovej prevádzky pôjde predovšetkým o internetové zásielkové obchody, kde v súčinnosti poštovej prevádzky a hybridnej pošty bude možné poskytovať niekoľko druhov klasických služieb (listy, katalógy, balíky,...) a doplnkových služieb. Na základe skúseností z krajín EÚ sa dá predpokladať, že väčšina balíkov medzinárodného styku bude podávaných firmami a výrazným spôsobom sa u nás rozvinú služby typu B2B a B2C. Nakoľko trend vývoja expresných služieb ukazuje rastúcu tendenciu, prognózy naznačujú, že podiel klasickej pošty sa bude znižovať, keďže nebude možné udržať krok so silnými nadnárodnými spoločnosťami, ktoré disponujú jednotne riadenou celosvetovou sieťou, a ponúkajú porovnateľné podmienky

a kvalitu poskytovaných služieb. Tieto spoločnosti ovládajú asi 90 % celosvetového expresného trhu a netaja sa zámerom trh úplne ovládnuť. Predpokladá sa však, že tieto spoločnosti neohrozia ostávajúci 10% podiel pošty, nakoľko sú sústredení prevažne na veľkých zákazníkov. Skôr sa však predpokladá ich prienik na balíkový trh. V tejto oblasti sa bude musieť preto aj SP, a.s. zamerať na tzv. malých, stredných a náhodných zákazníkov, t. j. takých, ktorí pri rozhodovaní riadia cenou, alebo uvažovať o spolupráci s jedným z „veľkej štvorky“. [3], [6]

Záver

Slovenský poštový trh je súčasťou celosvetového globálneho poštového trhu, ktorý sa neustále mení a vyvíja. V uplynulých rokoch úspešne nastúpil cestu liberalizácie a transformácie a vďaka novej legislatíve môže reagovať na zmeny, ktoré prináša najmä vstup do európskej únie. Táto cesta je však pravdepodobne nekonečná. Predstava úplnej liberalizácie poštového trhu a očakávaný vstup zahraničných poštových operátorov si vyžiada ešte veľa úsilia ako pre poskytovateľa univerzálnej služby vzhľadom na jeho špecifickú pozíciu, tak aj regulátora ako tvorcu regulačného rámca a nestranného rozhodcu.

Literatúra:

- [1] BORKOWSKI, S.- ČOREJOVÁ, T.: *Instrumenty rozwiązywania problemów w zarządzaniu*. Wyzsza Szkoła Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu, 2004, ISBN 83-89275-46
- [2] KREMEŇOVÁ, I.: *Globalizačné trendy v pošte a liberalizácia trhu s poštovými službami*. In: SPRAVODAJCA Žilinskej univerzity v Žiline, Žilinská univerzita v Žiline, Ročník XXIII., 8, Október 2005, EDIS – vydavateľstvo ŽU, Registrácia OÚ 3/91. str. 11.
- [3] MADLEŇÁK, R.: *Elektronický obchod*. - Žilina : Žilinská univerzita, 2004. - 160 s. - ISBN 80-8070-192-X.
- [4] MADLEŇÁKOVÁ, L.: *Cenová regulácia v sektore poštových služieb*.: Pošta, Telekomunikácie a Elektronický obchod: elektronický odborný časopis zameraný na problematiku poštových a telekomunikačných podnikov a oblasť elektronického obchodovania. - ISSN 1336-8281. - Roč. 1, č. 2 (2006), s. 26-33.
<http://ks.utc.sk/casopis/aktualne2.htm>.

- [5] ŠVADLENKA L. *Management v poštovních službách*. První vydání. Univerzita Pardubice, 2006. 121 s. ISBN 80-7194-714-8.
- [6] VACULÍK, J.: *Telematické služby - Žilina* : Žilinská univerzita v EDIS, 1998. - 127 s. ISBN 80-7100-530-4.
- [7] Poštový regulační úřad: Výroční správa 2005

Lektoroval:

doc. Ing. Iveta Kremeňová, PhD., Žilinská Univerzita, Žilina

Zadané na uverejnenie: **31. mája 2006**