

PIACNYITÁS A POSTAI PIACOKON*

A tanulmány a postai piacok új fejleményeit foglalja össze. Mivel az utóbbi évek legfontosabb eseménye a teljes piacnyitás volt, így a vizsgálódás középpontjában is a liberalizáció áll. Az írás első része az európai uniós postai piacok fontosabb fejleményeit vázolja fel, tárgyalva a verseny fejlődését, a piacnyitás tapasztalatait és az ebből fakadó szabályozási kihívásokat. A második rész a hazai postapiacot vizsgálja. Bemutatja az új jogszabályi környezet fontosabb változásait, majd áttekinti a hazai postapiacok fejleményeit, vizsgálva a piaci versenyt és a piac méretét, az árak alakulását, valamint a szolgáltatásminőség változását.

Az Európai Unió postai piacainak vizsgálata különlegesen időszerű, ugyanis azoknak a tagországoknak – köztük Magyarországnak – is teljes mértékben meg kellett nyitniuk postai piacukat a verseny előtt, amelyek 2013. január elsejéig haladékot kaptak, azaz le kellett bontaniuk az utolsó, 50 gramm alatti súlykategóriába tartozó levélküldemények piacát védő jogszabályi belépési korlátokat. A 2008 februárjában elfogadott harmadik postai irányelv (2008/6/EK) a tagállamok többsége számára 2010. december 31-ét tűzte ki a teljes piacnyitás végső dátumaként, de tizenegy (főleg újonnan csatlakozott) tagállam – köztük Magyarország – számára e céldátumot 2012. december 31-ére tolták ki. Bár a piacnyitás tapasztalatait még nem dolgozták fel azoknak az országoknak az esetében, amelyek 2011-től liberalizálták postai piacukat (a tervek szerint éppen 2013-ban készül el az e tapasztalatokat is összefoglaló következő implementációs jelentés), hasznos tanulságokkal szolgálhatnak azon tagállamok – Németország, Finnország, Svédország, Egyesült Királyság, Hollandia és Észtország – postai piacainak fejleményei, ahol a postai piacokat már e céldátumok előtt teljesen megnyitották a verseny számára. A továbbiakban először nemzetközi kitekintéssel kezdjük: az európai uniós tagországok postai piacainak újabb fejleményeit tekintjük át, összefoglalva a piacnyitás eddigi tapasztalatait,¹ majd áttekintjük a magyar postai szektor aktuális helyzetét.

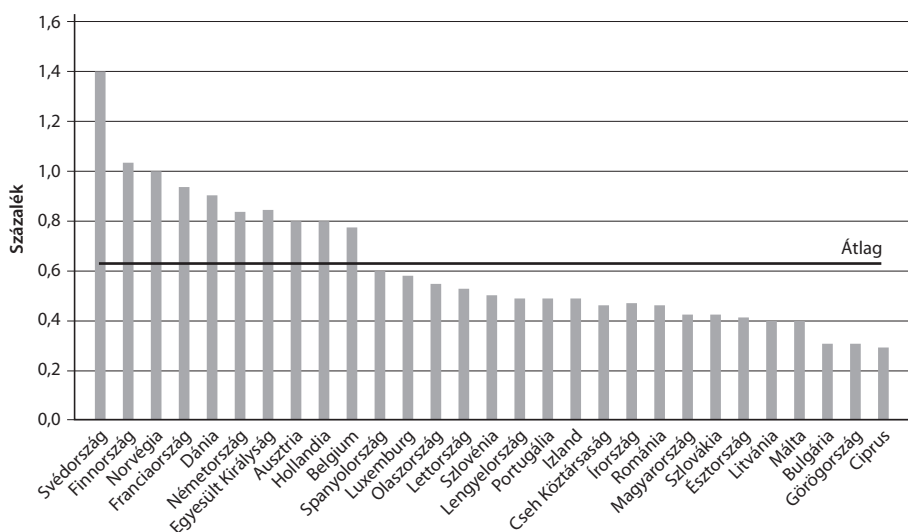
* Jelen publikáció a TÁMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0025. számú projekt támogatásával valósult meg. A szerző köszöni a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, azon belül is *Bóta Ibolya*, a postafelügyeleti főosztály vezetője együttműködését.

¹ A tanulmányban szereplő országgrövidítések a következők: AT – Ausztria, BE – Belgium, BG – Bulgária, CH – Svájc, CY – Ciprus, CZ – Cseh Köztársaság, DK – Dánia, DE – Németország, EE – Észtország, IE – Írország, EL – Görögország, ES – Spanyolország, FI – Finnország, FR – Franciaország, HU – Magyarország, IS – Izland, IT – Olaszország, LI – Liechtenstein, LT – Litvánia, LU – Luxemburg, LV – Lettország, MT – Málta, NL – Hollandia, NO – Norvégia, PL – Lengyelország, PT – Portugália, RO – Románia, SI – Szlovénia, SK – Szlovákia, SE – Svédország, UK – Egyesült Királyság.

AZ EURÓPAI POSTAI PIACOK

A postai szektor továbbra is fontos része az EU gazdaságának: 2009-ben a postai piac hozzájárulása az Európai Unió GDP-jéhez megközelítően 0,6 százalék (70,2 milliárd euró) volt, és a foglalkoztatottak 0,75 százaléka (1,62 millió fő) ebben az iparágban dolgozott (*Okholm és szerzőtársai* [2010] 21. o.). Ugyanakkor az 1. ábrán láthatjuk, hogy a postai szektor részesedése a GDP-ből a régebbi tagállamok (EU–15) esetében nagyobb volt, mint az újaknál (EU–12). Ez a különbség a postai piacok érettségére is rámutat. Azokban az országokban, ahol az egy főre jutó küldeményforgalom jóval nagyobb és összetettebb postai szolgáltatásokat kínálnak, a postai szektor nagyobb arányban járult hozzá a GDP-hez, szemben a kisebb küldeményszámmal és inkább alapvető postai szolgáltatásokkal jellemezhető kelet-európai országokkal. Továbbá úgy tűnik, hogy nagyobb az iparág jelentősége azokban az országokban, amelyek a postai szektor reformjában előrébb járnak (például Egyesült Királyság, Finnország, Németország, Svédország).

Általánosan elmondható, hogy az egyedi levél- és csomagküldemények árai gyorsabban nőttek 2007–2009 között az EU–12 országaiban, ahol jelentősen kisebb az egy főre jutó küldemények száma, mint az érett postai piacokkal jellemezhető EU–15 országaiban. Az árak növekedésének ellenére a postai szolgáltatások megfizethetősége (hány munkaórát kell dolgozni e szolgáltatások díjának megfizetéséhez) átlagosan nem változott, mivel a postai szolgáltatások ára ezen időszakban nem nőtt



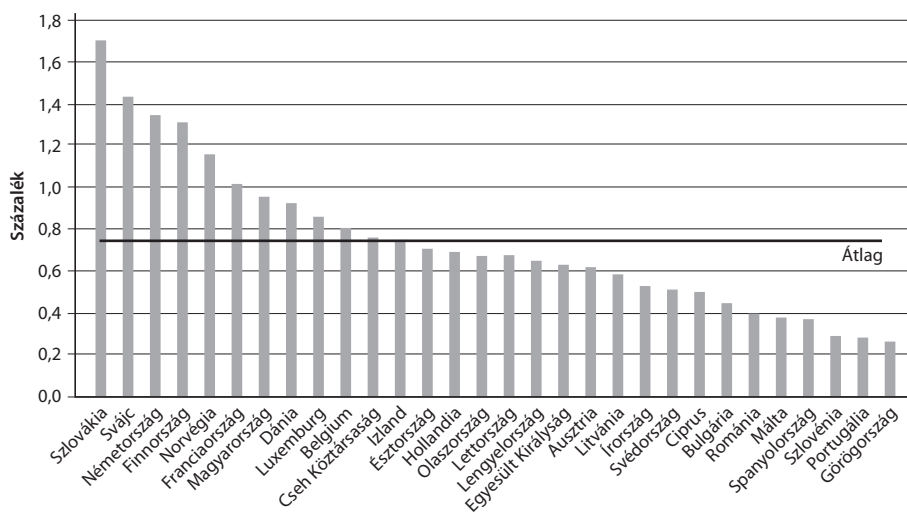
Forrás: *Okholm és szerzőtársai* [2010] 23. o.

1. ÁBRA • A postai szektor hozzájárulása a GDP-hez, 2009

a béreknél nagyobb mértékben (persze itt is vannak különbségek az egyes országok között, amire az árak vizsgálatakor visszatérünk).

A foglalkoztatottak aránya is jelentős eltéréseket mutat az egyes európai országok esetében (2. ábra). Itt ugyanakkor nem jellemző az eltérés a régi és az új tagállamok között (Magyarország a közel 1 százalékkal az első harmadban szerepel).

A postai szektor fejleményeinek megértéséhez fontos hangsúlyozni, hogy a postai piacok megnyitása a hagyományos levélküldemények volumencsökkenésének hosszú távú trendjébe ágyazódik. A piacnyitás a levélküldemények piaci szegmensében egy zsugorodó piacon zajlik, vagyis egyre többen próbálnak osztozkodni egyre kisebb tortán. A levélforgalom visszaesésének legfőbb oka a modern információ- és kommunikációtechnológia által létrehozott helyettesíthetőség, amire röviden e-helyettesítőkként szokás hivatkozni (e-mail, e-számlák, e-ügyintézés stb.). E digitalizációs trendet (vagyis azt a folyamatot, amelynek során a kommunikáció átrendeződik a papíralapú kommunikációtól az elektronikus és digitális felé) tartják a postai szolgáltatók az egyébként legnyereségesebb levélüzletág jövőbeli legnagyobb fenyegetésének. A levélküldeményekre nézve ez azt jelenti, hogy többek között a számlák, értesítők, közlemények, nyilatkozatok hagyományos postai úton való kézbesítése helyett azok e-mailen is továbbíthatók, vagy összegyűjthetők a vállalatok internetes felületein. A reklámküldemények és a hírlapterjesztés üzleti szegmensét ez a tendencia oly módon érinti, hogy a feltörő online média egy újabb, egyre fontosabbá váló csatorna, amelyen keresztül a vállalatok sokszor olcsóbban



Forrás: Okholm és szerzőtársai [2010] 24. o.

2. ÁBRA • A postai szektorban foglalkoztatottak az összes foglalkoztatott százalékában, 2009

és célzottabban el tudják érni a fogyasztókat (például blogok vagy közösségi hálók segítségével), el tudják helyezni reklámjaikat, illetve el tudják juttatni híreiket és információikat hozzájuk.

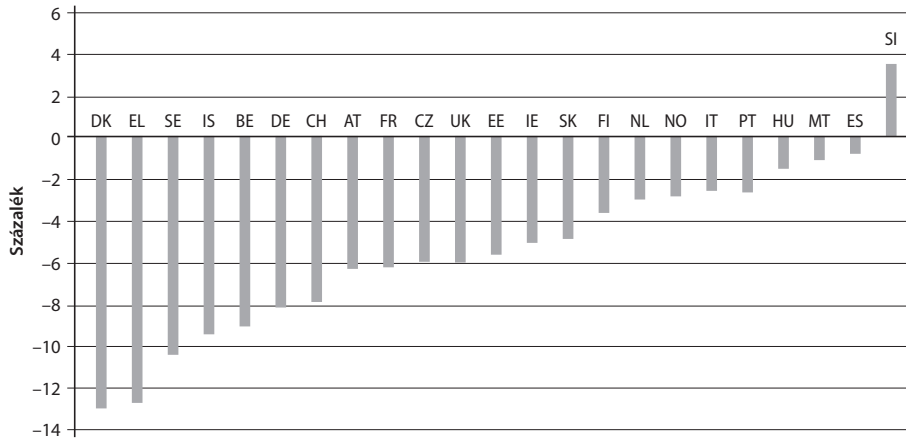
A forgalomcsökkenés e hosszú távú trendjének ráadásul a 2008-ban kezdődő pénzügyi és gazdasági válság további lökést adott. Bár a válság hatása a küldemény-forgalomra nehezen különíthető el más hatásoktól, valószínű, hogy az üzleti ügyfeleket még inkább arra ösztönözte, hogy forduljanak a hagyományos levél olcsóbb alternatívái felé (e-számlák, elektronikus kommunikációs formák a postai reklám-küldemények helyett stb.), felgyorsítva az e-helyettesítés folyamatát. Ugyanakkor az infokommunikáció és az internet térnyerésének pozitív hozadéka is van a postai ágazatra nézve: az e-kereskedelem fellendülése a csomagküldemények forgalmát növelte. Az e-kereskedelem terjedésének köszönhető forgalomnövekedés azonban épp az intenzíven versenyző piaci szegmensben érzékelhető (főleg expressz és futár-szolgáltatás), miközben az inkumbens nemzeti postai szolgáltatók hagyományosan nyereséges levélpiacai, amelyeken a piaci fölényüket viszonylag stabilan meg tudták őrizni, folyamatosan zsugorodnak.

Mindezek fényében nem meglepő, hogy a postai szektorban (elsősorban a teljes munkaidőben) foglalkoztatottak száma folyamatosan csökkent az elmúlt években. Az európai uniós országokban 2007–2009 között az inkumbensek által foglalkoztatott teljes munkaidős alkalmazottak száma összesen 6 százalékkal csökkent. A 3. ábrán láthatjuk az egyes országok közötti jelentős eltéréseket: míg Dániában és Görögországban megközelítően 13 százalékkal csökkent a foglalkoztatás, addig Máltán és Spanyolországban alig csökkent (kevesebb mint 1 százalékkal), sőt Szlovéniában még nőtt is ebben az időszakban.

A levélpiac forgalmának csökkenése nem minden szegmensben volt egyforma. A Copenhagen Economics felmérése (bár nem tekinthető reprezentatívnak, mert csak 11 ország szabályozó hatóságától kaptak adatokat: Bulgária, Csehország, Finnország, Görögország, Izland, Luxemburg, Magyarország, Németország, Portugália, Szlovákia és Szlovénia) illusztrálja az iparági trendeket (*Okholm és szerzőtársai* [2010]). Összességében a levélküldemények teljes forgalomcsökkenése a vizsgált országokban átlagosan 5 százalékos volt (a feladott küldemények mennyiségében mérve). Ezen belül az expresszlevél-szegmensben volt a legkisebb visszaesés, itt kevesebb mint 2 százalékkal csökkent a forgalom. A hagyományos levélforgalom 2–4 százalékkal esett vissza. A legnagyobb mértékben a hírlapterjesztés, a címzetlen küldemények és a címzett reklámküldemények piaci szegmensének forgalma csökkent, több mint 10 százalékkal esett vissza. A befelé irányuló nemzetközi levélforgalom és a csomagküldemények mennyisége is jelentősen, 5–10 százalékkal csökkent a vizsgált országokban (*Okholm és szerzőtársai* [2010] 24–27. o.).

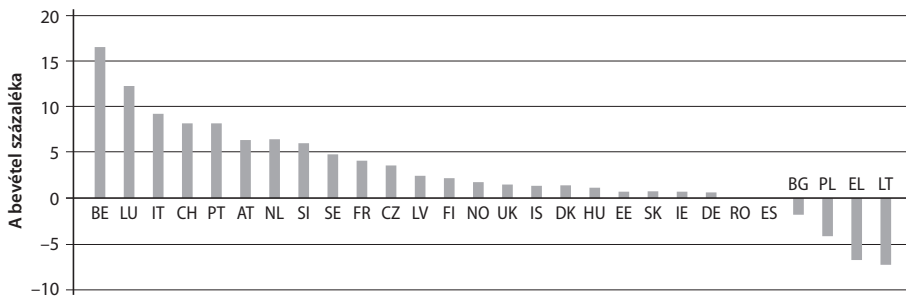
A romló piaci feltételek között az európai nemzeti postai szolgáltatók eredményessége erősen szóródott, ahogy a 4. ábrán az adózás előtti profitok széles terjedelme mutatja. 2009-ben a felmérésben részt vevő 28 ország postai szolgáltatói közül

23 pozitív profitrátát tudott elérni. E profitráták alapján három nagyobb csoportba sorolhatók a nemzeti postai szolgáltatók. A legnyereségesebbek (10 százalék körüli profitrátával) Belgium, Luxemburg, Olaszország, Svájc és Portugália szolgáltatói voltak. Öt ország szolgáltatója jelentett deficitet: Litvánia, Görögország, Lengyelország, Bulgária és Spanyolország. A többi ország szolgáltatója szerény, 0 és 5 százalék közötti nyereséghányadot ért el.



Forrás: Okholm és szerzőtársai [2010] 154. o.

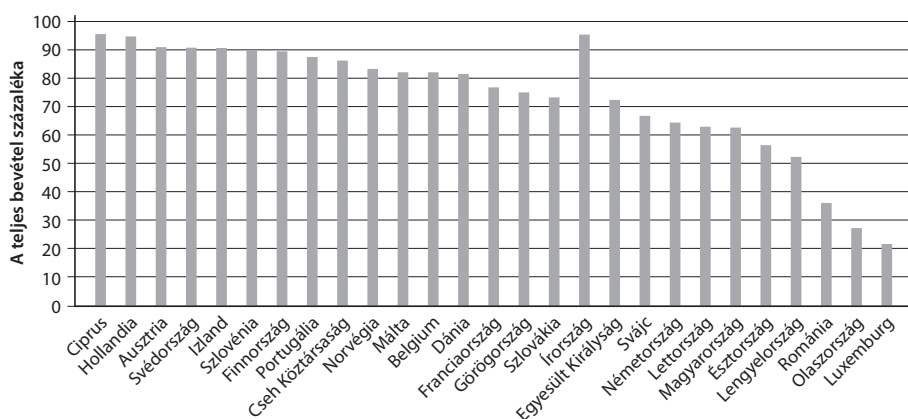
3. ÁBRA • A teljes munkaidőben foglalkoztatottak számának változása az európai nemzeti postai szolgáltatóknál, 2007–2009



Forrás: Okholm és szerzőtársai [2010] 33. o.

Ország rövidítések: AT – Ausztria, BE – Belgium, BG – Bulgária, CH – Svájc, CY – Ciprus, CZ – Cseh Köztársaság, DK – Dánia, DE – Németország, EE – Észtország, IE – Írország, EL – Görögország, ES – Spanyolország, FI – Finnország, FR – Franciaország, HU – Magyarország, IS – Izland, IT – Olaszország, LI – Liechtenstein, LT – Litvánia, LU – Luxemburg, LV – Lettország, MT – Málta, NL – Hollandia, NO – Norvégia, PL – Lengyelország, PT – Portugália, RO – Románia, SI – Szlovénia, SK – Szlovákia, SE – Svédország, UK – Egyesült Királyság.

4. ÁBRA • Az inkumbens nemzeti postai szolgáltatók profitrátái, 2009



Forrás: Okholm és szerzőtársai [2010] 34. o.

5. ÁBRA • Levél-, csomag- és logisztikai szegmensek bevételeinek aránya az összes bevételből, 2007

Ahogy az 5. ábra mutatja, a hagyományos postai tevékenységek (levélküldemények, csomagküldemények és logisztika) súlya az egyéb tevékenységekhez képest (például pénzügyi szolgáltatások, egyéb kereskedelmi szolgáltatások) nem egyforma a különböző nemzeti postai szolgáltatóknál. Míg Ciprus esetében a nemzeti postai szolgáltató bevételeinek 97,5 százaléka a hagyományos postai tevékenységekből származott, addig a luxemburgi postavállalat csak bevételei 20 százalékát szerezte e tevékenységekből. A bevételarányok ilyen fokú eltérése eltérő üzleti stratégiákra utal, igazodva a helyi keresleti jellemzőkhöz, fogyasztói igényekhez és kommunikációs hagyományokhoz.

A piacnyitás és a piaci verseny intenzitása

A legtöbb európai országban a postai vállalatok is átalakultak adminisztratív szervezetekből és állami vállalatokból az üzleti életben elterjedt szervezeti formákká (1. táblázat). Ez ugyan fontos lépés a magántőke bevonásához, de a nemzeti postavállalatok esetében a privatizációra kevés példát találunk, magánbefektetők csupán hét országban szerezhettek részesedést a nemzeti postai szolgáltatóban (Ausztria, Belgium, Görögország, Hollandia, Málta, Németország, Olaszország), de ezekből is négyenél az állam maradt a többségi tulajdonos. Csupán a holland, a máltai és a német nemzeti postai szolgáltató került magánkézbe.

1. TÁBLÁZAT • Szervezeti forma és tulajdonosi szerkezet
a nemzeti postavállalatoknál, 2010

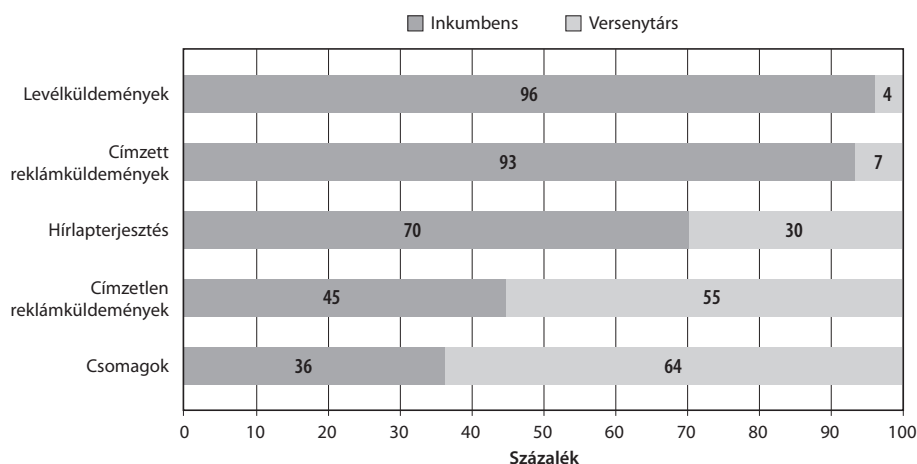
Ország	Jogi státus	Állami tulajdon nagysága (százalék)
Ausztria	Részvénytársaság	52,83
Belgium	Részvénytársaság	50 százalék + 1 részvény
Bulgária	Állami vállalat	100
Ciprus	A szakminisztérium része (kommunikációs és munkaügyi minisztérium)	100
Csehország	Állami vállalat	100
Dánia	Részvénytársaság	100
Észtország	Részvénytársaság	100
Egyesült Királyság	Részvénytársaság	100
Finnország	Részvénytársaság	100
Franciaország	Részvénytársaság	100
Görögország	Részvénytársaság	90
Hollandia	Részvénytársaság	0
Írország	Részvénytársaság	100
Lengyelország	Részvénytársaság	100
Lettország	Részvénytársaság	100
Litvánia	Részvénytársaság	100
Luxemburg	Részvénytársaság	100
Magyarország	Részvénytársaság	100
Málta	Részvénytársaság	0
Németország	Részvénytársaság	30,5 (KfW Bankengruppe)
Olaszország	Részvénytársaság	65
Portugália	Részvénytársaság	100
Románia	Állami vállalat	100
Spanyolország	Részvénytársaság	100
Svédország	Részvénytársaság	100
Szlovákia	Részvénytársaság	100
Szlovénia	Részvénytársaság	100
Izland	Részvénytársaság	100
Norvégia	Részvénytársaság	100
Svájc	Állami vállalat	100

Megjegyzés: A vállalatok jogi formáit az egyes országokban nem mindig könnyű egymásnak megfeleltetni, de a legtöbb országban a nemzeti postavállalat jogi formája leginkább a magyar jogban zártkörűen működő részvénytársaságként definiált formának feleltethető meg (a Magyar Posta is zártkörűen működő részvénytársaság).

Forrás: Okholm és szerzőtársai [2010] 32. o.

A piaci verseny intenzitását az egyes országokban és egyes piaci szegmensekben az inkumbens nemzeti postavállalatok piaci részesedésével jellemezhetjük. Minél nagyobb maradt adott piaci szegmensben az inkumbens piaci részesedése, annál gyengébb a verseny az adott területen (és fordítva). A WIK-consult 2010-es felmérése szerint az uniós postai piacokon a levélküldemények szegmensében az inkumbens nemzeti postai szolgáltatók a piacnyitás ellenére is megtartották piacaik jelentős részét, piaci részesedésük 2010 végén átlagosan 83–90 százalékos volt (*Dieke és szerzőtársai* [2011] 1. o.). A Copenhagen Economics is hasonló megállapításokra jutott: több fontos belépési korlát továbbra is fennmaradt a postai piacokon, a nemzeti postavállalatok piaci részesedése számos piaci szegmensben domináns maradt, elsősorban a hagyományos levélpiaci szegmensekben, így a postai szolgáltató választásának lehetősége az elmúlt években alig nőtt. Kisebb mértékben nőtt a verseny a nemzetközi levélküldemények esetén, valamint a reklámküldemények (címezett és címzetlen) és a hírlapterjesztés piaci szegmenseiben. Erősebb verseny elsősorban a levélküldeményeken kívüli területeken alakult ki, főképp az expressz küldemények piacain és a csomagküldemények szegmensében (*Okholm és szerzőtársai* [2010] 80–89. o.). Az eddigi tapasztalatok azt mutatják, hogy bár a teljes piacnyitás mára minden uniós tagországban megtörtént, a jogi belépési korlátok lebontásával a verseny még nem jelenik meg a piacon. Például azon országok esetében, ahol a teljes piacnyitás a harmadik postai irányelv (2008/6/EK) céldátumai előtt megvalósult (Finnország: 1991-től, Svédország: 1994. január 1-jétől, Egyesült Királyság: 2006. január 1-jétől, Németország: 2008. január 1-jétől, Észtország és Hollandia: 2009. április 1-jétől), a verseny intenzitása a levélküldemények szegmenseiben nagyon alacsony.

A 6. ábrán az inkumbens nemzeti postavállalatok és versenytársaik becsült piaci részesedéseit láthatjuk nyolc európai országban (Hollandia, Izland, Luxemburg, Magyarország, Németország, Portugália, Szlovákia és Szlovénia) a hagyományos postaiküldemény-piacokon (tehát az expressz- és futárposta nélkül). Ezek az adatok is azt tükrözik, hogy a hagyományos levélküldemények és a címezett reklámküldemények szegmenseiben a nemzeti postai szolgáltatók megtartották piaci dominanciájukat, ami nem meglepő, hiszen a kilenc ország többségében a levélküldemények jelentős hányada ekkor még a – kizárólag az egyetemes postai szolgáltató számára – fenntartott szolgáltatási körbe tartozott, továbbá a címezett levélküldemények az a szolgáltatási kör, ahol a leginkább érvényesül az inkumbens méret- és választékgazdaságosságból fakadó előnye. Az is látható, hogy a hírlapterjesztés szegmensében már kialakult érzékelhető verseny, bár megmaradt az inkumbensek – kézbesítési hálózatuk földrajzi lefedettségéből fakadó – előnye. A legélénkebb verseny a címzetlen küldemények és a csomagküldemények piaci szegmensében alakult ki, ahol az inkumbensek piaci részesedése 50 százalék alatt van. Ezek azok a piaci területek, amelyeket a legtöbb országban elsőként nyitottak meg a verseny számára.



Forrás: Okholm és szerzőtársai [2010] 85. o.

6. ÁBRA • Az inkumbens nemzeti postai szolgáltatók és versenytársaik becsült piaci részesedése, 2009

Mint láthattuk: sok területen csekély a versenytársak piaci részesedése, azonban a piaci részesedések mellett önmagában a versenytársak számából is levonhatók következtetések a verseny kibontakozásának lehetőségére, a belépési korlátok súlyosságára vonatkozóan.

A 2. táblázatból láthatjuk, hogy az expressz- és postacsomagszegmensekben van a legnagyobb lehetősége az alternatív szolgáltató választásának, míg a szolgáltatóválasztás legkisebb lehetősége a hagyományos levélpiacon, valamint a címzett reklámküldemények és hírlapterjesztés piaci szegmensét jellemzi. Az expressz- és a postacsomagszegmensben a nemzeti postavállalatnak majdnem minden országban három vagy több versenytársa van. Csak Magyarországon, Észtországban és Lengyelországban nincs vagy csak egy versenytársa van a nemzeti postavállalatnak. Magyarországon a postacsomag is az egyetemes szolgáltatások része, amely szolgáltatási körbe való belépéshez a szabályozás olyan kötelezettségeket rendelt, amelyek lényegében megakadályozták a belépést. Németországban és Hollandiában, ahol a teljes piacnyitás már korábban megtörtént, minden piaci szegmensben legalább három versenytársa van az inkumbensnek. Viszonylag jó a szolgáltatók közti választási lehetőség a nemzetközi levélküldemények esetében. A fogyasztók tizenkét országban választhatnak legalább három szolgáltató közül a nemzeti postavállalaton kívül. Továbbá a maradék hat országban is van legalább egy alternatív szolgáltató.

2. TÁBLÁZAT • Az inkumbens nemzeti postavállalatok versenytársainak száma az egyes országokban piaci szegmensenként, 2009

A versenytársak száma	Levél	Címzett reklám	Hírlap	Kifelé irányuló nemzetközi	Expressz	Csomag
Nincs	BE, CY, FR*, HU*, IE, SI	BE, FR, HU*, IE, SI	BE, HU, IE, SI			HU
Egy	DK, EL, IT, MT, SE	EL, IT, MT, SE	EL, IT, LU, SE	EE, EL, IT, LV		EE, PL
Kettő	CZ, EE	CZ	CZ, EE, SK	IE, SE		SE
Három vagy több	CH, DE, LV, LT, LU, NL, PL, PT	CH, DE, EE, LV, LT, LU, NL, PL, PT	CH, LV, LT, NL, NO, PL, PT	BE, CH, CZ, DE, FR, HU, LT, LU, NL, NO, PL, PT, SK	AT, BE, BG, CY, CZ, DE, EE, FR, EL, HU, IE, IT, LV, LT, LU, MT, NL, PL, PT, SK, SI, UK	AT, BE, CH, CZ, DE, FR, EL, IE, IT, LV, LT, LU, NL, NO, PT, RO, SK, SI, UK
Nem válaszolt	AT, BG, ES, FI, IS, LI, NO, RO, SK, UK	AT, BG, CY, DK, ES, FI, IS, LI, NO, RO, SK, UK	AT, BG, CY, DE, DK, ES, FI, FR, IS, LI, MT, RO, UK	AT, BG, CY, DK, ES, FI, IS, LI, MT, RO, SI, UK	CH, DK, ES, FI, IS, LI, NO, RO, SE	BG, CY, DK, ES, FI, LI, IS, MT

* Franciaországban ugyan nincs országos versenytársa az inkumbensnek a levélpiacon, de helyi szolgáltatókkal versenyez a levélküldemények szegmensében.

** A Magyar Postának a levélpiacon és a címzett reklámküldemények szegmensében azóta már van egy versenytársa (Osztrák Posta leányvállalata).

Országgrövidítések: AT – Ausztria, BE – Belgium, BG – Bulgária, CH – Svájc, CY – Ciprus, CZ – Cseh Köztársaság, DK – Dánia, DE – Németország, EE – Észtország, IE – Írország, EL – Görögország, ES – Spanyolország, FI – Finnország, FR – Franciaország, HU – Magyarország, IS – Izland, IT – Olaszország, LI – Liechtenstein, LT – Litvánia, LU – Luxemburg, LV – Lettország, MT – Málta, NL – Hollandia, NO – Norvégia, PL – Lengyelország, PT – Portugália, RO – Románia, SI – Szlovénia, SK – Szlovákia, SE – Svédország, UK – Egyesült Királyság.

Forrás: Okholm és szerzőtársai [2010] 90. o.

Tehát a piacnyitás hatására, bár lassan, de kialakulóban van a verseny a hagyományos postai piacokon is, a levélküldemények csökkenő forgalma ellenére is. Összefoglalóan azt lehet elmondani, hogy a verseny hozadéka nem is elsősorban az árak csökkenésében mutatkozik,² hanem a szolgáltatások színvonalának növekedésében, az egyetemes szolgáltatások megfelelő színvonalú ellátásában, a nagyobb ügyfélközpontúságban, az értéknövelt szolgáltatások bővülésében és a postai infrastruktúra hatékonyságának növekedésében.

² Bár bizonyos szegmensekben (például tömeges feladású küldemények, reklámküldemények) érzékelhetően csökkentek az árak, igaz, ennek előnyeit elsősorban a vállalati ügyfelek érzékelik, a háztartásokat érintő egyedi feladású küldemények piacain nem csökkentek, inkább nőttek az árak.

Ahol a teljes piacnyitás korábban megtörtént – Németország, Hollandia és Svédország esete

Verseny Németországban • A német postai piac 2008. január 1-jétől nyílt meg teljesen a verseny előtt, bár helyi verseny korábban is működött: a versenytársak helyi kézbesítőhálózataikat a piacnyitás első lépése óta, 1998-tól építették. 2009-ben több mint 1400 aktív versenytárs volt jelen a német postai piacon, a legtöbbjük az üzleti szervezetek tömeges feladású elsőbbségi küldeményeinek helyi vagy regionális kézbesítésére helyezte a súlyt. A Deutsche Post legnagyobb versenytársa a holland TNT Post (később PostNL) 3-4 százalékos piaci részesedéssel. 2009 végén a versenytársak piaci részesedése 10 százalékos volt a küldemények mennyiségében mérve, és közel 12 százalékos a bevételek arányában. Az árak jellemzően csökkentek: az egyedi feladású levelek árai reálértéken kisebbek lettek az árszabályozásnak köszönhetően, a tömeges feladású küldemények estében pedig nominálértéken is csökkentek a piacnyitás és a verseny hatására. A verseny árakat csökkentő nyomása már azonnal a teljes piacnyitás pillanatában érzékelhető volt az üzleti ügyfelek számára: a Deutsche Post a piacnyitás előtt néhány héttel, 2007 decemberében 5 százalékkal növelte a tömeges küldeményekre vonatkozó hozzáférési kedvezményeit mind a nagylevelező ügyfelek, mind a konszolidátorok számára.

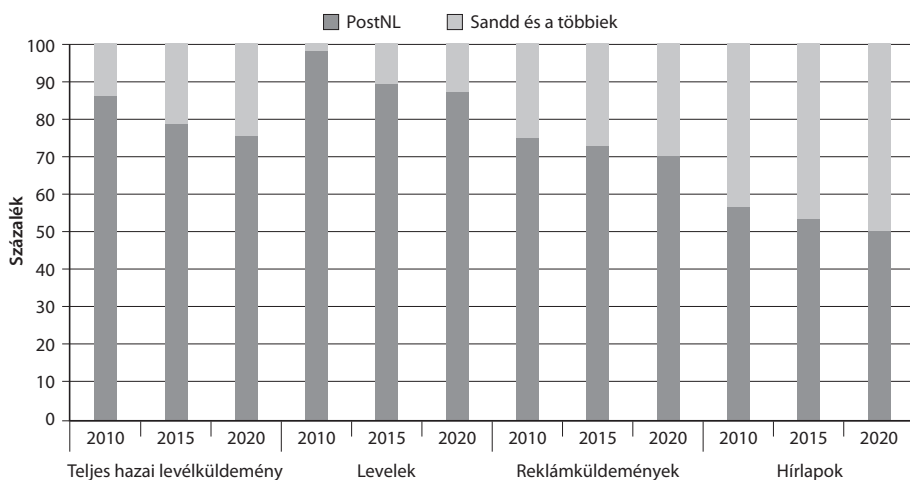
Németországban nincs kijelölt egyetemes szolgáltató, bár a szabályozó hatóság kiróhatna ilyen kötelezettségeket. Mivel azonban úgy látták, hogy a piac egésze együttesen és a Deutsche Post önmagában is önkéntesen biztosítja az egyetemes szolgáltatásokat, nem tartották szükségesnek az egyetemes szolgáltató kijelölését. Bár a német postai szektor szabályozása tartalmazza egyetemes szolgáltatási alap létrehozásának lehetőségét az egyetemes szolgáltatási kötelezettségek finanszírozására, a szabályozó eddig ezt nem tartotta szükségesnek, mivel a szolgáltatók nyereségesen nyújtják az egyetemes szolgáltatásokat. A Deutsche Post működési hatékonyságának javítása érdekében átszervezte a postai hálózatát, felszámolva az összes postahivatalt. Helyettük szerződéses partnerek látják el ezeket a feladatokat úgy, hogy közben a hálózatsűrűség és a hozzáférhetőség nem romlott (sőt a rugalmasabb és hosszabb nyitvatartási időkkel még javult is). A Deutsche Post folyamatainak és hálózatának lényegi átszervezése már a kilencvenes évek második felében megtörtént, és azóta a szolgáltató folyamatosan nyereséges (*Dieke és szerzőtársai* [2011] 2–3. és 7–18. o.).

Verseny Hollandiában • Hollandiában a teljes piacnyitás dátuma 2009. április 1-je volt, azonban már előbb – azt követően, hogy a címzett reklámküldemények piaci szegmensét 2000-ben liberalizálták – számos versenytárs megjelent ebben a szegmensben. A PostNL két legnagyobb versenytársa a holland tulajdonban lévő Sandd (piaci részesedése 10 százalék) és a SelektMail (piaci részesedése 6 százalék). A WIK-Consult jelentése szerint 2011-ben azonban a Sandd megvette a SelektMail 51 százalékos tulajdoni hányadát a Deutsche Posttól. 2010-ben a versenytársak együttes

piaci részesedése az összes postai tevékenységet figyelembe véve 17 százalék körül alakult, de ha csak a levélküldemények piacát tekintjük, akkor ennél alacsonyabb volt: 13 százalék körüli (*Niederprüm és szerzőtársai* [2011] 26. o.). A legélénkebb verseny továbbra is a címzett reklámküldemények piacát, valamint a hírlapterjesztést jellemzi. A hagyományos levélpiacon a PostNL alig veszített a piaci részesedéséből, a WIK-Consult becslése (*Niederprüm és szerzőtársai* [2011]) szerint 2010-ben 98 százalék körül mozgott, és 2020-ig sem számítanak arra, hogy 85 százalék alá csökkenne (7. ábra).

2001 óta a holland postai piac küldeményforgalma 12 százalékkal csökkent, a PostNL (korábban TNT N.V.) küldeménymennyisége azonban ennél nagyobb mértékben (27 százalékkal) esett vissza, mert a versenynek köszönhetően csökkent piaci részesedése. Az egyedi feladású levélküldemények díjai érzékelhetően nőttek 2001 óta, azonban a címzett reklámküldemények és a hírlapkézbesítés árai a verseny nyomására csökkentek.

Az egyetemes szolgáltatás finanszírozására itt is lehetővé teszi a jogi szabályozás az egyetemes szolgáltatási alap létrehozását, azonban ennek tényleges bevezetését nem tervezik, mivel a holland szabályozó az egyetemes szolgáltató nyereséges működése miatt nem látja szükségét annak, hogy így ellensúlyozza az egyetemes szolgáltatás terheit. A kijelölt egyetemes szolgáltató a PostNL. A TNT 2011-ben szétvált két különálló vállalattá: a PostNL fő területe a levélpiacon, a TNT Expressé pedig az expressz postai szolgáltatások. A TNT több mint tíz éve igen nyereségesen



Forrás: *Niederprüm és szerzőtársai* [2011] 27. o.

7. ÁBRA • A piaci részesedések előrejelzése a holland postai piacon, volumenek, 2010/2015/2020

működött, bár a profitja a válság utáni két évben csökkent. A PostNL 1992 és 1998 között kezdte el postai hálózatának átszervezését, és mára a legtöbb postahivatalt szerződéses franchise-partnerek által működtetett szolgáltatási pontok váltották fel (*Dieke és szerzőtársai* [2011] 3–4. és 19–29. o.).

Verseny Svédországban • Svédországban a postai monopóliumot 1993 elején számolták fel, teljesen megnyitva a piacokat a verseny előtt. A svéd posta (Posten AB) 2009-ig a svéd állam 100 százalékos tulajdonában volt, de 2009 júniusában egyesült a svéd és a dán posta, létrehozva a Posten Norden AB-t, amelynek 60 százalékban a svéd állam és 40 százalékban a dán állam a tulajdonosa. A legnagyobb és legrégebbi versenytárs (Bring CityMail) már ezt megelőzően, 1991-ben megjelent a piacon, mivel a tömeges küldeményeket már korábban liberalizálták. A versenytársak együttes piaci részesedése 2010-ben 12 százalék körüli volt (volumenben), és ez az utóbbi tíz évben meglehetősen stabilan jellemezte a svéd postai piacot. 2010-ben több mint 30 versenytárs működött a svéd postai szektorban, de a svéd Posten AB-nek igazán csak egy komoly kihívója volt, a Bring CityMail (a norvég posta, a Posten Norge leányvállalata), amelynek piaci részesedése 11,7 százalék volt a svéd piacon.

Az inkumbens versenytársai nem az egész országban működnek, de a fő vetélytárs Bring CityMail a svéd háztartások több mint felét eléri, elsősorban a nagyobb városokban és környékükön. Bár a Bring CityMail 2001 és 2010 között megduplázta a piaci részesedését, és térben is terjeszkedett, működése még mindig veszteséges, és a tulajdonos Posten Norge támogatására szorul. Svédországban is erőteljesen csökkent a levélforgalom, 2001 és 2010 között összesen 14 százalékkal esett vissza. Az egyedi feladású levélküldemények árait a Posten AB az infláció mértékével növelte, de a tömeges küldemények díjai csökkentek a piacnyitás után.

A Posten AB a kijelölt egyetemes szolgáltató az ország egész területén. Az egyetemes szolgáltatási kötelezettség terheinek nincs jogilag kialakított finanszírozási módja, és a svéd szabályozó hatóság ezt nem is tartja szükségesnek. Ez meglepőnek tűnhet annak fényében, hogy Svédországban nagy kiterjedésű, távoli, olykor nehezen megközelíthető (például kis szigetek) és gyéren lakott vidékek (például Lappföld) vannak, ahol a postai szolgáltatás biztosítása veszteséges, az egyetemes szolgáltatási kötelezettség viszont előírja, hogy a küldeményeket e területekre is el kell juttatni.

Ugyanakkor Svédország azon kevés tagországok egyike, ahol az egyetemes szolgáltatási kötelezettség előírása kivételeket is tartalmaz, így bizonyos vidékek esetében nem kell betartani a heti ötnapos kézbesítés követelményét (ez a lakosság 0,02 százalékát érinti, közel ezer háztartást). Továbbá a szabályozó hatóság engedélyezte, hogy a Posten AB még a kilencvenes évek végén bevezessen egy kétlépcsős zónás árazási rendszert (úgynevezett nagyvárosi és egyéb nemzeti területeket elkülönítve), amely a mai napig fennáll. Az elsőbbségi és nem elsőbbségi levélküldemények és címzett

reklámküldemények díjai alacsonyabbak a nagyvárosi régiókban (ahol a Posten AB versenyez a Bring CityMaillel), mint a többi régióban, ahol nincs jelentős verseny. Bár a Posten AB levélküldeményekből származó bevételei az elmúlt tíz évben folyamatosan csökkentek, a teljes bevétele mégis jelentősen nőtt a logisztikai és információtechnológiai szolgáltatásainak köszönhetően. Mindezek miatt a szabályozó hatóság úgy találta, hogy a Posten AB pénzügyi eredményei biztosítják az egyetemes szolgáltatási kötelezettség fedezetét (*Dieke és szerzőtársai* [2011] 4–5. és 41–51. o.).

Stratégiai válaszok a kihívásokra

A nemzeti postai szolgáltatók stratégiai válaszait a digitalizáció, az e-helyettesítés és a kibontakozó verseny kihívásaira három nagyobb csoportba lehet sorolni:

1. nemzetközi terjeszkedés,
2. diverzifikáció (új piacok, új termékek és tevékenységek),
3. hatékonyságnövelés és költségcsökkentés.

Ha megnézzük, hogy a hagyományos postai piacok (tehát nem az egyébként hatékonyan versenyző expressz és futárpostai piacok) már megnyitott piaci szegmenseiben milyen versenytársak jelentek meg, akkor azt láthatjuk, hogy jellemzően az egyes nemzeti postai szolgáltatók léptek be (leányvállalatokon keresztül) más országok nemzeti piacaira. Ezt mutatták a korábban ismertetett példák (a német, a holland és a svéd postai piacon), de a Magyar Posta Zrt. egyetlen kihívója is e területeken (az egyetemes szolgáltatási körbe tartozó hagyományos postai piaci szegmensekben) az osztrák posta leányvállalata, a Feibra Kft.

A korábban bemutatott kihívások arra ösztönzik a postai szolgáltatókat, hogy olyan új szolgáltatásokat, termékeket fejlesszenek ki, amelyek segítenek megőrizni hagyományos piacaikat, egyrészt hozzáadott értékű szolgáltatásokkal (küldemények nyomon követhetősége, expressz szolgáltatások, meghatározott időpontban való kézbesítés, a kézbesítés helyének rugalmas megválasztása és változtatási lehetősége a kézbesítési folyamat közben is stb.), másrészt a digitalizáció folyamatába való belépéssel, ötvözve a virtuális és fizikai termékeket és hálózatokat (például hibrid küldemények,³ fordított hibrid küldemények,⁴ virtuális kézbesítési hálózatok bevezetése). Illusztrációként két példa.

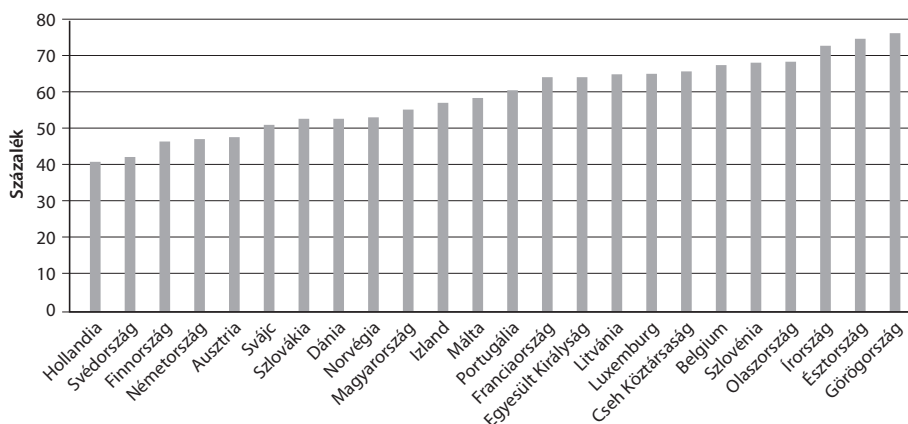
³ Olyan küldemény, amelyet elektronikusan adnak föl, de papíron, kinyomtatva kézbesítenek (és kapcsolódhat hozzá értéknövelt többlétszolgáltatás is, például annak vállalása, hogy a küldemény előre meghatározott időpontra érkezik meg).

⁴ Olyan küldemény, amelyet papíron adnak fel, és a postai szolgáltató digitalizálja és elektronikusan kézbesíti.

- ♦ „Minden ötödik osztrák állampolgár előnyben részesíti az elektronikus küldeményeket a hagyományossal szemben. Az Osztrák Posta ezeket az ügyfeleit célozta meg új elektronikus szolgáltatásával. Az Österreichische Post leányvállalatával, az »Online Post Austria«-val közösen dolgozta ki a biztonságos szolgáltatási és kommunikációs platformot, a »Post Manager«-t. Az ügyfeleknek, akik a szolgáltatásra regisztrálnak, nem kell többé egyenként letölteniük egy külön honlapról a telefonszámlát, egy másíkról a gázszámlát, egy harmadikról az internetszámlát stb. Ezt a gondot mind leveszi a posta az ügyfelei válláról. A »Post Manager« online el is rendezi a dokumentumokat, és archívumában maximális biztonság mellett tárolja. A »Post Manager«-en keresztül pdf formátumban, csatolmányként leveleket és üzeneteket is lehet küldeni. Ebben az esetben a »Post Manager« kinyomtatja, borítékolja és bérmentesíti a küldeményt.” (*Az Osztrák Posta új ...* [2012].)
- ♦ „A PostNL új online csomagkezelési szolgáltatást vezetett be MijnPakket (Az én csomagom) néven, amellyel az internetes vásárlás folyamatát egyszerűsítette le. A MijnPakket segítségével a vásárlók teljes képet kaphatnak folyamatban lévő és korábbi rendeléseikről, nyomon követhetik küldeményeiket, valamint tájékozódhatnak a kézbesítés várható idejéről. Az internetes profiloldalt egyetlenegyszer szükséges kitölteni, és többféle kézbesítési helyszínt is meg lehet jelölni. ... Amennyiben a vásárlók ezen a felületen keresztül választják ki a kereskedők webshopját, személyes kézbesítési preferenciáik és adataik automatikusan átkerülnek a vásárlási felületre (a kereskedők honlapjára). Így a vásárlóknak a rendelés során semmi más teendőjük nincs, mint a kézbesítés pontos helyét és idejét megnevezni.” (*Új szolgáltatást vezetett be...* [2012].)

Az e-helyettesítés és a verseny kibontakozása erőteljes ösztönzést adott a működés hatékonyságának növelésére, a költségek csökkentésére. Ennek részeként számos szolgáltató modernizálta és automatizálta a feldolgozó, szortírozó infrastruktúráját, optimalizálta a kézbesítőhálózatát, rugalmasabban szervezve bizonyos küldemények kézbesítését. Továbbá – részben a versenytársak rugalmasabb működési modelljeire adott válaszul – az inkumbens nemzeti postavállalatoknál is rugalmasabb üzleti modellek alakultak ki, a hagyományos postai tevékenységek jelentős fix költségeinek egy részét rugalmasabb változó költségekké konvertálva. Például számos nemzeti szolgáltató átszervezte a postahivatali hálózatát, szerződéses postapartnerekkel váltva fel a saját üzemeltetésű postahivatalokat.

E szerződéses franchise-partnerek a működés állandó költségeit képesek megosztani más üzleti, kereskedelmi tevékenységekkel (például élelmiszer-kiskereskedelmi üzletek, benzinkutak), így kisebb településeken is gazdaságosabban tudnak működni, és gyakran a nyitvatartási idő is hosszabb és rugalmasabb. Ezért például a német postai piacon annak ellenére javult a fogyasztók postai szolgáltatásokhoz való hozzáférése, hogy a Deutsche Post már egyetlen postahivatalt sem működtet. Bár a kiszervezés a postai szektorban még nem olyan elterjedt, a verseny kibontakozásával bizonyos nemzeti postavállalatok a munkafolyamatok némely elemeit



Forrás: Okholm és szerzőtársai [2010] 153. o.

8. ÁBRA • A munkaköltségek aránya a teljes költségeken belül az egyes nemzeti szolgáltatóknál, 2009

kiszervezték kisebb és rugalmasabb bérszerkezettel működő vállalatokba, felvásárolva ilyen versenytársakat, vagy létrehozva új leányvállalatokat – például Hollandiában a Netwerk VSP (PostNL leányvállalata) vagy Németországban a First Mail (Deutsche Post tulajdona) –, továbbá növelték a rugalmasabb részmunkaidős foglalkoztatást a teljes munkaidős foglalkoztatási formák rovására. Mindezeknek köszönhetően – amint azt a 8. ábrán is láthatjuk – a versenyben előrébb tartó országok nemzeti postai szolgáltatói esetében kisebb a költségeken belül az állandó költségek, így többek között kisebb a munkaköltség aránya.

Szabályozási kérdések

A szabályozás egyik jövőbeli kihívása az egyetemes szolgáltatások terheinek finanszírozása. Azzal, hogy a teljes piacnyitás *megszüntette* az egyetemes szolgáltatások számára *fenntartott szolgáltatások körét*, elapadt finanszírozásuk egy hagyományosan biztos forrása is. Ennek ellenére a legtöbb országban ez a probléma egyelőre nem állította kihívás elé a szolgáltatókat. Csak kevés olyan ország van, ahol szükségesnek látták az egyetemes szolgáltatások terheinek finanszírozását. Ugyanakkor a verseny élénkülésével és a levélforgalom további visszaesésével ez a jövőben megváltozhat. A jól működő finanszírozási rendszer kialakításához azonban szükség lenne arra, hogy mérhetőek legyenek az egyetemes szolgáltatások különböző elemeinek nettó költségei, illetve azok az előnyök, amelyek az egyetemes szolgáltatások nyújtásából fakadnak. Ennek módszertana a postai iparágban még nem kiforrott. A szabályozó hatóságok európai csoportja (*European Regulators Group for Postal Services, ERGP*)

– amelyet 2010-ben hoztak létre – jelenleg dolgozik e módszertanra vonatkozó javaslatain.⁵

Az új technológiák és új szolgáltatások is kérdéseket vetnek fel az egyetemes szolgáltatások szabályozásával kapcsolatban. Vajon a szabályozás képes lesz-e követni a fogyasztói szokásokban történő változásokat? Ha a kommunikáció számos területen átrendeződik oly módon, hogy a papíralapút felváltja az elektronikus és digitális kommunikáció, akkor ez felveti az egyetemes szolgáltatások körének és az azokhoz tartozó kötelezettségeknek az újragondolását. Például hogyan lehet belefoglalni az egyetemes szolgáltatások szabályozási keretébe a digitalizált kézbesítés lehetőségét?

A kommunikációs módok és technológiák konvergenciája, a korábban említett digitalizációnak a postai szektorban megindult folyamata a hozzáférés szabályozásában is új dilemmákhoz vezethet. Felmerülhet az a kérdés, hogy a domináns nemzeti postavállalat számára elő kell-e írni a virtuális kézbesítési hálózatának bizonyos elemeihez való hozzáférés biztosítását a versenytársak számára, mint ahogy a harmadik postai irányelv (2008/6/EK) a fizikai hálózatok esetében ezt teszi. Például ha a küldemények elektronikus továbbítása a postai szolgáltatók fontos szolgáltatásává válik, akkor az ügyfelek e-mail címeinek adatbázisa nem válhat-e a fizikai címadatbázishoz hasonlóan szűk keresztmetszetté a versenytársak számára a fogyasztók elérésében, vagyis az ahhoz való hozzáférés hiánya gátolhatja-e olyan mértékben a versenyt, hogy a szabályozás kiterjedjen rá?

A verseny fejlődésének fontos gátja lehet az egyetemes szolgáltatók forgalmi adó alóli mentessége.⁶ Ezen adómentesség kétféle módon is torzíthatja a piaci versenyt, egyrészt az outputpiacokon, másrészt az inputpiaci döntésekben. A probléma az outputpiacokon abból fakad, hogy bizonyos szolgáltatások forgalmi adója alól az egyetemes szolgáltatók mentesülnek, míg a versenytársak nem, amelyeknek ez jelentős költséghátrányt okoz, vagyis csak az igen nagy hatékonysági előnyt élvező versenytársak tudnának belépni a piacra. Ez torzíttja a piaci belépési döntéseket. De torzíttja a már piacon lévő postai szolgáltatók közti versenyt is azért, hogy azon ügyfelek, akik nem tartoznak a forgalmi adó hatálya alá (közférő, pénzügyi szektor, civil szervezetek stb.), a forgalmi adó alóli mentességet élvező szolgáltatót fogják választani, mivel nem tudják visszaigényelni az adót. Minél több termékre terjed ki e mentesség, annál jelentősebb a piactorzító hatás. Ez a torzítás azokban az országokban erősebb, ahol szélesebben definiálják az egyetemes szolgáltatások körét, azaz ahol ez a kör több szolgáltatást foglal magában.

Inputoldalón két probléma jelentkezik. Egyrészt, a forgalmi adó hatálya alá nem tartozó egyetemes szolgáltatók nem igényelhetik vissza az inputok áraira rárakott forgalmi adót, amelyet így továbbhárítanak a fogyasztókra. Vagyis az egyetemes

⁵ Az ERGP nemrégén tette közzé nyilvános vitára a költségszámításra vonatkozó javaslat első vázlatát (ERGP [2012a]). Az egyetemes szolgáltatások hasznainak méréséről lásd még WIK [2010].

⁶ Éppen ezért vizsgálja jelenleg e kérdéskört az ERGP. Az erről szóló tanulmány első vázlatát a közel-múltban tették közzé nyilvános vitára (ERGP [2012b]).

szolgáltatók árai mindig tartalmaznak bizonyos mértékű „rejtett” forgalmi adót. Ugyanakkor, ha a szolgáltató valamely egyetemes szolgáltatásához értéknövelt többlétszolgáltatásokat is kapcsol, akkor azok a termékek már forgalmiadó-körbe fognak tartozni, így ezen értéknövelt szolgáltatások áraiban kétszeres forgalmi adó jelenik meg, mert az áraikban ez a „rejtett” adó is benne marad.

A másik inputpiaci negatív hatás, hogy a forgalmiadó-mentesség torzítja a postai szolgáltatók beszerzési döntéseit (*make or buy* típusú döntések). A forgalmiadó-körbe tartozó postai szolgáltatók az adó visszaigényelése következtében alacsonyabb inputárral szembesülnek, azaz ők alacsonyabb árszínthez viszonyíthatják, hogy hatékonyabb-e külső szereplőtől beszerezni az inputot. Emiatt a forgalmi adó körébe nem tartozó egyetemes szolgáltató esetleg olyan esetben is maga oldja meg egy-egy input előállítását, amikor azt kevésbé hatékonyan képes megtenni, mint egy külső szolgáltató.

A MAGYAR POSTAI SZEKTOR

A szabályozási környezet változásai

Magyarország 2012. december 31-ig kapott haladékot a harmadik postai irányelv (2008/6/EK) hazai jogrendbe történő átültetésére és a postai piacok teljes mértékben történő megnyitására a verseny előtt. Elhúzódó egyeztetési és jogszabály-alkotási folyamatok során szinte az utolsó pillanatban, 2012 őszén fogadta el a parlament az új postatörvényt (2012. évi CLIX. törvény a postai szolgáltatásokról) és születtek meg ezt követően, 2012 decemberében az ezt végrehajtó kormány- és miniszteri rendeletek: 335/2012. (XII. 4.) kormányrendelet, 336/2012. (XII. 4.) kormányrendelet, 67/2012. (XII. 15.) NFM rendelet.

A legfontosabb változás az új jogszabályi környezetben, hogy szinte teljesen felszámolták a fenntartott szolgáltatások körét, megnyitva a korábbi monopolizált postai szolgáltatási szegmenseket a verseny előtt. Az egyetlen terület, ahol továbbra is kizárólagosan az egyetemes postai szolgáltató tevékenykedhet, a hivatalos iratokkal kapcsolatos postai szolgáltatások.

Az új postatörvény a postai szolgáltatások három csoportját különíti el:

1. Egyetemes postai szolgáltatás:

- a) a két kilogrammot meg nem haladó tömegű, – a b)–d) pontban meghatározott küldeményektől eltérő – belföldi vagy nemzetközi viszonylatú nem könyvelt postai küldemények;
- b) a húsz kilogrammot meg nem haladó tömegű, belföldi vagy nemzetközi viszonylatú postacsomagok;
- c) a vakok írását tartalmazó, belföldi vagy nemzetközi viszonylatú küldemények;
- d) a hivatalos iratok.

Az egyetemes szolgáltatási körbe ugyanakkor csak az általános szerződési feltételek alapján nyújtott szolgáltatások tartozhatnak. Ha az egyetemes postai szolgáltató az egyetemes postai szolgáltatásra meghatározott feltételtől eltérő, egyedi szerződésben megállapított feltételek szerint és egyedi ár alapján nyújtja a szolgáltatását, akkor az egyetemes szolgáltatást helyettesítő szolgáltatásnak minősül.

2. *Egyetemes postai szolgáltatást helyettesítő postai szolgáltatásnak* bármely postai küldeménnyel kapcsolatos azon postai szolgáltatás minősül, amely nem tartozik a 8. §-ban meghatározott szolgáltatások közé (egyetemes szolgáltatást nem helyettesítő szolgáltatások, lásd a szolgáltatások következő pontban összefoglalt csoportját), és a postai szolgáltató nem az egyetemes postai szolgáltatási kötelezettség alapján nyújtja. Vagyis minden olyan küldeménnyel kapcsolatos postai szolgáltatás, amely küldemények az egyetemes szolgáltatási körbe tartoznak, ha azokat vagy nem az egyetemes postai szolgáltató nyújtja, vagy ha az egyetemes szolgáltató nyújtja, de az egyetemes szolgáltatás általános feltételeitől eltérő feltételek alapján.
3. *Az egyetemes postai szolgáltatást nem helyettesítő postai szolgáltatásnak* a következő – az egyetemes postai szolgáltatáshoz vagy az egyetemes postai szolgáltatást helyettesítő postai szolgáltatáshoz képest hozzáadott értéket képviselő – postai szolgáltatások minősülnek:
 - a) futárposta-szolgáltatás,
 - b) expressz postai szolgáltatás,
 - c) nemzetközi EMS-szolgáltatás,
 - d) az alábbi, jelentős hozzáadott értéket képviselő speciális többletszolgáltatások közül legalább egyet magában foglaló postai szolgáltatás:
 - a postai küldemény nyomon követhető kezelése,
 - időgarantált szolgáltatás,
 - utánvétel-szolgáltatás,
 - a címmel – a postai küldemény felvételét követően – egyedileg egyeztetett időpontban történő kézbesítést lehetővé tevő szolgáltatás,
 - kizárólag a küldemény címzettjeként megjelölt személy kezéhez történő kézbesítés,
 - egyéb olyan, a feladó egyedi igényeinek megfelelően kialakított és egyedi szerződés alapján nyújtott, a küldemény kézbesítéséhez kapcsolódó többletszolgáltatás, amely nem tartozik az egyetemes postai szolgáltatáshoz kötelezően nyújtandó többletszolgáltatások közé, és amely igénybevétele esetén a postai szolgáltatás a felhasználó szempontjából már nem minősül az egyetemes postai szolgáltatást helyettesítő szolgáltatásnak.

Az egyetemes postai szolgáltatást nem helyettesítő postai szolgáltatást bármely gazdálkodó szervezet nyújthat bejelentés alapján (bejelentésköteles szolgáltatás). Ezzel szemben az egyetemes postai szolgáltatást helyettesítő postai szolgáltatás a hatóság engedélye alapján nyújtható (engedélyköteles szolgáltatás). Egyetemes szolgáltatást pedig csak az egyetemes szolgáltató nyújthat. A törvény 2020. december 31-ig a Magyar Posta Zrt.-t jelöli ki egyetemes szolgáltatóként.

Az egyetemes szolgáltatások díjaira vonatkozóan a törvény azt írja elő, hogy azoknak költségalapúaknak kell lenniük, de árszabályozás alá csak az egyedi feladású, 50 grammot meg nem haladó tömegű belföldi levélküldemények, valamint a hivatalos iratokkal kapcsolatos belföldi szolgáltatás díja tartozik. Ezen árak szabályozási módszerét a 67/2012. (XII. 15.) NFM rendelet határozza meg: a korábbi hatósági árak helyett ársapka-szabályozást vezettek be (erről még a későbbiekben – Az árak alakulása című alfejezetben – lesz szó).

Az új törvény megteremti a lehetőséget annak, hogy az egyetemes szolgáltatási kötelezettség méltánytalan többletterheinek finanszírozására *egyetemes postai szolgáltatást támogató számlát* működtessenek, amely számlára történő be- és kifizetési kötelezettségekről külön a 336/2012. (XII. 4.) kormányrendelet rendelkezik. E támogatási számlára minden olyan szolgáltató köteles befizetni, amely egyetemes szolgáltatást helyettesítő szolgáltatást nyújt, vagyis az egyetemes szolgáltató is, az egyetemes szolgáltatást helyettesítő szolgáltatásokon keletkező bevételeiből is. E hozzájárulás mértékét a releváns piacon (egyetemes szolgáltatást helyettesítő szolgáltatások) elért piaci részesedések alapján, a kormányrendeletben meghatározott képlet szerint kell megállapítani, azzal a megkötéssel, hogy a postai szolgáltató az egyetemes szolgáltatást helyettesítő szolgáltatásaiból származó nettó árbevétele legfeljebb 10 százalékanak megfizetésére kötelezhető. A hozzájárulás mértékét a rendeletben definiált képlet az egyetemes szolgáltatás méltánytalan többletterhének függvényében határozza meg, amely méltánytalan többletterh összegét a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság állapítja meg.

Piacszerkezet és piacméret

A teljes piacnyitás időpontjáig a verseny szempontjából három területre lehetett osztani a magyar postai szektort:⁷

1. ahol nem volt (nem lehetett) verseny: az egyetemes szolgáltatási körön belül fenntartott postai szolgáltatások (50 gramm alatti levélküldemények szegmense),
2. ahol csekély verseny volt: a fenntartott körön kívüli egyetemes postai szolgáltatások (2009-ig nem volt versenytársa a Magyar Postának, 2009-től egy versenytárs jelent meg),
3. ahol élénk verseny volt: a bejelentéssel végezhető, az egyetemes postai szolgáltatások körébe nem tartozó szolgáltatások (futárposta-szolgáltatás, gyorsposta-szolgáltatás, integrált postaszolgáltatás, postai közvetítőtevékenység, dokumentumszolgáltatás).

⁷ E piaci szegmensekről lásd Kiss [2008] és [2010].

A fenntartott körön kívüli egyetemes postai szolgáltatások piaci esetében a korábbi postatörvény (2003. évi CI. törvény a postáról) olyan kötelezettségeket rendelt a szolgáltatás folytatásához, amelyek sokáig megakadályozták a belépést. E piaci területeken csak 2009-ben jelent meg versenytárs, a Feibra Kft. (az Österreichische Post AG leányvállalata). A Feibra Kft. 1990-ben kezdte működését, sokáig csak a címzetlen reklámküldemények piacára összepontosította tevékenységét. 2008-ra a Cont Médiaival történt egyesülése után a legnagyobb piaci szereplővé vált a címzetlen küldemények piacán, 60 százalékos piaci részesedéssel. Az egyetemes szolgáltatási körbe tartozó, 50 grammnál nehezebb címzett küldemények piacára 2009-ben lépett be, mert addigra már kiépítette az ehhez szükséges infrastruktúrát. Ezen egyetemes küldeménykörben elért piaci részesedésére nem találtunk megbízható adatot, de nagyon valószínű, hogy hasonlóan más liberalizált postapiaccal rendelkező országok tapasztalataihoz, még nem hódított el jelentős területet a Magyar Postától. A teljes piacnyitást követően a Feibra Kft. még ez év januárjában benyújtotta az igényét egyetemes szolgáltatást helyettesítő szolgáltatások (engedélyköteles szolgáltatások) nyújtására, ezzel belépve a korábban utolsóként fenntartott, 50 gramm alatti küldemények piacára is.

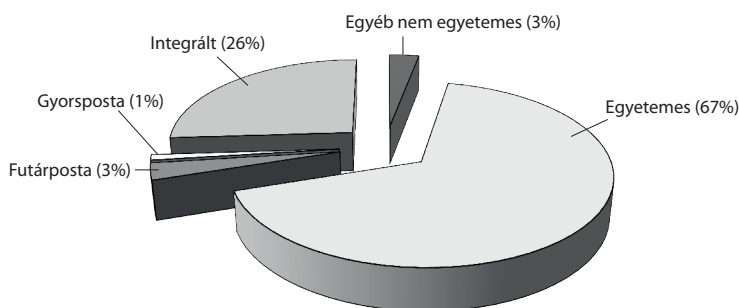
A nem egyetemes postai szolgáltatások területén élénk verseny van. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) adatait tartalmazó 3. táblázat mutatja, hogy folyamatosan nőtt az egyes szolgáltatási kategóriákban a szolgáltatók száma (bár a pénzügyi válságot követő évben, 2009-ben a törölt szolgáltatók száma is megugrott).

3. TÁBLÁZAT • Nem egyetemes postai szolgáltatók száma szolgáltatási kategóriánként (a bejelentkezéskor megadott szolgáltatási kategóriák alapján) 2005–2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nem egyetemes szolgáltatási kategóriákba összesen bejelentkezett szolgáltatók száma	96	111	137	178	237	265
Tárgyévben törölt	8	24	49	66	92	36
Egyéb futár/futárpostai	54	75	88	114	139	150
Kizárólag gyorspostai	0	0	0	0	0	0
Integrált	0	10	13	12	12	15
Kombinált (futár-, gyors- és integrált, valamint közvetítő variációi)	44	24	30	45	76	100
Postai közvetítő	0	2	6	7	10	20

Forrás: NMHH adatközlése.

A 9. ábrán láthatjuk, hogy mekkora volt az egyes piaci szegmensek súlya 2010-ben. A versenyzői piaci terület 2006-ban körülbelül negyedét tette ki a teljes postai iparágnak, ami 2008-ra közel 32 százalékra nőtt, és ez az arány nagyjából 2010-re is fennmaradt (33 százalék). 2006 és 2008 között az egyetemes szolgáltatások forgalma kisebb mértékben növekedett, mint a versenypiaci szegmensek forgalma, ezért



Forrás: NMHH adatközlése.

9. ÁBRA • Postai bevételek aránya szolgáltatástípusonként a bevételek alapján, 2010

nőhetett a versenyzői szegmens súlya a teljes iparági bevételeken belül. 2008 és 2010 között azonban a pénzügyi és gazdasági válság hatásait a versenyzői szegmens szolgáltatói jobban megszenvedték, mint az egyetemes szolgáltató (amely piacainak nem csekély részén továbbra is monopolhelyzetben vagy közel monopolhelyzetben volt).

A 4. táblázat az egyes versenyzői szegmensek küldeményszámát tartalmazza. E forgalmi adatokból láthatjuk, hogy az integrált postaszolgáltatás a legnagyobb piaci terület a nem egyetemes postai szolgáltatásokon belül, ugyanezt mutatják a későbbi 6. táblázat bevételi adatai is. A versenyzői szegmensek közül itt messze a legnagyobb a szolgáltatók összesített bevétele (integrált postaszolgáltatás 37 585 millió forint, futárposta 3560 millió forint, gyorsposta 1411 millió forint).

4. TÁBLÁZAT • Küldemények megoszlása a versenyzői szegmensekben, 2010

	Futár	Gyors	Integrált	Összesen
Belföldi kézbesítésre felvett	1 944 761	493 448	17 371 463	19 809 672
Külföldön felvett/bejövő	0	79 725	2 229 808	2 309 533
Külföldre felvett/kimenő	0	31 913	1 544 715	1 576 628
Más szolgáltatótól átvett	0	9 683	49 834	59 517
Más szolgáltatónak átadott	1 921	36 329	34 123	72 373
Kézbesíthetetlen	148	17	33 677	33 842
Összesen	1 946 830	651 115	21 263 620	

Forrás: NMHH adatközlése.

Az 5. táblázatban láthatjuk, hogy a Magyar Posta Zrt. levélküldeményei (a postacsomagok kivételével), szemben a korábban bemutatott nemzetközi trendekkel, még nem csökkentek jelentős mértékben (bár a kismértékű ingadozás ellenére enyhén csökkenő tendenciát mutat). A postacsomagok esetében a visszaesés annak köszön-

hető, hogy a forgalom egy része átterelődött nagyobb hozzáadott értékű szolgáltatásokhoz (például gyorsposta, futárposta és integrált postaszolgáltatások). A levélküldemények legnagyobb része 2010-ben is a fenntartott (vagyis monopolizált) 50 gramm alatti súlyú küldemények szegmensébe tartozott, a levelek 94 százaléka és a címzett reklámküldemények 73 százaléka.

5. TÁBLÁZAT • Egyetemes szolgáltatás körébe tartozó belföldi postai küldemények forgalmának alakulása, 2005–2010 (darab)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Közösleges levél	546 581 962	577 675 535	625 071 170	644 007 359	611 849 821	625 983 883
Ajánlott	91 653 008	89 626 214	80 382 591	78 370 999	75 954 598	71 557 794
Értéklevél	328 715	465 036	351 082	312 881	325 161	305 105
Hivatalos irat	38 307 238	39 640 710	43 774 374	45 799 263	46 712 382	50 398 334
Címzett reklámküldemény	75 490 746	89 579 418	31 721 887	27 788 101	27 509 099	26 930 883
Nyomtatvány	13 138 625	10 330 540	5 766 055	3 338 148	5 031 472	2 314 206
Postacsomag	4 559 849	2 673 383	1 760 958	1 541 523	1 443 324	1 379 066
Ebből: értéknylvánított	1 881 753	1 033 462	1 178 690	1 303 731	252 201	200 743
Egyetemes postai küldemény	770 060 143	809 990 836	788 828 117	801 158 274	768 825 857	778 869 271

Forrás: NMHH adatközlése.

A 6. táblázat adataiból láthatjuk, hogy az elmúlt időszakban az értékesítés nettó árbevétele nőtt, egyrészt a nem versenyzői egyetemes szolgáltatások szegmensében, másrészt a versenyzői piaci területek közül a gyorsposta-szolgáltatás és az integrált postaszolgáltatás esetében, míg a futárposta-szolgáltatók összesített árbevétele jelentősen csökkent 2008 és 2010 között. Ha a piaci területek fejlődését a küldemények számának változásában vizsgáljuk, akkor azt látjuk, hogy a három év során az egyetemes szolgáltatások esetében kis hullámmal inkább csökkent a küldemények száma, míg a versenyterületeken a küldemények számának növekedési üteme jellemzően nagyobb volt ugyanezen szegmensek bevételeinek növekedésénél.

6. TÁBLÁZAT • Értékesítés nettó árbevétele az egyes piaci szegmensekben, 2006–2010

Szolgáltatás	2006	2008	2010	Változás (százalék)	
	(millió forint)			2006–2008	2008–2010
Egyetemes	74 000	85 001	95 346	+14,87	+12,17
Futárposta	2 455	7 237	3 560	+194,79	–50,81
Gyorsposta	1 484	349	1 411	–76,48	+304,30
Integrált postai	22 406	31 227	37 585	+39,37	+20,36

Forrás: NMHH adatközlése és a Magyar Posta [2006], [2008], [2010] alapján.

A Magyar Posta Zrt. tevékenységi struktúrájában a pénzforgalmi és pénzügyi közvetítési szolgáltatások szerepe is igen jelentős. Ha megnézzük a részvénytársaság utoljára közzétett éves jelentését (*Magyar Posta* [2011]), akkor azt látjuk, hogy a pénzforgalom és pénzügyi közvetítés (pénzforgalmi szolgáltatások, banki és befektetési szolgáltatások, biztosításközvetítés) bevétele a teljes bevételek közel 32 százalékát tették ki (7. táblázat).

7. TÁBLÁZAT • A Magyar Posta Zrt. árbevételeinek alakulása, 2009–2011

Szolgáltatások	2009		2010		2011	
	millió forint	százalék	millió forint	százalék	millió forint	százalék
Levélpostai szolgáltatások	83 977	48,8	85 311	49,6	85 786	49,0
Hírlapszolgáltatások	6 173	3,6	5 489	3,2	5 364	3,1
Logisztikai szolgáltatások	7 497	4,4	7 608	4,4	8 549	4,9
Pénzforgalmi szolgáltatások	46 133	26,8	45 989	26,8	46 942	26,8
Banki és befektetési szolgáltatás	7 487	4,3	7 635	4,4	7 509	4,3
Biztosításközvetítés	1 198	0,7	1 360	0,8	1 730	1,0
Kereskedelem – egyéb	7 540	4,4	6 460	3,8	6 868	3,9
Nemzetközi szolgáltatások	12 038	7,0	12 058	7,0	12 432	7,1
Bevételek összesen	172 043	100,0	171 910	100,0	175 180	100,0

Forrás: *Magyar Posta* [2011] 14. o.

Az árak alakulása

A postai piacok árainak alakulását közvetlenül csak a szabályozott árú küldemények estén tudjuk vizsgálni, mivel csak e szolgáltatási kör áráiról van hozzáférhető magyarországi adat. A többi szegmensről csak a mennyiségi forgalmi adatok és bevételi adatok összevetéséből fogalmazhatunk meg óvatos állításokat. A legtöbb tagországban az árszabályozás az egyetemes szolgáltatásokra vonatkozik, de van, ahol az egyetemes szolgáltatásoknak csak azon szegmenseire terjed ki, ahol nincs érzékelhető verseny. Magyarországon a teljes piacnyitásig az árszabályozás kizárólag a fenntartott szolgáltatások díjaira korlátozódott, annak ellenére, hogy a nem fenntartott egyetemes szolgáltatások területén sokáig nem volt versenytársa a Magyar Posta Zrt.-nek, így sem a piaci verseny, sem a szabályozás nem korlátozta az egyetemes szolgáltató e körbe tartozó szolgáltatásainak díjait. Ahogyan már korábban volt róla szó, csak 2009-től jelent meg egy versenytárs a címzett levélküldemények (elsősorban reklámküldemények) nem fenntartott, 50 grammos súlyhatár feletti piaci szegmenseiben. A 5–7. táblázatok adataiból is megpróbálhatunk óvatos következtetéseket levonni az árak alakulásáról az egyes piaci szegmensekben. Ha összevetjük a bevételek és a küldemények számának növekedési ütemét, akkor azt látjuk, hogy az egyetemes szolgáltatások nem versenyzői részében a küldemények mennyisége összességében az utóbbi években is kismértékben csökkent (2008-ról 2010-re 800

millió darabról közel 779 millióra, azaz majdnem 3 százalékkal), míg a bevételek nőttek (85 milliárd forintról 95 milliárd feletti összegre, azaz 12 százalékkal). A kettő közti eltérés az inflációnál nagyobb mértékű áremelkedést sejtet ebben a piaci szegmensben. Ezzel szemben a versenyszerű területeken a küldemények mennyisége nagyobb mértékben nőtt, mint az abból származó bevételek, ami azt sejteti, hogy ebben a szegmensben nem volt jelentős árnövekedés (a következtetések levonásával óvatosan kell bánnunk, mivel a különböző díjkategóriájú küldemények összetételének alakulásáról nincsenek információk, így az összetételhatást nem tudjuk kiszűrni).

Az egyetemes szolgáltatóknak fenntartott területek szabályozott díjainak alakulását mutatja a 8. táblázat. Az adatokból látható, hogy az árak minden küldeménytípus esetében nőttek, és a legnagyobb árnövekedés (mind a levél, mind a címzett reklámküldemények esetében) a leggyakoribb – nem elsőbbségi szabvány – kategóriában történt (2008-ról 2012-re a levelek esetén összesen 50 százalékkal, a címzett reklámküldemények esetén 69 százalékkal).

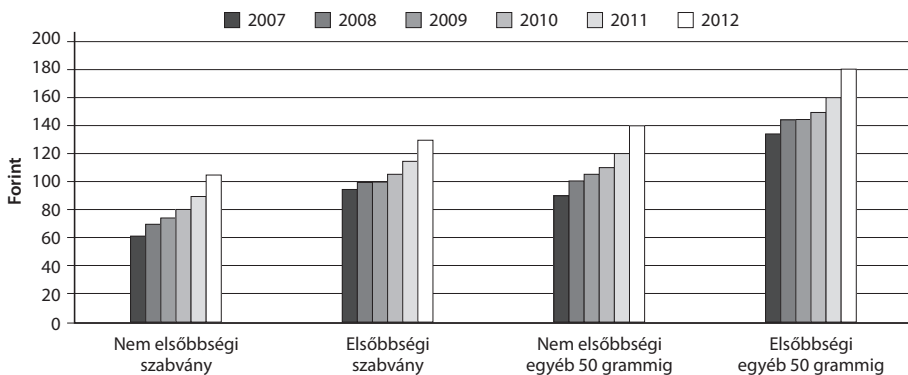
8. TÁBLÁZAT • A 2012. december 31-ig fenntartott körbe tartozó küldemények hatósági díjának alakulása

	2007		2008		2009		2010		2011		2012	
	ár (forint)	változás (százalék)	ár (forint)	változás (százalék)	ár (forint)	változás (százalék)	ár (forint)	változás (százalék)	ár (forint)	változás (százalék)	ár (forint)	változás (százalék)
<i>Levél (levél, levelezőlap, képes levelezőlap)</i>												
Nem elsőbbségi szabvány	62	70	+12,9	75	+7,14	80	+6,66	90	+12,5	105	+16,66	
Elsőbbségi szabvány	95	100	+5,26	100	0,00	105	+5,00	115	+9,52	130	+13,04	
Nem elsőbbségi egyéb 50 grammig	90	100	+11,11	105	+5,00	110	+4,76	120	+9,09	140	+16,66	
Elsőbbségi egyéb 50 grammig	135	145	+7,4	145	0,00	150	+6,66	160	+6,66	180	+12,5	
<i>Címzett reklámküldemény</i>												
Nem elsőbbségi szabvány	62	62	0	75	+20,96	80	+6,66	90	+12,5	105	+16,66	
Elsőbbségi szabvány	95	89	-6,31	100	+12,35	105	+5	115	+9,52	130	+13,04	
Nem elsőbbségi egyéb 50 grammig	90	89	-1,1	105	+17,97	110	+4,76	120	+9,09	140	+16,66	
Elsőbbségi egyéb 50 grammig	135	128	-5,19	145	+13,28	150	+6,66	160	+6,66	180	+12,5	
<i>Belföldi hivatalos iratküldemények</i>												
Saját kézhez	300	320	+6,66	330	+3,13	355	+7,57	370	+4,22	390	+5,4	
Nem saját kézhez	250	275	+1	280	+1,81	290	+3,57	300	+3,45	315	+5	

Forrás: 85/2006. (XII. 15.) GKM, 100/2007. (XII. 19.) GKM, 39/2008. (XII. 20.) KHEM, 83/2009. (XII. 30.) KHEM, 21/2010. (XII. 16.) NFM, 75/2011. (XII. 15.) NFM rendeletek alapján.

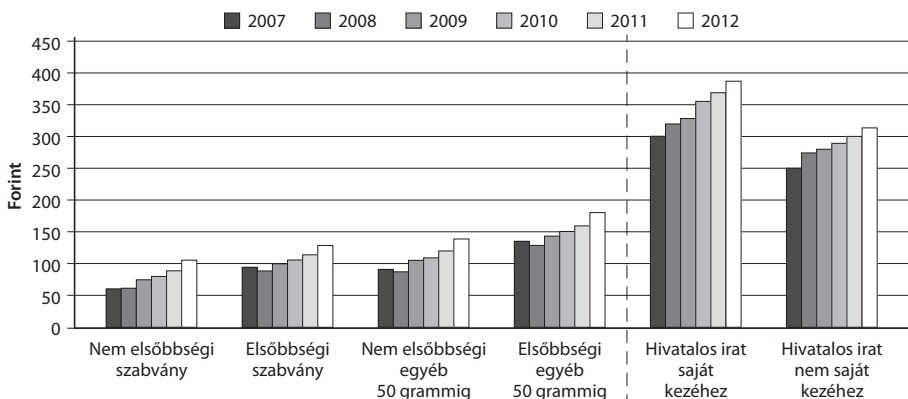
Láthatjuk tehát, hogy az elmúlt években a szabályozott, 50 gramm alatti levélküldemények árai az inflációnál nagyobb mértékben nőttek, főleg 2011-ről 2012-re, ahol a levél- és a reklámküldemények díjainak növekedése 12,5 százalék és 16,66 százalék között volt.

A következő ábrák az árak változását foglalják össze a levél- és a címzett reklámküldemények piaci szegmenseiben. A levélküldemények esetében (10. ábra) folyamatos növekedést figyelhettünk meg. A címzett reklámküldemények esetében (11. ábra) a 2008. évi kisebb csökkenés (a leggyakoribb kategóriában – nem elsőbbségi szabvány – nem változott, a többiben kicsit csökkent) után 2009-ben újra



Forrás: A 8. táblázat adatai alapján.

10. ÁBRA • A levélküldemények (levél, levelezőlap, képes levelezőlap) hatósági árának alakulása



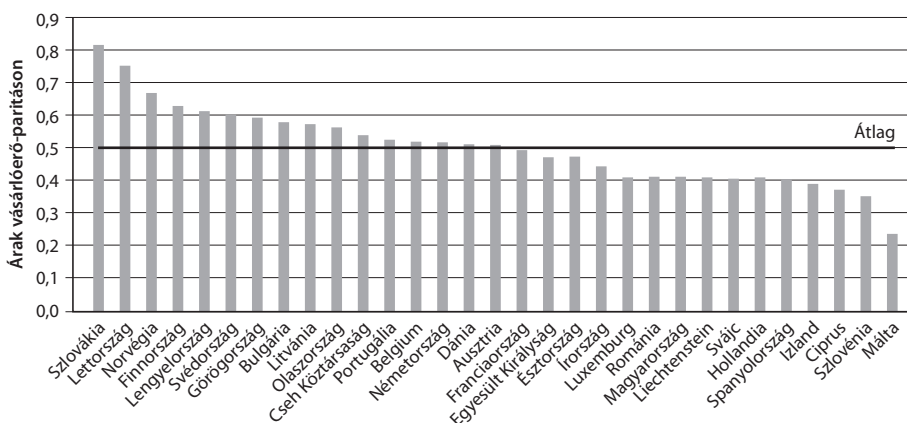
Forrás: A 8. táblázat adatai alapján.

11. ÁBRA • A címzett reklámküldemények és hivatalos iratküldemények hatósági árának alakulása

nőttek e küldeményfajták árai, és összességében a három év együttes árnövekedése ugyanakkora volt, mint a levélküldeményeké.

A teljes piacnyitás időpontjától, 2013. január 1-jétől az árszabályozás módszertana jelentősen megváltozott. Eddig az időpontig hatóságilag megállapított árak voltak érvényben, 2013-tól viszont ársapka-szabályozás lépett életbe, hagyva némi rugalmasságot a szolgáltató döntéseinek. Az árszabályozás az 50 gramm alatti egyedi feladású levélküldeményekre vonatkozik. Az ársapka számításának módszerét miniszteri rendelet tartalmazza [67/2012. (XII. 15.) NFM rendelet]. Az ársapkát küldeménytípusonként kell meghatározni, és a növekedési üteme az egyes években a fogyasztói árindexhez kötött.⁸ Sajnos az új ársapka-szabályozás nem tartalmaz olyan hatékonysági korrekciós tényezőt, amely megfelelően ösztönözné a szolgáltatókat a hatékonyság növelésére (költségsökkentésre) a nem versenyzői, szabályozott árú piaci szegmensekben, ezáltal az ársapka-szabályozás egyik fontos előnye vesz el.

Ha a magyar postai ágazat és a szabályozás teljesítményét értékelni akarjuk az árak alakulása szempontjából, akkor érdemes a szolgáltatások díjait összevetni más országok adataival. Erre a nemzetközi összehasonlításokban gyakran alkalmazott mérőszám a 20 grammos levélküldemények díja, mivel a küldemények legnagyobb része ebbe a kategóriába tartozik. Jelentős különbségek vannak a postai szolgáltatások áraiban az európai országok között. A 12. ábrán láthatjuk, hogy a 20 grammos levélküldemények díjai 0,23 euró és 0,8 euró között szóródtak 2009-ben (vásárlóerő-paritáson számítva).

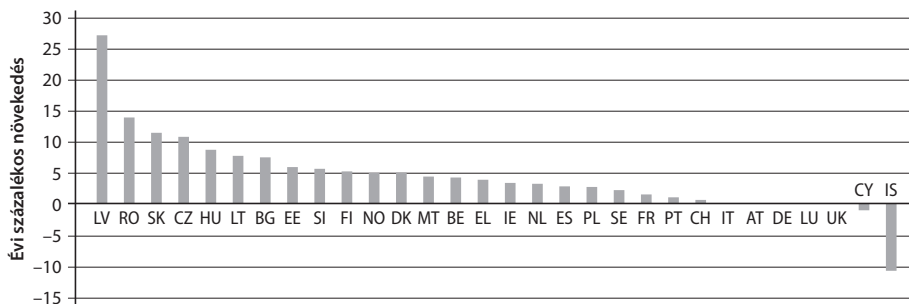


Forrás: Okholm és szerzőtársai [2010] 37. o.

12. ÁBRA • A 20 grammos levélküldemények árai vásárlóerő-paritáson, 2009

⁸ A tárgyévre az MNB-nek a tárgyévot megelőző évben utolsóként kiadott jelentésében szereplő előrejelzése alapján, majd a következő évben egy korrekciós tényező formájában kell korrigálni az előző évi MNB-előrejelzés és a KSH tényleges árindexe közötti eltérést.

Ha csak euróra átszámítva vetnénk össze az árakat, akkor a magyar árak viszonylag magasnak tűnnének (az európai uniós tagországok első harmadában lennének). Ha azonban vásárlóerő-paritással korrigálva hasonlítjuk össze az árakat, akkor a magyarországi árak nem voltak magasak 2009-ben, az európai uniós átlag alatt maradtak, annak ellenére, hogy 2005 és 2009 között Magyarországon elég jelentősen nőttek e szolgáltatások árai. Csak négy országban volt a magyarországinál magasabb árnövekedés ezen időszakban (13. ábra).



Forrás: Okholm és szerzőtársai [2010] 38. o.

Országgrövidítések: AT – Ausztria, BE – Belgium, BG – Bulgária, CH – Svájc, CY – Ciprus, CZ – Cseh Köztársaság, DK – Dánia, DE – Németország, EE – Észtország, IE – Írország, EL – Görögország, ES – Spanyolország, FI – Finnország, FR – Franciaország, HU – Magyarország, IS – Izland, IT – Olaszország, LI – Liechtenstein, LT – Litvánia, LU – Luxemburg, LV – Lettország, MT – Málta, NL – Hollandia, NO – Norvégia, PL – Lengyelország, PT – Portugália, RO – Románia, SI – Szlovénia, SK – Szlovákia, SE – Svédország, UK – Egyesült Királyság.

13. ÁBRA • A 20 grammos levélküldemények árának nominális változása, 2005–2009

A szolgáltatás minősége

Az egyetemes szolgáltatásokra vonatkozóan mind a harmadik postai irányelv (2008/6/EK), mind a hazai postatörvény (2012. évi CLIX. törvény) tartalmaz a szolgáltatási kötelezettség terjedelmén túl területi és időbeli hozzáférhetőséggel kapcsolatos előírásokat, valamint e szolgáltatásokra vonatkozó minőségkövetelményeket. A továbbiakban e mutatók tükrében foglaljuk össze a magyar egyetemes postai szolgáltató teljesítményét.

Szolgáltatások hozzáférhetősége⁹ • 2010 során a postai szolgáltatóhelyek, kézbesítőjáratok és gyűjtőszolgálatok működésében szünetelés nem volt, a szolgáltatás ellátása a jogszabályban előírtaknak megfelelően történt, és a jogszabályi előírásnak megfelelően valamennyi (3154) településen teljes körű volt a házhoz kézbesítés.

⁹ Forrás: az NMHH adatközlése.

A Magyar Posta Zrt. az *időbeli* hozzáférhetőséggel kapcsolatos követelményeknek is (mind a mobilposták tartózkodási idejére, mind az állandó postai szolgáltatóhelyek nyitva tartására vonatkozóan) megfelelt.

A *területi* hozzáférhetőséggel kapcsolatos előírások teljesülése 2010-ben a következőképpen alakult.

- Az 1250 darab 600 lakosnál kisebb népességszámú település közül három településen (Gibárd, Mosonudvar, Tekenye) nem lehetett igénybe venni az egyetemes postai szolgáltatásokat.
 - A 600–1000 lakosú települések esetében három település (Csörötnek, Ipolyszög, Pálosvörösmart) nem rendelkezett állandó postai szolgáltatóhellyel.
 - Jelenleg 1037 településen kizárólag mobilpostával, ezenfelül 85 településen kombinált módon, mobilpostával és fix ponttal történik az ellátás. A kizárólag mobilpostával ellátott települések mindegyikén megtörtént az elérhetőségi pont kijelölése és levélgyűjtő szekrény telepítése.
 - Az ezer lakosnál nagyobb népességszámú települések esetében az 1394 településből egy esetében (Balatonkeresztúr) nem biztosított a jogszabályban előírt rendelkezésre állás.
 - A 20 ezer lakosnál nagyobb népességszámú településeken a következők alkalmazásával kell teljesíteni az egyetemes szolgáltatás elérhetőségét:
 - a) bejelentett lakóhellyel rendelkező 20 ezer lakosonként legalább egy állandó postai szolgáltatóhelyet kell működtetni,
 - b) az állandó postai szolgáltatóhelyek távolsága bármely bejelentett lakóhellyel rendelkező belterületi lakos lakásától nem haladhatja meg a légvonalban mért háromezer métert,
 - c) az azonos településen belüli két állandó belterületi postai szolgáltatóhely közötti légvonalban mért távolság legfeljebb hatezer méter lehet.
- Az a) pontban foglalt jogszabályi előírásnak a Posta teljes mértékben (mind a 62 érintett településen) eleget tett. A 20 ezer lakosnál nagyobb 61 település közül 12 település 16 településrészén nem teljesült a b) és c) pontban szereplő jogszabályi követelmény.

A 2003. évi CI. törvény előírta azt is, hogy a postai hozzáférési pontok létesítése és működtetése során gondoskodni kell arról, hogy az igénybe vevők (a fogyatékkal élők is) könnyen és akadálymentesen hozzáférhessenek a postai hálózathoz:

- A 2740 állandó postai szolgáltatóhelyből 1743 esetében nem teljesült a jogszabályi követelmény, annak ellenére, hogy az előírásra vonatkozó türelmi idő 2007-ben lejárt.
- A levélgyűjtő szekrények esetében a lakosság rendelkezésére álló 8988 levélgyűjtő szekrényből 74 esetében nem teljesült a jogszabályi előírás.

- A 3890 külterületi támpontból 17 esetében nem teljesült a mozgáskorlátozottak általi megközelíthetőség feltételeinek biztosítása (a tervezetekben a jogszabályi előírás teljes mértékű teljesítésének időpontjaként 2009. július 31. szerepelt).
- A kizárólag mobilpostával ellátott települések közül 1036 esetében a kijelölt elérhetőségi pontok akadálymentesen megközelíthetők voltak, 70 településen viszont nem.

A szolgáltatásminőség mutatói • 2010-ben a jogszabályokban előírt minden minőségi mutatónak megfelelt a Magyar Posta Zrt. működése. Az átfutási időre vonatkozó mutatók szinte mindegyike javult az utóbbi években. A küldeménytovábbítás megbízhatóságának mutatói vagy nem változtak, vagy kismértékben romlottak, de így is jóval a jogszabályi követelmények felett teljesített a szolgáltató. E minőségi mutatókat a 9. táblázatban foglaltuk össze.

9. TÁBLÁZAT • A postai szolgáltatások minőségi mutatója, 2008–2010*

A minőségi mutató típusa	Munkanapok száma	Jogszabályi követelmény (százalék)	Teljesítés országos átlaga (százalék)	
			2008	2010
Átfutási idő: gyorsasági és megbízhatósági mutatók				
Elsőbbségi levélküldemények átfutási ideje	D + 1	85	92,69	93,68
	D + 3	97	99,73	99,76
Nem elsőbbségi levélküldemények átfutási ideje	D + 3	85	95,07	95,59
	D + 5	97	99,39	99,58
Postacsomag átfutási ideje	D + 1	85	92,89	92,27
	D + 3	97	99,73	99,89
A postai dátumnyomat minőségi követelményei				
Olvashatatlan dátumnyomattal ellátott postai küldemények aránya		≤ 0,15	0,0017	0,0005
A küldeménytovábbítás megbízhatóságának követelményei				
Teljesen vagy részlegesen elveszett belföldi könyvelt postai küldemények aránya		≤ 0,06	0,0338	0,0338
Sérült belföldi könyvelt postai küldemények aránya		≤ 0,05	0,0038	0,0080

*A konkrét minőségi követelményeket a feladás napját (D) követő munkanapok számához igazodva százalékos arányszámban állapították meg: az adott napig a feladott küldemények hány százalékának kell megérkeznie. Mindegyik kategóriához egy úgynevezett gyorsasági mutató (elsőbbségi levélküldeménynél és postacsomagnál D + 1, egyéb küldeményeknél D + 3 nap) és egy megbízhatósági mutató (elsőbbségi levélküldeménynél és postacsomagnál D + 3, egyéb küldeményeknél D + 5 nap) tartozik.

Forrás: NHH és NMHH adatközlése.

NÉHÁNY FONTOS KÖVETKEZTETÉS

Ahogy a tanulmány elején is hangsúlyoztuk, a piacnyitás a levélküldemények hagyományos piaci szegmensében egy zsugorodó piacon zajlik, ezért nem meglepő, hogy ezeken a piaci területeken a liberalizáció ellenére sem élenként érzékelhetően a verseny. Összefoglalóan azt lehet elmondani, hogy a verseny hozadéka nem is elsősorban az árak csökkenésében mutatkozik az európai uniós postai piacokon,

hanem a szolgáltatások színvonalának növekedésében, az egyetemes szolgáltatások megfelelő színvonalú ellátásában, a nagyobb ügyfélközpontúságban, az értéknövelt szolgáltatások bővülésében és a postai infrastruktúra hatékonyságának növekedésében. Bár bizonyos szegmensekben (például tömeges feladású küldemények, reklámküldemények) érzékelhetően csökkentek az árak, de ennek előnyeit elsősorban a vállalati ügyfelek érzékelik, a háztartásokat érintő egyedi feladású küldemények piacain nem csökkentek, inkább nőttek az árak.

A postai szolgáltatók és a szabályozó intézmények előtt álló legnagyobb kihívás ugyanakkor elsősorban nem a hagyományos postai piacok megnyitásához kapcsolódik. A postai szolgáltatók számára igen nyereséges levélüzletág jövőbeli legnagyobb fenyegetése az új infokommunikációs technológiák és szolgáltatások által létrehozott helyettesíthetőségéből fakad. Az infokommunikációs piacokat jellemző konvergencia a postai szolgáltatások – elsősorban levélküldemények – piacait is alapvetően érinti: a papíralapú kommunikációt egyre inkább felváltja az elektronikus és a digitális kommunikáció.

A forgalomcsökkenés e hosszú távú trendjének ráadásul a 2008-ban kezdődő pénzügyi és gazdasági válság további lökést adott, az üzleti ügyfeleket még inkább arra ösztönözte, hogy hagyományos levél helyett az olcsóbb elektronikus megoldásokat válasszák (e-számlák, elektronikus kommunikációs formák a postai reklámküldemények helyett stb.), felgyorsítva az e-helyettesítés folyamatát. Ugyanakkor az infokommunikáció és az internet térnyerésének pozitív hozadéka is van a postai ágazatra nézve: az e-kereskedelem fellendülésével nőtt a csomagküldemények forgalma. Az e-kereskedelem terjedésének köszönhető forgalomnövekedés azonban épp az intenzíven versenyzői piaci szegmensben érzékelhető (főleg expressz és futár-szolgáltatás), miközben az inkumbens nemzeti postai szolgáltatók hagyományosan nyereséges levélpiacai, amelyeken a piaci fölényüket viszonylag stabilan meg tudták őrizni, folyamatosan csökkennek.

A különböző technológiák és kommunikációs csatornák konvergenciája ugyanakkor a postai iparágban is felvet olyan, a piac meghatározásával kapcsolatos alapvető kérdéseket, amelyek e piacok szabályozásának újragondolását is igénylik. Egyre inkább megkérdőjelezhető, hogy a postai piacok hagyományos definíciói, amelyek követik a postavállalatok kínálati struktúráját, hasznosan húzzák meg az egyes piaci szegmensek közötti határokat. Például a vállalatok az utóbbi évtizedben ugyanúgy – vagy még inkább – tartják a kapcsolatot a fogyasztókkal, csak a levélalapú kommunikációtól, vagyis a postai hálózatoktól áttérrelődött az elektronikus és a digitális kommunikációs formák és csatornák felé. Ha ez alapján használnák a kommunikációs piacok keresleti jellemzőin alapuló dinamikus meghatározását, akkor a postai iparágban működő verseny vizsgálata nem állhatna meg a hagyományos postai szolgáltatók piaci részesedésének és versenyének elemzésénél, hiszen a „hagyományos” postai szolgáltatások versenytársai az új, nem hagyományos technológiai helyettesítők. Ezt jól tükrözi, hogy bizonyos e-helyettesítők piacain más iparágak szereplői je-

lennek meg (például az e-számlák és egyéb digitális vállalati kommunikációs formák piaci szegmenseiben a távközlési és egyéb infokommunikációs cégek), ami egészen új versenytársakat jelent a postavállalatok számára. Nem véletlen, hogy azokban az országokban jellemzőbb, hogy a nemzeti postavállalatok próbálnak belépni és terjeszkedni az új technológiák piacain, ahol a digitális társadalom kialakulása és így az e-helyettesítők térnyerése előrébb tart.

Ez persze az iparági szabályozás számára is felvet alapvető kérdéseket. Például hogy a szabályozás fókuszába nem feltétlenül a hagyományos postai hálózatok versenyének élénkítését kell tenni. Az e-helyettesítők elterjedésének és használatának ösztönzése a postai szolgáltatók piaci erejét hatékonyabban korlátozhatja, mint a hagyományos postai hálózatok erőltetett versenyeztetése, ami eddig nem tűnt túl eredményesnek. A fogyasztók (egyéni és vállalati ügyfelek) számára nem az a fontos (és nem feltétlen az jár nagyobb jóléti többlettel), hogy több versenyző postai szolgáltató közül választhat, hanem hogy több kommunikációs csatorna közül választhat.

Ez a szemlélet más, a digitális társadalom kialakulását ösztönző szabályozási dokumentumokban ugyan előbukkan, de csak nyomokban fordul elő a postai iparág szabályozási keretét biztosító európai uniós irányelvekben és nemzeti jogszabályokban. A piacok, termékek és a verseny ilyen jellegű újraértelmezése például az egyetemes szolgáltatások szabályozásának újragondolását is igényelné. Meg kellene vizsgálni, hogy az e-helyettesítők az egyetemes szolgáltatási kötelezettségbe hogyan illeszthetők be. A távközlési piacokon már elterjedt fogalmat használva, a postai iparág szabályozásában az egyetemes szolgáltatások meghatározása nem technológiasemleges, a szabályozás jelenleg is hagyományos technológiát erőltet, és nem enged teret az új megoldásoknak. Hiszen a fogyasztónak nem az a fontos, hogy bizonyos postai küldeményeket bármely munkanapon a postaládájába kézbesítsenek, hanem hogy bizonyos információk gyorsan és olcsón eljussanak hozzá – postaládája helyett az e-mail fiókjába vagy más virtuális postaládájába.

IRODALOM

- AZ OSZTRÁK POSTA ÚJ ... [2012]: Az Osztrák Posta új online szolgáltatása. Nemzetközi postai hírek. Posta, 14. évf. 1. sz. 43. o. http://www.posta.hu/static/internet/download/Posta_2012_1_COLOR_FINAL.pdf.
- DIEKE, A.–JUNK, P.–THIELE, S. [2011]: Universal Postal Service and Competition: Experience from Europe. WIK-Consult, Final Riport, Study for TNT Post UK, szeptember 23. http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/securing-the-postal-service/responses/TNT_Post_Exhibit_1.pdf.
- ERGP [2012a]: Draft Common Position on cost allocation rules. ERGP (12) 28 European Regulators Group for Postal Services (ERGP), november 30. http://ec.europa.eu/internal_market/ergp/docs/consultations/2012/121130_ergp-draft-common-position-allocation-rules_en.pdf.
- ERGP [2012b]: Draft ERGP Report on VAT as a benefit or a burden. ERGP (12) 29. European Regulators Group for Postal Services (ERGP), november 30. http://ec.europa.eu/internal_market/ergp/docs/consultations/2012/121130_ergp-vat-draft-report_en.pdf.
- KISS KÁROLY MIKLÓS [2008]: A postai szektor szabályozása. Megjelent: *Valentiny Pál–Kiss Ferenc László* (szerk.): Verseny és szabályozás, 2007. Budapest, MTA KTI, 252–302. o. http://econ.core.hu/file/download/vesz/verseny_11_KissKM_posta.pdf.
- KISS KÁROLY MIKLÓS [2010]: A postai piacok szabályozásának újabb fejleményei (2006–2008). Megjelent: *Valentiny Pál–Kiss Ferenc László–Nagy Csongor István* (szerk.): Verseny és szabályozás, 2009. Budapest, MTA KTI, 270–298. o. http://econ.core.hu/file/download/vesz2009/09_postai_piacok.pdf.
- MAGYAR POSTA [2006]: Éves jelentés. Magyar Posta Zrt., Budapest, http://www.posta.hu/static/internet/download/MP_eves_jelentes_2006.pdf.
- MAGYAR POSTA [2010]: Éves jelentés. Magyar Posta Zrt., Budapest, http://www.posta.hu/static/internet/download/MP_eves_jelentes_2010.pdf.
- MAGYAR POSTA [2011]: Éves jelentés. Magyar Posta Zrt., Budapest, http://www.posta.hu/static/internet/download/Posta_EvesJelentes_2011.pdf.
- NIEDERPRÜM, A.–KALEVI DIEKE, A.–JUNK, P.–LUCIDI, S.–SCHÄFER, R.–SCHWAB, R. (2011): Developments in the Dutch Postal Market. WIK-Consult, Final Riport, Study for the Ministry of Economic Affairs, Agriculture and Innovation, Directorate-General for Energy, Telecom and Markets The Netherlands, augusztus 30. <http://www.wik.org/index.php?id=557&L=1>
- OKHOLM, H. B.–WINIARCZYK, M.–MÖLLER, A.–KASTBERG NIELSEN, C. [2010]: Main developments in the postal sector (2008–2010). Copenhagen Economics, november 29. http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2010-main-developments_en.pdf.
- ÚJ SZOLGÁLTATÁST VEZETETT BE... [2012]: Új szolgáltatást vezetett be az internetes vásárlók számára a PostNL. Nemzetközi postai hírek. Posta, 14. évf. 1. sz. 46. o. http://www.posta.hu/static/internet/download/Posta_2012_1_COLOR_FINAL.pdf
- WIK [2010]: Definition, classification and methodology for evaluating intangible benefits related to universal postal service. Report to ARCEP. WIK-Consult, május, http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/etude-wik-su-postal-mai2010-eng.pdf.

HIVATKOZOTT JOGSZABÁLYOK

2003. évi CL. törvény a postáról

2012. évi CLIX. törvény a postai szolgáltatásokról

21/2010. (XII. 16.) NFM rendelet a belföldi fenntartott postai szolgáltatások legmagasabb hatósági díjairól szóló 85/2006. (XII. 15.) GKM rendelet módosításáról

335/2012. (XII. 4.) Korm. rendelet a postai szolgáltatások nyújtásának és a hivatalos iratokkal kapcsolatos postai szolgáltatás részletes szabályairól, valamint a postai szolgáltatók általános szerződési feltételeiről és a postai szolgáltatásból kizárt vagy feltételesen szállítható küldeményekről

336/2012. (XII. 4.) Korm. rendelet az Egyetemes Postai Szolgáltatást Támogató Számla működésének részletes szabályairól

67/2012. (XII. 15.) NFM rendelet az egyetemes postai szolgáltatás keretében küldeményenkénti díjszabás szerint feladott, 50 grammot meg nem haladó tömegű, belföldi levélküldemények, valamint a hivatalos iratokra vonatkozó belföldi postai szolgáltatás díjának meghatározási módszeréről

75/2011. (XII. 15.) NFM rendelet a belföldi fenntartott postai szolgáltatások legmagasabb hatósági díjairól szóló 85/2006. (XII. 15.) GKM rendelet módosításáról

83/2009. (XII. 30.) KHEM rendelet a belföldi fenntartott postai szolgáltatások legmagasabb hatósági díjairól szóló 85/2006. (XII. 15.) GKM rendelet módosításáról

Directive 2008/6/EC of the European Parliament and of the Council of 20 February 2008 amending Directive 97/67/EC with regard to the full accomplishment of the internal market of Community postal services. Official Journal of the European Union, L 52, február 27. http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/legislation/2008-06_en.pdf.