

ANALIZA STANJA TRŽIŠTA POŠTANSKIH USLUGA U ZEMLJAMA ČLANICAMA EU

Estera Rakić, Andrej Sardelić
HP - Hrvatska pošta d.d., Zagreb

Sadržaj: *U radu je prikazana analiza stanja tržišta poštanskih usluga u zemljama članicama EU uključivo stanje poštanskog tržišta Republike Hrvatske s posebnim osvrtom na tržišne udjele nacionalnih poštanskih operatora u konkurentskom okruženju alternativnih davatelja poštanskih usluga. Analizom navedeni tržišni trendovi prikazuju kako unatoč smanjenju ukupne količine poštanskih pošiljaka od 3-6%, nacionalni poštanski operatori uvođenjem niza inovacija i promjena uz preuzimanje obaveze pružanja univerzalnih usluga u svoje poslovanje, te kvalitetni regulatorni okvir mogu biti sigurni u svoju budućnost.*

Gljučne riječi: *tržišta poštanskih usluga EU ,nacionalni poštanski operatori, konkurencija, liberalizacija*

1. Uvod

Donošenjem treće poštanske direktive Europska Komisija je propisala potrebu izrade pravnog okvira u državama članicama radi potpunog otvaranja poštanskog tržišta za fer i korektnu tržišnu utakmicu u tom segmentu poslovanja. S druge strane intencija ove direktive je i održivost univerzalne usluge kako bi svi građani EU imali mogućnost korištenja ovih usluga (uz neke sitne izuzetke) te je omogućeno imenovanje jednog ili više davatelja ovih usluga na cijelom ili dijelu teritorija kao i obavljanje svih ili samo nekih univerzalnih usluga.

Najveći dio država odlučio se za imenovanje postojećih javnih operatora davateljima univerzalnih usluga na određeno razdoblje (5 do 15 godina) u kojem će analizom tržišta ustanoviti postojanje eventualnih drugih davatelja koji bi mogli zadovoljiti kriterije obavljanja univerzalnih usluga i na taj način sudjelovati, putem javnog nadmetanja, u odabiru najpovoljnijeg davatelja.

Otvaranje tržišta zadano je s 01. siječnja 2011. godine no s obzirom na situaciju vezanu uz stanje poštanskog tržišta i osposobljenosti operatora za obavljanje održivih univerzalnih usluga nekim državama odobrena je liberalizacija s 01. siječnja 2013. godine (Cipar, Češka, Grčka, Litva, Latvija, Luksemburg, Mađarska, Malta, Poljska i Rumunjska). Također, treba napomenuti da su neke države svoje tržište poštanskih usluga liberalizirale i znatno ranije (Švedska, Finska, Velika Britanija, Njemačka i Nizozemska).

Ono što izravno utiče na stanje na tržištu je sve veća supstitucija poštanskih usluga elektronskim uslugama, što rezultira smanjenjem ukupnog tržišta poštanskih usluga.

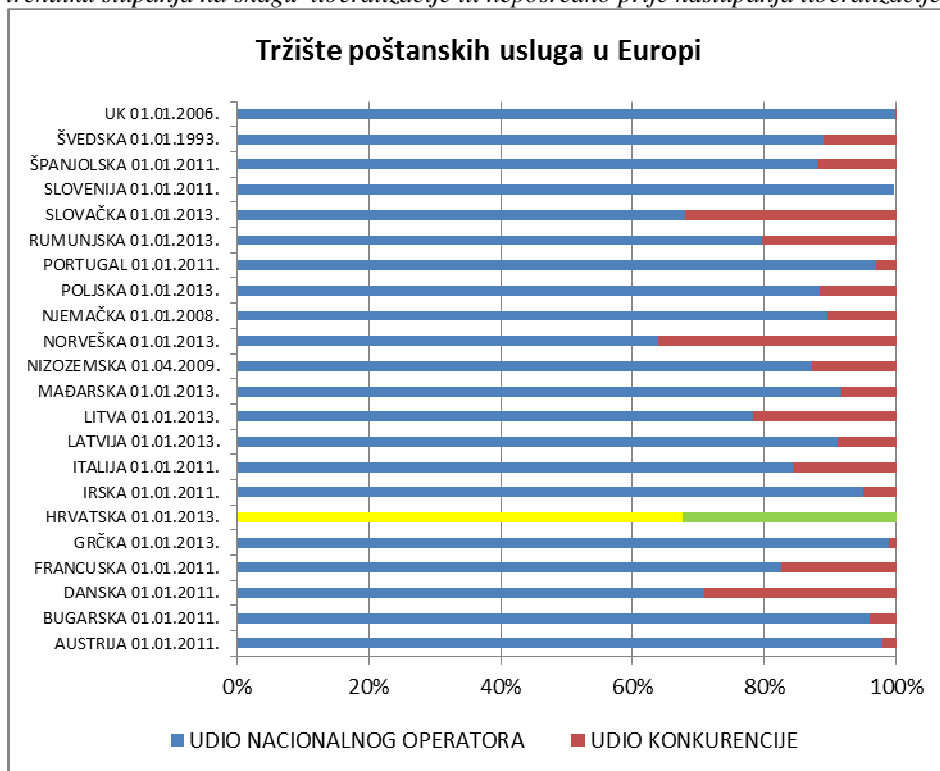
Način na koji su se pojedine tvrtke uspjele prilagoditi tome određuje i njihov položaj na tržištu (izražen ne u naturalnim već u financijskim pokazateljima).

Podaci za ovu analizu prikupljeni na različite načine jer u najvećem broju slučajeva oni su ili povjerljivi ili ih nacionalni regulator ne iskazuje kroz učešće u volumenu pošiljaka već u financijskim pokazateljima što još više otežava analizu zbog uključenih uvjeta poslovanja koji su skriveni (rabatna politika, bonusi i sl.).

2. Stanja na tržištima poštanskih usluga u EU

Analizom dobivenih podataka može se utvrditi da je u 22 promatrane države (bez Hrvatske) prosječni udio davatelja univerzalnih usluga 87,5% a konkurencije 12,5%, dok s učešćem Hrvatske broj pada na 86,6% a konkurencija raste na 13,4%. Ispod tog prosjeka nalaze se Slovačka, Rumunjska, Norveška, Hrvatska, Litva, Danska, Francuska i Italija. Ovu kategoriju država možemo promatrati sa stajališta onih koje su blizu prosjeka ili čak iznad njega (Francuska, Italija) jer obavljaju usluge i na slobodnom tržištu a za njih nema dostupnih podataka a to učešće im povećava i ukupno učešće koje je i tako blizu prosjeku, država koje su blizu prosjeka (Rumunjska i Litva) te onih država koje imaju stvarno visoku penetraciju konkurencije na tržištu poštanskih usluga, a u koje pored Slovačke, Norveške i Danske spada i Hrvatska.

Tablica 1. Analiza tržišnih udjela nacionalnih operatora na nacionalnom tržištu u trenutku stupanja na snagu liberalizacije ili neposredno prije nastupanja liberalizacije



Slovačka pošta je imala problema za svojim zakonodavstvom u pogledu hibridne pošte (da li je ili nije poštanska usluga), konkurencija je iskoristila trenutak i ugrabila znatan dio kolača. Treba napomenuti i značajan udio Austrijske pošte (preko poduzeća u njihovom vlasništvu) na njihovom tržištu (kao i na tržištima u okruženju koja NISU u EU)

Danska pošta se pored nastojanja da poveća kvalitetu svojih usluga bori na svom tržištu i spajanjem s drugim poštanskim operatorima (Švedska pošta) i na taj način pokušava odgovoriti na izazov konkurencije.

Norveška pošta koja na svom poštanskom tržištu ima najmanji udio od svih promatranih država (63,9%) predlaže svom regulatoru prelazak sa šestodnevne na petodnevnu dostavu radi povećanja konkurentnosti (u dijelu smanjenja troškova).

Podsjećamo kako Norveška nije zemlja članica EU

Treba istaknuti i podatak kako je analiza pokazala da nema tržišta u EU na kojem alternativni davatelj (ili više njih) ima više od 12-15% tržišnog udjela čak i godinama nakon liberalizacije.

Poljska i Bugarska su jedina tržišta EU (uz Hrvatsku, koja još nije zemlja članica) gdje je došlo do pojave nelojalne konkurencije prije liberalizacije, ali u bitno manjem opsegu nego u RH.

Hrvatska pošta djeluje na poštanskom tržištu koje „uvjetno rečeno“ nije potpuno liberalizirano (s postojanjem rezerviranog područja za javnog operatora, koje se ne poštuje, jer je „core business“ konkurencije upravo rezervirano područje predviđeno za javnog operatora).

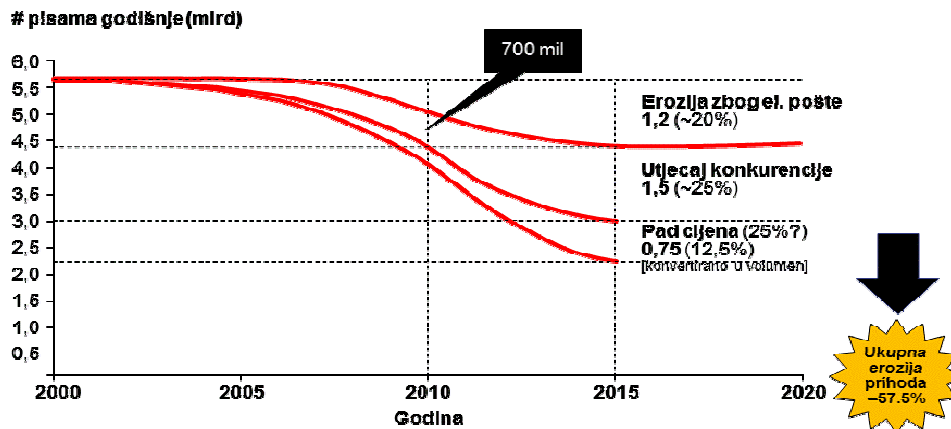
Udio konkurencije na hrvatskom tržištu poštanskih usluga (33,30%) dovoljno govori o liberalizaciji tržišta prije njegove liberalizacije

Na gore naveden način, u smislu daljnje primjene, imenovani davatelj univerzalnih usluga (HP-Hrvatska pošta d.d.) neće moći udovoljiti zahtjevima koje će pred njega postaviti potpuno otvoreno tržište, bez efikasnijeg poslovanja, povećanja kvalitete, unapređenja i razvoja vlastitog „core businessa“ te u financijskom pogledu probijem na tržište elektroničkih usluga odnosno akvizicijom pojedinih tvrtki koje mogu podići razinu poslovanja tvrtke u cjelini.

3. Trendovi na poštanskim tržištima

Kako je u uvodu već istaknuto na promatranim tržištima poštanskih usluga razvidni su trendovi pada, odnosno značajnijeg manjeg ostvarenja poštanskih usluga. Prosječna stopa pada kreće se u razmjerima od 3 do 6% , a istovjetni pokazatelji odnose se i na poštansko tržište u RH.

Prema analizi koju je za HP d.d. provela tvrtka A.T. Kearney (vidljiva na Slici 1), pretpostavlja se kako će na razvijenim tržištima, e-supstitucija, konkurencija i pad cijena dovest do gubitka prihoda većih od 50%



Slika¹: Primjer razvijenih pismovnih tržišta – povijest i prognoza

Navedeno se može protumačiti značajnim utjecajem sveprisutne recesije u EU (i samim time manje ukupne potražnje za tim vrstama usluga), zatim povećanim brojem pružatelja usluga (alternativnih davatelja) sa sličnim ili istovjetnom paletom usluga (u pravilu sa predatorskom strategijom nižih cijena), korisničkim odabirom zamjenskih poštanskih usluga te supstitucijom sa uslugama elektroničkih komunikacija kao posljedica širenja dostupnosti širokopojasnog interneta.

Trend supstitucije poštanskih usluga (što se prvenstveno odnosi na pismovne pošiljke) sa komparativnim uslugama elektroničkih komunikacija (e-pošta, internet komunikacija) u korelaciji je više izraženiji i vidljiviji što je veći stupanj gospodarske razvijenosti svake od promatrane zemlje.

Djelovanje konkurencije se može objasniti predatorskom strategijom na način da se novi pružatelji usluga (alternativni davatelji) uglavnom fokusiraju na ograničeno pružanje usluga (usluge koje donose brzi profit i koje su u korelaciji jače izraženije sa pružanjem na ograničenom geografskom području (veliki gradovi) po značajno nižim cijenama u odnosu na imenovane nacionalne operatore/pružatelje usluga na nacionalnoj teritorijalnoj razini.

Alternativni davatelji su u pravilu usmjereni na segment B2B i B2C, dok je njihovo djelovanje značajnije manje izraženo u segmentu C2B i C2C .

Utjecaj recesije koje je već 4 godine više ili manje prisutna u EU na tržištima poštanskih usluga značajno je izražen u korisničkoj potražnji za jeftinijim i zamjenskim poštanskim uslugama te samim time daljnjim strukturnim promjenama u ponudi i potražnji odnosno poslovnim promjenama ponajprije imenovanih nacionalnih operatera (pružatelje usluga na nacionalnoj teritorijalnoj razini).

Navedene promjene očituju se u restrukturiranju poslovanja imenovanih nacionalnih operatera na način da isti pored ostaloga nude i brojne nove usluge sa novijim, u pravilu nižim cijenama ,smanjuju se ukupni troškovi od kojih se jače ističe smanjivanje troškova vlastitog zaposlenog osoblja.

¹ Izvor: A.T. Kearney analiza izrađena za potrebe HP d.d.

Poznato je naime kako su u poštanskoj industriji najskuplji upravo vlastiti zaposlenici pa tako imenovani nacionalni operatori čine sve kako bi smanjili broj radne snage, odnosno smanjili trošak po toj osnovi (vidljivo iz podataka prikazanih u Tablici 2.), dok opet u korelaciji promatrano, nema povratnog zapošljavanja značajnijeg broja radne snage kod alternativnih davatelja.

Razvidno je dakle kako se tržišne promjene različito manifestiraju od zemlje do zemlje, ovisno o stupnju gospodarskog razvoja, zakonskom i regulatornom okviru, (ne)spremnosti imenovanog nacionalnog operatora na promjene u poslovanju, podršku države u otvaranju tržišta i zaštiti određenih kategorija korisnika (potrošača) poštanskih usluga.

Zajednički nazivnik svemu tome je nezaustaviva erozija tržišta koja ne mora nužno biti lošija u odnosu na do tada postojeću.

Zapadna Europa

Naziv	Država	Prihodi (EUR mil.)	EBITDA%	EBIT%	Neto dobit %	ROE	Debt/Equity	Prihod po radniku
		2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010
Deutsche Post AG	Njemačka	53.715	5,90%	3,40%	4,90%	24,60%	0,62	314.123
Poste Italiane	Italija	21.773	10,70%	8,10%	4,70%	23,20%	9,66	150.913
La Poste	Francuska	15.240	-0,60%	-3,10%	-0,80%	-4,00%	2,31	63.018
PostNL N.V.	Nizozemska	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Die Schweizerische Post	Švicarska	6.958	14,20%	10,60%	10,40%	21,50%	0,19	132.827
The Royal Mail	UK	7.852	2,40%	-0,70%	-4,60%	n/a	-0,17	46.751
Posten Norge	Norveška	2.867	11,00%	7,30%	1,20%	5,00%	0,11	180.564
Bpost	Belgija	2.317	18,90%	13,90%	9,10%	18,90%	0,09	79.014
Sociedad Estatal Correos	Španjolska	2.186	5,00%	-0,20%	0,30%	0,30%	0	35.361
Oesterreichische Post	Austrija	1.668	12,80%	8,80%	8,90%	21,70%	0,01	66.803
	Medijan		10,70%	7,30%	4,70%	20,20%	0,11	79.014

Srednja i Istočna Europa

Naziv	Država	Prihodi (EUR mil.)	EBITDA%	EBIT%	Neto dobit %	ROE	Debt/Equity	Prihod po radniku
		2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010
Posta Rossii	Rusija	2.589	n/a	-7,00%	0,50%	7,40%	1,63	6.638
Poczta Polska	Poljska	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Magyar Posta	Mađarska	701	7,00%	1,90%	1,70%	4,32%	n/a	22.903
EATA	Grčka	543	3,90%	1,50%	0,70%	2,15%	0,41	49.684
Ukrposhta	Ukrajina	482	3,30%	1,20%	0,60%	1,48%	0	4.191
Compania Nationala Posta Romana	Rumunjska	326	-4,90%	-4,90%	-8,60%	-21,67%	0,14	8.933
Pošta Slovenije d.o.o.	Slovenija	233	13,70%	7,30%	6,90%	6,53%	0,01	39.945
JP PTT Saobraćaja Srbija	Srbija	185	11,90%	4,90%	23,80%	20,60%	0,33	12.384
Bulgarian Posts EAD	Bugarska	74	6,80%	1,40%	1,40%	1,26%	1,06	9.567
Eesti Post	Estonija	53	17,00%	13,20%	13,20%	30,21%	0,17	22.835
Hrvatska pošta	Hrvatska	228	5,77%	2,25%	0,83%	2,47%	0,86	21.365
	Medijan		6,80%	1,70%	1,12%	3,40%	0,33	16.875

Tablica 2. Podaci o poslovanju NPO-a iz objavljenih izvješća o poslovanju

4. Zaključak

Drugi oblici poslovanja (nove tržišne niše kao primjerice usluge elektroničkih komunikacija ili alternativna financijska tržišta) i samim time nove usluge, nove cijene (koje nisu nužno niže za krajnjeg korisnika) sadašnjih usluga te ukupno gledajući, novi ukupni odnosi na tržištu kako između nacionalnih operatora (u pravilu nacionalnih pružatelja univerzalnih usluga), alternativnih davatelja i regulatora s jedne strane tako i samih korisnika (potrošača) poštanskih usluga u smislu promjene navika te potražnje za „standardnom“ paletom poštanskih usluga mjerljivi su rezultat liberalizacije tržišta poštanskih usluga diljem zemalja članica EU.

Sve to prisililo je nacionalne poštanske operatore ,ovisno o stupnju i modalitetima liberalizacije na uvođenje brojnih promjena u poslovanju sa u pravilu manjim brojem zaposlenih i promjenama u strukturi ostvarenih prihoda i troškova odnosno promjena u tržišnim udjelima.

Istovremeno država svoju obavezu pružanja univerzalnih poštanskih usluga na cijelom nacionalnom teritoriju u pravilu „prenaša“ na nacionalne poštanske operatore dajući time s jedne strane pravo i obavezu, a s druge strane sigurniju mogućnost daljnjeg opstanka kako USO za sve svoje građane uključivo tako i opstojnost nacionalnih poštanskih operatora.

Analogno navedenom potrebno je pronaći i primjeniti razumne nacionalne regulatorne okvire za ukupne odnose na tržištima poštanskih usluga kojima se pored vlasničkih udjela u NPO-ima može uspješno kontrolirati rast i razvoj tržišta koje značajno doprinosi ukupnom ostvarenju nacionalnih BDP-a svake zemlje članice EU.

Izvjesno je kako će se gore navedeni i opisani trendovi nastaviti i nadalje.

5. Literatura

[1] HP d.d. „Analiza tržišta poštanskih usluga u EU“ ; Zagreb ,srpanj 2012.

[2] Zakon o poštanskim uslugama (NN 88/09 i 61/11)

[3] <http://www.hakom.hr/default.aspx?id=586>

[4] http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2010-main-developments_en.pdf

[5] AT Kearney analiza rađena za potrebe HP d.d.

Abstract: *The paper presents analysis of the postal services markets in the EU member states including the Croatian postal market with a special focus on market shares of national postal operators in the competitive environment of alternative providers of postal services. The analysis in the paper excludes market trends show that despite the reduction in the total amount of postal items by 3-6%, the national postal operators by introducing a number of innovations and changes with a commitment to provide universal service in its business, and the high quality regulatory framework can be confident in their future.*

Keywords : *EU postal market, the national postal operators, competition, liberalization*

ANALYSYS OF THE POSTAL SERVICES MARKETS IN THE EU COUNTRIES

Estera Rakić , Andrej Sardelić