

# VPLYV KONKURENCIE NA LIBERALIZOVANÝ TRH KOMBINÁCIOU OBCHODNEJ SILY VEĽKÝCH ZÁKAZNÍKOV S POTENCIÁLNYMI A EXISTUJÚCIMI KONKURENTMI

Iveta Kremeňová<sup>1</sup>

---

---

*Anotácia: Článok sa zaoberá vplyvom konkurencie na poštový trh v pripravovanom liberalizovanom prostredí. Pri liberalizácii poštových služieb ide o proces odstraňovania prekážok slobodného podnikania na poštovom trhu, pričom slobodné podnikanie treba chápať ako podnikanie pri dodržiavaní zákonov, morálnych a etických princípov a za transparentných a rovnakých podmienok pre všetkých záujemcov o podnikanie na uvedenom trhu.*

*Kľúčové slová: liberalizácia poštového trhu, podnikanie, poštová výhrada, konkurencia*

## 1. ÚVOD

Liberalizácia predstavuje proces odstraňovania prekážok, resp. proces oslobodzovania. Ak hovoríme o liberalizácii poštových služieb, ide o proces odstraňovania prekážok slobodného podnikania na poštovom trhu, pričom slobodné podnikanie treba chápať ako podnikanie pri dodržiavaní zákonov, morálnych a etických princípov a za transparentných a rovnakých podmienok pre všetkých záujemcov o podnikanie na uvedenom trhu. [1]

V posledných rokoch prechádza poštový trh významnými zmenami. Smernice vydané EÚ plánujú v prichádzajúcich rokoch úplné otvorenie poštového trhu konkurencii. Výsledkom tohto procesu má byť vytvorenie výkonného a konkurencieschopného poštového priemyslu, ktorý svojim zákazníkom bude môcť ponúknuť atraktívnu ponuku produktov s primeranými cenami. a rozvoja podnikania, ako aj zvyšovanie objemu komunikácie. sú hodnotené podľa ich schopnosti dosiahnuť pre svojich majiteľov čo najlepšie výsledky. Slovenský poštový trh je súčasťou celosvetového – globálneho poštového trhu. So vstupom Slovenska do EÚ sa predpokladá ďalšie oživovanie hospodárstva.

---

<sup>1</sup> Doc. Ing. Iveta Kremeňová, PhD, Žilinská univerzita, Fakulta prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov, Katedra spojov, Univerzitná 1, 010 26 Žilina, Tel. +421415133100, Fax +421415655615, E-mail: iveta.kremenova@fpedas.utc.sk

Tieto predpoklady znamenajú, že bude naďalej stúpať aj záujem o poštový trh SR – bude sa zvyšovať záujem o získanie postavenia na tomto trhu, a teda možno očakávať nárast konkurencie v rámci národného poštového trhu SR.

Skutočne vynikajúce organizácie bude v najbližšej budúcnosti narážať na rôzne výnimky a prechodné ustanovenia, ktoré robia z úplnej liberalizácie poštových služieb plán do budúcnosti. Aj po novele zostal Slovenskej pošte, a.s. značný monopol na určité služby. Najskôr v roku 2009 sa však podľa smernice 2002/39/ES predpokladá úplná liberalizácia trhu poštových služieb.

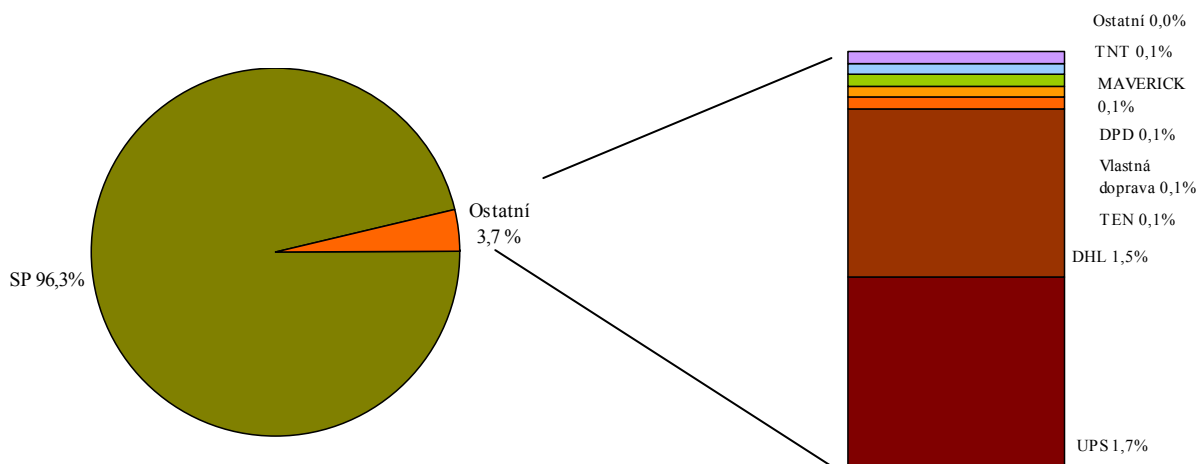
Na to, aby si poštový podnik, aj po úplnej liberalizácii poštového trhu, udržal konkurencie schopnosť a existujúci trhovú podiel je potrebné, aby hľadal a vybral si stratégiu, ktorá bude vzhľadom na nové podmienky a stanovený cieľ efektívna.

## **2. KONKURENCIA NA POŠTOVOM TRHU**

Trhový podiel národných poštových operátorov postupne klesá z dôvodu nárastu konkurencie na tomto trhu a je zaznamenaný aj mierny pokles trhového objemu podanej korešpondencie. Rast objemu podaných zásielok sa očakáva v oblasti RAZ a kuriérskych a expresných služieb.

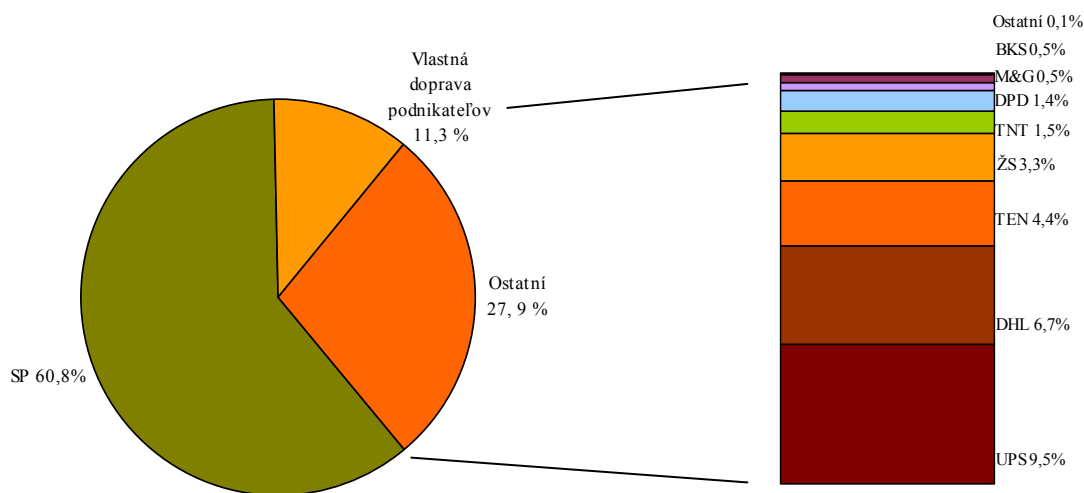
Na slovenskom poštovom trhu pôsobí 20 poštových podnikov a niekoľko operátorov, ktorí nie sú registrovaní ako poštovní operátori. Na trhu neadresných zásielok, okrem Slovenskej pošty, a.s., ponúka svoje služby niekoľko operátorov (Schiculka & Macatch (TNT), Surema, Študentský servis), ale ich podiel je veľmi nízky. Na trhu adresných zásielok je aktívna konkurencia najmä v oblasti kuriérskych, expresných a balíkových služieb. Najdôležitejšími operátormi pôsobiacimi na tomto trhu sú Slovenská pošta, a.s., DHL, UPS, TNT, DPD. Trhový podiel jednotlivých operátorov v oblasti listových zásielok a balíkov v roku 2004 ukazujú obrázky č. 1 a č. 2.

V roku 2004 a aj v súčasnosti má Slovenská pošta, a.s. dominantné postavenie na trhu listových zásielok. Jej konkurencia mala v roku 2004 trhovú podiel 3,7 %, pričom trhovú podiel druhého najväčšieho operátora, UPS, bol 1,7 % a tretieho, DHL, 1,5 %. Ostatní operátori pôsobiaci na tomto trhu mali veľmi malý trhovú podiel (0,1 %).



Obrázok č.1: Trhový podiel operátorov na trhu poštových služieb v roku 2004 – listové zásielky [1]

Aj v segmente balíkových služieb má dominantné postavenie Slovenská pošta, a.s. (SP). Jej trhový podiel však už nie je taký výrazný ako v oblasti listových zásielok. Najväčším konkurentom SP sú podniky, ktoré si zabezpečujú dopravu vlastnými zdrojmi, potom je to UPS, DHL, TEN, ŽS a ďalšie spoločnosti, ktorých trhový podiel je menší ako 1,5 %.



Obrázok č. 2: Trhový podiel operátorov na trhu poštových služieb v roku 2004 – balíky [1]

Príčiny, prečo sa konkurencia na tomto trhu nemôže vyvíjať, sú spojené s ľubovoľnými charakteristikami prirodzeného monopolu (časti) poštového trhu (poštová výhrada), existenciou silnej výhody prvého účastníka alebo inými bariérami vstupu konkurencie na trh.

### 3. PRAVDEPODOBNOŠŤ VSTUPU NOVÝCH KONKURENTOV

V úplne liberalizovanom trhu úroveň skutočnej konkurencie na trhu pozitívne ovplyvňuje najmä kombinácia obchodnej sily veľkých zákazníkov a potenciálni a existujúci konkurenti na trhu.

Vstup je najviac pravdepodobný do oblastí, ktoré nevyžadujú veľkú fixnú sieť. Požiadavky na sieť sú menšie, keď sa vstup uskutoční iba do určitej časti zásobovacieho reťazca. Pre vstupujúcich platia nasledovné pravidlá:

- atraktívnejšie sú veľké zásielky ako individuálne zásielky,
- homogénne štandardizované zásielky sú atraktívnejšie ako heterogénne zásielky,
- služby s pridanou hodnotou sú atraktívnejšie ako služby, ktoré sú štandardne ponúkané,
- zásielky od firiem sú atraktívnejšie ako zásielky od obyvateľstva,
- zásielky, ktoré nie sú citlivé na čas, sú atraktívnejšie ako zásielky vyžadujúce doručenie nasledujúci deň,
- doručovanie do P.O.Boxov a doručovanie do zaľudnených oblastí je atraktívnejšie ako doručovanie po celom území,
- doručovanie niekoľkokrát za týždeň je atraktívnejšie ako doručovanie päť- alebo šesťkrát za týždeň.

### 4. ANALÝZA POŠTOVÉHO ODVETVIA

Aby mohol poštový podnik naformulovať stratégiu, ktorá optimálne využíva všetky jeho schopnosti a príležitosti, ktoré sa mu ponúkajú na trhu, musí skúmať všetky zložky externého prostredia. Vzájomné pôsobenie všetkých faktorov tohto prostredia vytvára **príležitosti a hrozby**, s ktorými sa podnik stretáva vo svojom konkurenčnom prostredí.

Z analýzy príležitostí a hrozieb jednotlivých zložiek externého prostredia poštového podniku vyplynuli nasledovné závery:

#### a) Príležitosti pre poštový podnik:

- liberalizácia trhu poštových služieb,
- existencia Obchodného zákonníka, ktorý umožňuje uzatvorenie dohôd o spolupráci s konkurenčnými operátormi,
- neexistuje zákon, ktorý by ukladal povinnosť poskytovať univerzálne služby za jednotné tarify na celom území,
- celosvetový trend rozvoja expresných a balíkových služieb,
- zmena spôsobu zákaznickeho správania sa smerom k využívaniu elektronických služieb,

- priaznivý vývoj slovenskej koruny,
- dobré podmienky pre rozvoj podnikania v oblasti poštových služieb (nízky stupeň bariér vstupu na trh),
- možnosť využitia alternatívnych zdrojov energie,
- dostatok kvalifikovanej pracovnej sily pre odvetvie poštových služieb (existencia SOU pôšt a telekomunikácií v Banskej Bystrici a absolventi Žilinskej univerzity v Žiline).

#### **b) Hrozby vplývajúce na poštový podnik**

- postupné znižovanie poštovej výhrady (Slovenská pošta),
- povinnosť aj naďalej zabezpečiť poskytovanie univerzálnych služieb na celom území, ale bez uplatnenia si výhod poštovej výhrady,
- zvyšujúce sa riziko vstupu nových domácich operátorov alebo zahraničnej spoločnosti, ktorá bude poskytovať služby s nízkymi cenami,
- zvýšené tlaky na tvorbu zákaznícky optimálnych cien v podobe poskytovania rabatov,
- neustály rozvoj informačno-komunikačných technológií,
- existencia substitučných produktov na trhu (napr. elektronická pošta) a ich zvyšujúca sa cenová dostupnosť,
- zníženie poplatkov za využívanie internetu,
- investične náročné vybudovanie siete pre konkurenčných operátorov SP a iné.

### **5. ZÁVER**

Technologický rozvoj umožňuje neustála a intenzívna konvergencia telekomunikácií, informačných technológií a spotrebiteľskej elektroniky. Nahradzovanie hmotnej pošty elektronickým prenosom informácií je pre poštu hrozbou a výzvou zároveň, najmä ak elektronické produkty sú často lacnejšie a rýchlejšie než hmotné listové zásielky, produkty či služby.

### **POUŽITÁ LITERATÚRA**

- [1] Analýza možností a návrh urýchlenia liberalizácie trhu s poštovými službami od 01.01.2006. Dostupné na: <<http://www.telecom.gov.sk/index/go.php?id=1468>>
- [2] PORTER, M.: Konkurenční výhoda (Jak vytvořit a udržet si nadprůměrný výkon). Victoria Publishing, Praha, 1992. ISBN 80-85605-10-0.
- [3] ŠTOFKOVÁ, J. a kol.: Financie, EDIS 2005, ŽU v Žiline, ISBN 80-8070-501-1

Recenzent: Prof. Ing. Jana Štofková, PhD., Katedra spojov, F-PEDAS, Žilinská univerzita v Žiline.