

• Kiss Károly Miklós •

A POSTAI PIACOK SZABÁLYOZÁSÁNAK ÚJABB FEJLEMÉNYEI (2006–2008)

A tanulmány a postai szolgáltatások hazai szabályozásának áttekintésére és értékelésére vállalkozik, az utóbbi néhány év fejleményeire koncentrálna. Az írás első részében a piacnyitás mértékét vizsgáljuk, valamint a piacszerkezet és a verseny jellemzését adjuk. A második részben a piaci magatartást vizsgáljuk, az utóbbi évek fontosabb jogeseteit áttekintve. Végül az utolsó részben a piaci teljesítményt, a postai iparág és vállalatainak gazdasági teljesítményét értékeljük különböző mutatók segítségével, vizsgáljuk az árak alakulását, valamint a szolgáltatásminőség változását. Ezek a mutatók nemcsak az iparág és a szolgáltatók, hanem egyúttal a szabályozás teljesítményét is értékelik.*

PIACI VERSENY ÉS PIACI SZERKEZET

A piac jogszabályilag és ténylegesen megnyitott százaléka

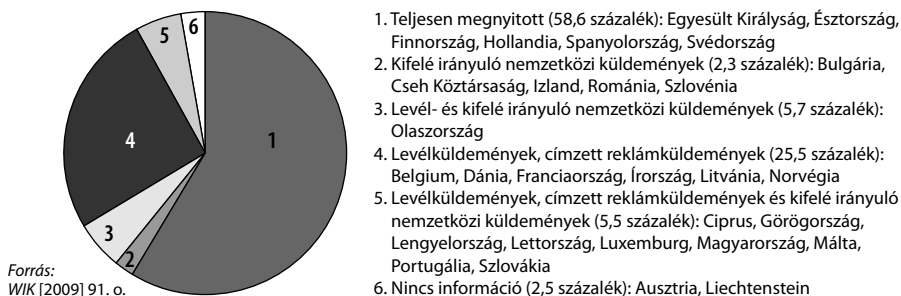
A jogszabályi környezet változásának legfontosabb eleme a 2008 februárjában elfogadott harmadik postai irányelv (2008/6/EK), amely a tagállamok döntő többsége számára 2010. december 31-ét tűzi ki a teljes piacnyitás végső dátumaként,¹ de tizenegy (főleg újonnan csatlakozott) tagállam – köztük Magyarország – számára e céldátum 2012. december 31., (vagyis Magyarország is további haladékot kapott a teljes piacnyításra). Ebből fakadóan az elmúlt három év során nem is változott, hogy a postai piacok mely területei nyíltak meg a verseny számára (Kiss [2008] 274–278. o.). Az eddigi liberalizáció Magyarországon a levélküldeményeknek például körülbelül egy-negyedét érinti, közel háromnegyede azonban a súlyhatárok alapján a teljes piacnyítás időpontjáig továbbra is a Magyar Posta mint egyetlen postai szolgáltató számára fenntartott (monopolizált) területbe tartozik. Ugyanakkor az egyetlen

.....
* A szerző köszöni az MTA Közgazdaságtudományi Intézetének, hogy biztosította a szükséges feltételeket a tanulmány megírásához. Külön köszönjük a Nemzeti Hírközlési Hatóság, azon belül is Dömötörné Ács Katalin, közigazgatási és felügyeleti főigazgató-helyettes és Urbán Péter segítőkész együttműködését.

¹ Hat tagállam (Németország, Finnország, Svédország, Egyesült Királyság, Hollandia és Észtország) már teljesen megnyitotta a postai piacait a verseny számára.

szolgáltatási kör előbb említett liberalizált szűk szegmensébe sem lépett be új szereplő Magyarországon, vagyis az egyetemes körbe tartozó minden küldeménypiacra igaz, hogy a Magyar Postának továbbra sincs versenytársa. Az új belépők piaci részesedése a levélküldemények piacán még azokban a tagállamokban is alacsony maradt, amelyek teljesen liberalizálták postai piacukat. Az átlagosnál kicsit élénkebb verseny alakult ki a levélpiacon Spanyolországban, Svédországban, Németországban és Hollandiában. E tagállamokban 2007-ben a versenytársak becsült piaci részesedése: Spanyolországban 8 százalék, Svédországban 9 százalék, Németországban 10 százalék, Hollandiában pedig 14 százalék körül volt. A többi tagállamban a versenytársak piaci részesedése jellemzően 2 százalék alatt maradt (*A Bizottság jelentése ...* [2008] 7. o.).

A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy – a fenntartott terület általános csökkentése mellett – inkább az segítette a verseny élénkülését, ha a címzett küldemények piacának olyan szegmenseit liberalizálták teljes mértékben (megszüntette e szegmensekben a súlyhatárok alapján fenntartott kört), ahol a versenytársak rövidebb időn belül is képesek voltak megjelenni versenyképes szolgáltatásokkal. Ilyen például a kifelé irányuló nemzetközi küldemények piaci szegmensének megnyitása vagy a címzett reklámküldemények teljes liberalizációja (például Hollandiában), vagy bizonyos értéknövelt szolgáltatásokkal kiegészített (egyébként a fenntartott körbe tartozó) postai szolgáltatások (például Németországban az úgynevezett *D*-engedély² vagy Bulgáriában a hibrid küldemények³) piacának liberalizálása. Magyarország esetében ezek a piaci szegmensek (az előírt súlyhatárokon belül) továbbra is a fenntartott szolgáltatási körbe tartoznak. Az *1. ábrán* láthatjuk, hogy Magyarország a piacnyitás mértéke szempontjából a legutolsó csoportba tartozik



1. ÁBRA • A fenntartott terület az egyes tagállamokban (a teljes, EU-n belül feladott levélforgalom százalékában)

² Amely révén a versenytársak magas hozzáadott értékű, következő napi kézbesítési szolgáltatásokat nyújthattak a teljes piacnyitáig.

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

(az óramutató járásával megegyező irányban egyre csökken a piacnyitás mértéke): mind a nemzetközi küldeményekre, mind a címzett reklámküldeményekre kiterjed a fenntartott terület.

A verseny mértéke

A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy a *teljes körű verseny* helyett – aminek erősödése elsősorban az üzleti szervezetektől üzleti szervezetek felé irányuló küldemények (B2B) piaci szegmensében érzékelhető – inkább a *vertikális értéklánc felső szintjén* figyelhető meg a verseny gyorsabb fejlődése. A teljes körű verseny azt jelentené, hogy az új belépők teljes egészében saját hálózattal lépnek be a piacra, míg a vertikális értéklánc felső szintjén csak a küldemények összegyűjtése és feldolgozása szegmensében versenyeznek, és az inkumbens szolgáltató kézbesítési hálózatát használják (*verseny a vertikális lánc alsó pontjához való hozzáféréssel*). Ez utóbbi típusú verseny erőteljesebb növekedését (amit Németország, Egyesült Királyság vagy Franciaország példája jól mutat) az magyarázza, hogy a vertikális értéklánc felső szintjén piacra lépő közbülső szereplők (konszolidátorok,⁴ „levelezőházak”⁵) belépési korlátai kisebbek (e belépési korlátokra később visszatérünk) (ITA–WIK [2009a] 180. o.).

A magyar postai piacon, ahogy korábbi tanulmányunkban összefoglaltuk, a verseny szempontjából három területet különíthetünk el (Kiss [2008] 274–278. o.).

1. *Lehetséges a verseny, és van:* bejelentéssel végezhető, az egyetemes postai szolgáltatások körébe nem tartozó szolgáltatások (postatörvény alapján: futárpostaszolgáltatás, gyorsposta-szolgáltatás, integrált postaszolgáltatás, postai közvetítő tevékenység, dokumentumcsere-szolgáltatás).
2. *Lehetséges a verseny, de nincs:* a fenntartott körön kívüli egyetemes postai szolgáltatások
 - az 50 gramm feletti, de 2 kilogrammot meg nem haladó tömegű belföldi és nemzetközi levélküldeményekkel, címzett reklámküldeményekkel és nyomtatványokkal kapcsolatos postai szolgáltatás,
 - a 20 kilogrammot meg nem haladó tömegű belföldi és nemzetközi postacsomagokkal kapcsolatos postai szolgáltatás,
 - a vakok írását tartalmazó, 7 kilogrammot meg nem haladó tömegű belföldi és nemzetközi küldeményekkel kapcsolatos postai szolgáltatás,
 - a fentiekben meghatározott szolgáltatásokhoz igényelhető ajánlott, tértivevény és értéknylvánítás különszolgáltatások.

⁴ A konszolidátorok olyan piaci szereplők, akik a postai értékláncnak csak egy vagy néhány szakaszban működnek, ott versenyezve a piacon bent lévő szolgáltatóval, és az értéklánc más szakaszaihoz tartozó szolgáltatásokat pedig a piacon bent lévőtől vásárolják.

⁵ A levelezőházak (*mailing houses*) olyan közbülső szereplők, amelyek a küldemények nyomtatását, szortírozását, címzését végzik tömeges küldemények esetén, kiegészítve egyéb, személyre szabott többletszolgáltatásokkal.

3. *Nem lehetséges a verseny*: egyetemes szolgáltatási körön belüli fenntartott postai szolgáltatások, amelyek a kijelölt egyetemes szolgáltató (Magyar Posta Zrt.) kizárólagos területei

- legfeljebb 50 gramm tömegű belföldi, illetve nemzetközi levélküldeményekkel és címzett reklámküldeményekkel kapcsolatos szolgáltatás, amennyiben a szolgáltatás díja alacsonyabb, mint az egyetemes szolgáltatási kör leggyorsabb szolgáltatási kategóriájának első súlyfokozatába tartozó levélküldemény díjának a két és félszerese (korábban háromszorosa),
- a hivatalos iratokkal kapcsolatos postai szolgáltatás, ha törvény vagy kormányrendelet eltérően nem rendelkezik.

Az egyetemes szolgáltatási körbe tartozó postai szolgáltatások esetében tehát továbbra sincs versenytársa a Magyar Postának mint kijelölt egyetemes szolgáltatónak. A ténylegesen versenyző piaci terület 2006-ban körülbelül negyedét tette ki a teljes postai iparágnak (bevételek alapján). 2008-ra a versenyzői szegmens részesedése kismértékben tovább nőtt (közel 32 százalékra), ami annak köszönhető, hogy a monopóliumhelyzetű egyetemes szolgáltatások forgalma kisebb mértékben növekedett, mint a versenypiaci szegmensek forgalma (ezt mutatják az 1. táblázat adatai).

1. TÁBLÁZAT • Szolgáltatók száma és az árbevételek alakulása az egyes piaci területeken*

Piaci szegmens	Cégek száma	Bevételek	Százalékos	Cégek száma	Bevételek	Százalékos
		(milliárd forint)	részesedés bevételek alapján		(milliárd forint)	részesedés bevételek alapján
		2006			2008	
Egyetemes postai szolgáltatások	1	74,00	74,0	1	85,00	68,2
Futárposta-szolgáltatás	74	2,50	2,5	133	7,20	5,7
Gyorsposta-szolgáltatás	4	1,50	1,5	2	0,35	0,3
Integrált postaszolgáltatás	13	22,40	22,0	14	32,10	25,8

* Közelítő értékek.

Forrás: NHH [2006], GKM [2007], MEH [2009], Magyar Posta [2006], [2008], valamint az NHH hírközlés-statisztikai adatbázisából lekért adatok.

A nem egyetemes körbe tartozó csomagküldemények, valamint az expressz és futárposta-szolgáltatások piaci területeken a Magyar Posta legfőbb versenytársai a DHL, TNT, FedEx, UPS, GLS, Road Parcel Logistics. E piaci szegmensekben a nemzetközi szolgáltatók szerepének folyamatos erősödése jellemző, és a Magyar Posta piaci részesedése a 2002. évi közel 30 százalékról 2007-re 15 százalék körülire csökkent. 2007-ben a piaci koncentrációt jellemző CR5 index (az öt legnagyobb piaci részesedésű vállalat együttes piaci részesedése) e szegmensekben 75 százalékos volt (ITA–WIK [2009a] 60. o.). E versenyterületeken belül 2006-ban a Magyar Posta piaci részesedése (bevételek alapján) az egyes szegmensekben a következő volt: a gyorsposta-szol-

gáltatásokon belül 82 százalék, a futárposta-szolgáltatás szegmensében 1,5 százalék (integrált postai szolgáltatások szegmensében nincs jelen). (*Ecorys* [2008b] 56. o.).

A hírlapterjesztési üzletágban 2007-ben jelentős kihívás érte a Magyar Postát.⁶ 2006 végén három nagy lapkiadó (Ringier, Népszabadság, Sanoma) és a Fiege cégcsoport létrehozott egy új lapterjesztő vállalkozást Médialog Fiege Zrt. néven, amely önálló terjesztői hálózatot állított fel Budapesten és további 104 nagyobb településen. A Posta tevékenysége a lapterjesztés piacán visszaszorult a Médialog által nem érintett kisebb településekre.

Belépési korlátok

A postai piacok jellemzője, hogy a belépésnek igen erős jogszabályi korlátai vannak, ezek közül a legnyilvánvalóbb a fenntartott területek biztosítása az egyetemes szolgáltató számára, amit az előzőkben már láttunk, de emellett további jogi korlátok is nehezítik a belépést. A továbbiakban először e jogi korlátok összefoglalása következik, majd a technológiai és keresletoldali jellemzőkből fakadó belépési korlátok áttekintése, végül pedig a stratégiai korlátok lehetőségének a vizsgálata.

EGYETEMES SZOLGÁLTATÁS ENGEDÉLYEZÉSI ELJÁRÁSA (FELTÉTELEI ÉS KÖTELEZETTSÉGEI) • Az egyetemes szolgáltatási körben való működést több országban engedélyhez kötik, és ezen engedélyezéshez kapcsolódó eljárások, feltételek és kötelezettségek gyakran gátolják a verseny fejlődését. A postai irányelv tagállamokbeli átültetéséről szóló negyedik alkalmazási jelentés kiemeli Finnország példáját, ahol az engedélyért folyamodó postai szolgáltató köteles teljes körű egyetemleges szolgáltatást biztosítani (vagy különadót kell fizetnie, amelynek mértéke az éves árbevétel 5–20 százalékát is elérheti). E jelentés értékelése szerint ez az engedélyezési rendszer gyakorlatilag megbénította a versenyt a címzett küldemények finnországi piacán (*A Bizottság jelentése...* [2008] 5. o.). Ehhez kapcsolódóan az egyetemes szolgáltatási kötelezettség jövőbeli finanszírozásának bizonytalansága is óvatossá teszi a szolgáltatókat e szolgáltatási területre való belépéssel kapcsolatban.

Az egyetemes szolgáltatás nyújtása Magyarországon is engedélyköteles.⁷ A szolgáltatók az engedély birtokában nemcsak jogosultak, de kötelezettek is az általuk

⁶ A napilapok, folyóiratok és egyéb sajtótermékek két módon juthatnak el az olvasókhoz: különböző kiskereskedelmi egységekben (újságárusoknál, benzinkutaknál, boltokban stb.) lehet megvenni azokat, vagy egy lapterjesztő vállalkozás házhoz viszi az előfizető címére (előbbit árus, utóbbit előfizetéses lapterjesztésnek hívják). Korábban a Magyar Posta végezte mindkét módon a lapterjesztést, azonban 1998-ban eladta a regionális újságterjesztő vállalkozásait a francia érdekeltségű Magyar Lapterjesztő Zrt.-nek (Lapker), és csak az előfizetéses lapterjesztést tartotta meg.

⁷ A postáról szóló 2003. évi CL. törvény 8. paragrafus 2. bekezdésében rögzítettek szerint az egyetemes postai szolgáltatási körbe tartozó szolgáltatás a Nemzeti Hírközlési Hatóság által kibocsátott engedély alapján nyújtható.

megjelölt, a hatóság által engedélyezett földrajzi területen és küldeményfajták tekintetében az egyetemes szolgáltatás ellátására. Az egyetemes postai szolgáltatás körébe tartozó, de nem fenntartott postai szolgáltatásnak a következő közigazgatási területek valamelyikén történő nyújtására kérhető engedély:

- város kivételével egy vagy több település;
- Pest megye kivételével legalább egy megye;
- Pest megye és legalább egy megye;
- Budapest és – Pest megye kivételével – legalább két megye együttesen;
- az egész ország.⁸

Az engedélyhez kapcsolódó kötelezettségek megakadályozzák, hogy a lehetséges piacra lépők kizsároljassák a legnyereségesebb piaci szegmenseket az egyetemes szolgáltatásokon belül, ugyanakkor gátolják is a verseny kialakulását a nem fenntartott területeken.

VERSENYELLENES ADÓ- ÉS TÁMOGATÁSI FELTÉTELEK • Bár sok kritika érte a hozzáadottérték-adó alóli mentesség európai uniós rendszerét, továbbra is csak néhány tagországban alkalmaznak egyenlő mértékű forgalmi adót az egyetemes szolgáltatóra és a többi piaci szolgáltatóra. A legtöbb országban vagy az egyetemes szolgáltató minden tevékenysége, vagy az egyetemes szolgáltatási körbe tartozó küldeményekkel kapcsolatos szolgáltatásai mentességet vagy kedvezményt élveznek a forgalmi adó alól, ami jelentősen torzítja a vállalatok esélyegyenlőségét. Csak három tagország van, ahol az egyetemes szolgáltatásokra is kiterjed a hozzáadottérték-adó: Finnország, Szlovénia és Svédország. Magyarországon, a többi tagországhoz hasonlóan, mentes a forgalmi adó alól az egyetemes postai szolgáltatás (a közérdekű jellegére tekintettel).⁹

Bár a Bizottság 2003-ban javaslatot¹⁰ tett a hatodik hozzáadottérték-adóra vonatkozó irányelv¹¹ módosítására, azonban a 2007-től érvényes új irányelv sem szüntette meg a versenytorzító forgalmiadó-mentességet (*A Bizottság jelentése...* [2008] 5. o.). Az e szolgáltatási területre belépőknek ahhoz, hogy vonzóvá tegyék saját szolgáltatásukat (például a pénzügyi vagy a közsféra számára, ahol nem tudják visszaigényelni a forgalmi adót), az egyetemes szolgáltató ára *minusz* a forgalmi adó összege alá kell

⁸ A 68/2004. (IV. 15.) kormányrendelet (a postai szolgáltatók piacra lépésének feltételeiről) 6. paragrafusának 1. bekezdése.

⁹ 2007. évi CXXVII. törvény az általános forgalmi adóról, 85. paragrafus 1. bekezdés.

¹⁰ A postai szolgáltatásokra kivetett hozzáadottérték-adóról szóló 77/388/EGK irányelv módosítására irányuló javaslatok: COM(2003) 234, majd COM(2004) 468.

¹¹ A Tanács 1977. május 17-i 77/388/EGK hatodik irányelve a hozzáadottérték-adó közös rendszeréről (*Tanács* [1977]), amelyet 2007. január 1-jétől a hozzáadottérték-adó közös rendszeréről szóló 2006. november 28-i 2006/112/EK tanácsi irányelv váltott fel (*Tanács* [2006]).

kínálniuk, ami jelentősen torzítja az árversenyt. Ez korlátozza a lehetséges ügyfelek körét és így a versenytársak üzleti lehetőségeit.

E kérdésben figyelmet érdemel a TNT *versus* Royal Mail ügy (C-357/07), amelyben az Európai Bíróságot a postai szolgáltatások hozzáadottértékadó-mentességével kapcsolatban előzetes döntéshozatalra kérték. A TNT keresetet terjesztett elő az angol legfelsőbb bíróság (*High Court of Justice*) előtt, amelyben a Royal Mail által nyújtott postai szolgáltatások hozzáadottértékadó-mentességének jogszerűségét vitatta. A TNT Post a vertikális értéklánc felső szintjén versenyez az egyetemes szolgáltatóval (Royal Mail) az üzleti levelezés terén, de kézbesítésre már átadja az általa kezelt (összegyűjtött, feldolgozott és szortírozott) küldeményeket a Royal Mailnek. A vertikális értéklánc ezen felső szintjén tehát ugyanazon szolgáltatásokat nyújtja az üzleti ügyfeleknek, mint az egyetemes szolgáltató. A TNT Post nehezményezte, hogy bár a társaságuk által nyújtott szolgáltatások megegyeznek a Royal Mail által nyújtottakkal, ám azok mégis forgalmiadó-kötelesek, míg a Royal Mail ugyanezen szolgáltatásai adómentességet élveznek. Az angol bíróság az „állami postai szolgáltató” (teljesen liberalizált piac esetében alkalmazandó) fogalmának, valamint az ilyen szolgáltatások hozzáadottértékadó-mentessége terjedelmének értelmezését kérte az Európai Bíróságtól.

Az Európai Bíróság 2009. április 23-án hozott ítéletében egyrészt megállapította, hogy az „állami postai szolgáltató” fogalma a szolgáltatást nyújtó gazdasági szereplőkre vonatkozik, és nem magukra a szolgáltatásokra, másrészt pedig azt, hogy a piac liberalizációja nem zárja ki az adómentesség alkalmazását. A Bíróság álláspontja szerint e két társaság által nyújtott szolgáltatások nem összehasonlíthatók, mivel a Royal Mail mint egyetemes szolgáltató az őt terhelő kötelezettségek alapján alapvetően eltérő jogszabályi háttérrel nyújt postai szolgáltatásokat, mint a TNT Post, ezért az ilyen értelmezés nem sérti az adósemlegesség elvét. Ugyanakkor a Bíróság azt is kimondta, hogy nem minden, az állami postai szolgáltatók által nyújtott szolgáltatás adómentes, csak az egyetemes postai szolgáltatói minőségükben nyújtott szolgáltatások mentesek az adó alól. Azok a szolgáltatások azonban, amelyek nyújtásának feltételeit egyedi szerződésekben határozták meg (például egyedi kedvezmények alkalmazásakor a nagy levelezők számára), nem mentesíthetők az adó alól. Ezen ítélet egyrészt megerősítette a versenyt torzító adómentességek rendszerének jogszerűségét, másrészt viszont korlátozta is a terjedelmét.

Nemcsak az adómentességek és kedvezmények torzíthatják a versenyt, hanem az egyetemes postai szolgáltatóknak nyújtott állami támogatások is. Az állami támogatások az alapítószerződés 87. cikkében foglalt szabályai szerint a közös piaccal összeegyeztethetetlen a tagállamok által vagy állami forrásból bármilyen formában nyújtott olyan támogatás, amely érinti a tagállamok közötti kereskedelmet, és előnyben részesít bizonyos vállalkozásokat vagy bizonyos áruk termelését, és ezáltal torzítja a versenyt. Ennek ellenére a postai ágazatban sem ritka, hogy az állam ilyen jellegű előnyhöz juttatja a támogatást élvező egyetemes szolgáltatót (jellemzően ál-

lami tulajdonú vállalatot) a piac többi szereplőjével szemben.¹² A Magyar Postaról ugyanakkor elmondható, hogy már évek óta nem kapott állami támogatást.

MÉRETGAZDASÁGOSSÁG ÉS HOZZÁFÉRÉS¹³ • Sokan érvelnek amellett, hogy a postai szolgáltatásoknak a kézbesítési fázisa az a piaci szegmens, ahol jelentős méret- és választékgazdaságosság érvényesül, ami hatékony belépési korlátot eredményezhet. Cohen és szerzőtársai több tanulmányban¹⁴ is vizsgálták az amerikai egyetemes szolgáltató, a USPS (United States Postal Services) költségjellemzőit, és ezen vizsgálatok során azt is becsülni próbálták, hogy a kézbesítés esetében mennyiben jelent belépési korlátot a méretgazdaságosság. A következtetések azonban nem csak az általuk vizsgált szolgáltatóra érvényesek. Több tanulmányukban kimutatták, hogy az iparosodott országok egyetemes postai szolgáltatóinak a költségei hasonlóan viselkednek. E munkáikban Cohen és szerzőtársai bemutatják, hogy körülbelül 200 darab egy főre jutó küldeményvolumennél változik jelentősen az átlagköltséggörbe alakja. E feletti volumen esetén lapossá válik, vagyis a küldeménymennyiség további növekedése csak minimálisan csökkenti a költségeket, alatta viszont (alacsony küldeményszám esetén) drasztikusan nő az átlagköltség, mivel a fix költségek csak kisszámú küldeményen oszlanak szét (Cohen és szerzőtársai [2004] 3. és 19. o.). Az állandó költségeknek e meghatározó nagysága pedig jórészt a kézbesítés jelentős fix költségeiből származik. Az Egyesült Államokban például a kézbesítési költségek 72 százaléka fix költség volt 1993-ban (Cohen–Chu [1997] 13. o.), ennek aránya azonban függ az egy főre jutó küldemények számától. A USPS esetében, amelynél az egy főre jutó küldemények száma 739 darab volt 1999-ben, a kézbesítés állandó költségeinek aránya 52 százalék volt; a dél-európai és a közelmúltban csatlakozott európai uniós országok esetében – ahol az egy főre jutó küldemények száma 200 darab alatti – a kézbesítés állandó költségeinek aránya 80 százalék felett van (Cohen és szerzőtársai [2004] 3–4. o.). Magyarországon még erőteljesebben érvényesül ez a méretgazdaságosság, mivel az egy főre jutó küldemények száma 100 darab alatt van (az adat kiszámítható a később szereplő 6. táblázatból).

A Cohen–Chu [1997] tanulmány megvizsgálta, hogy milyen hatékony belépési korlátot emelnek a kézbesítés e jelentős állandó költségei és az ebből fakadó méretgazdaságosság (2. táblázat).

A 2. táblázat adatai azt mutatják, hogy ha például a belépő versenytársnak semmennyi hatékonyságbeli előnye sincs, és ugyanazon minőségű szolgáltatással kíván a kézbesítési szegmensben piacra lépni, mint az inkumbens – vagyis heti 6 napos kézbesítéssel –, akkor ahhoz, hogy költségei megtérüljenek (ugyanazon átlagköltséggel tudjon működni, mint az inkumbens), legalább 50 százalékos piaci

¹² Az utóbbi évek ilyen ügyei például: IP/06/1605 (Poste Italiane), IP/08/1191 (DHL, a Deutsche Post leányvállalata), IP/08/1076 (DHL), IP/09/1133 (belga La Poste).

¹³ Lásd erről részletesebben *Valentiny–Kiss* [2009] 1016–1021. o.

¹⁴ *Cohen–Chu* [1997], *Cohen és szerzőtársai* [2002], [2004], valamint *Bernard és szerzőtársai* [2002].

2. TÁBLÁZAT • A versenytársak fedezeti piaci részesedése (százalék)

A versenytárs heti kézbesítési gyakorisága	A versenytárs összesített hatékonysági és bérelőnyének mértéke		
	0 százalék	33 százalék	50 százalék
6 nap	50	40	35
5 nap	46	36	31
4 nap	41	32	28
3 nap	37	27	24
2 nap	31	23	19
1 nap	25	18	15

Forrás: Cohen–Chu [1997] 14. o.

részesedést kell elérnie. De még akkor is, ha 50 százalékos hatékonyságbeli előnye van az ugyanolyan kézbesítési gyakoriságot vállaló versenytársnak, a megtérüléshez legalább 35 százalékos piaci részesedésre kell szert tennie. Vagy másik esetet nézve, ha az inkumbenssel azonos hatékonyságú belépő jelentősen ritkább (heti 1 nap) kézbesítési szolgáltatással kíván a piacon megkapaszkodni, a fedezeti ponthoz legalább 25 százalékos piaci részesedést kellene elérnie. Ezért *Cohen–Chu* [1997] azt a következtetést vonja le, hogy a postai piac teljes megnyitása sem szüntetné meg a monopolhelyzetet a kézbesítési szegmensben.

Mindezek alapján bizonyos hálózati elemekhez való hozzáférés biztosítása a postai iparágban is fontos eszköze lehet a verseny élénkítésének. Például a postai piacát 2006-ban teljesen liberalizáló Egyesült Királyságban a teljes körű verseny szinte jelentéktelen, viszont a vertikális termelési lánc felső szegmensében a versenytársak közel 20 százalékos piaci részesedéssel rendelkeznek (a címzett küldemények teljes forgalmában). A Postcomm (az angol nemzeti szabályozó hatóság) különösen tevékeny volt a hozzáférési megállapodások létrehozásában, ami az Egyesült Királyságban inkább a hozzáférési verseny fejlődését segítette elő, mint a verseny teljes körűvé tételét (*A Bizottság jelentése...* [2008] 7. o.).

A harmadik postai irányelv kimondja, hogy a postai szolgáltatóknak átlátható és diszkriminációmentes módon kell a postai hálózathoz hozzáférniük. Bizonyos hálózati elemekre és szolgáltatásokra az átlátható és diszkriminációmentes hozzáférést külön is előírják. Ilyenek az irányítószámok, a címadatbázis, a postafiókok, a levélládák, a címváltozások, az átírányítás és a feladónak történő visszajuttatás szolgáltatása (*Directive* [2008] 11., 11.a cikk, 15. o.). Bár a harmadik postai irányelv előkészítését segítő hatásvizsgálatok szerint e területek közgazdasági értelemben nem számítanak nélkülözhetetlen eszköznek vagy szűk keresztmetszetnek, de ha ezek nem érhetőek el minden piaci szereplő számára, akkor ez hatásosan korlátozná a verseny kialakulását. A hatásvizsgálat során ilyen kelléknek minősült a postafiók, a levélláda, az irányítószám-rendszer és a címváltozások jegyzéke (*CEC* [2006] 18. o.). A postai irányelv átültetését és alkalmazását értékelő negyedik jelentés szerint is több tagállamban

még mindig a verseny alapvető korlátját eredményezi például, hogy a versenytársak nem rendelkeznek hozzáféréssel a levélszekrényekhez (*A Bizottság jelentése...* [2008] 5. o.). Magyarországon ez utóbbi problémák mértékét nehéz megbecsülni, mivel az egyetemes szolgáltatási területen nincs versenytársa a Magyar Postának.

A *postafiókhoz való hozzáférés* nélkül a versenytárs postai szolgáltatók gyakorlatilag nem lennének képesek a postafiókba címzett küldeményeket kézbesíteni. Egyrészt azért, mert nem vagy csak jelentős többletköltséggel lehetne azonosítani a címzett tényleges, fizikai címét, ahová a postafiókhoz való hozzáférés hiányában kézbesíthetik a küldeményt. Másrészt pedig, ebben az esetben különösen fontos *Frischmann–Waller* [2008] ajánlása a keresleti oldal figyelembevételére. Mivel ezeknek az eszközöknek a megkettőzése nem a kínálatoldali helyettesíthetőség hiánya (vagy annak gazdaságtalansága) miatt nem lehetséges, hanem a kereslet, a fogyasztói használat jellemzői miatt: a postafiók-szolgáltatás igénybevevői éppen azért használják e szolgáltatást, mert minden küldemény egy helyre, a postafiókba való érkezését szeretnék. Vagyis a postafiók helyett a címre (vagy másik szolgáltató másik postafiójába) való kézbesítés nemcsak többletköltségeket okoz a versenytárs szolgáltatóknak, de hátrányos a küldemény fogadójának is.

Mindezek az okok önmagukban még nem igazolnák a szabályozás szükségességét, mivel annak vizsgálata még hiányzik, hogy vajon az inkumbens megtagadná-e a postafiókhoz való hozzáférést. Bár lehetséges, hogy az inkumbens domináns pozíciója miatt a hozzáférést igénylők kénytelenek kedvezőtlen feltételekkel megkötni a szerződést – például kedvezőtlenebb időpontokban férhetnek csak hozzá a postafiókhoz –, de ennek igazolására kevés példát lehet találni (mivel a verseny kevés helyen fejlődött oly mértékig, hogy valóban legyenek olyan versenytársak, akik ebbe a korlátba ütköznek). Dániában és Írországból például a postafiókhoz való hozzáférési kötelezettség nélkül is megfelelően együttműködnek a szolgáltatók. Ezzel szemben Svédországban a Posten AB és versenytársai nem tudtak megállapodni a hozzáférés feltételeiről, így 1998-ban a postatörvény kiegészítésre szorult, aminek alapján a Posten AB-t kötelezték, hogy biztosítsa az összes engedéllyel rendelkező postafiókhoz való hozzáférést. Németországban szintén kudarcba fulladtak a tárgyalások, ezért 1997-ben a postatörvényben tették kötelezővé a postafiókhoz való hozzáférést (*WIK* [2006] 65–66. o.).

Az egyetemes szolgáltató postai hálózatának kevésbé kézzelfogható információs eleme a *fizikai címeknek és címváltozásoknak az adatbázisa*, ami azonban igen fontos szerepet játszik a szolgáltatásnyújtás hatékonyságában. A helytelen vagy elégtelen címezések minden postai szolgáltató számára alapvető problémát jelentenek. Sajátos helyzetéből fakadóan mindenhol az egyetemes szolgáltató rendelkezik a legkiterjedtebb és leginkább naprakész adatbázissal. A versenyben jelentős hátrányt okozhat, ha az egyetemes szolgáltató képes fenntartani ezen adatbázisok kizárólagos használatát. Ugyanakkor a nélkülözhetetlen eszközök elvének alkalmazhatósága ebben az esetben sem bizonyított. Társadalmi szempontból azonban mindenképpen pazarlást jelentenek a helytelen címekre fölöslegesen kiszállított küldemények ráfordításai.

Emiatt öt tagország (Dánia, Egyesült Királyság, Franciaország, Málta, Németország) szabályozása lehetővé teszi, hogy az ágazati szabályozó kikényszerítse az ezen adatbázisokhoz való hozzáférést. Svédországban viszont a kötelező megosztás nélkül is működőképes megoldás született: hogy a költségeket megosssa, 1999-ben a Posten AB a legnagyobb versenytársával, a CityMaillel létrehozott egy közös tulajdonban lévő vállalatot, amely az adatbázisok kezelésével foglalkozik (uo. 66. o.).

Egy további sajátos terület a *feladóhoz való visszaküldés az inkumbens hálózatán keresztül*. Amint az egyetemes postai szolgáltató esetében, a többi versenytárs működése során is előfordul, hogy a feladó rosszul címezi meg a küldeményt, vagy a szolgáltató rossz címre kézbesíti a levelet. Akihez tévesen érkezik a küldemény, számos esetben az egyetemes szolgáltatónak adja visszaküldésre a levelet. Az inkumbensnek azonban nem áll érdekében ezt a szolgáltatást megtenni a versenytársak helyett, főleg, ha nem jár érte ellenszolgáltatás. Ezért hét országban (Németországban, Franciaországban, az Egyesült Királyságban, Portugáliában, Cipruson, Írországban, Litvániában) a hatóság szabályozhatja a folyamat egységes kereteit. Ezzel szemben Hollandiában, Magyarországon és Svédországban az egyetemes szolgáltató és a versenytársak önkéntesen állapodtak meg a visszaküldés folyamatáról, feltételeiről (uo.). Bár a Bizottság hatásvizsgálata javasolta a vertikális lánc alsó végén lévő hálózati elemekhez, eszközökhöz való hozzáférés biztosítását, ezt azonban európai uniós szinten kötelező jelleggel nem írták elő. Továbbra is csak lehetőségként tartja fenn az új irányelv a tagországok számára, hogy saját nemzeti piacukon kötelező hozzáférést rendeljenek el (uo. 42. o.). Ezzel a lehetőséggel a tagországok jelentős része azonban élt, amint azt a 3. táblázat mutatja.

3. TÁBLÁZAT • Hozzáférési kötelezettségi előírások

Ország	Utcai levélgyjűjtő*	Kimenő osztályozó központ	Bemenő osztályozó központ	Kézbesítő-részleg	Postafiók
Bulgária	–	+	+	+	+
Dánia	–	+	+	+	–
Egyesült Királyság	+	+	+	+	+
Franciaország	–	+	+	+	+
Hollandia	–	–	–	–	+
Írország	+	+	–	–	–
Izland	+	–	+	+	nem egyértelmű
Magyarország	–	+	+	+	+
Málta	+	+	+	+	+
Németország	–	+	+	–	+
Portugália	–	+	+	+	+
Spanyolország	–	+	+	+	+
Svédország	–	–	–	–	+
Szlovénia	–	+	+	+	+

+ Létezik előírás a hozzáférés biztosítására.

* A versenytársak saját utcai levélgyjűjtőt állíthatnak fel.

Forrás: *Ecorys* [2008a] 62. o.

PÉNZÜGYI KORLÁTOK • Azokban az országokban, ahol új piaci belépő is saját kézbesítési szervezet felépítésébe kezdett (például Németországban, Svédországban és Hollandiában), a tapasztalatok azt mutatják, hogy egy országos vagy legalábbis nagyobb hazai régiót megbízhatóan kiszolgálni képes kézbesítési hálózat kialakítása éveket tart, és jelentős beruházást igényel. Az első években e versenytársak üzleti levélküldeményeinek volumene nem volt elegendő a kézbesítési hálózat teljes kapacitásának kihasználására, és így nem is érhettek el valamilyen mértékű méret- vagy választékgazdaságosságot (szemben az inkumbens szolgáltatóval), ami általában veszteségesé teszi a működést a kezdeti időszakban. A jelenlegi gazdasági, pénzügyi környezet pedig még inkább elbátortalanítja a lehetséges üzleti befektetőket, hogy a levélküldemények egyes nemzeti piacaira történő új belépéseket finanszírozzanak, főképp azon érett levélpiacokon, ahol a küldemények volumene jellemzően stagnál vagy csökken (*ITA–WIK* [2009a] 179. o.).

STRATÉGIAI KORLÁTOK • Általánosan elmondható, hogy a piacnyitás miatti fenyegetettség hatására az inkumbens postai szolgáltatók kezdenek sokkal nyitottabbá válni a fogyasztókkal szemben, kifinomultabb árazási módszereket fejlesztenek ki, a postai szolgáltatások egyre szélesebb skáláját kínálják, főleg a nagyobb üzleti ügyfelek számára, és folyamatosan fejlesztik a szolgáltatásaik minőségét. Minél alkalmazkodóképesebbé válnak az inkumbens postai szolgáltatók, és minél tudatosabbá teszik ügyfeleiket, annál nehezebb a piacokra új versenytársaknak belépniük. Mindemellett azonban a versenyt károsan befolyásoló stratégiai eszközei is vannak az inkumbens szolgáltatóknak. E stratégiai belépési korlátok főként a piacon erőfőlényben lévő postai szolgáltatók piaci erővel való visszaéléséből eredhetnek, például kizárólagossági szerződések, árszkrimináció, hűségkedvezmények, árukapcsolás és kapcsolt értékesítés formájában.¹⁵ Ezeket a stratégiai viselkedéseket részletesebben vizsgáljuk a következőkben.

PIACI MAGATARTÁS

Az utóbbi évek olyan európai és hazai versenyjogi eseteit tekintjük át, amelyek a postai szolgáltatók versenytorzító stratégiai magatartását vizsgálták. Jellemző, hogy az ilyen esetek gyakoribbak a piacnyitás folyamatában előbbre tartó országok egyetemes szolgáltatóit érintően, mivel az egyre több piaci szegmensben megjelenő verseny több területen is lehetővé teszi az inkumbens számára (és egyben ösztönzi), hogy a versenyt befolyásolni próbálja. Ugyanakkor más tagországokban is általánosan jellemző, hogy az egyetemes postai szolgáltatók egyrészt jelen vannak a versenyzői postai tevékenységek piacain is (például expressz- és futárszolgáltatások),

¹⁵ Ilyen, 2007 előtti ügyeket már a korábbi tanulmányunkban is bemutattunk (például magyarországi eljárások: Vj-167/2001/52. és Vj-174/2005/55.) (*Kiss* [2008] 273. o.).

másrészt a vertikális terjeszkedésük – akár nem postai, hanem más tevékenységek bekapcsolásával (dokumentumok nyomtatása, szerkesztése, előállítása, média- és adatszolgáltatások...) – megteremti a kockázatát, hogy piaci erejüket megkísérlik más piaci területekre is átvinni. A piaci erővel való visszaélés különféle eseteivel találkozhatunk (a piac lezárásával – diszkriminatív árkedvezmények, versenytorzító keresztfinanszírozás, árukapcsolás segítségével –, illetve hozzáféréssel kapcsolatos problémákkal).

Újabb közösségi jogesetek¹⁶

2007 augusztusában a dán versenytanács döntésében megállapította, hogy a Post Danmark a magazinküldemények piacán visszaélt erőfölényével, amit *kizáró árazás (és kedvezményrendszer)*, illetve az ügyfelek közti *versenykorlátozó diszkrimináció* révén valósított meg. Az érintett piacon a küldemények feladói kumulatív vagy visszamenőleges kedvezményrendszerrel szembesültek, amelynek során a dán posta hátrányos helyzetbe hozta azokat az ügyfeleit, akik jelentősebb mennyiségű küldeményt helyeztek át egy versenytárs szolgáltatóhoz, illetve jelentős előnyhöz juttatta azokat az ügyfeleit, akik a Post Danmarkra váltottak át. A két csoport számára megállapított árak között számottevő eltérés mutatkozott. A versenyfelügyeleti eljárás során kiderült, hogy a Post Danmark kedvezményekre vonatkozó árképzési elve nem a költségeken alapult, valamint az, hogy a saját szolgáltatásuk piacán egymással versenyző ügyfeleit (közbülső szolgáltatókat) versenyhátrányba juttatta azáltal, hogy a különböző feladók között diszkriminációt alkalmazott (*Post Denmark... [2009]*).

Egy későbbi, 2009. évi eljárásban a dán versenytanács megint csak a dán postai inkumbens, a Post Danmarkkal szemben indított eljárást a reklámlevél-küldemények piacán alkalmazott, a *piac lezárására alkalmas árengedményrendszer* miatt. Az elsősorban *direkt marketing* típusú küldemények Post Danmarkon keresztül történő kézbesítéskor a feladók egy sávós rendszerben 0–16 százalékos kedvezményt kaphattak, amely főként a feladott levelek mennyiségétől függött. A versenytanács megállapította, hogy a Post Danmark a feladók számára kikerülhetetlen partner, mivel az 50 grammnál kisebb tömegű levelek kézbesítésének piacán kizárólagos jogokkal rendelkezik, illetve az egyetlen postai szolgáltató, amelynek kézbesítési hálózata országos lefedettségű, és 90 százalékos piaci részesedéssel a Post Danmark erőfölényét élvez a tömegküldemények piacán. Azt is megállapították, hogy a kedvezmények mértéke nem a tömeges feladásból származó költségkülönbségen alapult, hanem stratégiai megfontolások álltak mögötte. Az alkalmazott árkedvezményrendszer pedig a versenytársakkal szemben erőteljesen a Post Danmark választására ösztönözte a feladókat, és így alkalmas volt a piac lezárására (*The Danish... [2009]*).

¹⁶ A 2007 előtti jogesetekről lásd Kiss [2008] 269–272. o.

A Postcomm (angol ágazati szabályozó) 2008 márciusában (ma is folyamatban levő) vizsgálatot indított a Royal Mail ellen *versenykorlátozó árképzés és árukapcsolás* miatt. A versenytárs Brightsource postai szolgáltatótól érkezett panasz a Royal Mail MSL- (Mailsort Light) szolgáltatását érintően. Az MSL egy reklámküldeményekhez kapcsolt, igen kedvezményes többletszolgáltatás, amelyet önmagában nem lehet igénybe venni, csak különböző kritériumok teljesítése esetén. Például minimum 40 ezer reklámküldeményt kell feladni, és az MSL-szolgáltatás ezen fő reklámküldemények után kiküldött „emlékeztető” küldemény (súlya meghatározott, ugyanarra a címre szól, száma nem lépheti túl a fő kampányban kiküldött küldemények számát, és hat hónapon belül kell feladni). A kritériumok teljesítése esetén minden MSL-küldemény árából jelentős kedvezményt kapnak az ügyfelek. 2007 decemberében a Brightsource jelentős versenykorlátozás miatt panaszt emelt a Royal Mail MSL-szolgáltatása ellen. Korábban a Brightsource MSL-hozzáférést igényelt a Royal Mail Wholesale-től, kérelmét azonban visszautasították. A vállalat panaszában kifejtette, hogy a Royal Mail által ajánlott MSL-szolgáltatás kiskereskedelmi ára a vele egyenértékű, a Brightsource számára (a vertikális értéklánc alsó szintjén) elérhető hozzáférési szolgáltatás áránál alacsonyabb, s ennek következtében olyan hátrányba kerül a vállalat, amit lehetetlen leküzdeni. Továbbá a Brightsource nemcsak az MSL-szolgáltatás során kézbesített cikkek piacán szorul hátrányba, hanem a fő küldemények területén is, mivel a megrendelők az MSL-árkedvezmény megszerzése miatt a Royal Mailt választják. A Royal Mail azzal védekezik, hogy az MSL-szolgáltatást nem szabad különálló szolgáltatásnak tekinteni, mivel az csak egy eleme a többszintű reklámozási kampánynak, így az árazást sem lehet külön vizsgálni. A Postcomm még nem hozott döntést az ügyben, a vizsgálatok jelenleg is folynak annak tekintetében, hogy az MSL-szolgáltatás sérti-e a hatékony versenyt, illetve különálló szolgáltatásként értékelhető-e, továbbá a kedvezményes árat igazolják-e az alacsonyabb költségek (*Postcomm* [2009]).

Egy másik ügyben az angol hatóság 2008 januárjában elutasította, hogy a Royal Mail harmadik fél számára (nagyfogyasztók) úgynevezett zonális hozzáférési díjakat vezessen be (bizonyos, az egyetemes szolgáltatások körén kívüli szolgáltatások esetén). A díjak mértéke attól függött, hogy az adott fogyasztó hová szeretné kézbesíttetni a küldeményét, ennek alapján az Egyesült Királyságot különböző zónákra osztották be. Az elutasítás egyik fő oka, hogy az öt zóna árazási struktúrája nem a költségeken alapult, ez diszkrimináló árazáshoz vezethet. Másrészt, komoly háttással lehet a verseny jelenlegi helyzetére, mivel eddig a versenytársak a Royal Mail egységes áraival versenyeztek, annak hálózatához egységes áron való hozzáféréssel. Harmadrészt, a Postcomm szerint torzítaná a postai értéklánc felső szintjén kialakult versenyt, ha két párhuzamos, összeegyeztethetetlen zonális árazás létezne, egy a nagyfogyasztói, egy pedig a hozzáférési szolgáltatásokra. A Royal Mail 2008 májusában a hatóság döntésének jogi felülvizsgálatát kérte, azonban az ügyben máig még nem született döntés (*Postcomm* [2008]).

Újabb hazai jogesetek¹⁷

Az elmúlt három év jogesetei között két olyan eljárás volt, amely a Magyar Posta postai szolgáltatások piacain folytatott magatartásával kapcsolatos. A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Magyar Lapterjesztő Zrt. és a Magyar Posta Zrt. ellen *versenykorlátozó megállapodás* megkötése miatt indított eljárást, és a 2007. november 8-i határozatában meg is állapította e versenykorlátozó magatartást. A Magyar Posta regionális újságterjesztő cégeinek privatizációja kapcsán kötött korábbi, 1998 és 2001 között hatályos megállapodásában szerepelt, hogy a Magyar Posta nem törekszik arra, hogy ő juttassa el a lapokat a nyomdából a kiskereskedőkhöz. A 2002 és 2007 közötti időszakra szóló együttműködési megállapodásban ennek köszönhetően a Magyar Posta elérte, hogy a postahivatalokban eladott lapok fejében a Lapkertől kapott jutaléka 13-ról 23,5 százalékra nőjön. Az egyezség 2003. januártól hatályos módosítása során végül a Lapterjesztő is vállalta, hogy nem kapcsolódik be a Posta felségterületének számító előfizetéses lapterjesztésbe. A meg nem támadási megállapodás kapcsán ekkor a Magyar Posta piacszervezési díjként egyszeri 260 millió forint összegű ellentételezésben részesült annak fejében, hogy újabb öt évig nem rontja a Lapker üzletét. A Versenytanács a jogsértésért a Magyar Posta Zrt.-t és a Lapkert is 468-468 millió forint bírság megfizetésére kötelezte, a fellebbezés nyomán 2009. április 22-én hozott ítéletben ezt 250-250 millió forintra mérsékeltek (Vj-140/2006/69.).¹⁸

A másik említésre érdemes eljárás, bár a postai szolgáltatásokhoz kapcsolódik, de nem a levél- vagy csomagküldemények piacait érinti. A GVH 2007. november 8-án indított eljárást a Magyar Posta ellen *gazdasági erőfölénnyel való visszaélés* miatt. A vizsgálat szerint a Magyar Posta a készpénz-átutalási megbízások előállításával kapcsolatos engedélyezési, illetve szerződéskötési folyamatban olyan feltételeket alkalmazott, amelyek alkalmasak lehetnek a kapcsolódó nyomtatvány-előállítási piacon (melyen a Magyar Posta maga is jelen van) vagy annak bizonyos szegmensein folyó verseny torzítására. A Versenytanács szerint a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján megállapítható, hogy a Magyar Posta 2004 és 2007 között legalább öt alkalommal elzárkózott a készpénz-átutalási megbízásokhoz szükséges nyomtatványok előállításának engedélyezésétől. Egy esetben technikai okok miatt, más esetekben gazdasági megfontolásokat szem előtt tartva. Ugyanakkor az eljárás során azt is megállapították, hogy a készpénz-átutalási megbízásokhoz szükséges nyomtatványok előállításának piacon több vállalkozás is jelen van, és ezek a piaci szereplők a Magyar Posta jelentős versenytársai, ezért a vizsgált időszakban a Magyar Posta magatartása a versenyt magát a készpénz-átutalási megbízásokhoz szükséges nyomtatványok előállításának piacon és így más piacokon sem veszélyeztette

¹⁷ A 2007 előtti jogesetekről lásd Kiss [2008] 273. o.

¹⁸ http://www.gazdasagkifeheritese.uni-corvinus.hu/images/8/8b/GVH_-_lapterjesztokartell.pdf.

volna, és a fogyasztókat ért sérelmet sem tartották valószínűsíthetőnek. Így 2008. július 8-i döntésével a Versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszüntetette (Vj-186/2007/36).¹⁹

PIACI TELJESÍTMÉNY

Gazdasági teljesítmény

Az ITA–WIK csoport nemzetközi tanulmányának becslése szerint Magyarországon a teljes postai iparág 2007. évi forgalmának 59 százaléka a levélküldemények piaci szegmenséből származott (becsült piaci érték 405 millió euró), és 41 százaléka a csomag- és expresszküldeményekkel kapcsolatos tevékenységekből (becsült piaci érték 280 millió euró) (ITA–WIK [2009b] 59–60. o.). Összehasonlításként a teljes uniós postai szektor 2007. évi 94 milliárd eurós bevételének 56 százaléka származott a levélküldemények forgalmából és 44 százaléka a csomag- és expresszküldemények piaci szegmenséből (ITA–WIK [2009a] 25. o.). Általánosan jellemző, hogy a csomag- és expresszküldemények szegmense dinamikusabb növekedést mutat, mint a levélküldemények piaca. A teljes uniós belső levélpostai forgalom az elmúlt 10 évben átlagosan évi 0,4 százalékkal nőtt, míg a csomag- és expressz-szolgáltatások növekedési üteme átlagosan 6,1 százalékos volt (ITA–WIK [2009a] 36. o. és 140. o.). Ez egyrészt az utóbbi piaci területeken nemzetközileg jóval hamarabb kibontakozott verseny ösztönző hatását tükrözi. Másrészt viszont az újszerű elektronikus kommunikációs formák térnyerése elsősorban a levélpiaci szegmens számára jelent kihívást, hiszen az információk más módokon is továbbíthatók az új kommunikációtechnológiai megoldások révén, ami kevésbé mondható el a kézzelfogható, fizikai küldeményeket kezelő csomag- és expressz-szolgáltatások esetében.

Persze az uniós átlagok mögött az egyes tagországok jelentős szórása húzódik meg. A 4. táblázatból láthatjuk, hogy az érettebb postai piacú nyugat-európai tagországokban jóval alacsonyabb volt a növekedési ütem, míg a déli és még inkább a keleti tagországok növekedése ennél nagyobb volt. Az adatok azonban azt is mutatják, hogy a jelentősebb növekedési ütem ellenére is ezen utóbbi országcsoportok levélpiacai még mindig jóval „fejletlenebbek” (a piac telítettsége/érettsége értelmében): az egy főre jutó levélküldemények száma messze alatta marad a nyugat-európai átlagnak. A 4. táblázat adataiból láthatjuk, hogy Magyarországon az egy főre jutó küldemények száma alacsonyabb az európai uniós átlagnál (és jóval alacsonyabb az érett postai piaccal rendelkező nyugati tagországokénál), de magasabb az újabb csatlakozó keleti tagországokénál. Érthető módon az érett – és így meglehetősen telített – postai piaccal rendelkező tagországok növekedési rátája volt a legalacsonyabb a 2003 és 2007 közötti időszakban.

¹⁹ http://www.concurrences.com/IMG/pdf/2008-09-18-Hungary03Doc_82_.pdf.

4. TÁBLÁZAT • A belföldi levélküldemény-forgalom jellemzői az EU–27-en belül (2007)

Tagországok	Egy főre jutó küldemények száma*	Összesített éves növekedési ráta,** 2003–2007 (százalék)	Részesedés az EU-n belüli küldemények bevételeiből (százalék)
<i>Levélküldemények</i>			
Nyugati tagországok	297	0,2	81,4
Déli tagországok	94	1,1	14,5
Keleti tagországok	68	2,2	4,1
Magyarország	98	-1,5	-
<i>Csomag- és expresszküldemények</i>			
Nyugati tagországok	-	5,4	75,1
Déli tagországok	-	9,3	21,7
Keleti tagországok	-	18,8	3,2
Magyarország	-	18,5	-

Nyugati tagországok: Ausztria, Belgium, Dánia, Egyesült Királyság, Finnország, Franciaország, Hollandia, Írorság, Luxemburg, Németország, Svédország. *Déli tagországok:* Ciprus, Görögország, Málta, Olaszország, Portugália, Spanyolország. *Keleti tagországok:* Bulgária, Csehország, Észtország, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Magyarország, Románia, Szlovénia, Szlovákia.

* Súlyozott átlag (populáció alapján). ** Összesített éves növekedési ráta (CAGR, Compound Annual Growth Rate).

Forrás: ITA–WIK [2009a] 38. o., 143. o. és ITA–WIK [2009b] 59–60. o. alapján.

A negatív magyar növekedési ráta ugyanakkor egy kicsit félrevezető. Ha részletezzük a mögötte álló adatokat (5. táblázat), akkor láthatjuk, hogy a címzett belföldi levélküldemények három elkülönített csoportjának növekedési rátája (dőlt számok) közül a hírlapterjesztés szegmenséé az egyedüli negatív. Ez viszont erősen torzít, mivel e szegmens esetében az adatok csak a Magyar Posta forgalmát tükrözik, ami – ahogy fentebb már írtam – 2007-ben új versenytárs megjelenése miatt erősen csökkent. Ez azonban nem jelenti azt, hogy a lapterjesztési piacon ilyen mértékben csökkent volna összességében a küldemények száma. Továbbá a címzett reklámküldemények piaci szegmensére vonatkozó adatok sem adnak jó képet e területről, mivel időközben változott a Magyar Posta küldeményosztályozása, és 2007-ben e korábbi piaci szegmens küldeményeinek egy részét átsorolták a címzetlen reklám-

5. TÁBLÁZAT • A levélküldemény-piac hazai jellemzői

Küldemények típusa/ piaci szegmens	Egy főre jutó levélküldemények száma, 2007	Összesített éves növekedési ráta, 2003–2007 (százalék)
Címzett belföldi levélküldemények	98	-1,5
<i>Levelek</i>	90	0,7
Címzett reklámküldemények	3	20,6
<i>Hírlapterjesztés</i>	5	-23,1
Címzetlen reklámküldemények	70	15,5
Kifelé irányuló nemzetközi küldemények	2	-1,3

Megjegyzés: A hírlapterjesztésre, címzetlen reklámküldeményekre és kifelé irányuló nemzetközi küldeményekre vonatkozó adatok nem tartalmazzák az egyetemes szolgáltató e piaci szegmensekben működő versenytársainak forgalmát.

Forrás: ITA–WIK [2009b] 59. o.

küldemények körébe. Ha mindezt a torzítást kiküszöböljük a hivatkozott nemzetközi tanulmány növekedési adatából, akkor a magyar levélküldemények piacának növekedése (amit a levelek 0,7 százalékos növekedési rátája dominál) a szerény európai uniós növekedési átlag körül lenne, alatta maradván a keleti tagországok 2,2 százalékos növekedésének, de – mint láthatjuk a 4. táblázatból – nagyobb egy főre jutó küldeményszám mellett.

A csomag- és expresszküldeményeket illetően a 4. táblázatbeli magyar 18,5 százalékos növekedési ráta beleillik a kelet-európai tagországok átlagos növekedésének trendjébe.

A postai szolgáltatások piacaira jellemző, hogy a küldemények nagyobb része üzleti és közületi szervezetektől ered. A teljes európai uniós levélküldemény-forgalomnak 88 százaléka indul ilyen piaci szereplőktől (B2X), és csupán 12 százaléka magánszemélyektől (C2X) (beleértve a mikro- és egyéni vállalkozásokat is). Az üzleti szereplőktől eredő levélküldemény-forgalom 35 százaléka címzettje más üzleti szervezet (B2B) és 65 százaléka a lakosság (B2C). Magyarország esetében nem állnak sajnós rendelkezésre ilyen részletezettségű adatok, de az üzleti szervezetektől induló levélküldemények arányát az európai uniós átlagnál nagyobbra, 95 százalék körülire becslik (a lakossági levelezés 2004 óta tartó folyamatos csökkenése mellett) (ITA–WIK [2009b] 60. o.).

A 6. táblázatban az utóbbi három évre vonatkozó részletesebb adatokat is összegyűjtöttünk az iparág és az egyetemes szolgáltató teljesítményének jellemzésére.

A 6. táblázat adataiból láthatjuk, hogy az értékesítés nettó árbevétele mind a nem versenyzői egyetemes szolgáltatások szegmensében, mind a versenyzői piaci területeken (futár-, gyors- és integrált postaszolgáltatások) nőtt az elmúlt időszakban, de sokkal nagyobb a növekedés az utóbbi versenyterületeken. Ha e 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 bevételnövekedésénél.

A termelékenység alakulásának mérőszámaként az egy foglalkoztatottra jutó kibocsátást számítottuk ki, a kibocsátást bevételben, illetve küldemények számában mérve. A küldeményszám alapján számolt mutató az iparág különböző szegmenseinek (illetve az iparági átlag és az egyetemes szolgáltató) összevetésére nem alkalmas, mert nagyon eltérő jellegű küldeményekről van szó az egyes szegmensekben (a Magyar Posta küldeményeinek számában jelentősen nagyobb a levélküldemények aránya a versenytársakéhoz képest, akik főleg a csomag- és expresszküldemények szegmensében működnek). Az időbeli fejlődésnek adott piaci szegmensen belül viszont hasznosabb jelzője lehet, mint a bevételekből számolt termelékenységi mutató, mert az utóbbi változhat az áremelkedéseknek köszönhetően is, tehát nem biztos, hogy tényleges hatékonyságváltozást tükröz. Ezt a különbséget láthatjuk például

6. TÁBLÁZAT · A magyar postai iparág és egyetemes postai szolgáltató gazdasági teljesítményét jellemző adatok

Megnevezés	2006	2007	2008	Változás százalékban (2006–2007)	Változás százalékban (2007–2008)
<i>Értékesítés nettó árbevétele (millió forint)</i>					
Egyetemes szolgáltatás ^a	74 000	79 465	85 001	+7,37	+6,98
Futárposta-szolgáltatás	2 455	3 281	7 237	+33,65	+120,57
Gyorsposta-szolgáltatás	1 484	1 865	349	+25,67	-81,29
Integrált postaszolgáltatás	22 406	26 066	31 227	+16,33	+19,80
<i>Küldemények száma^b (ezer darab)</i>					
Egyetemes szolgáltatás	809 990,8	788 828,1	801 158,2	-2,61	+1,56
Futárposta-szolgáltatás	1 192,1	1 789,6	2 599,5	+51,42	+45,26
Gyorsposta-szolgáltatás	411,0	501,5	483,6	+22,02	-3,57
Integrált postaszolgáltatás	8 167,9	10 072,8	13 133,7	+23,32	+30,39
<i>Foglalkoztatottak száma</i>					
Iparágban	39 706	37 648	n. a.	-5,18	-
Egyetemes szolgáltató ^c	38 686	36 429	35 973	-5,83	-1,25
<i>Termelékenység^d</i>					
Iparági bevétel (millió forint/fő)	2,53	2,94	n. a.	+16,21	-
Iparági küldeményszám (ezer darab/fő)	20,65	21,28	n. a.	+3,05	-
Egyetemes szolgáltató bevétele (millió forint/fő)	1,91	2,18	2,37	+14,13	+8,72
Egyetemes szolgáltató küldeményszáma (ezer darab/fő)	20,93	21,65	22,27	+3,44	+2,86
<i>Beruházás (folyó áron, milliárd forint)</i>					
Iparági összesen	18,3	16,2	n. a.	-11,47	-
Iparági bevételarányos ^e	0,18	0,15		-16,67	-
Egyetemes szolgáltató, összesen ^f	13,63	11,29	7,97	-17,17	-29,41
Egyetemes szolgáltató, bevételarányos ^f	0,18	0,14	0,09	-22,22	-35,71

^a Magyar Posta [2006], [2007], [2008].

^b Belföldi kézbesítésre felvett küldemények száma.

^c Magyar Posta [2006], [2007], [2008].

^d Az iparág termelékenysége az egy foglalkoztatottra jutó kibocsátásban mérve, illetve az inkubens termelékenysége az egy foglalkoztatottra jutó kibocsátásban mérve (a táblázat többi adatából számítva).

^e Egy forint árbevételre jutó beruházás (beruházás/értékesítés árbevétele).

^f Magyar Posta [2006], [2007], [2008].

Forrás: Ahol másként nem jeleztük, ott az adatok az Nemzeti Hírközlési Hatóság hírközlés-statisztikai adatbázisából származnak.

az egyetemes szolgáltató ezen mutatói esetében is, hiszen az egy foglalkoztatottra jutó küldeményszám növekedése (3,44, illetve 2,86 százalék) jóval szerényebb volt a vizsgált időszakban, mint az egy foglalkoztatottra jutó bevételnövekedés (14,13, illetve 8,72 százalék). Az egy főre jutó bevételek nagyságát viszont közvetlenül is értelmes összehasonlítani az egyes piaci szegmensekre. Láthatjuk ezen adatokból, hogy az iparági termelékenység nagyobb volt ebben az időszakban, mint az egyete-

mes szolgáltató termelékenysége (2006-ban és 2007-ben az előbbi 2,53 és 2,94 millió forint/fő, míg az utóbbi 1,91 és 2,18 millió forint/fő).²⁰

Ha a beruházások alakulását vizsgáljuk, akkor láthatjuk, hogy a beruházások bevételarányos nagyságában (egy forint bevételre jutó beruházás) nem tér el jelentősen egymástól az iparág és az egyetemes szolgáltató. A 6. táblázat utolsó sorainak adataiból azonban az is látható, hogy az elmúlt években az egész iparág beruházásvolumenének 2006 és 2007 közötti 11,47 százalékos zsugorodásánál az egyetemes szolgáltató beruházásai nagyobb mértékben estek vissza (2006 és 2007 között 17,17 százalékkal), ráadásul a rá következő évben még erőteljesebben (2007 és 2008 között már 29,41 százalékkal).

Árak alakulása

Sajnos csak a szabályozott árú küldemények áralakulásáról vannak magyarországi információk. A legtöbb tagországban az árszabályozás az egyetemes szolgáltatókra vonatkozik, de van, ahol csak az egyetemes szolgáltatás azon szegmenseire terjed ki, ahol nincs érzékelhető verseny. Magyarországon az árszabályozás kizárólag a fenntartott szolgáltatások díjaira korlátozódik, pedig az árszabályozás közgazdasági logikája azt kívánná meg, hogy az a monopolista piaci szegmensek mindegyikére kiterjedjen. Mint ahogyan már bemutattuk, Magyarországon a Magyar Postának a nem fenntartott egyetemes szolgáltatások területén sincs versenytársa, így sem a piaci verseny, sem a szabályozás nem korlátozza az egyetemes szolgáltató e csoportba tartozó szolgáltatásainak díjait. A 6. táblázat adataiból is megpróbálhatunk óvatosságot követeltetéseket levonni az árak alakulásáról az egyes piaci szegmenseken belül. Ha összevetjük a bevételek és a küldemények számának növekedési ütemét, akkor azt látjuk, hogy az egyetemes szolgáltatások nem versenyzői részében a küldemények volumene összességében kismértékben csökkent a három év alatt (–2,61 százalék és +1,56 százalék), míg a bevételek nőttek (+7,37 százalék, +6,98 százalék). A kettő közti eltérés az inflációnál kicsit nagyobb mértékű áremelkedést sejtet ebben a piaci szegmensben. Ezzel szemben a versenyerületeken a küldemények volumene jobban nőtt, mint az abból származó bevételek, ami azt sejteti, hogy ebben a szegmensben nem volt jelentős árnövekedés (a következtetések levonásával óatosan kell bánnunk, mivel a különböző díjkategóriájú küldemények

²⁰ Óvatosságra inthet bennünket a következtetések megfogalmazásakor, hogy a foglalkoztatottak számán belül nincs elkülönítve a csak postai szolgáltatással foglalkozók létszáma, míg a bevételek viszont a postai tevékenység bevételeire vonatkoznak. Márpedig a Magyar Posta esetében nagyobb az egyéb, nem postai tevékenységek aránya (például 2008-ban a Magyar Posta bevételeinek közel 31,5 százaléka pénzügyi tevékenységekből származott – *Magyar Posta* [2008] 13. o.), mint a versenytársak esetében, és így valószínűleg nagyobb a nem postai tevékenységben foglalkoztatottak száma is a teljes létszámon belül.

összetételének alakulásáról nincsenek információk, így az összetételhatást nem tudjuk kiszűrni).

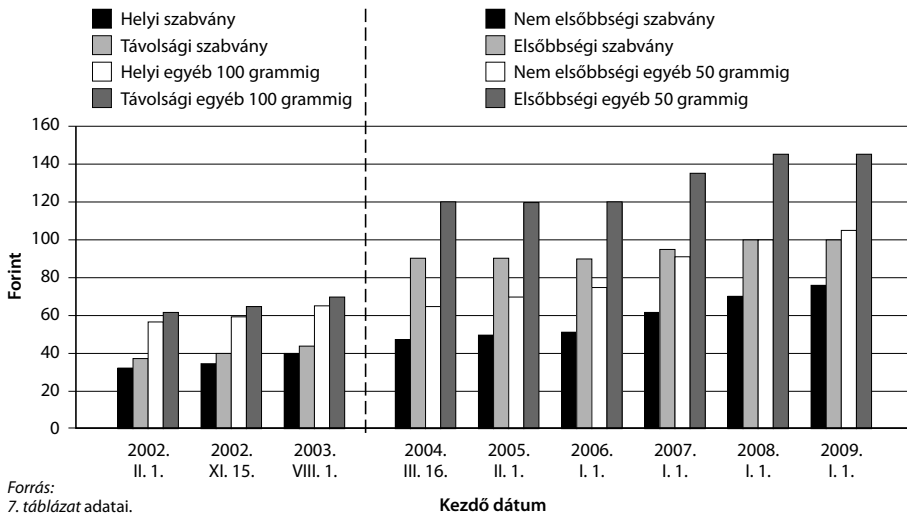
A fenntartott területek szabályozott díjainak alakulását mutatja a 7. táblázat. Az adatokból látható, hogy az árak minden küldeménytípus esetében nőttek, és a legnagyobb árnövekedés (mind a levél-, mind a címzett reklámküldemények esetében) a leggyakoribb – nem elsőbbségi szabvány – kategóriában történt (2006. évi 52 forintról 2009-re 75 forintra, ami három év alatt durván 50 százalékos árnövekedést jelent). Ez igazolja a 6. táblázat adatai alapján megfogalmazott sejtésünket, hogy az árak e piaci szegmensben az inflációnál nagyobb mértékben nőttek.

7. TÁBLÁZAT • A fenntartott körbe tartozó küldemények hatósági díjának alakulása (forint)

Kategória	Kezdő dátum								
	2002 (II. 1.)	2002 (XI. 15.)	2003 (VIII. 1.)	2004 (III. 16.)	2005 (II. 1.)	2006 (I. 1.)	2007 (I. 1.)	2008 (I. 1.)	2009 (I. 1.)
<i>Levél (levelezőlap, képes levelezőlap)</i>									
Helyi szabvány	33	35	40						
Távolsági szabvány	38	40	44						
Helyi egyéb 100 grammig	57	60	65						
Távolsági egyéb 100 grammig	62	65	70						
Nem elsőbbségi szabvány				48	50	52	62	70	75
Elsőbbségi szabvány				90	90	90	95	100	100
Nem elsőbbségi egyéb 50 grammig				65	70	75	90	100	105
Elsőbbségi egyéb 50 grammig				120	120	120	135	145	145
<i>Címzett reklámküldemény</i>									
Kicsi	33	35	35	40	40 ^s	45 ^k	43 ^s	47 ^k	
Közepes	57	60	60	60	60 ^s	70 ^k	63 ^s	73 ^k	
Nagy	78	83	83	85	90 ^s	110 ^k			
Extra	95	100	100						
Nem elsőbbségi szabvány							62	62	75
Elsőbbségi szabvány							95	89	100
Nem elsőbbségi egyéb 50 grammig							90	89	105
Elsőbbségi egyéb 50 grammig							135	128	145
<i>Belföldi hivatalos iratküldemények</i>									
Saját kézhez	228	242	250	260	270	270	300	320	330
A nélkül	168	178	185	190	200	210	250	275	280

^s Standard. ^k Kreatív.

Forrás: NHH [2004], [2005], [2006] és 85/2006. (XII. 15.) GKM-, 100/2007. (XII. 19.) GKM-, 39/2008. (XII. 20.) KHEM-rendeletek alapján.

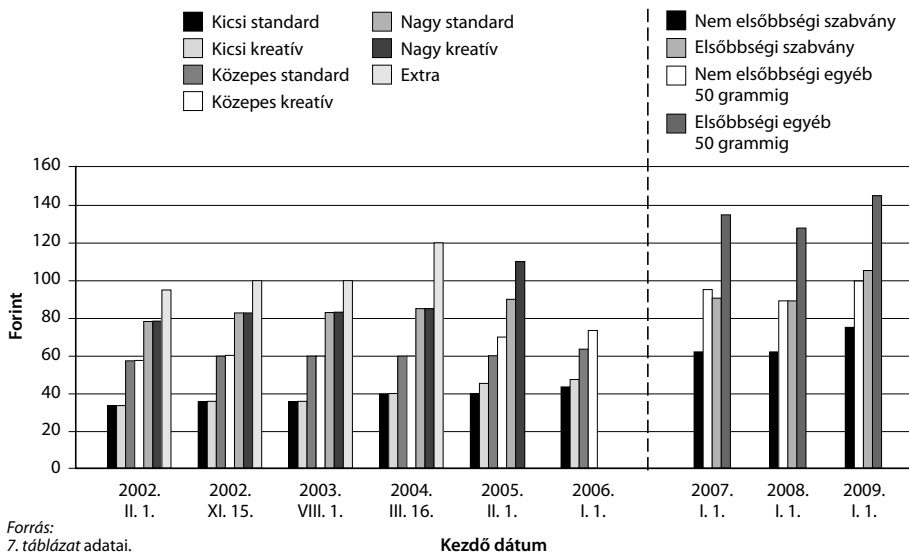


2. ÁBRA • A levélküldemények (levél, levelezőlap, képes levelezőlap) hatósági árának alakulása

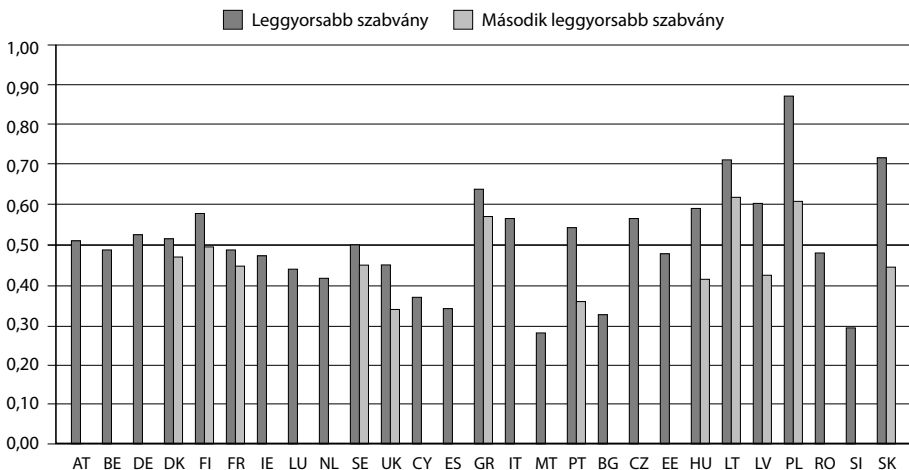
A 2–4. ábrák az árak változását foglalják össze a levél- és címzett reklámküldemények piaci szegmenseiben. A levelek esetében (2. ábra) folyamatos növekedést figyelhetünk meg. A címzett reklámküldemények esetén (3. ábra) a 2008. évi kisebb csökkenés (a leggyakoribb kategóriában – nem elsőbbségi szabvány – nem változott, a többiben kicsit csökkent) után 2009-ben újra nőttek e küldeményfajták árai, és összességében a három év együttes árnövekedése ugyanakkora volt, mint a leveleké.

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. Ebben az összehasonlításban a magyar árak nem tűnnek alacsonynak. A 4. ábrán láthatjuk, hogy a 20 grammos súlyhatárig a leggyorsabb szabványkategóriába tartozó levélküldemények árának nagysága alapján Magyarországot a 27 európai uniós tagország közül csak 5 előzi meg: Lengyelország, Szlovákia, Litvánia, Görögország és Lettország (az ár alapján csökkenő sorrendben). Ha a második leggyorsabb kategóriába tartozó küldemények árait nézzük, akkor a 27-ből 7 tagországban magasabb a díj, mint nálunk: Litvánia, Lengyelország, Görögország, Németország, Franciaország, Szlovákia, Lettország (az ár alapján csökkenő sorrendben).²¹

²¹ Finnországban és Svédországban is magasabb a második leggyorsabb kategóriába tartozó küldemények ára, de ezekben az országokban e szolgáltatások nem mentesek a forgalmi adó alól (Finnországban 22 százalék, Svédországban 25 százalék). Ha az adót levonjuk, akkor a magyar díjknál jóval olcsóbb e szolgáltatás.



3. ÁBRA • A címzett reklámküldemények hatósági árának alakulása



AT: Ausztria, BE: Belgium, CY: Ciprus, CZ: Csehország, DE: Németország, DK: Dánia, EE: Észtország, ES: Spanyolország, FI: Finnország, FR: Franciaország, GR: Görögország, HU: Magyarország, IE: Írország, IS: Izland, IT: Olaszország, LT: Litvánia, LU: Luxemburg, LV: Lettország, MT: Málta, NL: Hollandia, PL: Lengyelország, PT: Portugália, SE: Svédország, SI: Szlovénia, SK: Szlovákia, UK: Egyesült Királyság.

Megjegyzés: Finnország, Svédország és Szlovénia árai tartalmaznak forgalmi adót.

Forrás: ITA-WIK [2009a] 101. o.

4. ÁBRA • A 20 grammos leggyorsabb és második leggyorsabb szabványkategóriájú levélküldemények alapdíja, 2008 (vásárlóerő-paritáson számítva)

Szolgáltatás minősége²²

A *Verseny és szabályozás* korábbi kötetében már részletesen bemutattuk egyrészt az egyetemes szolgáltatási kötelezettség terjedelmét, valamint a területi és időbeli hozzáférhetőségével kapcsolatos előírásokat, másrészt a postai szolgáltatásokra vonatkozó minőségkövetelményeket. Most a kritériumrendszert nem ismertetjük újra, csak e mutatók legújabb, 2008. évi eredményeit foglaljuk össze, ebből a szempontból is értékelve a postai iparág és elsősorban az egyetemes szolgáltató teljesítményét (*Kiss* [2008] 294–300. o.).

SZOLGÁLTATÁSI KÖTELEZETTSÉG, EGYETEMES SZOLGÁLTATÁS • 2008 során a postai szolgáltatóhelyek, kézbesítőjárások és gyűjtőszolgálatok működésében szünetelés nem volt, a szolgáltatás ellátása a jogszabályban előírtaknak megfelelően megtörtént, és a jogszabályi előírásnak megfelelően valamennyi (3152) településen teljes körű volt a házhoz kézbesítés. A Magyar Posta 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 2008-ban a következőképpen alakult.

- Az 1192 darab 600 lakosnál kisebb népességszámú település közül egy településen (a 2006-ban önálló településsé kivált Gibárt) nem lehetett igénybe venni az egyetemes postai szolgáltatásokat.
- A 600–1000 lakos közötti településen az 517 településből 514 esetében biztosított volt (ebből 12 esetében mobilposta útján), illetve három esetében nem volt biztosított a jogszabályban előírt rendelkezésre állás (állandó postai szolgáltatóhely üzemeltetése vagy – ha a település önkormányzatával ebben szerződésben megállapodtak – mobilposta működtetése).
- Jelenleg 1037 településen kizárólag mobilpostával, ezen felül 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 1000 lakosnál nagyobb népességszámú települések esetében az 1443 településből 1442 esetében biztosított, illetve egy esetében (Balatonkeresztúr) nem biztosított a jogszabályban előírt rendelkezésre állás.
- A 20 000 lakosnál nagyobb népességszámú településeken a következők alkalmazásával kell teljesíteni az egyetemes szolgáltatás elérhetőségét:
 - a) bejelentett lakóhellyel rendelkező 20 000 lakosonként legalább egy állandó postai szolgáltatóhelyet kell működtetni,

²² *NHH* [2009] alapján.

- b)* az állandó postai szolgáltatóhelyek távolsága bármely bejelentett lakóhellyel rendelkező belterületi lakos lakásától nem haladhatja meg a légvonalban mért 3000 métert,
- c)* az azonos településen belüli két állandó belterületi postai szolgáltatóhely közötti légvonalban mért távolság legfeljebb 6000 méter lehet.

Az *a)* pontban foglalt jogszabályi előírásnak a Posta teljes mértékben (mind a 62 érintett településen) eleget tett. A *b)* és *c)* pontban szereplő követelmények 62 településből 11 település összesen 20 településrészén nem teljesültek.

A 2003. évi CI. törvény előírja 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 2741 állandó postai szolgáltatóhelyből 1925 esetében nem teljesült a jogszabályi követelmény. 2008 végére az akadálymentesített postai szolgáltatóhelyek száma 816-ra emelkedett.
- A levélgyűjtő szekrények esetében a lakosság rendelkezésére álló 9540 levélgyűjtő szekrényből 694 esetében nem teljesült a jogszabályi előírás. 2008 végére az akadálymentesen megközelíthető levélgyűjtő szekrények száma 8846, arányuk a teljes állományhoz viszonyítva 92,7 százalék.
- A 3861 külterületi támpontból 3802 esetében teljesült, illetve 59 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 esetében a kijelölt elérhetőségi pontok akadálymentesen megközelíthetők.

A SZOLGÁLTATÁSMINŐSÉG MUTATÓI • 2008-ban a jogszabályokban előírt minden minőségi mutatónak megfelelt a Magyar Posta működése,²³ és szinte minden mutató értéke javult az elmúlt három év során. E minőségi mutatókat a 8. táblázatban foglaltuk össze.

A szolgáltatásnyújtás körülményeire vonatkozó minőségi mutató a postai szolgáltatások esetében a *várakozási/sorban állási idő*. A várakozási idő a postai szolgáltatást igénybe vevő sorban állásának kezdetétől a szolgáltatási szerződéskötés megkezdéséig eltelt idő. E minőségi követelményt az egyetemes szolgáltatások körébe tartozó küldeményfelvételt is ellátó munkahelyekre vonatkozóan úgy fogalmazza meg a rendelet, hogy előírja: a legforgalmasabb órában és átlagosan legfeljebb 15 perc

²³ Mivel a jogszabályok az egyetemes szolgáltatásokra írják elő a definiált minőségi mutatók figyelemmel kísérését, és e szolgáltatási területen a Magyar Posta az egyetlen piaci szereplő, így más szolgáltatók minőségi mutatóit a Nemzeti Hírközlési Hatóság nem gyűjti.

8. TÁBLÁZAT • A postai szolgáltatások minőségi mutatója 2008-ban*

A minőségi mutató típusa	Munkanapok száma	Jogsabályi követelmény	Teljesítés (országos átlag)
		százalék	
<i>Átfutási idő: gyorsasági és megbízhatósági mutatók</i>			
Egyedi feladású elsőbbségi levélküldemények	D+1	85	92,69
	D+3	97	99,73
Egyedi feladású nem elsőbbségi levélküldemények	D+3	85	95,07
	D+5	97	99,39
Tömeges feladású elsőbbségi levélküldemények	D+1	85	94,85
	D+3	97	99,83
Tömeges feladású nem elsőbbségi levélküldemények	D+3	85	97,29
	D+5	97	99,63
Postacsomag	D+1	85	92,89
	D+3	97	99,73
<i>A postai dátumnyomat minőségi követelményei</i>			
Olvashatatlan dátumnyomattal ellátott postai küldemények aránya	≤ 0,15		0,0017
<i>A küldeménytovábbítás megbízhatóságának követelményei</i>			
Teljesen vagy részlegesen elveszett belföldi könyvelt postai küldemények aránya	≤ 0,06		0,0338
Sérült belföldi könyvelt postai küldemények aránya	≤ 0,05		0,0038

* 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 ügynevezett 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 [2009] alapján.

lehet a várakozási idő. A postákat a felvevőablakok számától függően sorolják kategóriákba. Az első három kategóriába tartozó posták (több mint négy felvevőablak) mindegyikét évente legalább egyszer, a kisposták közül pedig a területi lefedettség biztosításával kiválasztottakat kell mérni. A 15 perces átlagot túllépő postákon ismételt mérésre kerül sor. A 2008. évi mérésben részt vevő 158 postahely közül 135 postának a várakozási időre vonatkozó adatai megfeleltek az előírásoknak, 23 posta egyes munkahelyein pedig a legforgalmasabb órai átlagos várakozási idő elérte vagy meghaladta a jogszabályban meghatározott 15 perces határértéket. A 23 posta esetében nem rendszeresen, de túllépték a várakozási időt, amit időszakos forgalomfelfutásokra lehetett visszavezetni. Az érintett posták esetében nem indokolt a várakozási idő újramérése, mivel rendszeresen nem lépték túl a várakozási időt.

IRODALOM

- A BIZOTTSÁG JELENTÉSE... [2008]: A Bizottság jelentése a Tanácsnak és az Európai Parlamentnek a postai irányelv alkalmazásáról. COM(2008) 884. Brüsszel, december 22. http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/reports/report_hu.pdf.
- BERNARD, S.–TOLEDANO, J.–WALLER, J.–XENAKIS, S. [2002]: *Delivery Cost Heterogeneity and Vulnerability*. Megjelent: *Crew, M. A.–Kleindorfer, P. R.* (szerk.): *Postal and Delivery Services: Delivering on Competition*. Kluwer Academic Publishers, Boston, MA.
- CEC [2006]: Accompanying document to the Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directive 97/67/EC, concerning the full accomplishment of the internal market of Community postal services. Impact Assessment, SEC(2006) 1291. Commission Staff Working Document. Brüsszel, október 18. http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/legislation/assessment-annex_en.pdf.
- COHEN, R. H. – ROBINSON, M. H.–WALLER, J. D.–XENAKIS, S. S. [2002]: *The Cost of Universal Service in the U.S. and Its Impact on Competition*. Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste GmbH (WIK). 7th Königswinter Seminar on Contestability and Barriers to Entry in Postal Markets, február 17–19.
- COHEN, R. H.–ROBINSON, M. H.–COMANDINI, V. V.–SHEEHY, R.–SCARFIGLIERI, G.–WALLER, J. D.–XENAKIS, S. S. [2004]: *The Role of Scale Economies in the Cost Behavior of Posts*. Wissenschaftliches Institut für Kommunikationsdienste (WIK). 8th Königswinter Seminar on Regulating Postal Markets – Harmonised Versus Country Specific Approaches, február 16–18.
- COHEN, H. R.–CHU, H. E. [1997]: *A Measure of Scale Economies for Postal Systems*. Megjelent: *Crew, M. A.–Kleindorfer, P. R.* (szerk.): *Managing Change in the Postal Delivery Industries*. Kluwer Academic Publishers, Boston, MA, 115–132. o.
- DIRECTIVE... [2008]: 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.
- ECORYS [2008a]: *Main developments in the postal sector (2006–2008)*. Ecorys Nederland BV, Rotterdam, szeptember 11. http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2008-ecorys-final_en.pdf.
- ECORYS [2008b]: *Main developments in the postal sector (2006–2008) – Country sheet summaries*. Ecorys Nederland BV, Rotterdam, szeptember 11. http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2008-country_sheet_summaries.pdf
- FRISCHMANN, B.–WALLER, S. W. [2008]: *Revitalizing Essential Facilities*. *Antitrust Law Journal*, Vol. 75. No. 1. 1–65. o.
- GKM [2007]: *Tájékoztató információk a postai és a futárpostai tevékenységet végző, kijelölt vállalkozások 2006. I–IV. negyedévi működésének alakulásáról a 2145/06. számú, A postai szolgáltatás és a futárszolgálat negyedéves adatai című adatszolgáltatás alapján*. Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, Infokommunikációs és E-gazdaság Főosztály.
- ITA–WIK [2009a]: *The Evolution of European Postal Market since 1997*. ITA Consulting–WIK Consult, augusztus, http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2009-wik-evolution_en.pdf.

- ITA–WIK [2009b]: The Evolution of European Postal Market since 1997 – Annex: Country Fiches. ITA Consulting–WIK Consult, augusztus, http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2009-wik-evolution-country-annex_en.pdf.
- KISS KÁROLY MIKLÓS [2008]: A postai szektor szabályozása. Megjelent: *Valentiny Pál–Kiss Ferenc László* (szerk.): Verseny és szabályozás, 2007. MTA KTI, Budapest, 252–302. o. http://econ.core.hu/file/download/vesz/verseny_11_KissKM_posta.pdf.
- MAGYAR POSTA [2006]: Éves jelentés. Magyar Posta, Budapest, http://posta.hu/kepek/upload/2009-03/MP_eves_jelentes_2006.pdf.
- MAGYAR POSTA [2007]: Éves jelentés. Magyar Posta, Budapest, http://posta.hu/kepek/upload/2009-04/MP_eves_jelentes_2007.pdf.
- MAGYAR POSTA [2008]: Éves jelentés. Magyar Posta, Budapest, <http://posta.hu/kepek/upload/2009-07/Magyar%20Posta%20-%20Eves%20jelentes%202008.pdf>.
- MEH [2009]: Tájékoztató információk a postai és a futárpostai tevékenységet végző, kijelölt vállalkozások 2008. I–IV. negyedévi működésének alakulásáról a 2145/08. számú, A postai szolgáltatás és a futárszolgálat negyedéves adatai című adatszolgáltatás alapján. Miniszterelnöki Hivatal, Infokommunikációért és E-közigazgatásért Felelős Szakállamtitkárság, Infokommunikációs Főosztály.
- NHH [2004]: Beszámoló az egyetemes postai szolgáltatás és a postapiaci verseny 2004. évi magyarországi alakulásáról. Nemzeti Hírközlési Hatóság, Budapest, <http://www.nhh.hu/dokumentum.php?cid=9622>.
- NHH [2005]: Beszámoló az egyetemes postai szolgáltatás és a postapiaci verseny 2005. évi magyarországi alakulásáról. Nemzeti Hírközlési Hatóság, Budapest.
- NHH [2006]: Beszámoló az egyetemes postai szolgáltatás és a postapiaci verseny 2006. évi magyarországi alakulásáról. Nemzeti Hírközlési Hatóság, Budapest.
- NHH [2009]: Az egyetemes postai szolgáltatás 2008. évi minőségi beszámolója. Nemzeti Hírközlési Hatóság, Budapest.
- POST DENMARK... [2009]: Post Denmark has abused its dominant position in the market for magazine mail (4/0120-0100-0048/ISA/TWA). Danish Competition Authority, Kopenhága, <http://www.konkurrencestyrelsen.dk/en/competition/decisions/decisions-2008-and-earlier/national-decisions-2007/konkurrenceraadets-moede-den-30-august-2007/post-denmark-has-abused-its-dominant-position-in-the-market-for-magazine-mail>.
- POSTCOMM [2008]: Royal Mail's Retail Zonal Pricing Application for Non-Universal Service Bulk Mail Products. Postal Services Commission, január, http://www.psc.gov.uk/postcomm/live/policy-and-consultations/consultations/zonal-pricing-by-royal-mail/2008_01_Retail_Zonal_Pricing_Decision.pdf.
- POSTCOMM [2009]: An investigation into Royal Mail's offering of Mailsort Light. Postal Services Commission, június 24. http://www.psc.gov.uk/postcomm/live/news-and-events/news-releases/2009/postcomm-publishes-minded-to-decision-on-mailsort-light-investigation/2009_06_24_MSL_Minded_to_Non_Confidential_vFINAL.pdf.
- TANÁCS [1977]: A Tanács 1977. május 17-i 77/388/EGK hatodik irányelve a tagállamok forgalmi adóra vonatkozó jogszabályainak összehangolásáról – közös hozzáadottértékadórendszer: egységes adóalap-megállapítás. Az Európai Unió Hivatalos Lapja, 09/1. kötet, 23. o. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=DD:09:01:31977L0388:HU:PDF>.

- TANÁCS [2006]: A Tanács 2006/112/EK irányelve 2006. november 28. a közös hozzáadott-értékadó-rendszeréről. Az Európai Unió Hivatalos Lapja, L 347/1. [http://www1.pm.gov.hu/web/home.nsf/%28PortalArticles%29/336C5E6287954C91C12573B40046E27F/\\$File/2006_112_EK_HU.pdf?OpenElement](http://www1.pm.gov.hu/web/home.nsf/%28PortalArticles%29/336C5E6287954C91C12573B40046E27F/$File/2006_112_EK_HU.pdf?OpenElement).
- THE DANISH... [2009]: The Danish Competition Council's decision of 24 June 2009 on Post Danmark's Rebate System for Direct Mail. Koppenhága, <http://www.konkurrencestyrelsen.dk/en/competition/decisions/national-decisions-2009/the-danish-competition-councils-decision-of-24-june-2009-on-post-danmarks-rebate-system-for-direct-mail>.
- VALENTINY PÁL–KISS KÁROLY MIKLÓS [2009]: A nélkülözhetetlen eszközök értelmezése és a postai szolgáltatások. Közgazdasági Szemle, 56. évf. 11. sz. 1001–1024. o.
- WIK [2006]: Main developments in the postal sector 2004–2006. WIK Consult GmbH, Bad Honnef, május, http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2006-wik-final_en.pdf.
- WIK [2009]: Role of Regulators in a More Competitive Postal Market. WIK Consult, Bad Honnef, szeptember, http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/studies/2009-wik_regulators.pdf.