



Liikenne- ja
viestintäministeriö

Postimarkkinan tulevaisuudennäkymät

Konsulttiselvitys

Liikenne- ja viestintäministeriön

visio

Hyvinvointia ja kilpailukykyä hyvillä yhteyksillä

toiminta-ajatus

Liikenne- ja viestintäministeriö edistää väestön hyvinvointia ja elinkeinoelämän kilpailukykyä. Huolehdimme toimivista, turvallisista ja edullisista yhteyksistä.

arvot

Rohkeus

Oikeudenmukaisuus

Yhteistyö



Liikenne- ja viestintäministeriö

Julkaisun päivämäärä
30.4.2013

Julkaisun nimi

Postimarkkinan tulevaisuudennäkymät

Tekijät

VALOR NAG Partners Oy; DI Johan Haataja, KTM Pekka Passi

Toimeksiantaja ja asettamispäivämäärä

Liikenne- ja viestintäministeriö 19.2.2013

Julkaisusarjan nimi ja numero

Liikenne- ja viestintäministeriön
julkaisu 16/2013

ISSN (verkkojulkaisu) 1798-4045
ISBN (verkkojulkaisu) 978-952-243-343-5
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-343-5>
HARE-numero

Asiasanat

Posti, postimarkkina, postipalvelut

Yhteyshenkilö

Tomi Lindholm

Muut tiedot

Tiivistelmä

Konsulttiselvityksessä arvioidaan postimarkkinan tulevaisuuden kehityssuuntia ja mahdollisia toimenpiteitä, joilla lainsäätäjä voi vaikuttaa toimialan kehitykseen tulevaisuudessa. Selvityksessä tarkastellaan myös eri lähetyslajien historiallista kehitystä ja verrataan Suomen markkinakehitystä Ruotsin, Tanskan ja Norjan kehitykseen.

Postilähetysten jakelumarkkina on parhaillaan suuressa murrosvaiheessa. Digitalisoitumisen myötä kirjepostin ja sanomalehtijakelun volyymit ovat kääntyneet laskuun. Selvityksessä arvioidaan, että perusskenaariossa kirjepostin volyymilasku kiihtyy viime vuosien 2,1 %:n vuosilaskusta (2005–2012) keskimäärin 6,6 %:n vuosittaiseen laskuun vuosina 2013–2020. Sanomalehtien jakeluvolyymien laskun arvioidaan kiihtyvän nykyisestä 3,3 %:n vuosittaisesta laskusta (2008–2012) keskimäärin 4,3 %:n vuosittaiseen laskuun.

Eryteisesti verkko-ostamisen kasvun myötä pakettijakelun volyymit taas ovat kasvussa. Viime vuosina pakettivolyymit ovat kasvaneet keskimäärin 4,0 %:ia vuodessa ja perusskenaariossa saman kasvuvauhdin odotetaan jatkuvan myös vuosina 2013–2020. Valtaosa kasvusta syntyy kansainvälisessä pakettiliikenteessä, kun kotimaan pakettiliikenteen volyymikehityksen taas arvioidaan pysyvän tasaisena tai jopa laskevan hieman.

Ennakoitu kehitys on haasteellista erityisesti postin yleispalvelutoimijan Itellan kannalta. Haja-asutusalueilla postin jakelu on jo nyt tappiollista ja käytännössä kannattavien alueiden avulla subventoidaan kannattamattomien alueiden jakelua. Sopeutuminen markkinoilla tapahtuviin muutoksiin edellyttää postitoimijoilta kustannuksia alentavia toimenpiteitä, jotta toiminta voidaan pitää kannattavana myös tulevina vuosina. Merkittävä osa tässä selvityksessä esitetyistä toimenpiteistä on sellaisia, jotka edellyttävät aktiivisuutta myös lainsäätäjältä.



Publiceringsdatum
30.4.2013

Publikation
Postmarknadens framtid

Författare
VALOR NAG Partners Oy; DI Johan Haataja, EM Pekka Passi

Tillsatt av och datum
Kommunikationsministeriet 19.2.2013

Publikationsseriens namn och nummer
Kommunikationsministeriets
publikationer 16/2013

ISSN (webbpublikation) 1798-4045
ISBN (webbpublikation) 978-952-243-343-5
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-343-5>
HARE-nummer

Ämnesord
Post, postmarknad, posttjänster

Kontaktperson
Tomi Lindholm

Rapportens språk
Finska

Övriga uppgifter

Sammandrag

Denna konsultstudie värderar framtidens trender på postmarknaden och möjliga lagstadgade åtgärder som kan influera marknadens utveckling i framtiden. Utredningen innehåller också en analys av historiska utvecklingar av de olika segmenten i postmarknaden och en jämförelse av marknaden i Finland med den av Sverige, Danmark och Norge.

För närvarande upplever postmarknaden stora förändringar huvudsakligen till följd av världsomfattande digitalisationen. Effekter märkas i dalande distributionsvolym av tidningar och brev. I utredningen beräknas att enligt basscenariot volymens nedgång ska accelerera från 2,1% årligen minskning i 2005–2012 till 6,6% under perioden från 2013 till 2020. Rörande tidningarna, denna nedgången betyder en ändring i årligen minskningen från 3,3% till 4,3%.

E-handel har ökat hastigt under de senaste åren och det syns i distributionsvolymen av paket. För ett par år redan har volymens årligväxt varit i genomsnitt 4,0% och basscenariot förutser att stigandet fortsätter på samma takt från 2013 till 2020. En lejonpart av växten kommer från internationell distribution (från eller till Finland) medan inhemsk distributionsvolymen förväntas stanna kvar på nuvarande nivå eller även minska något.

Den förutsedda utvecklingen ska vara synnerligen krävande för Itella som tillhandahåller de samhällsomfattande posttjänsterna. Postdistributionen i glesbygdsområden är redan förlustbringande och i praktiken subventioneras den med avkastningen från operationer i stadsområden. För att behålla affärsverksamhetens räntabilitet i framtiden, måste postoperatörerna förbättra effektiviteten. En signifikant del av propositionerna i utredningen kräver också legislativt aktivitet.

		Date 30.4.2013
Title of publication Future of the postal market		
Author(s) VALOR NAG Partners Oy; Johan Haataja (M.Sc.), Pekka Passi (M.Sc.)		
Commissioned by, date The Ministry of Transport and Communications, February 19, 2013		
Publication series and number Publications of the Ministry of Transport and Communications 16/2013	ISSN (online) 1798-4045 ISBN (online) 978-952-243-343-5 URN http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-343-5 Reference number	
Keywords Post, postal market , postal services		
Contact person Mr. Tomi Lindholm	Language of the report Finnish	
Other information		
<p>Abstract</p> <p>This consultant study assesses future trends of the postal service market and considers potential legislative actions that could be taken to affect the development of the market in the future. The report also includes a review of the historical development and distribution volumes in the various mail segments and a comparison of the evolution of the Finnish postal market compared to that of Sweden, Denmark and Norway.</p> <p>The postal market is currently undergoing a profound transition phase mainly due to digitalization. This is evident from the decreasing distribution volumes of newspapers and letters. This study estimates that in the base case scenario the decline in letter volumes will accelerate from an average annual decrease of 2.1% in 2005–2012 to 6.6% in 2013–2020. During the same time period, newspaper distribution volumes are estimated to decrease from an average annual decrease of 3.3% in 2008–2012 to 4.3% in 2013–2020.</p> <p>Online sales have increased tremendously during the last decade and it has had a notable impact on parcel volumes. During the last few years, parcel volumes have increased at an average annual rate of 4.0%. In the base case scenario this growth rate is estimated to maintain at about the same level from 2013 to 2020. The majority of the volume increase is attributed to international parcels while domestic parcel volumes are predicted to remain stable or decrease slightly.</p> <p>The postal market outlook is challenging especially from the perspective of the universal service operator, Itella. Mail distribution in rural areas is already unprofitable. In practice, the distribution in rural areas is subsidized from the profits generated in towns and cities. As letter and newspaper volumes are continuing to decrease, adaptation to changing market situation requires actions that improve efficiency. A major part of the actions proposed in this study call for measures also from the regulator.</p>		

Esipuhe

Postilaki (415/2010) tuli voimaan 1.6.2011. Uudella postilailla pantiin täytäntöön EU:n kolmas postidirektiivi 2008/6/EY. Postilain tarkoituksena on varmistaa, että koko maassa on saatavilla kohtuullisin, avoimin ja syrjimättömin ehdoin postin peruspalvelut. Postilain mukaisesti postin yleispalveluun kuuluvat peruspalvelut on turvattava kaikille kansalaisille.

Hyväksyessään postilain eduskunta edellytti 9.3.2011, että postimarkkinoiden kehittymistä sekä postipalveluiden laatua ja saatavuutta seurataan tiiviisti ja ryhdytään tarvittaessa viipymättä toimenpiteisiin, joilla laadukkaiden postipalveluiden tarjonta varmistetaan koko maassa. Liikenne- ja viestintäministeriö on seurannut tarkasti postimarkkinoiden kehitystä ja tämä käsillä oleva tutkimus on siitä oiva esimerkki. Tutkimuksen toteutti VALOR NAG Partners Oy, josta tutkimuksen tekemiseen ja toimenpidevaihtoehtojen laatimiseen osallistuivat DI Johan Haataja ja KTM Pekka Passi.

Helsingissä, 30. päivänä huhtikuuta 2013

Tomi Lindholm

Neuvotteleva virkamies

Sisällysluettelo

Esipuhe	1
Sisällysluettelo	2
1. Johdanto	3
1.1 Selvityksen tausta ja tavoite	3
1.2 Raportin rakenne	4
1.3 Tutkimusmenetelmät	4
2. Osoitteellinen kirjeposti	6
2.1 Kirjejakelun nykytila ja kehitys 2000-luvulla	6
2.2 Kirjeiden jakelumäärien kehitykseen vaikuttavat tekijät	8
2.3 Kirjejakelun tulevaisuudennäkymät ja kehitysskenaariot	11
3. Paketit	13
3.1 Pakettijakelun nykytila ja kehitys 2000-luvulla	13
3.2 Pakettien jakelumäärien kehitykseen vaikuttavat tekijät	15
3.3 Pakettijakelun tulevaisuudennäkymät ja kehitysskenaariot	16
4. Sanomalehdet	18
4.1 Sanomalehtijakelun nykytila ja kehitys 2000-luvulla	18
4.2 Sanomalehtien jakelumäärien kehitykseen vaikuttavat tekijät	20
4.3 Sanomalehtijakelun tulevaisuudennäkymät ja kehitysskenaariot	21
5. Osoitteeton jakelu	23
5.1 Osoitteettoman jakelun nykytila ja kehitys 2000-luvulla	23
5.2 Osoitteettoman jakelun volyymien kehitykseen vaikuttavat tekijät	25
5.3 Osoitteettoman jakelun tulevaisuudennäkymät ja kehitysskenaariot	25
6. Ennakoidun volyymikehityksen vaikutukset postimarkkinaan	27
6.1 Ennakoidun kehityksen vaikutukset Itellan kannattavuuteen	27
6.2 Postimarkkinan rakennemuutoksen vaikutukset muissa Pohjoismaissa	29
6.3 Postimarkkinan kasvumahdollisuudet	33
6.3.1 Sähköiset kirjeet	33
6.3.2 Verkkokauppa	33
7. Konsulttien valmistelemat toimenpidevaihtoehdot tulevaisuuteen varautumiseksi	35
7.1 Yleispalvelukirjeiden fyysisen jakelutiheyden harventaminen	36
7.2 Yleispalvelun poikkeustalouksien määrän nostaminen	37
7.3 Päällekkäisten jakeluverkkojen yhdistäminen	38
7.4 Kilpailun lisääminen kirjepostin jakelussa lieventämällä jakelun toimilupaehdoja	38
7.5 Alueellisen postinjakelun alihankinta	39
7.6 Minimipalvelupisteverkon sääntelyn keventäminen	40
7.7 Yleispalvelutuotteiden ALV-vapauden poisto	40
7.8 Postilaatikoiden tehokkaamman ryhmittelyn mahdollistaminen	40
7.9 1. luokan kirjeen poistaminen	41
7.10 Yleispalvelutuotteiden hinnoittelun vapauttaminen	41
7.11 Itellan yksityistäminen	41
8. Johtopäätökset	43

1. Johdanto

Tämä selvitys on toteutettu liikenne- ja viestintäministeriön toimeksiannosta liittyen ministeriön ennakoitutyöhön.

1.1 Selvityksen tausta ja tavoite

Postilähetysten jakelumarkkina on parhaillaan suuressa murrosvaiheessa. Viestinvälitys on jo vuosia digitalisoitunut voimakkaasti. Sähköisen asioinnin, e-kirjeiden sekä laajalle levinneiden sähköisten viestintäpalvelujen, kuten sähköpostin, tekstiviestien ja sosiaalisen median myötä perinteisen kirjepostin jakeluvolyymit ovat vähentyneet ja laskevan trendin odotetaan jatkuvan myös tulevaisuudessa. Vaihtoehtoisia sähköisiä jakelukanavia on syntynyt myös sanoma- ja aikakauslehtien sisällöille esimerkiksi internet-palvelujen ja tablet-laitteiden myötä. Pakettilähetysten volyymit sen sijaat ovat viime vuosina olleet tasaisessa kasvussa verkko-ostamisen kasvun, liiketoiminnan yleisen globalisoitumisen sekä alentuneiden kuljetushintojen ansiosta.

Selvityksen pääasiallisena tavoitteena on arvioida postimarkkinan tulevaisuuden kehityssuuntia ja mahdollisia toimenpiteitä, joilla lainsäätäjä voisi vaikuttaa toimialan kehitykseen tulevaisuudessa. Selvityksessä käsiteltyjä potentiaalisia toimenpidevaihtoehtoja ei ole pyritty rajaamaan millään tavalla. Toimenpiteet edustavat konsultin omia näkemyksiä, ja niissä on pyritty tuomaan esiin radikaalejakin toimenpidevaihtoehtoja nykytilaan nähden. Selvityksessä arvioidaan myös toimialan tulevaisuuden uhkia sekä toisaalta aukeavia mahdollisuuksia. Selvityksessä tarkastellaan myös postimarkkinan ja eri lähetyslajien historiallista volyymikehitystä ja verrataan Suomen markkinakehitystä muihin Pohjoismaihin.

Postilähetysten jakelumarkkina jaetaan perinteisesti neljään lähetyslajiin: kirjelähetykset, pakettilähetykset, lehtijakelu (sanoma- ja aikakauslehdet) ja osoitteeton jakelu. Tätä jakoa käytetään myös tässä selvityksessä. Selvityksen painopiste on kuitenkin kirjelähetyksissä ja pakettilähetyksissä.

1.2 Raportin rakenne

1	Raportin ensimmäinen luku on johdanto selvitykseen, jossa käsitellään selvityksen tavoite, tutkimuksen rakenne ja tutkimusmenetelmät.
2	Toisessa luvussa käsitellään osoitteellisen kirjepostin nykytilaa ja historiallista kehitystä, kehitykseen vaikuttavia tekijöitä sekä tulevaisuudennäkymiä ja -skenaarioita.
3	Kolmannessa luvussa käsitellään pakettilähetysten kehittymistä ja tulevaisuudennäkymiä.
4	Neljännessä luvussa käsitellään lehtijakelun kehittymistä ja tulevaisuudennäkymiä.
5	Viidennessä luvussa käsitellään osoitteettoman jakelun kehittymistä ja tulevaisuudennäkymiä.
6	Kuudennessa luvussa käydään läpi ennakoidun kehityksen vaikutuksia toimialaan kokonaisuudessaan.
7	Seitsemännessä luvussa esitellään toimenpidevaihtoehtoja, joilla lainsäätäjä voi vaikuttaa toimialan kehitykseen tulevaisuudessa.
8	Selvityksen viimeisessä luvussa esitetään selvityksen yhteenveto ja johtopäätökset.

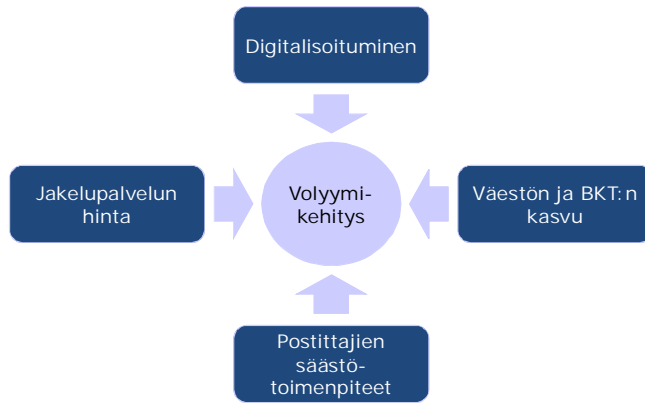
1.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimuksen pääasialliset toteutusmenetelmät ovat olleet tilasto- ja tilinpäätösanalyysit, postitoimijoiden haastattelut, pohjoismainen toimiala-benchmarking sekä skenaarioanalyysi.

Tilasto- ja tilinpäätösanalyysijä hyödyntäen muodostettiin näkemys keskeisimpien postitoimijoiden taloudellisesta kehityksestä ja toimialan kokonaisjakeluvolyymien kehityksestä viime vuosina Pohjoismaissa. Tätä näkemystä syvennettiin vertailemalla eri postilähetyslajien volyymimuutoksia ja kehityspolkuja eri Pohjoismaissa toisiinsa. Selvityksessä haastateltiin viiden Suomessa toimivan keskeisen postiyrityksen edustajia (Itella Oyj, Matkahuolto Oy Ab, DHL Express Finland Oy, Ilves-Jakelu Oy ja Esan kirjapaino Oy). Haastattelujen avulla kerättiin yritysten omia arvioita, kommentteja, näkökulmia ja muuta laadullista materiaalia toimialan historiallisesta kehityksestä, tulevaisuudennäkymistä, kehitykseen vaikuttavista tekijöistä sekä potentiaalisista kehitysskenaarioista Suomessa.

Tärkeimmiksi postivolyyymien tulevaan kehitykseen vaikuttaviksi tekijöiksi identifioitiin viestinvälityksen ja yhteiskunnan digitalisoituminen, postittajien säästötoimenpiteet (esim. lisämaksut paperilaskuille), väestön ja BKT:n kasvu sekä jakelupalvelun hintakehitys. Nämä on koottu oheiseen kuvaan.

Tärkeimmät eri lähetyslajien volyymikehitykseen vaikuttavat tekijät



Esimerkkejä digitalisoitumisesta:

- Sähköpostiviestit, tekstiviestit, blogit ja sosiaalinen media
- Sähköiset tai sähköpostilaskut
- Kivijalkakauppojen korvautuminen verkkokaupoilla
- Lehtien tablet-sovellukset

Esimerkkejä postittajien säästötoimenpiteistä:

- Lisämaksut paperilaskuille
- Laskutusvälien harventaminen
- Siirtyminen 1. luokan kirjeistä 2. luokan kirjeisiin

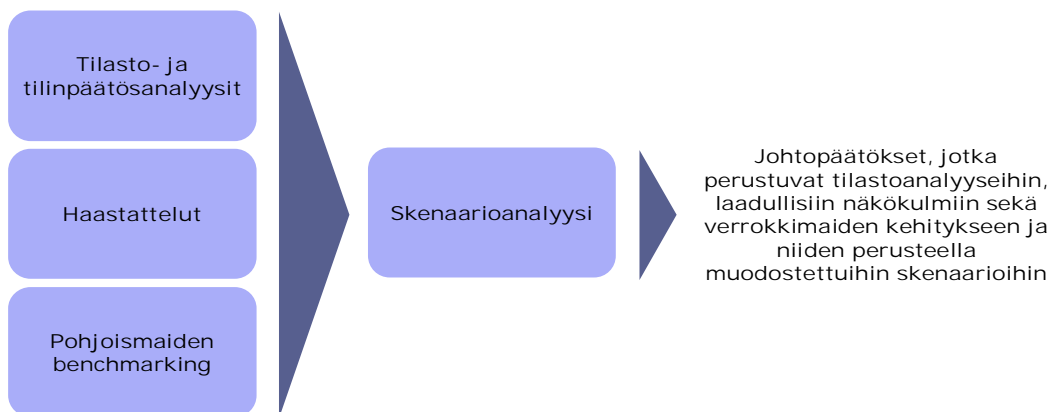
Lähde: VALOR-analyysi

Skenaarioanalyysissä muodostettiin kolme skenaariota jokaisen lähetyslajin volyymikehitykselle vuoteen 2020 saakka. Perusskenaario edustaa postitoimijoiden näkemysten, vertailumaiden toteutuneen kehityksen ja konsultin analyysin perusteella todennäköisintä volyymikehityspolkua. Tämän lisäksi luotiin kaksi muuta skenaariota – maltillinen ja radikaali – esittämään vaihtoehtoisia, tällä hetkellä vähemmän todennäköisiä kehityspolkuja. Ne kuvaavat tilannetta, jossa lähetyslajin kehitykseen vaikuttavissa tekijöissä tapahtuu ennakoimaton muutos, joka joko kiihdyttää tai hidastaa volyymimuutosta. Mitä suurempaa lähetyslajin tulevaan kehitykseen liittyvä epävarmuus on, sitä suurempia ovat myös skenaarioiden väliset erot ennustetussa volyymikehityksessä.

Skenaarioiden pohjalta pyrittiin arvioimaan ennakoidun markkinakehityksen vaikutuksia toimialan liikevaihdon ja kustannusrakenteen kehitykseen ja sitä kautta kokonaiskannattavuuteen. Lisäksi arvioitiin toimialan näkymiä laajemminkin uhkineen ja mahdollisuuksineen.

Lopuksi toteutetun analyysin pohjalta laadittiin toimenpide-ehdotuksia, joilla lainsäätäjä voisi varautua toimialan tulevaan kehitykseen ja haasteisiin sekä vahvistaa postiyriyten toimintaedellytyksiä.

Työn lähestymistapa



2. Osoitteellinen kirjeposti

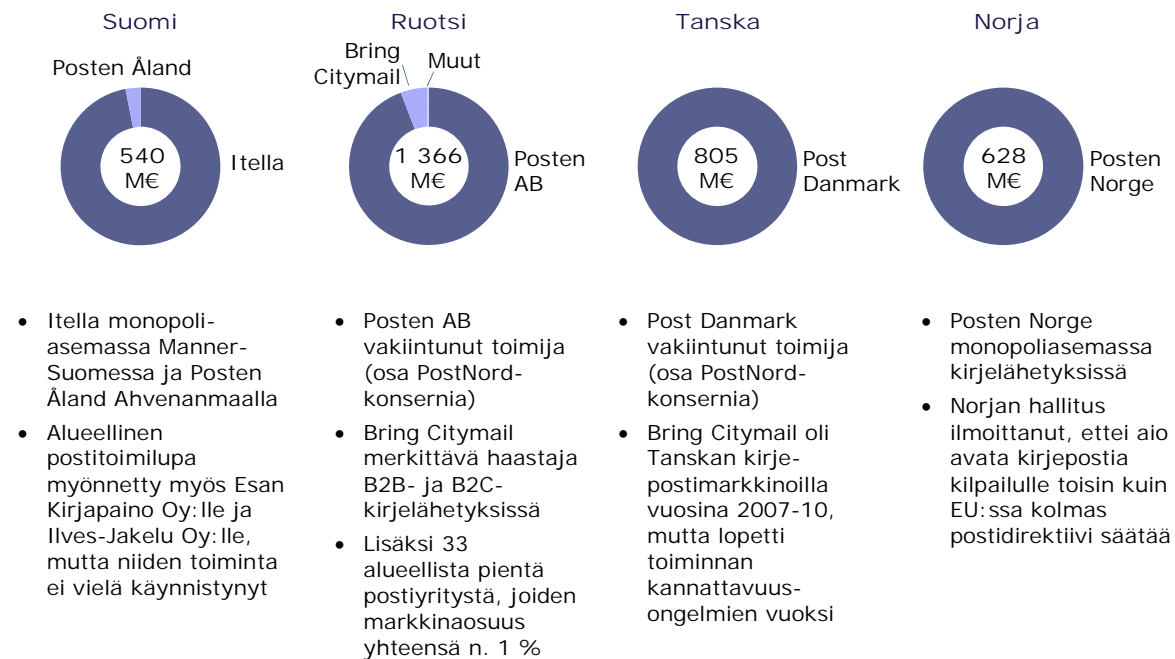
2.1 Kirjejakelun nykytila ja kehitys 2000-luvulla

Suomessa, Tanskassa ja Norjassa osoitteellinen kirjeposti on edelleen täysin vakiintuneiden postitoimijoiden hallussa. Ruotsissa osoitteellista kirjepostia jakaa Posten AB:n lisäksi Norjan postin omistama Bring Citymail, joka on keskittynyt kirjeiden sopimusjakeluun (B2B ja B2C) suurissa kaupungeissa. Bring Citymailin markkinaosuus Ruotsin kirjepostin jakelussa on noin 11 %:ia. Lisäksi Ruotsissa toimii 33 alueellista pientä postiyritystä, jotka jakelevat kirjepostia mutta joilla on kuitenkin yhteensä vain noin 1 %:n markkinaosuus kirjepostissa.

Suomessa ja Tanskassa lainsäädäntö kuitenkin mahdollistaa kilpailun kirjepostissa, vaikka sitä ei olekaan vielä syntynyt. Molemmissa maissa postitoimintaa säätelevä laki on muutettu EU:n uuden postidirektiivin (2008/06/EY) mukaiseksi. Suomessa postitoimilupa on myönnetty tähän mennessä Esa Kirjapaino Oy:lle ja Ilves-Jakelu Oy:lle, jotka eivät kuitenkaan ole vielä aloittaneet kirjeenjakeletoimintaa johtuen erimielisyyksistä toimilupaehtoihin liittyen. Tanskassa norjalainen Bring Citymail harjoitti kirjeenjakeletoa vuosina 2007–10, mutta se lopetti toiminnan kannattavuusongelmien vuoksi. Norjan hallitus taas on ilmoittanut, ettei se aio avata kirjepostia kilpailulle. Huomattakoon, että pohjoismaiseen kilpailutilanteeseen on vaikuttanut myös Ruotsin ja Tanskan postien fuusio PostNord-konserniksi vuonna 2009. Posten AB ja Post Danmark ovat PostNord-konsernin tytäryhtiöitä ja PostNord-konsernin omistavat Ruotsin ja Tanskan valtiot 60/40-omistussuhteella (äänet kuitenkin 50/50-suhteella).

Seuraavassa on esitetty osoitteellisen kirjepostin markkinan koko ja rakenne Pohjoismaissa.

Markkinan koko ja yritysten markkinaosuudet vuonna 2011

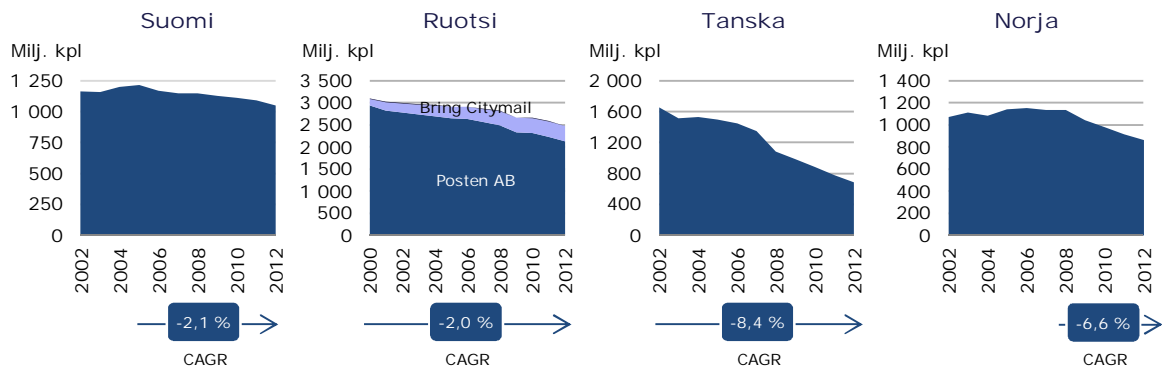


Lähteet: Tilastokeskus, Viestintävirasto, Trafikanalys, Trafikstyrelsen, EUROSTAT, Post- og teletilsynet, yritysten tilinpäätöstiedot, VALOR-analyysi
 Valuuttakurssimuunnokset: EUR/NOK = 7,48; EUR/DKK = 7,44; EUR/SEK = 8,70 (vuoden 2012 keskipäivä)

Kirjepostin volyymit ovat kääntyneet laskuun kaikissa Pohjoismaissa viimeistään 2000-luvulla. Muutos on ollut nopeinta Tanskassa, jossa kirjepostin volyymit ovat romahtaneet yli 50 % vuoden 2002 tasosta. Vuosilasku on ollut vuodesta 2002 alkaen keskimäärin 8,4 %:ia ja Post Danmark arvioi, että vuonna 2013 volyymilasku kiihtyy 13 %:iin vuodessa. Hitainta kehitys on ollut Suomessa, jossa kirjepostin volyymihuippu saavutettiin vuonna 2005. Tämän jälkeen kirjepostin volyymit ovat laskeneet keskimäärin 2,1 %:ia vuodessa.

Seuraavassa on esitetty osoitteellisen kirjepostin volyymikehitys Pohjoismaissa.

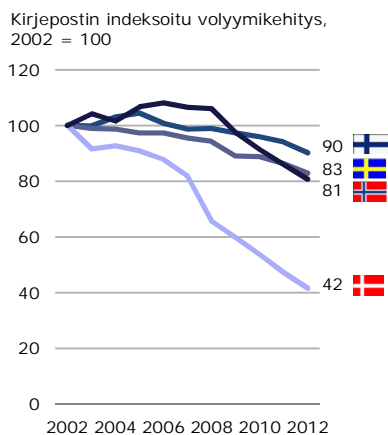
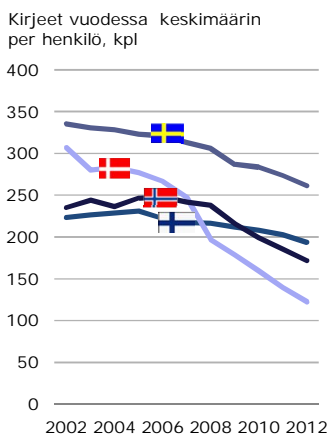
Osoitteellisen kirjepostin volyymikehitys



- Kirjepostin volyymi-huippu osui vuoteen 2005
- Volyymit ovat laskeneet tämän jälkeen keskimäärin 2,1 %:ia vuodessa
- Posten AB odottaa kirjeiden volyymilaskun kiihtyvän 6 %:iin vuonna 2013
- Bring Citymail on kasvattanut volyymejaan ja markkinaosuuttaan viime vuodet
- Kirjepostin volyymit ovat laskeneet yli 50 %:ia vuoden 2002 tasosta
- Post Danmark arvioi, että vuonna 2013 volyymilasku kiihtyy 13 %:iin vuodessa
- Osoitteellisen kirjepostin volyymit kääntyivät laskuun vuonna 2008
- Posten Norge odottaa volyymilaskun kiihtyvän sähköistymisen myötä

Lähteet: Tilastokeskus, Viestintävirasto, Trafikanalys, Trafikstyrelsen, EUROSTAT, Post- og teletilsynet, yritysten tilinpäätöstiedot, VALOR-analyysi

Osoitteellisen kirjepostin suhteellinen volyymikehitys



- Kaikissa maissa kirjepostin laskutrendi on alkanut
- Suhteellinen muutos on ollut nopeinta Tanskassa ja hitainta Suomessa
- Suomessa väestöön suhteutetut volyymit ovat olleet historiallisesti alempana kuin muissa Pohjoismaissa –viimeaikaisen kehityksen myötä suhteellinen kirjevolyymi Suomessa on nyt Norjaa ja Tanskaa korkeammalla
- Laskevasta kehityksestä huolimatta Ruotsin suhteelliset kirjevolyymit ovat edelleen korkeammalla kuin Suomessa tai Norjassa koskaan on ollut

Lähde: VALOR-analyysi

2.2 Kirjeiden jakelumäärien kehitykseen vaikuttavat tekijät

Osoitteellisen kirjepostin vuoden 2012 kokonaisvolyymi Suomessa (yhteensä hieman yli miljardi kirjettä mukaan lukien kansainväliset kirjeet) voidaan konsultin arvion mukaan luokitella karkeasti seuraavasti:

- Laskut noin 40 %
- Osoitteellinen suoramarkkinointi noin 25 %
- Muut yritysten lähettämät kirjeet noin 25 %
- Kuluttajien lähettämät kirjeet vajaat 10 %

Kirjepostin volyymikehitykseen vaikuttavista tekijöistä merkittävin on viestinvälityksen digitalisoituminen, joka aiheuttaa kirjepostin jakeluun merkittäviä rakenteellisia muutoksia. Muutos kohdistuu erityisesti organisaatioiden lähettämiin laskuihin ja tiedotteisiin, jotka korvautuvat yhä nopeammalla tahdilla sähköisillä vaihtoehdoilla. Digitalisoituminen tarjoaa osoitteellisten tiedotteiden ja mainosten fyysiselle jakelulle vaihtoehdon sähköpostiviestien, tekstiviestien ja sosiaalisen median muodossa sekä fyysisille laskuille sähköisten e-laskujen tai sähköpostilaskujen muodossa. Vielä tällä hetkellä laskut muodostavat kuitenkin noin 40 prosenttia kaikista kirjelähetyksistä, kuten edellä esitettiin.

Suomessa siirtymä kuluttajien paperilaskuista sähköisiin laskuihin on parhailtaan kiihtymässä. Tähän vaikuttaa ennen kaikkea kaksi tekijää. Ensinnäkin yhä useampi yritys on säästöjä hakiessaan alkanut veloittaa paperisista laskuista lisämaksun tai tarjota sähköistä laskua ainoana vaihtoehtona uusille asiakkaille. Tyypillisesti paperilaskun lisämaksu on kuluttajille 1-3 euroa laskua kohden ja yrityksille 5-20 euroa laskua kohden. Toisekseen sähköisen laskun käyttöönotto on muuttunut helppokäyttöisemmäksi, kun valtaosa kuluttajista käyttää säännöllisesti verkkopankkia tai sähköistä postilaatikkoo. Vuoden 2014 tammikuun jälkeen sähköisten laskujen määrää tulee lisäämään kertaluonteisesti myös suoraveloituksen päättyminen. EU-asetuksen seurauksena suomalainen suoraveloitus päättyy ja verkkopankkia säännöllisesti käyttäville kuluttajille tullaan automaattisesti tarjoamaan vaihtoehdoksi sähköistä laskua. Arvioimme pelkästään tämän vähentävän kirjeiden määrää 30–50 miljoonalla kappaleella vuodessa, sillä suoraveloituksen yhteydessä asiakkaalle on lähetetty postitse ilmoitus veloituksesta.

Digitalisoitumisen ja postitoimijoiden säästötoimenpiteiden lisäksi kirjepostin jakelumäärien kehitykseen vaikuttavat pienemmässä mittakaavassa myös väestön ja taloudellisen aktiviteetin kasvu sekä kirjepostin hinta. Ennakoidut väestön ja BKT:n kasvuprosentit ovat kuitenkin pienehköjä tulevina vuosina, eikä niiden arvioida pystyvän merkittävästi hidastamaan digitalisoinnin aiheuttamaa murrosta. Tilastokeskus ennustaa Suomen väkiluvun kasvavan lähivuosina noin 0,5 % vuodessa. BKT:n keskimääräiseksi kasvuksi lähivuosille ennustetaan hieman lähteestä riippuen noin 2 % vuodessa.

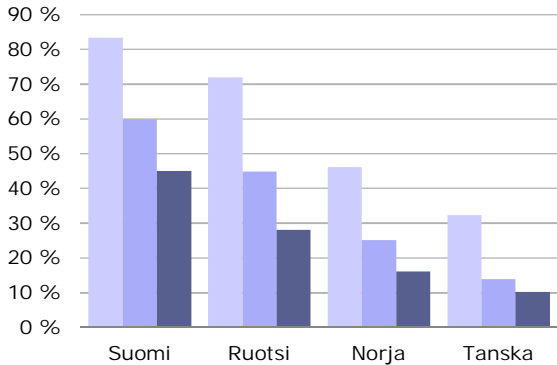
1. ja 2. luokan kirjeiden hinnat ovat säänneltyjä, joten Itella ei voi niitä itse päättää. On silti epätodennäköistä, että kirjeiden kysyntää voitaisiin merkittävästi lisätä lähetyshintoja alentamalla. Hintaero fyysisen ja sähköisen jakelun välillä on yleisesti ottaen liian suuri. Hintojen nostaminen fyysisen jakelun kannattavuuden parantamiseksi taas todennäköisesti kiihdyttäisi sähköisten jakelupalveluiden käyttöönottoa suurten laskuttajien ja postittajien keskuudessa.

Seuraavassa on kuvattu eri indikaattoreita, jotka kuvaavat osoitteellisen kirjepostin digitalisointitrendiä.

Osoitteellisen kirjepostin digitalisoitumista kuvaavia indikaattoreita

Osuus kuluttajista, jotka haluavat laskun ensisijaisesti paperisena

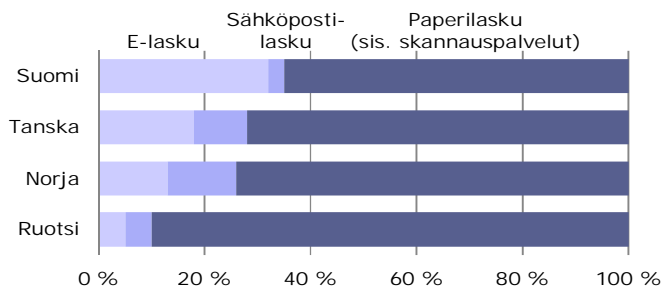
■ Vuonna 2010 ■ Vuonna 2012 ■ Seuraavat 2-3 vuotta



- Vielä tällä hetkellä yli puolet suomalaisista kuluttajista haluaa laskun ensisijaisesti paperisena
- Paperilaskun merkitys kuluttajille on kuitenkin pienentymässä
- Muihin Pohjoismaihin verrattuna muutos Suomessa on tapahtumassa muutaman vuoden jäljessä
- Tanska on kehityksessä pisimmällä - enää noin 10 prosenttia kuluttajista haluaa laskun ensisijaisesti paperisena

Lähde: Elkelä et al.; Electronic consumer invoicing in Nordic countries, Russia and Australia, Itella Research series 10/2013

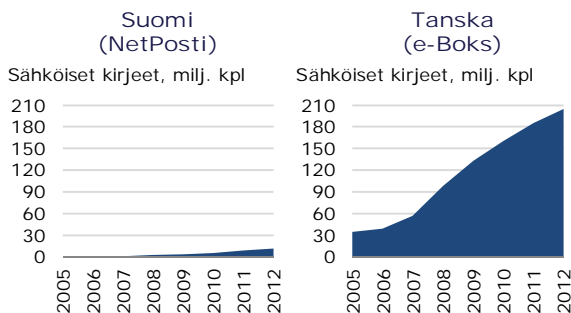
Suuryritysten vastaanottamat laskut vuonna 2011



- Yli puolet suuryritysten vastaanottamista laskuista on edelleen paperisia kaikissa Pohjoismaissa
- Suuryritykset Suomessa, Tanskassa ja Norjassa ovat siirtyneet aktiivisimmin sähköisiin laskuihin
- Ruotsalaiset suuryritykset ovat olleet hitaimpia siirtymään sähköisten laskujen käyttöön

Lähde: EUROSTAT

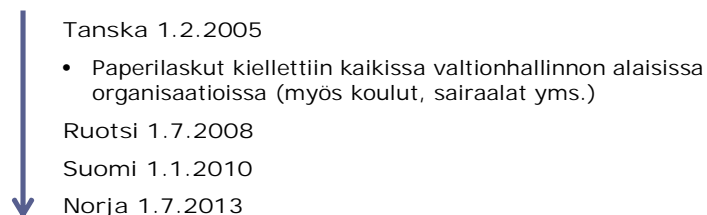
Kuluttajille tarkoitettujen sähköisten kirjepalveluiden volyymikehitys



- Tanskassa e-Boks-palvelusta (PostNord-konsernin omistama) on tullut merkittävä sähköisten kirjeiden postilaatikko – volyymi on yli 200 miljoonaa kirjettä vuodessa
- Itellan vastaavan NetPosti-palvelun volyymi on noin 12 miljoonaa kirjettä vuodessa
- Suomessa merkittävä osa sähköisistä laskuista on tosin e-laskuja (Suomessa toimivien pankkien yhteinen järjestelmä, joka ei näy NetPostin tilastoissa)
- E-laskujen määrästä ei ole saatavilla julkista tilastoa

Lähteet: Itella, PostNord, e-Boks AS, VALOR-analyysi

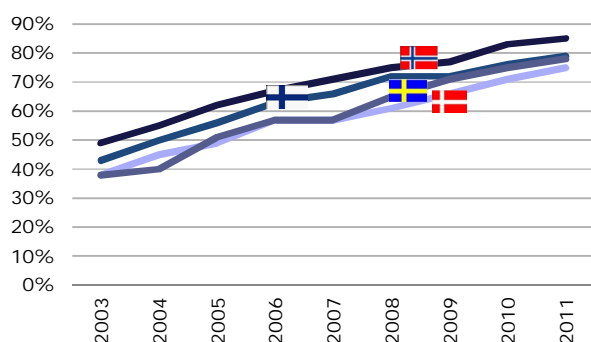
Valtionhallintojen siirtyminen sähköiseen laskuun



- Tanskassa julkinen sektori on ollut edelläkävijä paperittoman hallinnon edistämisessä – paperilaskut kiellettiin valtionhallinnon alaisissa organisaatioissa jo vuonna 2005
- Ruotsissa vastaava päätös tehtiin v. 2008 ja Suomessa v. 2010
- Norjan valtionhallinto on siirtymässä sähköiseen laskuun kuluvana vuonna

Lähde: VALOR

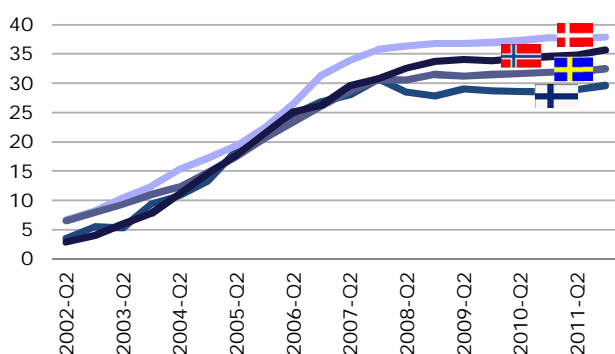
Osuus väestöstä, joka käyttää verkkopankkia



- Kaikissa Pohjoismaissa verkkopankin käyttö on yleistynyt tasaisesti
- Norja on 2-3 vuotta muita Pohjoismaita edellä

Lähde: EUROSTAT

Kiinteät laajakaistaliittymät per 100 asukasta



- Tanska on ollut Pohjoismaista kehityksen kärjessä kiinteiden laajakaistaliittymien yleistymisessä
- Kaikissa maissa nopein kasvuvaihe on jo takana
- Suomessa laajakaistaliittymiä on vähiten suhteessa väestöön

Lähde: VALOR-analyysi

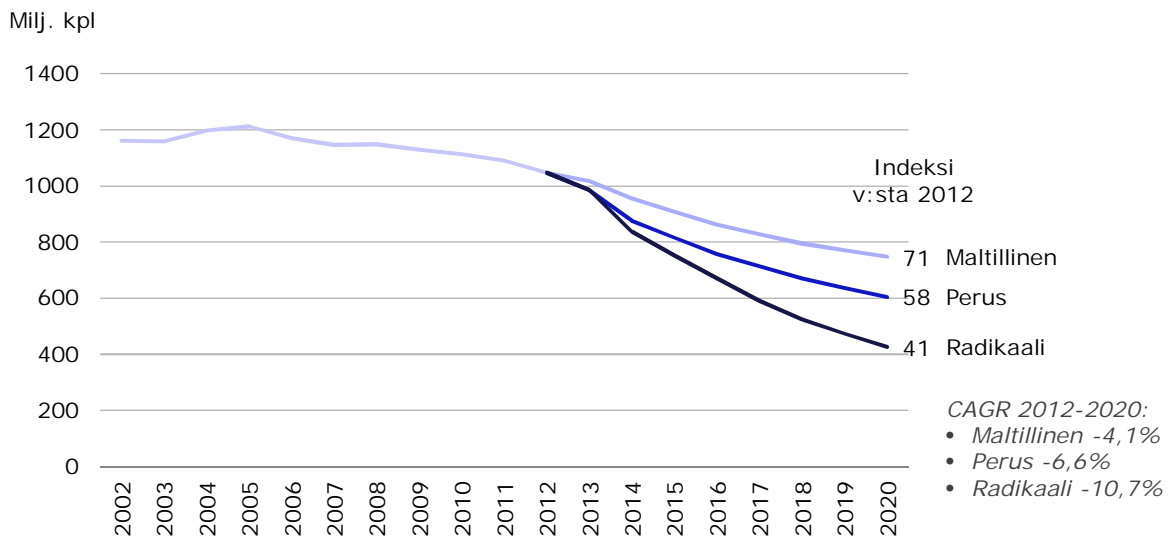
Jo 1990-luvulla alkanut digitalisoituminen näkyy hyvin myös tarkasteltaessa kirjelmäyksiä lähettäjä- ja vastaanottajasegmenttien mukaan. Ensimmäisenä alkoi digitalisoitumaan organisaatioiden välinen viestintä, ja organisaatioilta organisaatioille (B2B) lähetettyjen kirjeiden volyyymi on ollut Itellan tilastojen mukaan laskussa jo 90-luvun alusta lähtien. Organisaatioilta kotitalouksille (B2C) lähetettyjen kirjeiden volyyymi sen sijaan kasvoi vuoteen 2008 saakka, minkä jälkeen kehitys on kääntynyt laskuun johtuen erityisesti paperilaskujen korvautumisesta sähköisillä laskuilla.

2.3 Kirjekelun tulevaisuudennäkymät ja kehitysskenaariot

Haastatteluissa postitoimijoilla oli varsin yhtenäinen näkemys, että yritysten lähettämän osoitteellisen kirjepostin volyymit tulevat laskemaan 5–10 % vuodessa tulevina vuosina. Kuluttajien lähettämien kirjeiden volyymien arvioitiin vähenevän tasaisesti viime vuosien keskimääräistä laskuvauhtia eli 3–4 % vuodessa. Ainoa kirjesegmentti, jossa toimijat näkivät pientä kasvupotentiaalia, olivat profiloidut osoitteelliset markkinointipostit.

Alla on esitetty skenaariot osoitteellisten kirjeiden jakeluvolyymien kehitykselle vuodesta 2013 vuoteen 2020. Perusskenaariossa kirjevolyyymien arvioidaan putoavan yhteensä 42 %:lla vuodesta 2012 vuoteen 2020 mennessä. Tämä vastaa keskimäärin 6,6 %:n vuosittaista volyymilaskua. Laskun ennustetaan siis kiihtyvän merkittävästi vuosien 2008–2012 muutosvauhdista.

Skenaariot kirjeiden jakeluvolyymien kehitykselle vuoteen 2020



Lähde: VALOR-analyysi

Perusskenaario on varsin linjassa muiden Pohjoismaiden toteutuneen kehityksen kanssa. Arvioitu keskimääräinen vuosimuutos vastaa likimain kirjepostin volyymilaskua Norjassa vuodesta 2008 alkaen. Tanskassa vuosittainen volyymilasku on vastaavana aikana ollut yli 10 %:ia. Lisäksi Post Danmark arvioi itse, että vuonna 2013 volyymilasku kiihtyy 13 %:iin vuodessa. Ruotsissa volyymilasku on ollut vain hieman nopeampaa kuin Suomessa. Myös Ruotsissa Posten AB odottaa kirjeiden volyymilaskun kiihtyvän 6 %:iin vuonna 2013.

Tanskassa nopeaan volyymilaskuun vaikutti voimakkaasti vuonna 2005 tehty päätös, jolla paperilaskut kiellettiin kaikissa valtionhallinnon alaisissa organisaatioissa (myös koulut, sairaalat yms.). Tämä nopeutti selvästi sähköisten laskujen käyttöönottoa tanskalaisten kuluttajien keskuudessa ja paperisten laskujen alasajoa. Vastaavankaltaiset toimenpiteet Suomessa voivat kiihdyttää ennustettua kirjevolyyymien laskua lähemmäksi radikaalia skenaariota.

Kirjeiden jakeluvolyymien keskimääräiset vuosimuutokset Pohjoismaissa

2002-2012	2008-2012
Suomi -1,0%	Suomi -2,3%
Ruotsi -1,9%	Ruotsi -3,2%
Norja -2,1%	Norja -6,6%
Tanska -8,4%	Tanska -10,8%

Lähde: VALOR-analyysi

3. Paketit

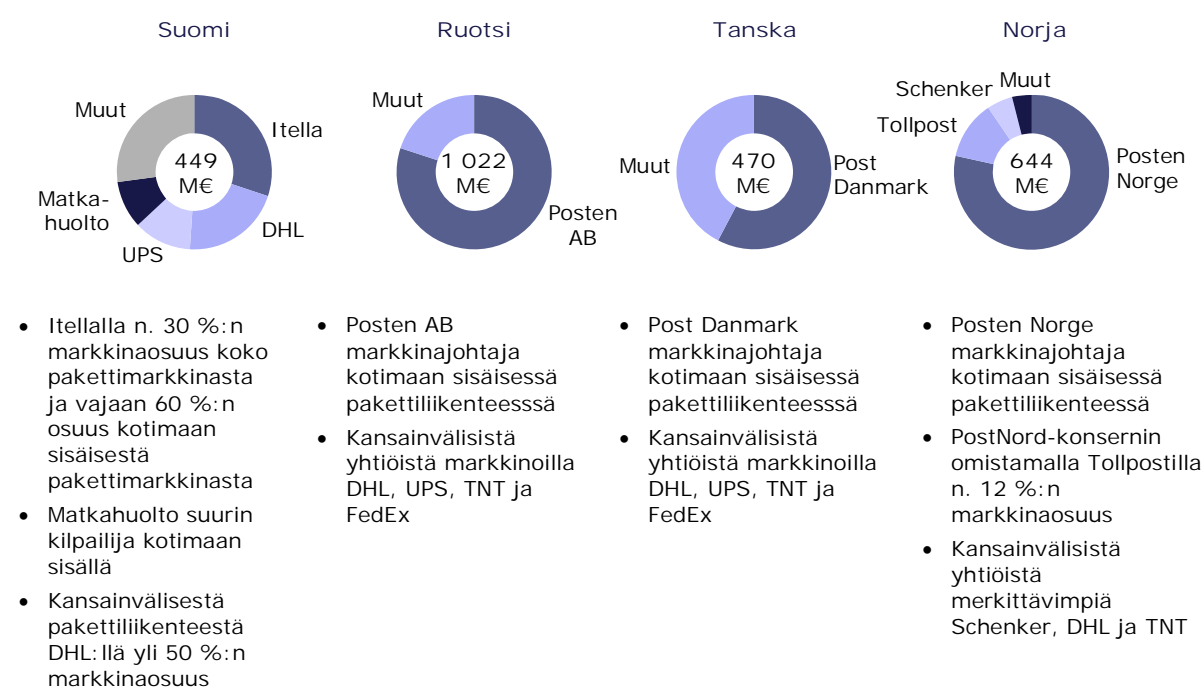
3.1 Pakettijakelun nykytila ja kehitys 2000-luvulla

Pakettijakelu on kaikissa Pohjoismaissa tiukasti kilpailtu toimiala. Kilpailu toimii varsin hyvin myös Suomessa, sillä maassamme operoi ainakin kolme merkittävää yhtiötä, jotka voivat toimittaa lähetyksiä koko valtakunnan alueella. Itella vastaa koko maassa yleispalveluun kuuluvista pakettilähetyksistä. Yleispalveluun kuuluvat enintään 10 kg:n painoiset paketit, jotka maksetaan käteismaksutavoilla ja jotka asiakkaalla on mahdollisuus jättää postiyrityksen kuljetettavaksi postitoimipisteeseen ja jotka noudetaan postitoimipisteestä. Seuraavassa tarkastellaan kuitenkin kaikkia alle 35 kg:n painoisia paketteja – ei pelkästään yleispalvelupaketteja.

Suomen pakettimarkkinan kokonaisvolyymi on haastattelujen ja kerätyn datan perusteella reilut 50 miljoonaa pakettia vuodessa. Tästä volyymista kotimaan pakettimarkkinan osuus on noin 80 % ja kansainvälisten pakettien, jotka saapuvat ulkomailta tai suuntautuvat ulkomaille, osuus noin 20 %. Verkkokaupan kasvun myötä kansainvälisen pakettiliikenteen osuus Suomen pakettivolyymeistä ja -liikevaihdosta on viime vuosina kasvanut. Yhä useampi verkkokauppa käsittelee Pohjoismaita yhtenä markkina-alueena, ja keskittää pohjoismaiset varastonsa esimerkiksi Etelä-Ruotsiin. Tämä lisää Suomeen ulkomailta suuntautuvaa pakettiliikennettä.

Konsultin analyysin mukaan markkinaosuudet kotimaan pakettilähetyksissä jakautuvat tällä hetkellä karkeasti seuraavasti: Itella vajaan 60 %, Matkahuolto vajaan 20 %, Schenker ja Kaukokiito molemmat noin 5 % ja muut noin 15 %. Kansainvälisessä pakettiliikenteessä johtavassa markkina-asemassa ovat tällä hetkellä DHL yli 50 %:n markkinaosuudella ja UPS yli 30 %:n markkinaosuudella. Muita kansainvälisen pakettiliikenteen toimijoita ovat Posten Logistik (osa PostNord-konsernia, joka syntyi Ruotsin ja Tanskan postien fuusiossa) sekä TNT Suomi. Seuraavassa on esitetty pakettimarkkinan koko ja rakenne Pohjoismaissa sekä arviot euromääräisistä kokonaismarkkinaosuuksista.

Markkinan koko ja yritysten markkinaosuudet vuonna 2011

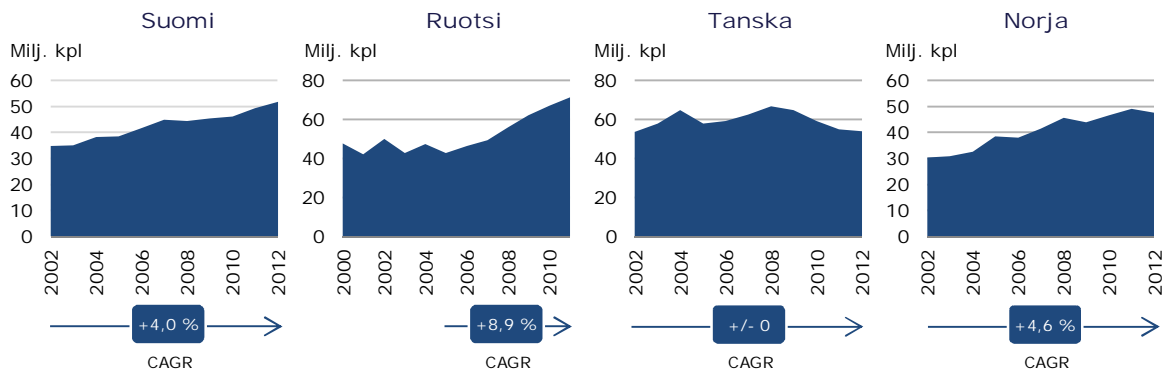


Valuuttakurssimuunnokset: EUR/NOK = 7,48; EUR/DKK = 7,44; EUR/SEK = 8,70 (vuoden 2012 keskipäivät)

2000-luvulla pakettilähetysten volyymit ovat kasvaneet voimakkaasti Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa. Kasvua on edistänyt erityisesti verkkokaupan kasvu, jonka odotetaan jatkuvan myös tulevaisuudessa. Tämän seurauksena erityisesti B2C-pakettivolyymit ovat kasvaneet kaikissa Pohjoismaissa. Myös Tanskassa B2C-pakettivolyymit ovat kasvussa, vaikka siellä kokonaisvolyymit ovat laskeneet B2B-pakettien voimakkaan volyymilaskun myötä.

Seuraavassa on kuvattu pakettilähetysten volyymikehitystä Pohjoismaissa.

Pakettilähetysten volyymikehitys

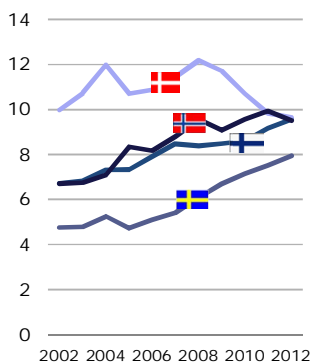


- Pakettivolyymien kasvu Suomessa selittyy erityisesti verkkokaupan kasvulla – kasvu on ollut nopeinta kansainvälisessä pakettiliikenteessä
- B2B-pakettimarkkinan volyymit ovat pysyneet tasaisina
- Myös Ruotsissa pakettivolyymit ovat kasvussa verkko-ostamisen ajamana
- Volyymikasvu on ollut nopeampaa kuin muissa Pohjoismaissa, mikä johtunee osittain verkkokaupparastojen keskittymisestä Ruotsiin
- Tanskan pakettivolyymeiden kehityksessä ei ole kokonaisuudessaan selkeää trendiä
- B2B-pakettien volyymit ovat kuitenkin laskeneet ja B2C-volyymit nousseet verkko-ostamisen myötä
- Norjan pakettimarkkinan volyymikehitys on lähellä Suomea
- Kasvun odotetaan jatkuvan myös tulevaisuudessa erityisesti verkkokauppaan liittyvissä paketeissa

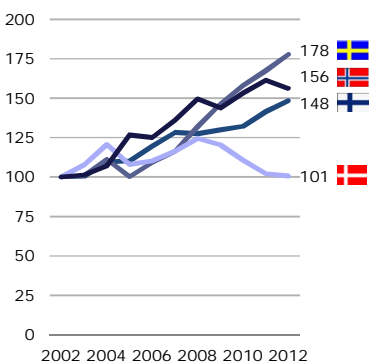
Lähteet: Tilastokeskus, Viestintävirasto, Trafikanalys, Trafikstyrelsen, EUROSTAT, Post- og teletilsynet, yritysten tilinpäätöstitiedot, VALOR-analyysi

Pakettilähetysten suhteellinen volyymikehitys

Pakettilähettykset vuodessa keskimäärin per henkilö, kpl



Pakettilähetysten indeksoitu volyymikehitys, 2002 = 100



- Väestömäärään suhteutettujen pakettivolyymit tällä hetkellä lähes samalla tasolla Suomessa, Norjassa ja Tanskassa
- Ruotsissa kasvu on ollut viime vuosina nopeinta, mutta suhteellinen pakettivolyyymi on edelleen muita Pohjoismaita jäljessä
- Kaikissa maissa B2C-pakettivolyymit ovat kasvussa verkko-ostamisen johdosta
- B2B-pakettivolyymit ovat pysyneet kaikissa maissa tasaisina tai laskeneet (Tanska)

3.2 Pakettien jakelumäärien kehitykseen vaikuttavat tekijät

Suomen kokonaismarkkinavolyymistä (reilut 50 miljoonaa pakettilähetystä) B2C-lähetystä on konsultin arvion mukaan karkeasti 60 %:ia ja B2B-lähetystä reilu kolmannes. Loppuosa on kotitalouksien lähettämiä paketteja.

Haastateltujen pakettijakelijoiden mukaan merkittävin B2B-lähetysten volyyymiä kasvattava tekijä on taloudellisen aktiivisuuden kasvu Suomessa, minkä indikaattorina toimii parhaiten bruttokansantuotteen kasvu. B2B-pakettien kasvua – erityisesti kansainvälisessä liikenteessä – lisää pakettipalvelujen käytön laajeneminen uusille toimialoille. Perinteisesti B2B-paketteja ovat hyödyntäneet suuret yritykset korkean teknologian aloilla, kuten elektroniikka- ja lääketieteellisyydessä. Viime vuosina nopeiden B2B-pakettitoimitusten hyödyntäminen on laajentunut myös perinteisemmille teollisuudenaloille, kuten konepajateollisuuteen ja tekstiiliteollisuuteen. Lisäksi pk-yritykset toimivat nykyään yhä globaalimmin, mikä tuo myös pienempiä yrityksiä pakettipalveluiden aktiivisiksi käyttäjiksi. Lisäksi yritykset pyrkivät enenevässä määrin vähentämään varastoihinsa sitoutunutta pääomaa, minkä seurauksena yhtiöt ajavat alas varastojaan ja hyödyntävät sen sijaan nopeita B2B-pakettipalveluja kaikilla toimialoilla.

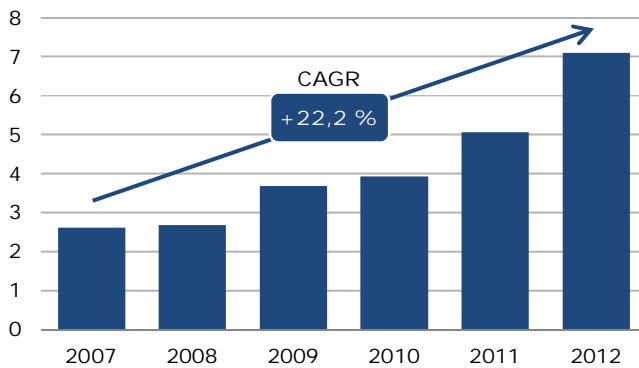
Haastattelujen perusteella kansainvälisten B2B-pakettien määrä on hieman laskenut Suomessa suomalaisyritysten siirtäessä taloudellista aktiviteettiaan ulkomaille. Lähitulevaisuudessa kansainvälisten B2B-pakettien volyyymien odotetaan kuitenkin kasvavan 4-5 %:ia vuosittain uusien toimialojen yritysten laajentaessa B2B-pakettien käyttöään. Sen sijaan kotimaan sisäisten B2B-pakettien volyyymien uskotaan laskevan.

Merkittävin kuluttajille suuntautuvien B2C-pakettien volyyymiä kasvattava tekijä on digitalisoituminen, erityisesti verkkokaupan kasvu. Itellalta saadun tiedon mukaan Suomessa tällä hetkellä joka neljäs paketti liittyy verkkokauppaan. Tilastokeskuksen datan perusteella kuluttajaverkkokaupan kasvu on ollut vuosittain keskimäärin yli 20 %:ia vuodesta 2007 lähtien. Luku sisältää kuitenkin myös palveluiden, kuten matkojen, ostot sekä verkossa pelatut rahapelit. Postitoimijoiden näkemysten mukaan tavaraverkkokaupan kasvu on viime vuosien aikana ollut 10–15 %:ia vuodessa laskien tavaran arvosta. Verkkokauppaan liittyvien pakettilähetysten volyyymi on kasvanut arvioiden mukaan hieman vähemmän, noin 10 %:ia vuodessa, eli pakettilähetysten sisällön keskimääräinen arvo on hieman noussut. Verkkokaupan kasvun odotetaan jatkuvan samansuuruisena myös lähivuosina ja verkkokauppaan liittyvien pakettien määrän odotetaan kasvavan noin 10 %:ia vuodessa.

Verkkokaupan kasvu Suomessa

Kuluttajaverkkokaupan kokonaisarvon kehittyminen Suomessa

Mrd. euroa



- Vuosina 2007-2012 verkkokaupan kokonaisarvo on kasvanut Suomessa keskimäärin 22,2 %:ia vuodessa
- Vuonna 2012 verkkokaupan kokonaisarvo oli Tilastokeskuksen mukaan noin 7,1 miljardia euroa
- Tavarastojen osuus vuonna 2012 oli runsaat 2,7 miljardia euroa
- Kaikesta verkkokaupasta suosituimpia tuoteryhmiä ovat majoituspalvelut, matkaliput ja muut matkailuun liittyvät palvelut
- Tavarastoista suosituimpia tavararyhmiä ovat vaatteet ja kengät sekä harrastuksiin liittyvät tavarat

Lähde: Tilastokeskus

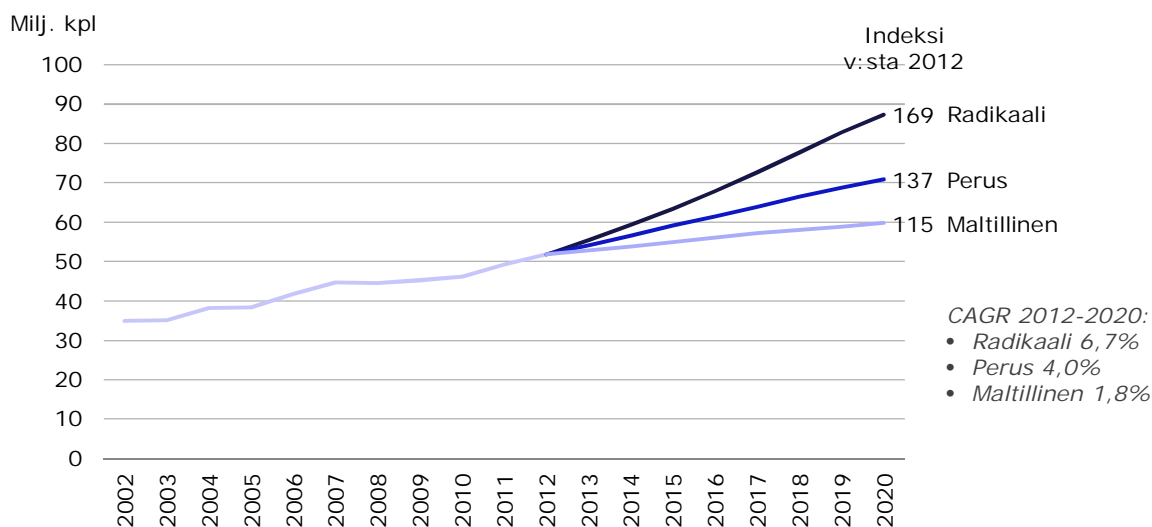
Pakettipalveluiden hintakehityksessä ei odoteta tapahtuvan merkittävää muutosta. Pakettijakelijoiden kommenttien mukaan pakettien reaali hinnat ovat kireän kilpailun seurauksena tänä päivänä alhaisemmat kuin 15 vuotta sitten. Sama koskee sekä kotimaisia paketteja että kansainvälistä pakettiliikennettä. Näin ollen hintakehityksen ei odoteta merkittävästi vaikuttavan pakettivolyymien kehitykseen. Kotimaan kuluttajapakettimarkkinoilla on kuitenkin tällä hetkellä vinouma, koska Itellan ei tarvitse sisällyttää yleispalvelun alaisten pakettiansa hintaan arvonlisäveroa, mutta muiden pakettipalveluja tarjoavien yritysten täytyy. Tämä koskee kuitenkin arviolta vain noin 1-2 miljoonaa pakettilähetystä (kuluttajien lähettämät paketit), koska yrityksille arvonlisävero on vähennyskelpoinen.

3.3 Pakettijakelun tulevaisuudennäkymät ja kehitysskenaariot

Kaikki haastatellut pakettijakelijat ovat yhtä mieltä siitä, että kokonaispakettimarkkina tulee Suomessa kasvamaan tulevina vuosina verkkokauppapakettien kasvun vetämänä. Arviot kokonaismarkkinan keskimääräisestä vuosikasvusta vaihtelevat kahdesta viiteen prosenttiin. Pitkällä, noin kymmenen vuoden tähtäimellä digitalisoituminen saattaa kuitenkin tarjota vaihtoehtoisia jakelumalleja myös tuotteille, jotka nyt lähetetään fyysisinä paketteina. Erityisesti 3D-tulostusteknologia kehittyy tällä hetkellä vauhdilla ja villeimpien arvioiden mukaan se voi tulevaisuudessa muuttaa merkittävästi joidenkin toimialojen yritysten liiketoimintamalleja, tuotteiden valmistustapoja ja logistiikkaketjuja. Näin ollen 3D-tulostus voi pitkällä aikavälillä alkaa osittain korvata fyysistä jakelua - ainakin joillakin toimialoilla. Pakettijakelijat eivät kuitenkaan näe sitä tällä hetkellä merkittävänä uhkana.

Seuraavassa on esitetty skenaariot pakettien jakeluvolyymien kehitykselle vuodesta 2013 vuoteen 2020. Perusskenaariossa pakettivolyymien arvioidaan kasvavan 37 %:lla vuodesta 2012 vuoteen 2020. Tämä vastaa keskimäärin 4,0 %:n vuosittaista volyymikasvua.

Skenaariot pakettien jakeluvolyymien kehitykselle vuoteen 2020



Lähde: VALOR-analyysi

Perusskenaario jatkaa pakettivolyymien toteutunutta kasvu-uraa, eli kasvuvauhdin arvioidaan säilyvän likimain viimeisten kymmenen vuoden tasolla. Kasvuvauhti on alhaisempaa kuin Ruotsissa, mutta suurin piirtein samalla tasolla Norjan kymmenen viime vuoden keskimääräisen kasvuvauhdin kanssa.

Maltillisessa skenaariossa keskimääräisen vuosikasvun arvioidaan laskevan vajaaseen kahteen prosenttiin, mikä lienee realistista, jos verkkokaupan kasvuvauhti alkaa hiipua tai B2B-pakettien määrä kääntyy selvään laskuun. Radikaali skenaario taas noudattaa kiihdytetyn verkkokaupan kasvun mukaista uraa ja seuraa suurin piirtein Ruotsin pakettivolyymien viime vuosien kasvuvauhtia. Jos tavaraverkkokaupan kasvu kiihtyy selvästi nykyisestä yli 15 %:iin vuodessa, pakettilähetysten volyymikehitys noudattanee radikaalin skenaarion uraa.

Pakettien jakeluvolyymien keskimääräiset vuosimuutokset Pohjoismaissa

2002-2012	2008-2012
Suomi 4,0%	Suomi 3,9%
Ruotsi 5,9%	Ruotsi 7,7%
Norja 4,6%	Norja 1,1%
Tanska 0,1%	Tanska -5,2%

Lähde: VALOR-analyysi

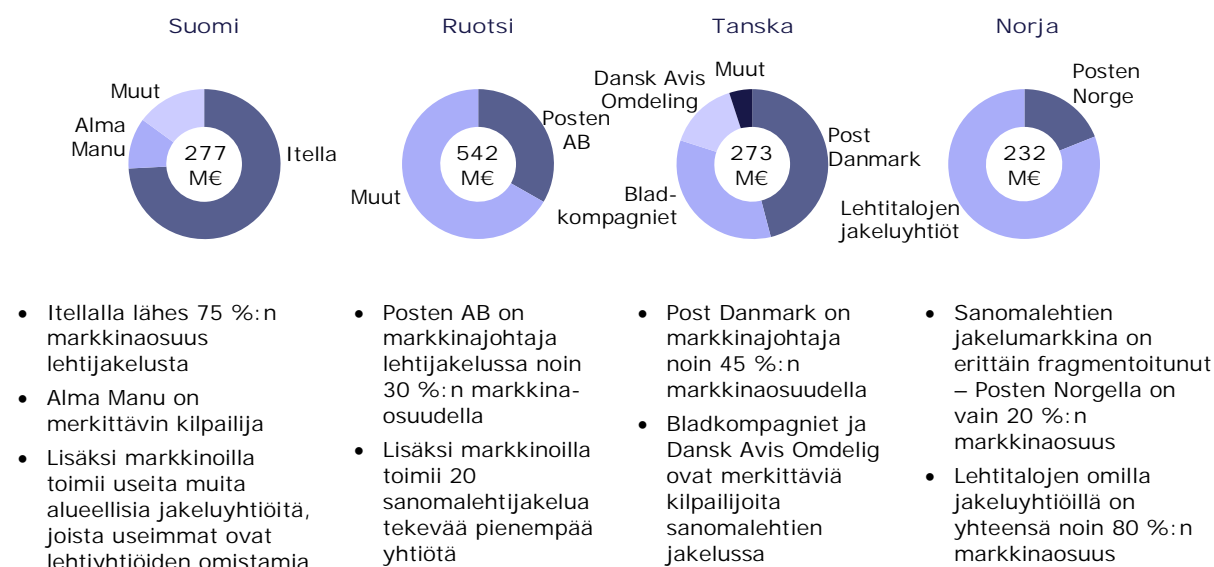
4. Sanomalehdet

4.1 Sanomalehtijakelun nykytila ja kehitys 2000-luvulla

Sanomalehtien jakelumarkkinan rakenne vaihtelee Pohjoismaiden välillä suuresti. Suomessa Itellan markkinaosuus sanomalehtien jakelussa on lähes 75 %:ia (varhais- ja päiväjakelu yhteensä). Merkittävin kilpailija on Alma Median omistama Alma Manu, jonka lisäksi markkinoilla on useita alueellisia, pääasiassa lehtiyhtiöiden omistamia jakeluyhtiöitä. Ruotsissa Posten AB:n markkinaosuus on vain noin 30 %:ia, ja loppuosa markkinasta on 20:lla sanomalehtijakelua tekevällä pienemmällä yrityksellä. Tanskassa markkina on jakautunut valtaosin kolmelle yritykselle, joista Post Danmark on markkinajohtaja noin 45 %:n markkinaosuudella. Norjassa Posten Norgens markkinaosuus on vain noin 20 %:ia, kun taas lehtitalojen omilla jakeluyhtiöillä on yhteensä noin 80 %:n markkinaosuus.

Seuraavassa on esitetty sanomalehtien jakelumarkkinan koko ja rakenne Pohjoismaissa.

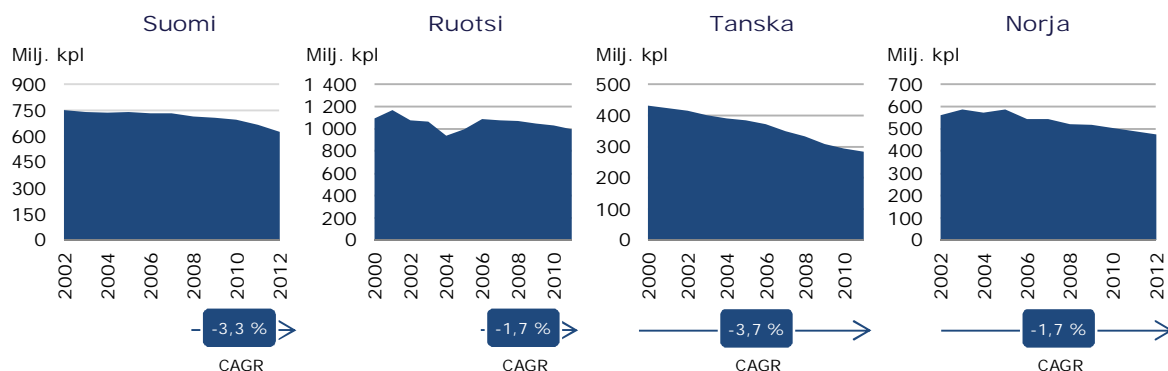
Markkinan koko ja yritysten markkinaosuudet vuonna 2011



Lähteet: Tilastokeskus, Viestintävirasto, Trafikanalys, Trafikstyrelsen, EUROSTAT, Post- og teletilsynet, yritysten tilinpäätöstiedot, VALOR-analyysi
Valuuttakurssimuunnokset: EUR/NOK = 7,48; EUR/DKK = 7,44; EUR/SEK = 8,70 (vuoden 2012 keskipäivät)

Sanomalehtien jakeluvolyymit ovat olleet laskussa kaikissa Pohjoismaissa lähes koko 2000-luvun. Suhteellinen pudotus on ollut voimakkainta Tanskassa, jossa jakeluvolyymeista on kadonnut 10 vuodessa noin kolmannes. Suomessa jakeluvolyymien lasku alkoi jo 1990-luvun laman aikoihin, mutta lasku on kiihtynyt viime vuosina. Vuodesta 2008 alkaen lasku on ollut keskimäärin 3,3 %:ia vuodessa. Vuonna 2012 lasku jyrkkeni, kun sanomalehtien yli kuukauden mittaisten tilausten alv-vapaus poistui ja korvattiin 9 %:n alv-kannalla. Vuoden 2012 volyymilasku oli konsultin arvion mukaan noin 6 %:ia.

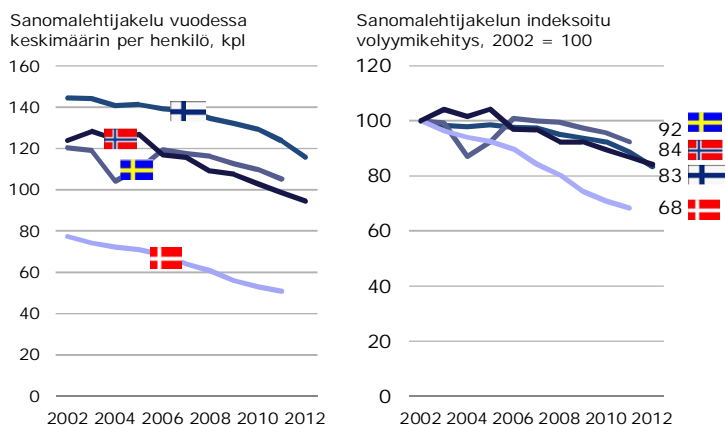
Sanomalehtijakelun volyymikehitys



- Sanomalehtien jakeluvolyymien lasku on voimistunut vuoden 2009 jälkeen
- Vuosina 2008-2012 lasku oli keskimäärin 3,3 %:ia vuodessa
- Sanomalehtien jakeluvolyymit ovat olleet tasaisessa laskussa vuodesta 2006 lähtien
- Sanomalehtien jakeluvolyymit ovat laskeneet voimakkaasti koko 2000-luvun ajan
- Muutos on ollut nopeampaa kuin muissa Pohjoismaissa
- Sanomalehtien jakeluvolyymit ovat olleet tasaisessa laskussa vuodesta 2004 lähtien

Lähteet: Tilastokeskus, Viestintävirasto, Trafikanalys, IMR, Trafikstyrelsen, EUROSTAT, Post- og teletilsynet, yritysten tilinpäätöstiedot, VALOR-analyysi

Sanomalehtijakelun suhteellinen volyymikehitys



- Väestömäärään suhteutetut sanomalehtien jakeluvolyymit ovat korkeimmat Suomessa ja matalimmat Tanskassa
- Suhteellinen pudotus on ollut voimakkainta Tanskassa – 10 vuodessa jakeluvolyymit ovat vähentyneet 32 prosenttia
- Jakeluvolyymien lasku on kiihtynyt erityisesti Suomessa 2010-luvulla

Lähde: VALOR-analyysi

4.2 Sanomalehtien jakelumäärien kehitykseen vaikuttavat tekijät

Sanomalehtijakelijoiden kanssa käytyjen keskustelujen perusteella tärkein sanomalehtien kehitykseen vaikuttava tekijä on uutisvirran ja sanomalehtien lukemisen digitalisoituminen. Erityisesti nuoremmat kuluttajat korvaavat fyysisen sanomalehden lukemista pääasiassa ilmaisten uutis- ja muiden sivustojen seurannalla internetissä.

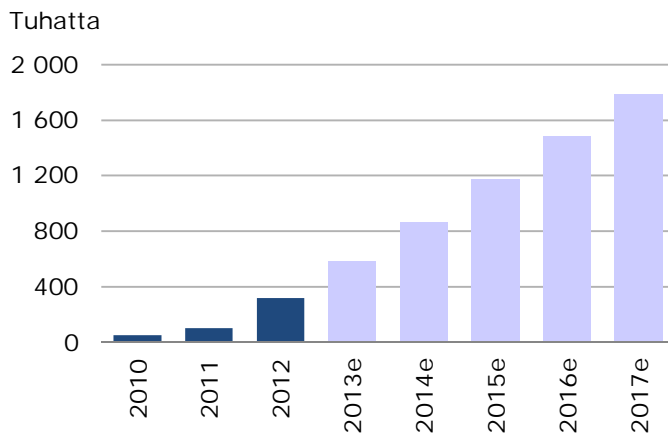
Sanomalehtisisällön seurannan digitalisoituminen on sanomalehtitaloille kuitenkin paitsi uhka, myös mahdollisuus. Paino- ja jakelukustannukset muodostavat suuren osan sanomalehtiyrityksen kustannuksista, ja niiden välttäminen suoralla sähköisellä jakelulla tarjoaa merkittäviä kustannussäästömahdollisuuksia. Tähän mennessä sanomalehtien sähköisen jakelun mahdollistamiseksi ei kuitenkaan ole ollut riittävän laajaa helppokäyttöisten päätelaitteiden verkkoa. Mediatalojen maksullisten verkkolehtien kuluttajalevikit ovat säilyneet varsin alhaisina, koska kuluttajat eivät ole mieltäneet sanomalehtien lukemista tietokoneella näköislehti- tai vastaavassa muodossa riittävän helppokäyttöiseksi ja miellyttäväksi – erityisesti kun vaihtoehtona on ilmaisia mainosrahoitteisia palveluja. Tablettimuotoiset taulutietokoneet ovat kuitenkin aukaisemassa sanomalehtien sähköiselle jakelulle uuden potentiaalisen kanavan. Sanomalehtien ja aikakauslehtien lukeminen taulutietokoneella on monien kuluttajien mielestä riittävän helppoa ja vaivatonta, jotta sähköisellä versiolla voi korvata kokonaan fyysisen sanomalehden. Useat sanomalehden lukijat, jotka eivät ole aiemmin halunneet luopua fyysisestä lehdestä, ovat siirtyneet lukemaan lehden taulutietokoneella. Osittain kehitykseen on vaikuttanut myös verkkolehtien kehittyminen hyödyntämään paremmin tietokoneen suomia mahdollisuuksia reaaliaikaisuuden, vastavuoroisuuden ja eri lähteiden tietojen yhdistämisen suhteen.

Taulutietokoneiden yleistymisellä on todennäköisesti merkittäviä vaikutuksia sanomalehtien jakelumallin ja jakelumäärien kehitykseen lähivuosina. Tilastokeskuksen mukaan tällä hetkellä 8 %:lla kotitalouksista on käytössään vähintään yksi taulutietokone. Eri valmistajien taulutietokoneet ovat yleistyneet erittäin nopeasti sen jälkeen, kun Apple toi iPad-taulutietokoneensa markkinoille vuonna 2010. VALORin ennusteen mukaan vuonna 2015 jo 30 %:lla kotitalouksista on käytössään taulutietokone ja vuonna 2017 noin 50 %:lla. Vertailun vuoksi kannettava tietokone on tällä hetkellä 71 %:lla kotitalouksista ja pöytä tietokone 44 %:lla. Jokin tietokone on noin 90 %:lla kotitalouksista.

Seuraavassa on esitetty taulutietokoneiden määrän kehitys Suomessa ja VALORin ennuste taulutietokoneiden määrän kehittymisestä vuoteen 2017 saakka.

Taulutietokoneiden määrän kehitys Suomessa

Taulutietokoneiden määrän kehitys ja ennuste



- Tällä hetkellä Suomessa on reilut 300 000 taulutietokonetta
- Ennusteen mukaan miljoonan taulutietokoneen raja menee rikki vuonna 2015
- Ennusteen mukaan noin 30 %:lla kotitalouksista on taulutietokone vuonna 2015 ja 50 %:lla vuonna 2017
- Taulutietokoneet lähtivät yleistymään nopeasti sen jälkeen, kun Apple toi markkinoille iPadin vuonna 2010 – Applen globaali markkinaosuus taulutietokoneista on edelleen noin 45-50 %, minkä odotetaan kuitenkin laskevan

Lähteet: Tilastokeskus, IDC, TNS Gallup, VALOR-analyysi

Kuten kirjeissä, digitalisoitumisen lisäksi sanomalehtien jakelumäärien kehitykseen vaikuttavat pienemmässä mittakaavassa myös väestön ja taloudellisen aktiviteetin kasvu. Lehtien tilausmääriä kasvattaa paitsi kokonaisväestön kasvu, myös Suomen sisäinen muuttoliike haja-asutusalueilta kaupunkiin, joka tuo paikallisille kaupunkilehdille lisää lukijoita. Silti sekä BKT:n kasvun että kaupunkiväestön kasvun paperilehtien jakelumääriä kasvattavat vaikutukset arvioidaan vähäisiksi digitalisoitumisen vaikutuksiin verrattuna.

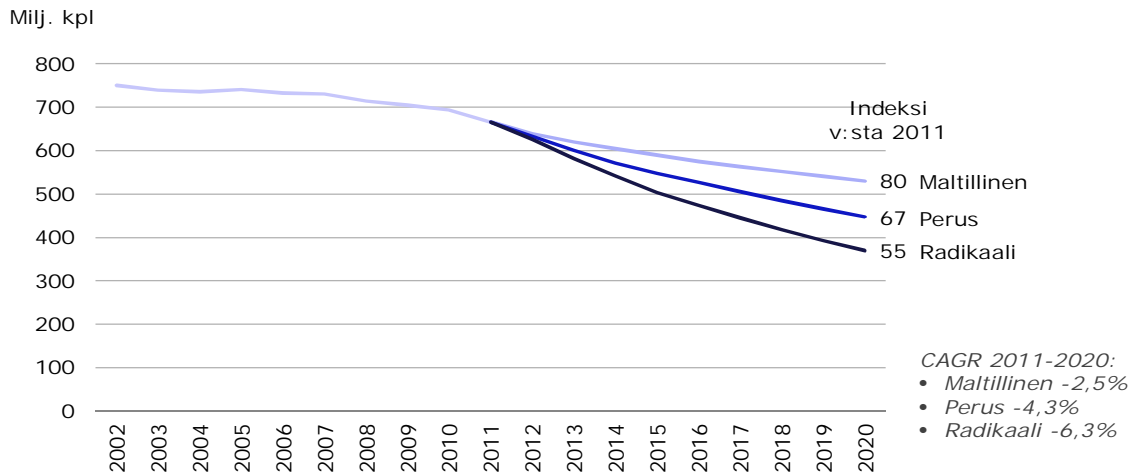
Myös sanomalehtien hintakehitys on merkittävä tekijä jakelumäärien kehityksen kannalta. Tämä koskee sekä paperisanomalehden että verkkolehden hintaa. Maksullisten verkkolehden käyttöönottoon vaikuttaa niiden hinta suhteessa paperilehteen. Periaatteessa verkkolehdet pystyttäisiin hinnoittelemaan selvästi paperilehtiä alemmas, koska niiden muuttuvat kustannukset per lehti ovat merkittävästi alhaisemmat kuin paperilehdillä. Tällä voitaisiin kiihdyttää sanomalehtien lukemisen siirtymistä sähköisiin laitteisiin, kuten taulutietokoneisiin. Käytännössä hinnoittelukysymys on kuitenkin vaikea, koska sanomalehtiyhtiöt joutuvat maksamaan vielä pitkään päällekkäisiä kustannuksia verkkolehden ja paperilehtien jakelusta. Lisäksi sanomalehtien kuluttajahinnat nousivat jo merkittävästi kestotilausten alv-vapauden poistuttua 1.1.2012 ja korvaututtua 9 %:n alv-kannalla (10 %:ia 1.1.2013 alkaen). Tämä näkyi selvänä sanomalehtien jakelumäärien laskuna vuonna 2012, vaikka hinnankorotus ei tuonut sanomalehtiyhtiöille yhtään lisää katetta.

4.3 Sanomalehtijakelun tulevaisuudennäkymät ja kehitysskenaariot

Haastatelluilla sanomalehtijakelijoilla oli hieman vaihtelevia näkemyksiä sanomalehtien jakelumäärien tulevasta kehityksestä. Kaksi kolmesta arvioi vuosilaskun olevan lähivuosina keskimäärin 4-5 %:n luokkaa, kun taas yksi arvioi optimistisemmin laskuvauhdin tasaantuvan noin kahteen prosenttiin vuodessa.

Alla on esitetty skenaariot sanomalehtien jakeluvolyymien kehitykselle vuodesta 2012 vuoteen 2020. Perusskenaariossa sanomalehtivolyymien arvioidaan laskevan kolmanneksella vuoteen 2020 mennessä. Tämä vastaa hieman yli 4,0 %:n vuosittaista volyymilaskua.

Skenaariot sanomalehtien jakeluvolyymien kehitykselle vuoteen 2020



Lähde: VALOR-analyysi

Perusskenaario noudattaa likimain Tanskassa toteutunutta pitkän tähtäimen volyymilaskutrendiä. Maltillisessa skenaariossa sanomalehtijakelun volyymilaskun arvioidaan hidastuvan vuosien 2011 ja 2012 laskuvauhdista noin 2,5 %:iin eli samalle tasolle kuin Ruotsissa ja Norjassa viime vuosina. Radikaali skenaario taas jatkaa vuonna 2012 toteutunutta jyrkempää kulmakerrointa yli 6 %:n vuosittaisella volyymilaskulla. Radikaalin skenaarion todennäköisyys kasvaa, jos sanomalehtiyritykset toteuttavat merkittäviä hinnankorotuksia paperilehdille tai jos taulutietokoneiden leviäminen ja paperisanomalehtien korvautuminen sähköisillä versioilla kiihtyvät ennakoitua.

Sanomalehtien jakeluvolyymien keskimääräiset vuosimuutokset Pohjoismaissa

2002-2011	2008-2012
Suomi -1,3%	Suomi -3,3%
Ruotsi -0,9%	Ruotsi -2,4% (-2011)
Norja -1,6%	Norja -2,3%
Tanska -4,1%	Tanska -5,3% (-2011)

Lähde: VALOR-analyysi

5. Osoitteeton jakelu

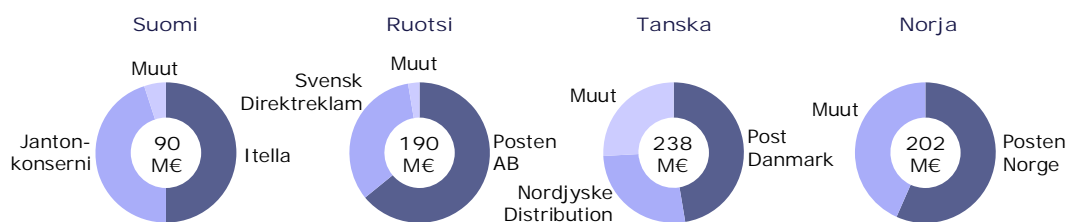
5.1 Osoitteettoman jakelun nykytila ja kehitys 2000-luvulla

Osoitteeton jakelu tarkoittaa osoitteettoman suoramainospostin, kuten tarjousesitteiden ja kuvastojen sekä ilmaisjakelulehtien jakelutoimintaa. Suomessa on kaksi merkittävää osoitteettomien lähetyksen jakelijaa: Itella Oyj sekä Suomen Suoramainonta -nimen alla toimiva yritysryhmä (SSM Jakeluryhmä), jonka yrityksistä moni kuuluu Janton-konserniin. Itella hoitaa osoitteetonta jakelua valtakunnallisesti kirjepostin päiväjakelun yhteydessä. Suomen Suoramainonta -ketju koostuu alueellisista yhtiöistä, jotka kukin hoitavat kaupunkilehtien ja osoitteettomien mainosten jakelua omilla jakelualueillaan. Ketjun noin 50 yritystä toimivat kaikissa Suomen suurissa kaupungeissa, mm. pääkaupunkiseudulla, Tampereella, Turussa, Jyväskylässä ja Lahdessa. Osoitteettomia lähetyksiä jakavat myös osa sanomalehtien varhaisjakeluorganisaatioista sekä monet urheiluseurat, muut yhdistykset ja pienet henkilöyhtiöt.

Osoitteettoman jakelun markkinajohtaja on kaikissa Pohjoismaissa vakiintunut postitoimija. Kaikissa Pohjoismaissa markkinoilla toimii myös muita osoitteettomaan jakeluun erikoistuneita yrityksiä sekä muita jakeluyhtiöitä, jotka tekevät myös osoitteetonta jakelua.

Seuraavassa on esitetty osoitteettoman jakelumarkkinan koko ja rakenne Pohjoismaissa.

Markkinan koko ja yritysten markkinaosuudet vuonna 2011



- Osoitteettoman jakelun markkina on lähes täysin Itellan ja Janton-konsernin (Suomen Suoramainonta) jakama
- Muiden yritysten markkinaosuus on yhteensä noin 5 %

- Myös Ruotsin markkinoilla osoitteeton jakelu on kahden yhtiön hallitsemaa
- Posten AB:n markkinaosuus on noin 64 % ja Svensk Direktreklamin noin 30 %

- Post Danmark on markkinajohtaja noin 47 %:n markkinaosuudella
- Nordjyske Distribution on suurin haastaja noin 27 %:n markkinaosuudella
- Lisäksi markkinoilla on useita pieniä yhtiöitä

- Posten Norge on markkinajohtaja noin 58 %:n markkinaosuudella
- Muut myös osoitteetonta jakelua tekevät yhtiöt ovat pääasiassa lehtitalojen jakeluyhtiöitä

Lähteet: Tilastokeskus, Viestintävirasto, Trafikanalys, Trafikstyrelsen, EUROSTAT, Post- og teletilsynet, yritysten tilinpäätöstiedot, VALOR-analyysi
Valuuttakurssimuunnokset: EUR/NOK = 7,48; EUR/DKK = 7,44; EUR/SEK = 8,70 (vuoden 2012 keskipäätökset)

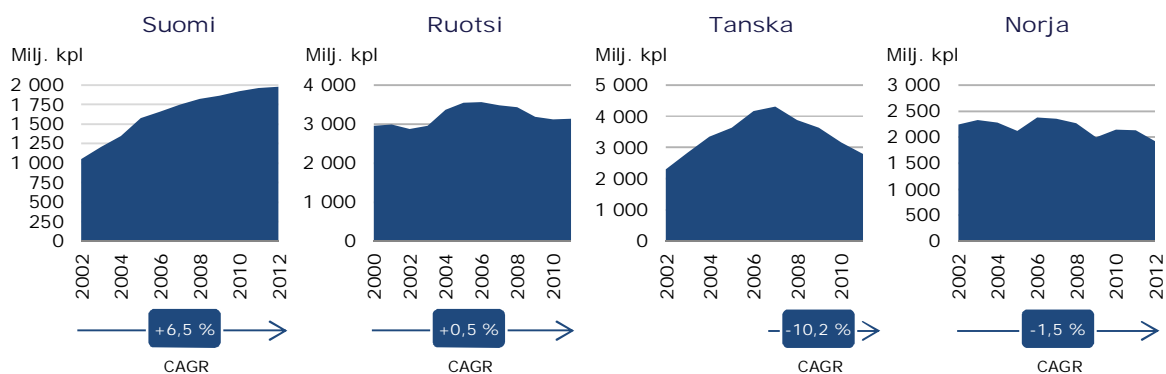
Toisin kuin muissa jakelulajeissa, osoitteettoman jakelun kohdalla volyymimuutoksissa on suurta vaihtelua ja epäyhtenäistä kehitystä Pohjoismaiden välillä. Ainoastaan Suomessa jakeluvolyymit ovat olleet koko 2000-luvun voimakkaassa nousussa – kymmenessä vuodessa jakeluvolyymit ovat kaksinkertaistuneet. Yhtenä syynä Suomen poikkeukselliseen kehitykseen on todennäköisesti jakelijoiden välinen kova hintakilpailu, mikä on tehnyt osoitteettomasta jakelusta edullisen mainostuskanavan yrityksille. Lisäksi osoitteettoman mainospostin hyödyntäminen oli 2000-luvun alussa Suomessa vähäistä

suhteessa muihin Pohjoismaihin. Voimakkaasta kasvusta huolimatta Suomen jakeluvolyymit ovat vasta nyt väestömäärään suhteutettuna pohjoismaista keskitasoa.

Ruotsissa ja Norjassa pitkän aikavälin jakeluvolyymit ovat kehittyneet tasaisesti, vaikka molemmissa maissa on ollut suurta vuositason vaihtelua. Tanskassa jakeluvolyymit kasvoivat voimakkaasti vuoteen 2007 saakka, minkä jälkeen volyymit ovat laskeneet keskimäärin 10,2 prosenttia vuodessa.

Seuraavassa on esitetty osoitteettoman jakelun volyymikehitys Pohjoismaissa.

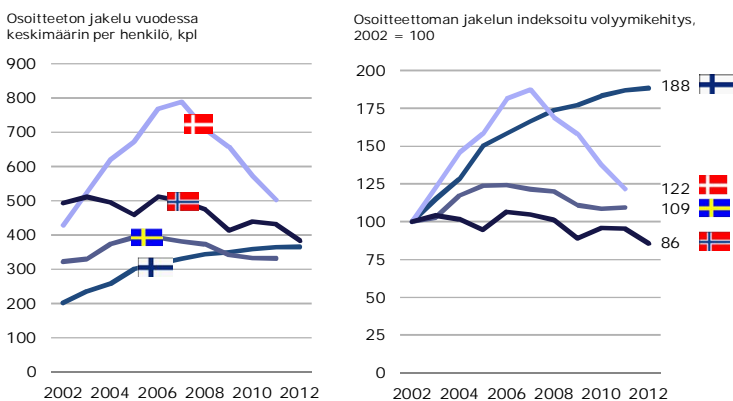
Osoitteettoman jakelun volyymikehitys



- Osoitteeton jakelu on kasvanut voimakkaasti 2000-luvulla
- Yhtenä syynä kasvuun on todennäköisesti hintakilpailu, joka on tehnyt osoitteettomasta jakelusta edullisen mainoskanavan yrityksille
- Pitkän aikavälin volyymimuutos on ollut vähäinen – 2000-luvulla kasvu keskimäärin 0,5 prosenttia vuodessa
- Lyhyen aikavälin volyymikehitys on korreloinut taloussyörien kanssa
- Volyymikehityksen trendi on kääntynyt voimakkaasta noususta voimakkaaseen laskuun vuonna 2007
- Vuosina 2007-2011 volyymilasku on ollut keskimäärin 10,2 % vuodessa
- Pitkän aikavälin trendi lievässä laskussa
- Vuositasolla volyymeissa on suurta vaihtelua

Lähteet: Tilastokeskus, Viestintävirasto, Trafikanalys, IMR, Trafikstyrelsen, EUROSTAT, Post- og teletilsynet, yritysten tilinpäätöstiedot, VALOR-analyysi

Osoitteettoman jakelun suhteellinen volyymikehitys



- Väestömäärään suhteutetut osoitteettoman jakelun volyymit ovat korkeimmat Tanskassa ja matalimmat Ruotsissa
- Voimakkaasta kasvusta huolimatta Suomen jakeluvolyymit ovat Pohjoismaista keskitasoa
- Toisin kuin muissa jakelulajeissa, osoitteettoman jakelun volyymimuutoksissa on suurta vaihtelua ja epäyhtenäistä kehitystä Pohjoismaiden välillä

Lähde: VALOR-analyysi

5.2 Osoitteettoman jakelun volyymien kehitykseen vaikuttavat tekijät

Osoitteeton jakelu on tarkasteluista lähetyslajeista ainoa, jonka volyymikehitykseen vaikuttavista tekijöistä merkittävin ei ole digitalisoituminen. Osoitteettomalla jakelulla ei ole suoraa sähköistä korviketta, vaikka esimerkiksi sähköposti- ja tekstiviestimainonta voitaneen tällaiseksi osittain katsoa. Osoitteeton mainonta toki kilpailee mainostajien rahoista myös muiden mainoskanavien, kuten tv-mainonnan, sanomalehtimainonnan ja aikakauslehtimainonnan kanssa.

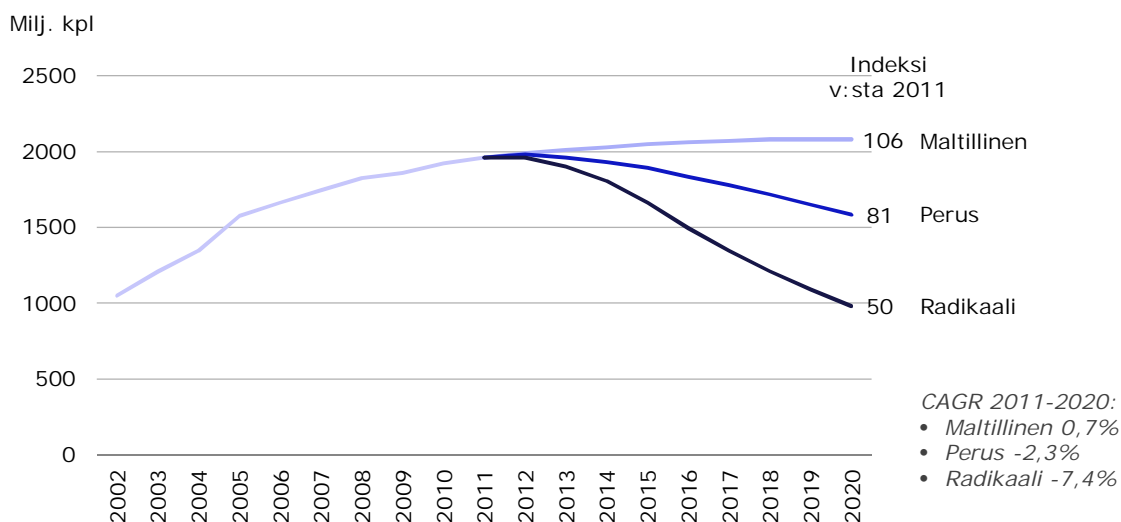
Tärkein osoitteettoman jakelun tulevaan volyymikehitykseen vaikuttava tekijä on palvelun hinta. Postitoimijoiden haastattelujen perusteella osoitteettomien lähetysten viime vuosien volyymikasvu on pääosin seurausta jakeluhintojen laskusta ja talouden lamasta. Toimijoiden kokemuksen mukaan lama tyypillisesti kasvattaa osoitteettoman jakelun kysyntää, kuten esimerkiksi Norjan ja osittain Ruotsin historiallisista volyymikehityksistä voidaan havaita. Lisäksi osoitteettoman jakelun volyymikehitykseen vaikuttaa luonnollisesti väestön kasvu, mutta tämän tekijän vaikutus arvioidaan Suomessa vähäiseksi.

5.3 Osoitteettoman jakelun tulevaisuudennäkymät ja kehitysskenaariot

Osoitteettoman jakelun volyymikehityksen ennustamiseen liittyy ehdottomasti eniten epävarmuutta kaikista tarkasteluista lähetyslajeista. Vaikka volyymikasvu on hidastunut viime vuosina, volyymit ovat edelleen kasvaneet. Näköpiirissä ei kuitenkaan ole tekijöitä, joiden perusteella voisi sanoa kasvun ehdottomasti katkeavan lähivuosina. Eräs haastatteluista toimijoista oli sitä mieltä, että osoitteeton jakelu voi jatkaa kasvuaan, jos markkinointikonseptia pystytään kehittämään entistä monipuolisemmaksi ja esimerkiksi kohdistamaan mainontaa tarkemmin. Toisaalta haastatteluissa kommentoitiin myös, että jos jakeluhinnat lähtevät nousuun, seurauksena voi olla Tanskan kaltainen jyrkkä alamäki.

Epävarmuus tulevasta kehityksestä heijastuu myös skenaarioiden suuressa hajonnassa. Alla on esitetty skenaariot osoitteettomien lähetysten jakeluvolyymien kehitykselle vuodesta 2011 vuoteen 2020. Perusskenaariossa jakeluvolyymien arvioidaan kääntyvän lievästi parin prosentin vuosittaiseen laskuun jakeluhintojen laskun pysähtyessä ja BKT:n kasvun kiihtyessä pariin prosenttiin nykyisestä nolla- tai hieman negatiivisesta tasosta. Perusskenaarion volyymikehitys vastaa Norjan ja Ruotsin viime vuosien kehitystä. Skenaariossa jakeluvolyymeistä katoaa vajaa viidennes vuoteen 2020 mennessä.

Skenaariot osoitteettoman jakelun volyymikehitykselle vuoteen 2020



Lähde: VALOR-analyysi

Maltillinen skenaario perustuu oletukseen, että jakeluhinnat säilyvät alhaisina tai jopa laskevat tai vaihtoehtoisesti suuret toimijat pystyvät kehittämään jakelukonseptista entistä mielenkiintoisemman asiakkaiden kannalta. Skenaarion todennäköisyys kasvaa myös, jos markkinoille tulee uusia jakelutoimijoilta esimerkiksi muista Pohjoismaista. Tämä kiristäisi hintakilpailua entisestään. Maltillisessa skenaariossa volyymit kasvavat jatkossakin, tosin vain vajaan prosentin vuosivauhtia.

Radikaalissa skenaariossa osoitteettoman jakelun oletetaan seuraavan Tanskan kehitystä ja kääntyvän jyrkkään, reilun 7 %:n vuosittaiseen laskuun. Kehityksen seurauksena jakeluvolyymit puolittuvat vuoteen 2020 mennessä. Tämän skenaarion todennäköisyys kasvaa, jos raju hintakilpailu päättyy esimerkiksi yritysjärjestelyjen seurauksena ja suurimmat jakelijat pyrkivät johdonmukaisesti nostamaan jakeluhintoja.

Osoitteettoman jakelun volyymien keskimääräiset vuosimuutokset Pohjoismaissa

2002-2011	2008-2011
Suomi 7,2%	Suomi 2,4%
Ruotsi 1,0%	Ruotsi -3,0%
Norja -0,5%	Norja -1,9%
Tanska 2,2%	Tanska -10,4%

Lähde: VALOR-analyysi

6. Ennakoidun volyymikehityksen vaikutukset postimarkkinaan

Tässä luvussa käsitellään postilähetyslajien ennakoitua volyymikehityksen vaikutuksia toimialaan. Luvun painopiste on kirjepostissa ja pakettilähetyksissä, ja tarkastelu toteutetaan erityisesti postin yleispalvelutoimijan eli Itellan näkökulmasta.

6.1 Ennakoidun kehityksen vaikutukset Itellan kannattavuuteen

Itella-konsernin pääliiketoiminnot on jaettu kolmeen liiketoimintaryhmään. Liiketoimintaryhmistä suurin on Itella Viestinvälitys, joka sisältää mm. kotimaan jakelupalvelut, paketti- ja pikalähetyspalvelut, postin myymälät ja NetPosti-palvelun. Itella Logistiikan liiketoiminta sisältää mm. auto-, meri- ja lentorahtipalvelut, varastointipalvelut ja logistiikan it-palveluja. Itella Informaation liiketoiminta koostuu pääasiassa yritysten taloushallintoon liittyvistä palveluista. Muut toiminnot sisälsivät vuonna 2012 mm. Itella Pankki Oy:n toiminnan (Itella Pankki tosin myytiin Säästöpankkiryhmälle maaliskuussa 2013).

Yleispalveluvelvoitteen alainen toiminta on Itella Viestinvälitys –liiketoimintaryhmässä, ja vuonna 2012 yleispalveluvelvoitteen alaisen toiminnan osuus oli Itellan tilinpäätöksen mukaan 139,1 miljoonaa euroa, eli noin 11,9 % Viestinvälityksen liikevaihdosta. Seuraavassa on esitetty Itella-konsernin liikevaihto ja liikevoitto vuosina 2012 ja 2011.

Itella-konsernin avainluvut

	2012	2011
Liikevaihto, M€		
Itella Viestinvälitys	1167,6	1151,7
Itella Logistiikka	781,5	731,6
Itella Informaatio	270,1	273,7
Muut toiminnot	63,1	55,8
Sisäinen myynti	-335,6	-312,7
Yhteensä	1946,7	1900,1

	2012	2011
Liikevoitto, M€		
Itella Viestinvälitys	74	31,4
Itella Logistiikka	-9,5	-15,7
Itella Informaatio	-1,1	-4,1
Muut toiminnot	-24,4	-17,5
Yhteensä	39	-5,9

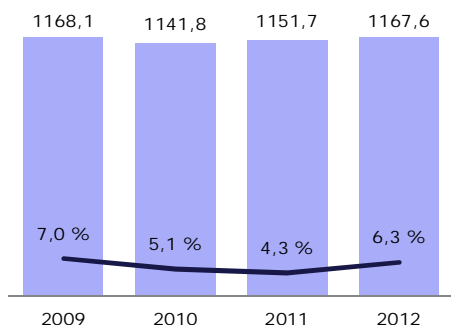
Lähde: Itella

Valtaosa Itella Viestinvälitys -liiketoimintaryhmän liiketoiminnasta on Suomessa, mutta liiketoimintaryhmään kuuluu myös tytäryhtiöt Venäjällä ja Virossa. Muiden Itellan liiketoimintaryhmien toiminnasta merkittävä osa on ulkomailla - pääosin muissa Pohjoismaissa, Baltian maissa ja Venäjällä (vuonna 2012 ulkomaan liikevaihdon osuus oli yli 600 miljoonaa euroa). Muiden liiketoimintaryhmien toiminta ei pääosin liity tähän selvitykseen, joten tarkemmassa analyysissä keskitytään ainoastaan Itella Viestinvälitys -liiketoimintaryhmään.

Seuraavassa on esitetty Itella Viestinvälityksen taloudellinen kehitys viime vuosina.

Itella Viestinvälityksen taloudellinen kehitys

Itella Viestinvälityksen liikevaihdon ja liikevoitto-%: kehitys, M€



- Liikevaihto pysynyt viime vuodet samalla tasolla – vuonna 2012 liikevaihto oli lähes samalla tasolla kuin vuonna 2009
- Kannattavuus heikentyi vuosina 2009-2011
- Vuonna 2012 kannattavuus parantui aiempina vuosina tehtyjen tuottavuutta parantavien toimenpiteiden seurauksena

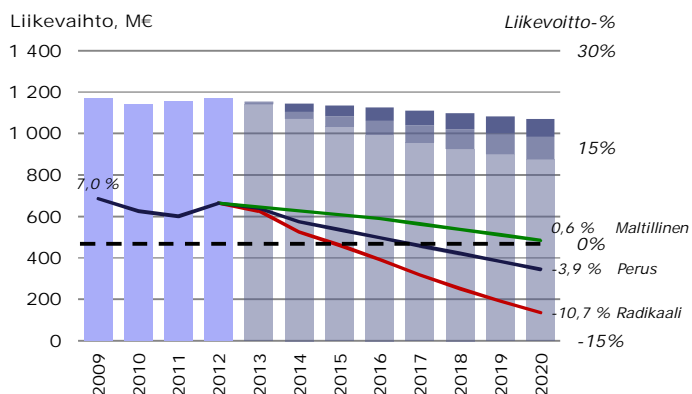
Lähde: Itella

Itella ei julkisesti raportoi Itella Viestinvälityksen eri liiketoimintojen, kuten eri lähetyksilajien, taloudellista kehitystä. Myöskään jakeluverkon kustannuksia ei ole julkisesti raportoitu, joten perusskenaarioiden vaikutusten taloudellisissa arvioinnissa on jouduttu tekemään useita oletuksia.

Seuraavassa on esitetty konsultin tekemä arvio Itella Viestinvälityksen liiketoiminnan kannattavuuden kehityksestä vuoteen 2020 kirjekäytön eri kehitysskenaarioissa. Arvio perustuu eri skenaarioiden volyymikehityksiin sekä konsultille haastatteluissa annettuihin tietoihin Itellan jakeluverkon kiinteistä ja muuttuvista kustannuksista. Analyysissä on tehty lisäksi seuraavat keskeiset oletukset, jotka tulee huomioida johtopäätöksiä arvioitaessa:

- eri jakelulajien kilpailutilanne ei oleellisesti muutu nykyisestä;
- operatiivista toimintaa ei tehosteta, eikä liiketoiminnassa tapahdu rakenteellisia muutoksia;
- palvelujen hinnoittelussa ei tapahdu merkittäviä muutoksia;
- nykyinen viiden päivän jakeluverkko säilytetään ennallaan; ja
- osoitteellista kirjepostia lukuun ottamatta muun liiketoiminnan volyymit ja kannattavuus pysyvät ennallaan.

Arvio Itella Viestinvälityksen taloudellisesta kehityksestä eri skenaarioissa



- Kaikissa skenaarioissa liikevaihto ja kannattavuus kääntyvät laskuun vuonna 2013
- Radikaalissa skenaariossa liiketoiminta muuttuu tappiolliseksi vuonna 2015 ja perusskenaariossa vuonna 2017
- Maltillisessa skenaariossa kannattavuus heikkenee, mutta pysyy positiivisena koko 2010-luvun

Lähde: VALOR-analyysi

Tehdyn analyysin mukaan Itella Viestinvälityksen liiketoiminta muuttuisi kirjelähetysten perusskenaariossa kokonaisuudessaan tappiolliseksi vuonna 2017 mikäli operatiivista toimintaa ei tehostettaisi ja toimintaympäristössä ei tapahtuisi muita muutoksia. Tässä yhteydessä on lisäksi syytä huomioida, että joidenkin Itella Viestinvälitys - liiketoimintaryhmän sisällä olevien liiketoimintojen kannattavuuskehitys saattaa poiketa huomattavasti koko liiketoimintaryhmän kannattavuuskehityksestä. Esimerkiksi jakelutoiminta harvaan asutuilla alueilla on tehdyn analyysin perusteella jo tällä hetkellä selvästi tappiollista. Lisäksi Itella Viestinvälitys -liiketoimintaryhmä sisältää joitakin tämän selvityksen fokuksen ulkopuolella olevia liiketoimintoja, joten esitetty arvio ei kuvaa suoraan Itellan kotimaan jakelun kannattavuutta.

Mikäli konsernin muiden liiketoimintaryhmien kannattavuus säilyisi nykytasolla tulevina vuosina, koko Itella-konsernin liiketoiminta muuttuisi tehdyillä oletuksilla tappiolliseksi perusskenaariossa vuonna 2015 ja radikaalissa skenaariossa jo kuluvana vuonna. Tämä johtuu siitä, että muut liiketoimintaryhmät ovat jo tällä hetkellä tappiollisia.

6.2 Postimarkkinan rakennemuutoksen vaikutukset muissa Pohjoismaissa

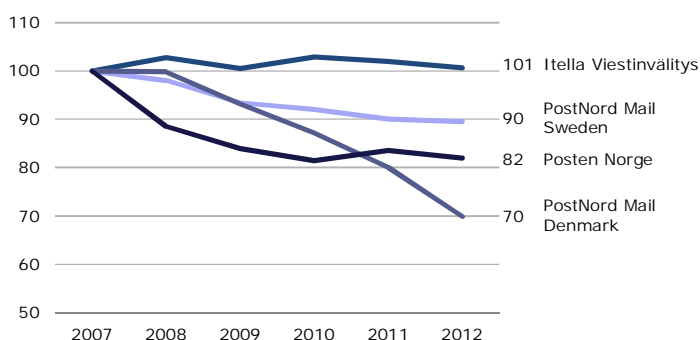
Kuten luvuissa 2-5 esitettiin, postimarkkinan rakennemuutos on käynnissä kaikissa Pohjoismaissa, minkä seurauksena osoitteellisen kirjepostin ja sanomalehtien jakeluvolyymit ovat voimakkaassa laskussa. Muutos on ollut tähän mennessä hitainta Suomessa, joten vaikutukset muissa Pohjoismaissa antavat suuntaa myös Suomen tulevaisuuden kehitykselle.

Kaikissa muissa Pohjoismaissa vakiintuneen postitoimijan liikevaihto on jo kääntynyt laskuun. Ruotsissa liikevaihdon lasku on ollut vuosina 2007–2012 yhteensä 10 %, Norjassa 18 % ja Tanskassa peräti 30 %. Liikevaihdon voimakkaan laskun seurauksena yritykset ovat joutuneet tekemään radikaalejakin toimintojen tehostamistoimenpiteitä kannattavuutensa parantamiseksi. Tästä huolimatta yritysten kannattavuuskehitys on ollut varsin heikkoa, ja Tanskassa toiminta muuttui tappiolliseksi vuonna 2012.

Seuraavassa on esitetty vakiintuneiden postitoimijoiden taloudellinen kehitys Pohjoismaissa vuosina 2007–2012.

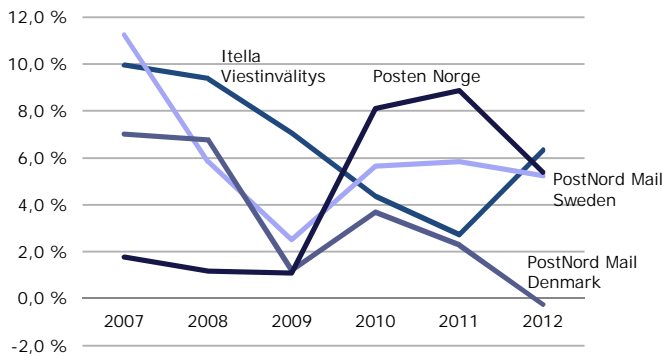
Vakiintuneiden postitoimijoiden taloudellinen kehitys Pohjoismaissa

Vakiintuneiden postitoimijoiden liikevaihdon indeksoitu kehitys 2007 = 100



- Itella Viestinvälitystä lukuunottamatta postitoimijoiden liikevaihdot ovat olleet voimakkaassa laskussa
- Muutos on ollut suurin Tanskassa – PostNord Mail Denmarkin (Post Danmark) liikevaihto on laskenut viidessä vuodessa 30 %:ia

Vakiintuneiden postitoimijoiden liikevoitto-%:n kehitys



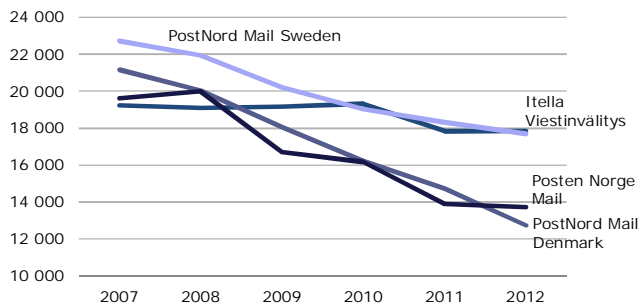
Lähteet: Itella, PostNord, Posten AB, Post Danmark, Posten Norge, VALOR-analyysi

- Kaikissa Pohjoismaissa kannattavuuskehitys on ollut haasteellista
- Hetkellisesti kannattavuutta on saatu parannettua kaikissa maissa toimintaa tehostamalla
- Tanskassa liiketoiminta muuttui ensimmäistä kertaa tappiolliseksi vuonna 2012

Kaikissa maissa postin yleispalvelutoimijat ovat pyrkineet tehostamaan toimintaansa kannattavuuden kohentamiseksi kirje- ja lehtivolyyymien laskiessa. Pakettivolyyymien kasvu ei ole täysin pystynyt korvaamaan kirje- ja lehtijakelussa menetettyä liikevaihtoa. Osin tämä johtuu siitäkin, että pakettimarkkinoilla on kaikissa Pohjoismaissa kilpailua, joten kokonaismarkkinan kasvu ei automaattisesti kasvata vakiintuneen postitoimijan liiketoimintaa. Toimintoja on tehostettu mm. automatisoimalla lähetysten lajittelutoimintoja, logistiikkaverkostojen uudelleenorganisoinnilla (esim. lajittelukeskusten sijainnit), karsimalla omien palvelupisteiden määriä sekä vähentämällä henkilöstöä. Jakelutiheyttä ei ole missään Pohjoismaissa muutettu, mikä johtuu EU-direktiivin vaatimuksesta.

Postitoimijoiden henkilöstömäärän kehitys

Vakiintuneiden postitoimijoiden henkilöstömäärän kehitys



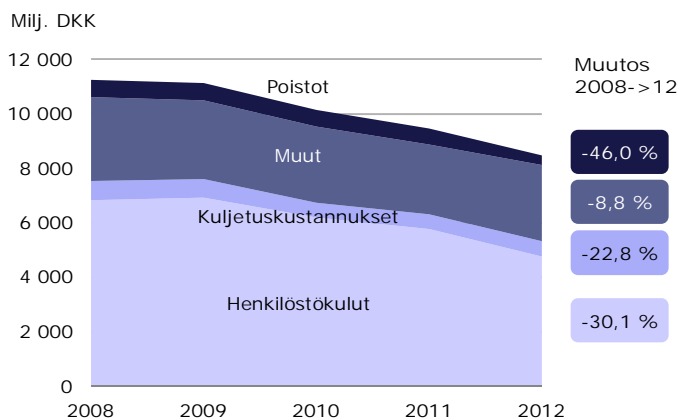
Lähteet: Itella, PostNord, Posten AB, Post Danmark, Posten Norge, VALOR-analyysi

- Kaikissa maissa henkilöstömäärä on ollut laskussa
- Suhteellisesti eniten henkilöstöä on vähennetty Tanskassa, jossa Post Danmarkin henkilöstömäärää on vähennetty 5 vuodessa noin 40 %:ia
- Suomessa henkilöstömäärän vähennykset ovat olleet suhteessa vähäisempiä kuin muissa Pohjoismaissa

Seuraavassa on esitetty postitoimijoiden kustannusrakenteiden kehitys Tanskassa ja Ruotsissa. Molemmissa maissa suurimmat säästöt on saatu aikaan henkilöstökuluissa.

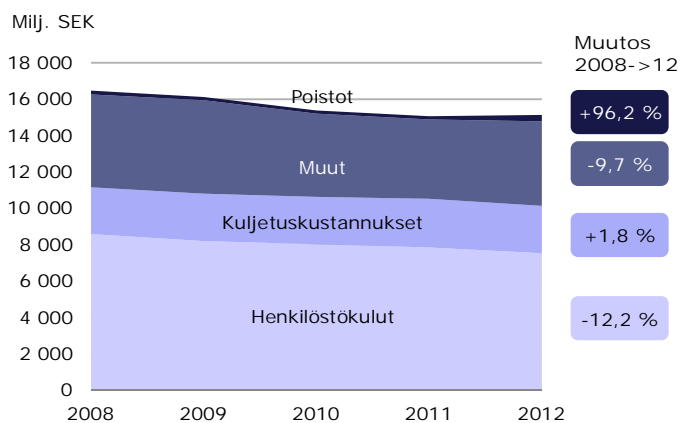
Postitoimijoiden kustannusrakenteen kehitys Ruotsissa ja Tanskassa

PostNord Mail Denmark



- Molemmissa maissa valtaosa kustannussäästöistä on tullut henkilöstökuluista
- Muiden kulujen pienentyminen selittyy osittain postikonttorien sulkemisilla
- Tanska on tiheästi asuttu, mikä näkyy kuljetuskustannusten pienenä osuutena verrattuna Ruotsiin

PostNord Mail Sweden



Lähteet: PostNord, Posten AB, Post Danmark, VALOR-analyysi

Postin palvelupisteiden osalta kaikissa maissa on havaittavissa selkeästi sama trendi: yleispalvelutoimijoiden itse ylläpitämiä postikonttoreita on korvattu yhä enemmän asiamiesposteilla tai Post-in-Shopeilla. Kaikissa maissa myös palvelupisteiden kokonaismäärä on vähentynyt hieman

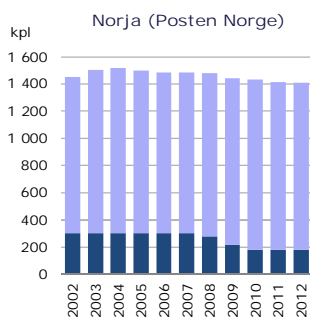
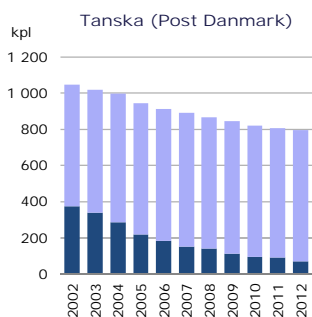
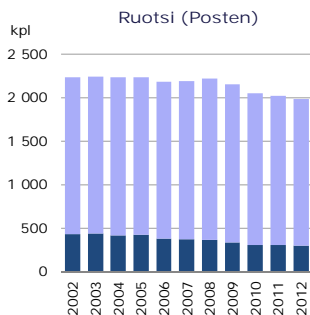
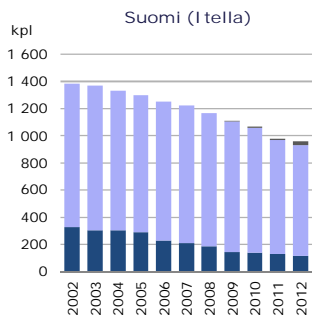
Väestöön suhteutettuna palvelupisteitä on eniten Norjassa (2,81 palvelupistettä 10 000 henkilöä kohden) ja vähiten Tanskassa (1,42 palvelupistettä 10 000 henkilöä kohden). Suomessa on 1,77 palvelupistettä 10 000 henkilöä kohden. Itsepalveluautomaatteja on tähän mennessä otettu käyttöön ainoastaan Tanskassa ja Suomessa. Tanskassa automaatteja on käytetty jo pitkään.

Seuraavassa on esitetty postitoimijoiden palvelupisteiden määrien kehitys Pohjoismaissa.

Postitoimijoiden palvelupisteiden määrän kehitys Pohjoismaissa

Palvelupisteiden määrä Pohjoismaissa (poislukien itsepalvelupisteet)

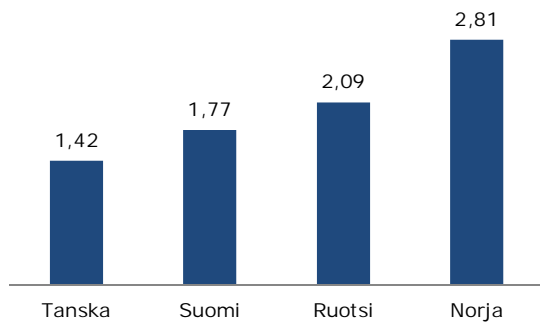
- Postitoimijan ylläpitämät postikonttorit
- Asiamiespostit / Post-in-Shop
- Noutopisteet (vain Suomi)



Lähteet: Itella, Trafikstyrelsen, Trafikanalys, PostNord, Posten Norge, VALOR-analyysi

- Kaikissa maissa sama trendi: asiamiesposteilla tai Post-in-Shopeilla on korvattu postitoimijoiden itse ylläpitämiä postikonttoreita
- Maasta riippuen vain 9-15 %:ia palvelupisteistä on enää postitoimijan ylläpitämiä postikonttoreita
- Palvelupisteiden kokonaismäärä on laskenut kaikissa maissa – muutos on ollut nopeinta Suomessa ja Tanskassa

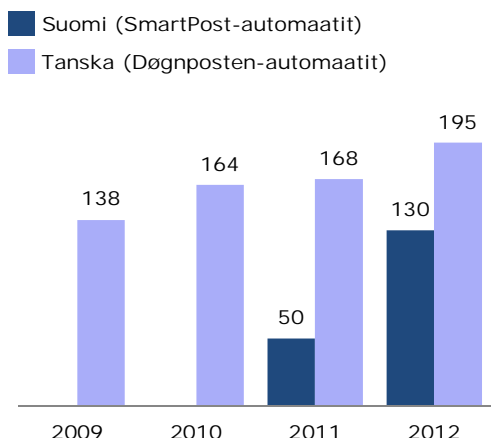
Palvelupisteiden määrä 10 000 henkilöä kohden (poislukien itsepalvelupisteet)



- Väestön suhteutettuna postin palvelupisteitä on vähiten Tanskassa ja eniten Norjassa
- Suomessa palvelupisteitä on suhteessa vähemmän kuin Ruotsissa ja Norjassa

Lähteet: Itella, Trafikstyrelsen, Trafikanalys, PostNord, Posten Norge, VALOR-analyysi

Itsepalvelupisteiden määrät



Lähteet: Itella, PostNord, VALOR-analyysi

- Tanskassa ja Suomessa on ensimmäisenä otettu käyttöön itsepalveluautomaatteja
- Automaateilla voidaan tyypillisesti lähettää ja vastaanottaa postipaketteja
- Sekä Suomessa että Tanskassa automaattien määrää ollaan kasvattamassa
- Ruotsissa ja Norjassa ei ole vielä vastaavia automaatteja

6.3 Postimarkkinan kasvumahdollisuudet

Myös postimarkkinan kasvumahdollisuudet liittyvät kiinteästi digitalisoitumiseen. Käytännössä postin jakelussa nousee esiin kaksi keskeistä kasvualuetta: sähköiset kirjeet ja verkkokauppa.

6.3.1 Sähköiset kirjeet

Vaikka osa yritysten ja kuluttajien viestinnästä on muuttanut luonnettaan merkittävästi esimerkiksi sähköpostin ja sosiaalisen median myötä, tarvitaan edelleen myös luotettava ja kattava jakelukanava esimerkiksi laskuille ja muille osoitteellisille asiakirjoille. Kaikki postitoimijat Pohjoismaissa ovat alkaneet tarjota tähän tarpeeseen sähköisiä postilaatikoita ja sähköisten kirjeiden määrä on ollut kaikissa maissa voimakkaassa kasvussa viime vuosina. Pisimmällä tässä kehityksessä on Tanska, jossa PostNordin ylläpitämässä e-Boks-palvelussa lähetettiin vuonna 2012 jo yli 200 miljoonaa sähköistä kirjettä.

e-Boks on myös hyvä esimerkki siitä, miten sähköisillä kirjeillä voi tehdä kannattavaa liiketoimintaa. e-Boksin liikevaihto vuonna 2011 oli noin 11,4 miljoonaa euroa ja tulos noin 1,6 miljoonaa euroa. e-Boksilla yhden sähköisen kirjeen kustannus on lähettäjälle noin 6 senttiä, eli pelkästään sen jakelukustannus on yli kymmenen kertaa edullisempi kuin fyysisen kirjeen.

Vaikka sähköisten kirjeiden volyymin odotetaan kasvavan, ja toiminta on kannattavaa, liiketoiminnan koko on perinteiseen kirjepostiin verrattuna marginaalista. Esimerkiksi Suomessa sähköisten kirjeiden markkinan potentiaalinen koko on konsultin arvion mukaan lähivuosina korkeintaan muutamia kymmeniä miljoonia euroja. Vaikka sähköisten kirjeiden volyymi vielä moninkertaistuisi, pelkästään sen tuotoilla ei ole mahdollista ylläpitää laajaa fyysistä jakeluverkkoa.

6.3.2 Verkkokauppa

Verkkokauppa on yksi harvoista alueista, joissa postitoimijat näkevät lähivuosina suurta kasvupotentiaalia. Verkkokauppa on kasvussa kaikissa Pohjoismaissa ja lisännee pakettivolyymeja lähivuosina merkittävästi. Tämä tarjoaa myös postitoimijoille mahdollisuuksia kehittää uusia palveluja vastaamaan paremmin sekä verkkokauppioiden että kuluttajien tarpeisiin.

Lisäksi merkittävää kasvupotentiaalia voi olla myös kaupan aloilla, jotka eivät ole vielä siirtyneet laajassa mittakaavassa verkkoon. Tällaisia ovat esimerkiksi elintarvikkeet ja päivittäistavarat, joiden verkkokauppa ei ole vielä suurta. Moni kauppaketju on kuitenkin tehnyt jo verkkokauppaan liittyviä pilottihankkeita myös päivittäistavaroissa. Elintarvikkeiden ja päivittäistavaroiden logistiikka edellyttää myös perinteisistä pakettipalveluista poikkeavaa toimintamallia.

Yksi kriittisimmistä asioista verkkokaupan toimivuudelle on hyvin toimiva tavaroiden toimitus ja palautus. Tähän tarpeeseen on syntynyt myös täysin uusia ratkaisuja, kuten pakettiautomaatit. Postitoimijoille luonnollinen laajentumissuunta on myös hoitaa laajemminkin verkkokauppojen logistiikkaratkaisuja, kuten varastointia ja toimitusketjujen hallintaa.

7. Konsulttien valmistelemat toimenpidevaihtoehdot tulevaisuuteen varautumiseksi

Kuten edellä havaittiin, postilähetysten ennustettu kehitys johtaa postiyrietykset – erityisesti yleispalvelutoimijana toimivan Itellan – entistä suurempiin taloudellisiin haasteisiin lähivuosina. Tämä tarkoittaa, että yritysten mahdollisuudet kannattavaan toimintaan täytyy turvata myös posti- ja viestintälainsäädännössä. Itellan osalta tämä tarkoittaa käytännössä lievennyksiä yleispalveluvelvoitteisiin. Kuten edellä on esitetty, ennustetut lähetykvolyymien muutokset ovat erittäin merkittäviä. Vuoteen 2020 mennessä kirjepostivolyymeistä arvioidaan katoavan lähes puolet ja sanomalehtivolyymeistä kolmannes. Koska lainsäädännöllisten toimenpiteiden toteuttaminen on hidasta, toimenpiteet on järkevää mitoittaa riittävän radikaaleiksi, jotta niillä voidaan vastata toimintaympäristön radikaaleihin muutoksiin. Näin lainsäädäntöön ei tarvitsisi puuttua useaan kertaan.

Tässä luvussa on kuvattu tiiviissä muodossa haastatteluissa esiin tulleita sekä konsultin omia toimenpide-ehdotuksia, joiden avulla viestintäviranomaiset ja lainsäätäjät voisivat turvata postiyrietysten toimintaedellytykset myös tulevaisuudessa. Toimenpiteitä jaotellaan sen mukaan pyritäänkö niillä parantamaan toimialan kannattavuutta ja sitä kautta helpottamaan varautumista jakeluvolyymien jyrkkään laskuun vai edistämään vapaan kilpailun toteutumista toimialalla – vai sekä että. Esitetyt toimenpiteet edustavat konsultin omia näkemyksiä, ja niissä on pyritty tuomaan esiin eritasoisia ja osittain radikaalejakin toimenpidevaihtoehtoja postimarkkinan kehittämiseksi.

Ymmärrettävästi valtaosa kannattavuutta parantavista toimenpiteistä liittyy yleispalvelutoimijan (Itellan) nykyisten velvoitteiden lieventämiseen. Sen sijaan osa kilpailua lisäävistä toimenpiteistä voi toimia täysin vastakkaiseen suuntaan ja pahentaa yleispalvelutoimijan taloudellisia haasteita entisestään. Esimerkiksi kilpailun lisääminen kirjepostin jakelussa on asiakkaiden ja toimialan kehittymisen kannalta hyvä asia, mutta johtanee yleispalvelutoimijan kannattavuuden rapautumiseen ja mahdolliseen taloudellisen tuen tarpeeseen. Tästä syystä lainsäätäjällä tulisi olla kirkas kuva postiregulaation tavoitteista tulevina vuosina. Lähtökohta ei ole helppo, sillä myös EU:n postidirektiivillä on kaksi osittain ristiriitaista tavoitetta – vapauttaa kilpailu postimarkkinoilla sekä taata korkealaatuisten ja kohtuuhintaisten postin yleispalvelujen tarjoaminen koko EU:ssa.

Suomessa ei haastavasta väestörakenteesta huolimatta ole vielä jouduttu vakavasti pohtimaan yleispalvelutoimijan taloudellista tukemista, koska todellista kilpailua kirjepostissa ei ole päässyt tai päästetty syntymään. Kuten todettu, asiakkaiden ja postitoiminnan kehittymisen kannalta kilpailun syntyminen myös kirjepostin jakeluun olisi toivottavaa. Kilpailun puuttumisella on kuitenkin omalta osaltaan vaikuttanut siihen, että postinjakelun yleispalvelutoimintaa nykyisessä laajuudessa ei ole ainakaan vielä tarvinnut tukea taloudellisesti. Tämä on ollut yhteiskunnan kannalta siinä mielessä positiivista, että kannustimet tehokkaampien jakelumallien kehittämiseen ovat säilyneet. Nykyisen tehottoman ja kalliin haja-asutusjakeluverkon taloudellinen tukeminen olisi pitkälti lukinnut sen ylläpitämisen todennäköisimmäksi pitkän tähtäimen toimintamalliksi.

Seuraavassa on esitetty yhteenveto potentiaalisista toimenpiteistä toimialan kehittämiseksi lähivuosina. Toimenpiteet on luokiteltu paitsi toimialan kannattavuutta parantaviin ja kilpailua lisääviin myös yleispalveluun liittyviin toimenpiteisiin sekä sen mukaan estääkö nykyinen postilaki (tai postidirektiivi) toimenpiteen toteuttamisen joiltain osin. Lisäksi taulukossa on esitetty arvio toimenpiteen vaikutuksen suuruusluokasta.

Huomattakoon, että osa toimenpiteistä on osittain vaihtoehtoisia tai keskenään korreloituneita. Esimerkiksi kirjeiden fyysisen jakelutiheyden harventaminen vähentää

selvästi postinjakelun alihankinnalla tai postilaatikoiden tehokkaammalla ryhmittelyllä saavutettavia tehostamishyötyjä. Lisäksi mukana on kaksi toimenpide-ehdotusta, joihin viestintäviranomaisilla ei ole suoraa vaikutusvaltaa: alueellisen postinjakelun alihankinta ja 1. luokan kirjeen poistaminen. Molemmat toimenpiteet olisivat jo tällä hetkellä mahdollisia toteuttaa Itellan päätöksellä. Näitä ja muita toimenpiteitä kuvataan seuraavassa tarkemmin yksi kerrallaan.

Toimenpidevaihtoehtojen luokittelu

	Toimialan kannattavuutta parantava	Toimialan kilpailua lisäävä	Yleis- palveluun liittyvä	Nykyinen postilaki/-direktiivi estää	Vaikutuksen suuruus
I	Yleispalvelukirjeiden fyysisen jakelutiheyden harventaminen	×	×	×	Suuri
II	Yleispalvelun poikkeustalouksien määrän nostaminen	×	×	×	Suuri
III	Päällekkäisten jakeluverkkojen yhdistäminen	×	×		Suuri
IV	Kilpailun lisääminen kirjepostin jakelussa lieventämällä jakelun toimilupaehtoja		×		Suuri
V	Alueellisen postinjakelun alihankinta	×	×		Kohtalainen
VI	Minimipalvelupisteverkon sääntelyn keventäminen	×	×	×	Pieni
VII	Yleispalvelutuotteiden ALV-vapauden poisto		×	×	Pieni
VIII	Postilaatikoiden tehokkaamman ryhmittelyn mahdollistaminen	×	×	×	Pieni
IX	1. lk:n kirjeen poistaminen	×	×		Pieni
X	Yleispalvelutuotteiden hinnoittelun vapauttaminen	×	×	×	Pieni
XI	Itellan yksityistäminen		×		Suuri

7.1 Yleispalvelukirjeiden fyysisen jakelutiheyden harventaminen

Postin viisipäiväinen jakelu on jo tällä hetkellä tappiollista haja-asutusalueilla, ja kirje- ja lehtivolyyymien laskiessa jakelu muuttuu jatkuvasti yhä heikomminkin kannattavaksi.

Jakelutiheydestä on säädetty postilain 17 §:ssä seuraavaa: "Yleispalveluun kuuluvat kirjelähetykset on keräiltävä ja jaettava vähintään kerran päivässä viitenä arkipäivänä viikossa, arkipäiviä lukuun ottamatta."

EU:n postidirektiivissä (2008/6/EY) on lisäksi säädetty yleispalveluun kuuluvista kirjelähetyksistä seuraavaa: "Jäsenvaltioiden on toteutettava toimenpiteitä siitä huolehtimiseksi, että yleispalvelu on taattu vähintään viitenä työpäivänä viikossa, paitsi poikkeukselliseksi katsotuissa tilanteissa tai maantieteellisissä olosuhteissa, ja että yleispalvelu kattaa vähintään:

- yhden keräilyn,

- yhden jakelun jokaiselle luonnolliselle henkilölle tai oikeushenkilölle perillekantona tai poikkeuksellisesti kansallisen sääntelyviranomaisen harkintansa mukaan määrittelemisellä ehdoin yhden jakelun asianmukaisesti asennettuihin laitteisiin.”

Nykyinen postidirektiivi ei mahdollista postilain muuttamista jakelutiheyden osalta, ellei kaikkein harvimmin asuttuja haja-asutusalueita katsottaisi poikkeukselliseksi maantieteellisiksi olosuhteiksi. Tähän voisi olla postinjakelun näkökulmasta hyvät perustelut. Kaikkien 27 EU-maan keskimääräinen asukastiheys oli vuonna 2011 noin 117 asukasta neliökilometrillä (lähde: Eurostat). Suomen harvimmin asutuissa maakunnissa Lapissa (2,0 as./km²) ja Kainuussa (3,9 as./km²) jäädytään tästä noin 2-3 %:iin. Jos esimerkiksi nämä maakunnat suurimpia taajamia lukuun ottamatta tulkittaisiin maantieteellisesti poikkeukselliseksi olosuhteiksi, fyysistä kirjepostin jakelua voitaisiin harventaa esimerkiksi kahteen kertaan viikossa rikkomatta kolmannen postidirektiivin säädöksiä. Asukkaille suoritettaisiin luonnollisesti lisäksi sähköinen postinjakelu viitenä päivänä viikossa. Näin voitaisiin varmistaa postin yleispalvelutoiminnan jatkuvuus ilman ulkopuolista taloudellista tukea myös lähivuosina.

Itellan teettämien vastaavien jakelukokeilujen perusteella asukkaat eivät koe kirjepostin jakelun harventamista merkittävänä palvelutason heikennyksenä, jos sähköinen postinjakelu suoritetaan päivittäin. Suuremmaksi ongelmaksi voikin muodostua sanomalehtijakelun harventuminen, koska myöskään sitä ei voitaisi jaella joka päivä. Sanomalehtien jakelemiseksi paikallisten lehtien täytyisi pystyä tarjoamaan vaihtoehtona lehtien sähköisten versioiden päivittäistä jakelua. Lisäksi tilaajien tulisi opetella selaamaan ja lukemaan lehden sähköistä versiota. Nämä eivät kuitenkaan ole ylitsepääsemättömiä ongelmia, jos vain laajakaistayhteys on saatavilla kaikkiin jakelutalouksiin. Toimiva teknologia sanomalehtien sähköiseen jakeluun on jo olemassa ja yleisesti käytössä.

7.2 Yleispalvelun poikkeustalouksien määrän nostaminen

Nykyisessä postilain 18 §:ssä on säädetty seuraavaa: ” Yleispalvelun tarjoajalla on oikeus poiketa 17 §:ssä säädetystä keräily- ja jakelutiheydestä, kun kyseessä on vaikeakulkuisella saaristo- tai erämaa-alueella sijaitseva talous, joka ei sijaitse ympärivuotisesti liikennöitävän tien varrella mukaan lukien maantielauttojen ja vähintään viitenä päivänä viikossa kulkevien yhteysalusten avulla liikennöitävät reitit.

Yleispalvelun tarjoajan on vuosittain toimitettava Viestintävirastolle selvitys 1. momentissa tarkoitettujen talouksien lukumäärästä ja sijainnista. Poikkeuksen piirissä voi olla koko maassa enintään 300 taloutta. Viestintäviraston on tarvittaessa ratkaistava, mitkä taloudet kuuluvat keräily- ja jakelutiheydestä tehdyn poikkeuksen piiriin.”

Laissa mainitut kriteerit täyttyviä kotitalouksia on Suomessa reilut 200. Ruotsissa poikkeustalouksien määrää ei säädellä laissa, mutta yleispalvelutoimija ja viestintäviranomaiset ovat sopineet määräksi noin 1 000 kotitaloutta (lähde: Service och konkurrens 2012, PTS). Suomessakin lukua voitaisiin kasvattaa nykyisestä selvästi – esimerkiksi viiteen tuhanteen, koska kyseessä ovat kotitaloudet, joihin jakelu maksaa tällä hetkellä satoja kertoja enemmän lähetystä kohden kuin keskimääräiseen kotitalouteen. Laista voitaisiin myös poistaa viittaukset ympärivuotisesti liikennöityihin teihin ja yhteysaluksiin sekä saaristo- ja erämaa-alueisiin. Tyypillisesti postinjakelun kannalta haastavimmat kotitaloudet sijaitsevat harvaanasutussa saaristossa tai tunturi-Lapissa, mutta eivät välttämättä kaikki.

Fyysinen kirjepostin jakelu näihin kotitalouksiin voisi tapahtua esimerkiksi vain kerran viikossa. Toimenpiteen potentiaalinen kustannussäästö on suuri suhteessa yhteiskunnalliseen kokonaishaittaan, koska haitta kohdistuu hyvin pieneen osaan kotitalouksista. Lisäksi harvempaa jakelua voidaan kompensoida päivittäisellä sähköisellä kirjepostin jakelulla, kuten edellisessäkin toimenpiteessä, jolloin asukkaiden palvelutaso

ei lähtökohtaisesti heikkene.

7.3 Päällekkäisten jakeluverkkojen yhdistäminen

Tällä hetkellä kaikissa suurissa kaupungeissa on tilanne, jossa sanomalehtiyhtiöiden tai Itellan varhaisjakelijat (tai jopa molemmat) käyvät jakamassa sanomalehdet ja osoitteettomia lähetyksiä aamulla ja tämän jälkeen Itellan jakajat käyvät vielä samoissa kotitalouksissa jakamassa päiväjakelussa kirjeet, paketit, aikakauslehdet ja lisää osoitteettomia lähetyksiä. Jakelukustannusten karsimiseksi olisi järkevintä, että jakeluverkot yhdistettäisiin, ja jokaiseen kotitalouteen jaettava posti vain kerran päivässä. Käytännössä postit jaettaisiin tällöin taajama-alueilla vain varhaisjakeluna ja haja-asutusalueilla vain päiväjakeluna.

Itellalla on jo käynnissä pilottikokeiluja jakelun yhdistämiseksi niillä alueilla, joilla se suorittaa itse sekä varhais- että päiväjakelun. Yhdistämisestä on hidastanut toistaiseksi ammattiliiton vastustus. On kuitenkin vaikea kuvitella, että nykyinen, varsin tehoton jakelumalli voisi jatkua kovin pitkään ennakoitujen jakeluvolyymien kehityksen valossa.

Itellan sisäisten jakeluverkkojen yhdistämisen lisäksi viestintäviranomaisen voisi pyrkiä edistämään eri yhtiöiden jakeluverkkojen yhdistämistä. Tällöin Itella voisi esimerkiksi ostaa kirje- ja muun postin jakelun paikalliselta sanomalehden jakeluorganisaatiolta. Tämä edellyttää, että jakeluorganisaatiolla olisi toimilupa kirjepostin jakeluun. Vaihtoehtoisesti sanomalehtiyhtiö voisi luopua omasta jakeluorganisaatiostaan ja ostaa jakelun alihankintana Itellalta. Kolmas malli voisi olla yhteisyritys, joka hoitaa jakelua useiden toimijoiden puolesta.

Jotta jakeluverkkojen yhdistäminen yhtiörajojen yli olisi mahdollista, pitäisi haastattelujen perusteella toteuttaa seuraavat toimenpiteet:

- määrittellä toisten postitoimijoiden jakeluverkkoon pääsyn (eli päivittäisen jakelupalvelun ostamisen toiselta jakelutoimijalta) hinnoitteluperusteet täysin läpinäkyviksi, kustannusvastaaviksi ja syrjimättömiksi; ja
- poistaa kotimaan sisäiset 1. luokan kirjeet tuotevalikoimista (edellyttää Itellan sisäistä päätöstä).

Ensimmäisen luokan kirjeiden laatuvaatimukseen kuuluu tällä hetkellä, että jos niitä tarjotaan, niistä 80 prosenttia täytyy jaella jättöpäivää seuraavana päivänä (postilain 19 §). Laatuvaatimus on niin tiukka, että se ei mahdollista jakeluverkkojen yhdistämistä siten, että Itella ostaisi alueellisen jakelupalvelun sanomalehtiyhtiön varhaisjakeluorganisaatiolta. 1. luokan kirjeet eivät yksinkertaisesti ehdi Itellan jakeluverkosta toisen jakeluorganisaation verkkoon ennen varhaisjakelun aloittamista. Jotta kokonaisuuden kannalta edullisin toimintamalli mahdollistuisi, kotimaan sisäiset 1. luokan kirjeet täytyisi poistaa Itellan tuotevalikoimista. Tämä on luonnollisesti Itellan sisäinen päätös. Yleinen markkinakehitys on tosin vähentänyt 1. luokan kirjeen kysyntää muutenkin viime vuosina.

7.4 Kilpailun lisääminen kirjepostin jakelussa lieventämällä jakelun toimilupaehtoja

Suomessa on Itellan lisäksi myönnetty toimiluvat kirjepostin jakeluun Ilves-Jakelu Oy:lle ja Esan Kirjapaino Oy:lle. Kumpikaan ei ole vielä aloittanut kirjepostin jakelua, mutta molemmat suorittavat sanomalehtien ja osoitteettomien lähetysten jakelua omalla jakelualueellaan seitsemänä päivänä viikossa. Uusien toimijoiden kannalta kirjepostin jakelun toimiluvassa on muodostunut ongelmaksi se, että toimilupa-alue ei vastaa näiden toimijoiden olemassa olevaa jakelualuetta. Toimilupa-alue määritellään tällä hetkellä ainoastaan kuntarajojen mukaisesti. Tämä on johtanut tilanteeseen, että toimijat joutuisivat laajentamaan nykyistä jakeluverkkoaan myös kuntien harvaanasutuille reuna-

alueille ja jakamaan siellä postin vähintään viitenä päivänä viikossa. Toimijat katsovat tämän vaatimuksen tuhoavan kirjepostin jakelun kannattavuuden - varsinkin kun Itella jo jakaa näihin kotitalouksiin postin viidesti viikossa.

Lisäksi uusille toimijoille on asetettu velvoite ottaa vastaan postitettavia lähetyksiä, vaikka tällainenkin velvoite on jo Itellalla samalla alueella. Lisäksi uusia jakelijoita hiertää heille asetettu velvoite ottaa vastaan osoitteenmuutoksia esimerkiksi kotitalouksilta. Pienet toimijat eivät katso voivansa osallistua osoiterekisterin ylläpitoon.

Jos kilpailua kirjepostin jakelussa halutaan edistää, postitoimijoille pitäisi pystyä myöntämään myös alueellisesti ja velvoitteiltaan rajoitetumpia toimilupia. Tällä hetkellä toimijat hakevat rajoitettuja toimilupia, mutta saavat rajoittamattomia lupia. Tämä voi johtaa siihen, että kilpailu jää syntymättä. Postin lähettäjien ja vastaanottajien oikeudet on kuitenkin turvattu sillä, että Itella tarjoaa yleispalvelun alaisia palveluita valtakunnallisesti. Esimerkiksi Ruotsissa muille kuin yleispalvelutoimijalle myönnetty toimiluvat ovat hyvin kevyitä ilman mitään maantieteellisiä, toiminnallisia tai laadullisia rajoituksia.

Yleispalvelutoimijan näkökulmasta rajoitetut toimiluvat ovat ongelmallisia, koska ne mahdollistavat helposti uusien toimijoiden kermankuorintatoiminnan yritysten lähettämissä kirjelähetyksissä, mikä heikentää Itellan kannattavuutta. Tämänkin toimenpiteen osalta palataan siihen merkittävään kysymykseen kumpaa postitoiminnan sääntelyssä painotetaan lähivuosina enemmän – kilpailun todellista vapauttamista vai korkeatasoisten ja kohtuuhintaisten postipalveluiden varmistamista koko maassa.

7.5 Alueellisen postinjakelun alihankinta

Uudessa-Seelannissa New Zealand Post (NZP) ostaa tällä hetkellä julkisella hankinnalla (tarjouskilpailulla) jakelupalvelun 130 000 postilaatikkoon haja-asutusalueilla. Osuus vastaa noin 9 %:ia koko maan postilaatikoista ja 10 %:ia postivolyyymeistä. Järjestelmä toimii siten, että NZP hoitaa lajittelun kullekin jakelijalle, jotka vastaavat postin lajittelusta jakelujärjestykseen ja toimituksesta vastaanottajalla (usein yhdessä muunlaisten tuotteiden kanssa). Jakelusopimus tehdään aluksi kolmeksi vuodeksi, jonka jälkeen se voidaan pidentää kuuden vuoden mittaiseksi. NZP ei välttämättä myönnä jakeluoikeutta halvimman tarjouksen tehneelle, jos se arvioi, että hinta on liian alhainen riittävän laadukkaan jakelun varmistamiseksi. NZP:llä on tällä hetkellä yli 500 haja-asutusjakelijaa, jotka hoitavat noin 600 jakelureittiä. (Lähde: New Zealand Ministry of Economic Development)

Myös Suomessa vastaava malli on mahdollinen. Itella voisi tälläkin hetkellä ostaa alihankintana heikoimmin kannattavat postinjakelureitit (ja toimipisteet) paikallisilta jakeluyhtiöiltä, jotka pystyisivät tuottamaan ne tehokkaammin. Ongelmaksi alihankinnan käytössä on muodostunut ammattiliiton negatiivinen suhtautuminen toimintamalliin. Jos tämä toimintamalli pystyttäisiin ottamaan laajasti käyttöön, siitä voisi syntyä ainakin kolmenlaisia hyötyjä:

1. Tuettaisiin paikallisen jakelutoiminnan kehittymistä
2. Jakelukustannukset laskisivat, koska paikallinen jakelija voisi tehostaa jakelutoimintaa toimittamalla Itellan kautta kulkevien postilähetysten lisäksi samalla myös lääkkeitä, ostoksia, muiden kuin Itellan kautta lähetettyjä paketteja sekä muita tarvikkeita ja lähetyksiä.
3. Haja-asutusalueiden jakelukustannukset saataisiin läpinäkyviksi alihankinnalla ostettujen reittien osalta

Toimintamalli edellyttäisi myös, että Kilpailu- tai Viestintävirastolle määriteltäisiin Itellan

ja jakelualihankkijan välisten sopimusten ehtojen tarkastusoikeus kilpailua rajoittavien sopimusehtojen estämiseksi.

7.6 Minimipalvelupisteverkon sääntelyn keventäminen

Postilaissa säädetään tällä hetkellä, että toimipisteiden tulee sijaita kohtuullisen matkan päässä yleispalvelun käyttäjien vakituisista asunnoista ja että yleispalvelutoimijan on ylläpidettävä vähintään yhtä toimipistettä jokaisessa kunnassa. Käytännössä asiasta säädetään Valtioneuvoston asetuksella:

”Toimipisteet on sijoitettava siten, että koko maan alueella vähintään 82 prosentilla postipalvelujen käyttäjistä toimipisteen etäisyys vakituisesta asunnosta on enintään kolme kilometriä. Lisäksi korkeintaan kolmella prosentilla postipalvelujen käyttäjistä etäisyys vakituisesta asunnosta toimipisteeseen saa olla yli kymmenen kilometriä.”

Toimipisteen ylläpitäminen erityisesti pienissä saaristokunnissa voi olla erittäin kannattamatonta toimintaa – eikä aina edes käytön määrällä mitattuna kovin tarpeellista. Jos vaatimus joka kuntaan sijoitettavasta toimipisteestä poistettaisiin sekä lievennettäisiin vaatimuksia toimipisteiden enimmäisetäisyyksistä, Itellalle aukeaisi mahdollisuus optimoida toimipisteverkkoa tarpeen ja kysynnän mukaan eikä esimerkiksi kuntarajojen perusteella. Tosin kuntien yhdentymiskehitys mahdollistaa tällaisen optimoinnin, mutta hitaasti.

Huomattakoon, että viestintäviranomaiset ovat jo huojentaneet asetuksen noudattamista tulkitsemalla, että miehitetyn palvelupisteen voi korvata myös itsepalvelupisteellä, eli kirje- ja pakettiautomaatilla, johon voi myös jättää lähetyksiä kuljetettavaksi. Jo tämä tulkinta on mahdollistanut säästöjä Itellalle heikentämättä merkittävästi paikallisten asukkaiden postipalvelun laatua.

7.7 Yleispalvelutuotteiden ALV-vapauden poisto

Tällä hetkellä Itellan kaikki yleispalvelun alaiset tuotteet on vapautettu arvonlisäverosta. Tämä on johtanut epäreiluun kilpailutilanteeseen pakettimarkkinoilla, kun esimerkiksi kuluttajan lähettämä paketti Itellan kautta ostettuna ei sisällä alv:ia, mutta Itellan kilpailijoiden täytyy sisällyttää paketin hintaan arvonlisäveron osuus. Tämä vääristää kilpailua. Vääristymä koskee tällä hetkellä tosin vain kuluttajien lähettämiä paketteja, joiden osuus kokonaismarkkinasta on varsin vähäinen. Jos kilpailu kirjepostissa vapautuu, alv-vapaus vääristää toimijoiden välistä kilpailua myös kuluttajien lähettämissä kirjeissä. Alv-vapauden poisto tasoittaisi kilpailumahdollisuuksia markkinoilla.

7.8 Postilaatikoiden tehokkaamman ryhmittelyn mahdollistaminen

Postilain 43 §:n mukaan ”pientaloihin jaettavat kirjelähetykset on kannettava postilaatikkoon, joka sijaitsee paikalliset olosuhteet huomioon ottaen kohtuullisen matkan päässä postin saajan osoitepaikasta. Kerrostalojen asuinhuoneistoihin jaettavat kirjelähetykset on kannettava huoneistokohtaisiin postiluukkuihin.

Jakelupaikkaa määriteltäessä voidaan lisäksi ottaa huomioon paikalliset olosuhteet tai postin saajan iästä tai terveydentilasta johtuvat henkilökohtaiset erityistarpeet. Henkilökohtaisista erityistarpeista postin saajan liikuntaesteisyys tai vähintään 75 vuoden ikä on otettava huomioon Viestintäviraston 48 §:n mukaisessa määräyksessä tarkemmin määrättyllä tavalla.”

Laki ei tällä hetkellä mahdollista kerrostalojen lokerikkojakelua. Jos tämä mahdollistettaisiin, kerrostalojen ala-auloihin voitaisiin lisäksi sijoittaa ”älylaatikoita” tai

itsepalvelupisteitä, joiden kautta voitaisiin hoitaa myös pienten pakettien jakelua sekä kirjeiden ja pakettien lähetyksiä/palautuksia. Tällöin asiakkaiden kokema palvelutaso voisi parantua, ja samalla jakelun tehokkuus kasvaisi.

Haja-asutusalueilla Itella saa tällä hetkellä sijoittaa postilaatikat enintään 500 metrin päähän tai poikkeustapauksissa enintään kilometrin päähän postinsaajan asunnosta. Mahdollistamalla erittäin harvaanasutuilla seuduilla vielä suuremmat välimatkat Itellan jakelutoimintaa voitaisiin tehostaa kaikkien suurimmat jakelukustannukset aiheuttavilla alueilla. Näillä alueilla voitaisiin harkita postilaatikoiden sijoittamisen mahdollistamista ryhmiin esimerkiksi lähimpien palveluiden ääreen tai merkittävien kulkureittien varteen. Tällöin etäisyys asuintalosta voisi olla jopa kymmenen kilometriä, jos olosuhteet olisivat todella poikkeukselliset.

Yhtenä toimenpiteenä voitaisiin harkita luopumista automaattisesta kotiinkannosta yli 75-vuotiaille. Suuri osa 75–80-vuotiaista on edelleen varsin hyvässä fyysisessä kunnossa. Lisäksi ikääntyneiden ihmisten kokonaismäärä kasvaa jatkuvasti. Liikuntaesteisyys voisi hyvin olla riittävä kriteeri kotiinkannon osalta.

7.9 1. luokan kirjeen poistaminen

Ensimmäisen luokan kirjeen poistaminen ei itsessään aiheuta säästöjä, sillä kyseessä on mitä ilmeisimmin edelleen kannattava tuote Itellan näkökulmasta. Toimenpide on kuitenkin eräs edellytys sille, että päällekkäisiä postin jakeluverkkoja voitaisiin yhdistää eri toimijoiden välillä (toimenpide III). Päätös tuotteen poistamisesta on kuitenkin täysin Itellan käsissä. Nykyinen postilaki ei edellytä 1. luokan kirjeen tarjoamista, joten on todennäköistä, että Itella poistaa sen joka tapauksessa tuotevalikoimastaan, jos sille ei ole riittävää kysyntää.

7.10 Yleispalvelutuotteiden hinnoittelun vapauttaminen

Tällä hetkellä Itellan täytyy hyväksyttää yleispalvelutuotteiden hintamuutokset Viestintävirastolla. Jos hinnoittelu vapautettaisiin, Itella voisi optimoida yleispalvelutuotteista saamansa katteen vapaasti (hinta x määrä – kustannukset), mikä parantaisi yhtiön kannattavuutta. Toimenpide saattaisi johtaa tuotteiden hintojen nousuun, mutta yhtiön kykyä nostaa hintoja hillitsevät asiakkaiden reaktiot. Jos hinnat nousisivat merkittävästi, asiakkaat vaihtaisivat entistä nopeammin vaihtoehtoihin (sähköisiin) tuotteisiin.

7.11 Itellan yksityistäminen

Postin yleispalvelutoimijat ovat kokonaan tai osittain yksityistettyjä ainakin Hollannissa, Saksassa, Belgiassa ja Itävallassa. Myös Tanskan posti oli hetkellisesti osittain yksityisessä omistuksessa. Itellan yksityistäminen esimerkiksi listaamalla se pörssiin siten, että valtio säilyttäisi enintään 50 %:n omistuksen, aukaisisi yhtiölle paremmat mahdollisuudet hakea pääomia kasvu- ja kehitysinvestointien rahoittamiseen. Järjestely helpottaisi myös mahdollisia yhteistyöjärjestelyjä muiden postitoimijoiden kanssa. Yhtiö voisi itsenäisempänä toimijana myös vapaammin toteuttaa kasvumahdollisuuksiaan esimerkiksi Venäjän markkinoihin ja verkkokauppaan liittyen. Lisäksi muutos saattaisi muutenkin lisätä yhtiön kannustimia liiketoiminnan uudistamiseen ja tehostamiseen.

Valtion näkökulmasta yksityistäminen heikentäisi valtion mahdollisuuksia yhtiön ohjaukseen. Muutos kuitenkin edistäisi vapaan kilpailun toteutumista postimarkkinoilla ja johtaisi todennäköisesti markkinaehtoisempaan postipalveluiden tarjontaan. Muutos saattaisi tosin lisätä Itellan vaatimuksia rahallisesta tuesta vastineeksi yleispalvelun toteuttamisesta.

Lähtökohtaisesti Itellan yksityistäminen olisi varsin luonteva toimenpide, jos postitoiminnan sääntelyn tavoitteeksi päätettäisiin asettaa kilpailun lisääminen ja

säätelyn keventäminen.

8. Johtopäätökset

Postilähetysten jakelumarkkina on parhaillaan suuressa murrosvaiheessa. Digitalisoitumisen myötä kirjepostin ja sanomalehtijakelun volyymit ovat kääntyneet laskuun. Selvityksessä arvioidaan, että perusskenaariossa kirjepostin volyymilasku kiihtyy nykyisestä 2,1 %:n vuosittaisesta laskusta keskimäärin 6,6 %:n vuosittaiseen laskuun vuosina 2013–2020. Tämä tarkoittaa sitä, että kirjevolyymit putoavat yhteensä yli 40 %:lla vuodesta 2012 vuoteen 2020 mennessä. Vertailun vuoksi vuosina 2002–2012 kirjevolyymit laskivat vain 10 %:lla. Sanomalehtien jakeluvolyymien laskun arvioidaan kiihtyvän samalla aikavälillä viime vuosien (2008–2012) reilun kolmen prosentin vuosilaskusta 4,3 %:n keskimääräiseen vuosittaiseen laskuun. Tämä tarkoittaisi, että paperisanomalehtien nykyisestä jakeluvolyymistä katoaisi kolmannes vuoteen 2020 mennessä.

Sen sijaan erityisesti verkko-ostamisen kasvun myötä pakettijakelun volyymit ovat kasvussa. Vuodesta 2002 alkaen pakettivolyymit ovat kasvaneet keskimäärin 4,0 %:ia vuodessa ja perusskenaariossa saman kasvuvauhdin odotetaan jatkuvan myös vuosina 2013–2020. Valtaosa kasvusta syntyy kansainvälisessä pakettiliikenteessä (eli Suomeen saapuvissa ja Suomesta lähtevissä paketeissa), kun taas kotimaan pakettiliikenteen volyymien arvioidaan säilyvän suurin piirtein nykytasolla.

Ennakoitu kirjepostin ja sanomalehtien laskeva volyymikehitys asettaa haasteita erityisesti postin yleispalvelutoimijan Itellan toiminnalle. Haja-asutusalueilla postin jakelu on jo nyt tappiollista, ja käytännössä tällä hetkellä kannattavien taajama-alueiden jakelutoiminnalla subventoidaan kannattamattomien alueiden jakelua. Laskevista volyymeista johtuen toimialalla voidaan jo lähivuosina ajautua tilanteeseen, jossa postin yleispalvelua ei pystytä toteuttamaan markkinaehtoisesti ainakaan nyky muodossaan. Selvityksessä tehdyn analyysin mukaan Itella Viestinvälityksen liiketoiminta muuttuisi kirjelähetysten perusskenaariossa kokonaisuudessaan tappiolliseksi vuonna 2017 ja radikaalissa skenaariossa jo vuonna 2015. Analyysissä on tosin oletettu, ettei kustannuksia alentavia toimenpiteitä tehdä ja että muun liiketoiminnan volyymi ja kannattavuus säilyvät ennallaan.

Luonnollisesti sopeutuminen markkinoilla tapahtuviin muutoksiin edellyttää myös postitoimijoilta kustannuksia alentavia toimenpiteitä, jotta toiminta voidaan pitää kannattavana myös tulevina vuosina. Kaikkein merkittävimpiä säästötoimenpiteitä ei kuitenkaan voida tehdä ilman lainsäädännöllisiä muutoksia. Pääosa tässä selvityksessä esitetyistä toimenpiteistä onkin sellaisia, jotka edellyttävät aktiivisuutta myös lainsäätäjältä.

Lainsäätäjällä tulisikin olla kirkas kuva postiregulaation tavoitteista tulevina vuosina. Lähtökohta ei ole helppo, sillä myös postidirektiivillä on kaksi osittain ristiriitaista tavoitetta – vapauttaa kilpailu postimarkkinoilla sekä taata korkealaatuisten ja kohtuuhintaisten postin yleispalvelujen tarjoaminen koko EU:ssa. Tärkein kysymys on kumpaa tavoitetta painotetaan enemmän ja kummasta ollaan valmiita tinkimään. Joka tapauksessa ennakoitu postilähetysten volyymikehitys johtaa keskipitkällä tähtäimellä tilanteeseen, jossa nykyisen laajuista postipalvelua ei voida enää ilman ulkopuolista taloudellista tukea ylläpitämään.

Postitoiminnan taloudellisten edellytysten parantamisen kannalta tässä selvityksessä esitetyistä lainsäädännön kehittämiseen liittyvistä toimenpiteistä kolme toteuttamiskelpoisinta ja vaikutuksiltaan merkittävintä olisivat konsultin näkemyksen mukaan:

- Yleispalvelukirjeiden fyysisen jakelutiheyden harventaminen kahteen jakelukertaan viikossa maantieteellisesti harvimmin asutuilla seuduilla (täydennettynä päivittäisellä sähköisellä postinjakelulla)
- Poikkeusjakelun piiriin laskettavien kotitalouksien määrän nostaminen esimerkiksi 5000 kotitalouteen (fyysinen postinjakelu esimerkiksi kerran viikossa täydennettynä päivittäisellä sähköisellä postinjakelulla)
- Kerrostalojen lokerikkojakelun mahdollistaminen siten, että kerrostalojen al-auloihin voitaisiin sijoittaa paitsi postilaatit myös esimerkiksi itsepalvelupiste, jonka kautta voitaisiin hoitaa pienten pakettien jakelua sekä kirjeiden ja pakettien lähetyksiä ja palautuksia

Kaikki toimenpiteet edellyttävät muutoksia nykyiseen postilakiin – luonnollisesti EU:n postidirektiivin vaatimusten puitteissa.

Toimialan kilpailun lisääminen pääsääntöisesti kannustaa yrityksiä tehokkaampaan ja innovatiivisempaan toimintaan. Kilpailun lisäämisen kannalta tässä selvityksessä esitetyistä lainsäädännön kehittämiseen liittyvistä toimenpiteistä kolme keskeisintä olisivat konsultin näkemyksen mukaan:

- Kilpailun lisääminen kirjepostin jakelussa ottamalla käyttöön Ruotsin mallin mukaiset kevyet toimiluvat ilman mitään maantieteellisiä, toiminnallisia tai laadullisia rajoituksia
- Yleispalvelutuotteiden ALV-vapauden poisto, jotta kaikkien postitoimijoiden kuluttajille tarjoamien tuotteiden verokohtelu olisi tasapuolinen
- Päällekkäisten jakeluverkkojen yhdistämisen edistäminen mm. määrittelemällä toisten postitoimijoiden jakeluverkkoon pääsyn (eli jakelupalvelun ostamisen toiselta jakelutoimijalta) hinnoitteluperusteet täysin läpinäkyviksi, kustannusvastaaviksi ja syrjimättömiksi sekä valvomalla hinnoittelua

Postimarkkinan kasvumahdollisuudet liittyvät kiinteästi digitalisoitumiseen. Käytännössä postin jakelussa nousee esiin kaksi potentiaalisinta kasvualuetta: sähköiset kirjeet ja verkkokauppa. Vaikka sähköisten kirjeiden volyymin odotetaan kasvavan, ja toiminta on kannattavaa, liiketoiminta on kokoluokaltaan perinteiseen kirjepostiin verrattuna marginaalista. Pelkästään sen tuotoilla ei ole mahdollista ylläpitää laajaa fyysistä jakeluverkkoa. Kansallisen postitoimijan näkökulmasta verkkokaupan haasteena taas on se, että merkittävä osa kasvusta tulee ulkomaan pakettiliikenteestä, joka on jo tällä hetkellä voimakkaasti kilpailtua. Verkkokaupan kasvu ja laajentuminen aukaisee kuitenkin pakettiliikenteen lisäksi muitakin kasvumahdollisuuksia esimerkiksi varastologistiikan ja lähijakelun saralla.