

on. Erhvervsvirksomhederne vil også i kraft af deres størrelse have gode muligheder for at lægge pres på postoperatørerne.

For så vidt angår breve mellem forbrugere vurderes det til gengæld, at der ikke vil være noget særligt konkurrenceincitament ved en liberalisering, da der er tale om relativt små brev-mængder ifølge oplysninger fra Post Danmark A/S.

På denne del af markedet vil der derfor være en betydelig risiko for etablering af et naturligt monopol, og i den udstrækning det er muligt at etablere effektive barrierer til det øvrige postmarked, må der også være mulighed for at opnå en monopolgevinst. Det skal dog bemærkes, at denne del af markedet kun udgør 8 pct. af det samlede brevmarked, og at der endvidere skulle forudsættes fri prissætning.

Pakker

Pakker er i endnu højere grad end breve domineret af erhvervs kunderne, idet langt hovedparten af pakkeforsendelserne i dag afsendes af virksomheder, mens kun en meget lille dele genereres af forbrugernes.

Ved postpakkerne er det således en vigtig konkurrenceparameter at have mulighed for at kunne bringe pakkerne (helt) ud til forbrugerne, men her er det lettere at tilpasse omdelingsnettet til variationer i postmængden.

For postpakkernes vedkommende genereres en stor del af mængden hos nogle få virksomheder, jf. oplysninger fra Post Danmark A/S.

Post Danmark A/S er udsat for reel konkurrence på forskellige segmenter af pakkemarkedet.

Der er stærk konkurrence på markedet for pakker mellem virksomheder. Post Danmark A/S er dominerende på markedet for forsendelser mellem forbrugere. Dette er bl.a. begrundet i enhedstakstprincippet. Idet det vil være omkostningskrævende at etablere sig på dette marked set i forhold til den lille delmængde dette marked udgør i forhold til andre dele af pakkeområdet.

En anden årsag er formodentlig Post Danmarks gode dækning via. posthusnettet – hvis Post Danmark A/S ikke kan aflevere en pakken, kan kunderne afhente den på nærmeste posthus.

Substitution og øget efterspørgsel efter andre varer

Inden for brevmarkedet har udviklingen været således, at det i dag er muligt at sende breve via elektroniske medier. Det vil sige, at det er muligt i et eller andet omfang, at erstatte (substituere) traditionelle breve med elektroniske breve.

Derimod vil øget efterspørgsel efter en vare kunne resultere i øget efterspørgsel efter en anden vare og dermed indebære en udvikling på postmarkedet i retning af et voksende marked, som til dels vil kunne modvirke den negative effekt af substitutionsmulighederne.

I tabel 14.6 og tabel 14.7 er der angivet nogle væsentlige eksempler på substitution og komplementaritet mellem postale delsegmenter og produkter/serviceydelser, hvor det *samtidig* antages, at der i hvert fald er en vis følsomhed i takstniveauet, selv ved begrænsede ændringer⁵⁶.

Tabel 14. Substitution

Markedssegment og sammenhæng	Beskrivelse	Prisfølsomhed
Seriepost og e-mail	Seriepost, der inkluderer udsendelse af kontoudtog, regninger mv., formodes ofte at være et af de mest sandsynlige produkter for overgang til e-mail, internet down loading mv.	Relativt stor
Øvrige forretningsbreve og e-mail	Konkurrencepresset på den øvrige befordring af forretningsbreve er relativt kraftig i Danmark pga. relativt stor udbredelse af IT-teknologi.	Mellem