

POŠTANSKA DIGITALNA PLATFORMA

Dejan Đurović, Nataša Preradović
Republička agencija za poštanske usluge

Sadržaj: *Uticaj informaciono-komunikacionih tehnologija na poštansku delatnost reflektuje se najpre u efektima elektronske susstitucije, ali podjednako snažno i u mogućnosti integrisanih oblasti poslovanja kojima imenovani poštanski operatori, oslanjajući se na svoju poziciju pružalaca univerzalne usluge, aktivnu ekonomsku i socijalnu ulogu u globalnom razvoju čovečanstva, a posebno na svoje tehničke i uslužne kapacitete, mogu da promovišu značajniju ulogu poštanskog sektora u informacionom društvu. U ovom radu objašnjava se pojam poštanske digitalne platforme i daje se pregled postojećih elektronskih poštanskih usluga imenovanih operatora u državama članicama Svetskog poštanskog saveza, sa osvrtom na njihov strateški značaj, uz analizu faktora razvoja elektronskog poštanskog tržišta.*

Ključne reči: *poštanska digitalna platforma, univerzalna usluga, elektronske poštanske usluge, faktori razvoja*

1. Osvrt: Poštanska strategija iz Dohe (*Doha Postal Strategy*)

Među zadatim ciljevima i projektima u okviru nacrtu, a sada već, na nedavno završenom 25. Kongresu Svetskog poštanskog saveza, usvojene Poštanske strategije iz Dohe (*DPS*) za period 2013-2016, nalazi se program stimulanja upotrebe informacionih i komunikacionih tehnologija (*ICT*), u cilju poboljšanja dostupnosti i efikasnosti poštanskih mreža i usluga širom sveta. Ovaj program podstiče upotrebu *ICT* za unapređenje osnovne poštanske delatnosti. Pored toga, u okviru *DPS*, postoji i program čiji je zadatak da stimuliše rast tržišta poštanskih usluga kroz razvoj novih proizvoda i usluga iz oblasti najnovijih tehnologija, to jest direktno baziranim na *ICT*.

Još dva bitna programa u okviru *DPS* se odnose na elektronski medijum u domenu poštanskih usluga – program razvoja usluge međunarodne elektronske trgovine i stimulanje uključivanja svih segmenata stanovništva pomoću finansijske inkluzije kroz poštansku mrežu, koja se obavlja putem poštanske elektronske mreže za plaćanje.

Poznato je da elektronska susstitucija predstavlja veliku pretnju za finansijski opstanak pružalaca univerzalne poštanske usluge, pozivajući na neophodnu i hitnu modernizaciju istorijskog operatora. Međutim, elektronski medijum ne treba da predstavlja prepreku, već izazov za poštanski sektor u celini. U predstojećem periodu nužnog prilagođavanja novoj tehnološkoj realnosti u savremenom načinu života i poslovanja, čini se da je, za imenovane operatore (Pošte), od izuzetnog značaja umeće

pronalaženja ravnoteže između obaveze pružanja efikasne, pristupačne i kvalitetne univerzalne usluge i tržišnog opstanka i profitabilnosti njenog pružaoca.

Potvrđujući misiju Pošta, koje omogućavaju komunikaciju između stanovnika planete, te ekonomsku i socijalnu ulogu poštanskih usluga u globalnom razvoju čovečanstva, jasno je da se u *DPS* insistira na promovisanju uloge poštanskog sektora u informacionom društvu, u cilju doprinosa smanjenju digitalnog jaza u svim aspektima ljudskog života, oblikovanim novim komunikacionim tehnologijama. Samim tim, razvoj poštanskih e-usluga i pomoć državama članicama u primeni novih tehnologija u poštanskom sektoru predstavlja važan deo strateškog plana u okviru *DPS*. U mesecu julu 2012, Konsultativni komitet Svetskog poštanskog saveza je dobio novog člana, udruženje *IMRG (Interactive Media in Retail Group)*, koje okuplja kompanije iz oblasti elektronske trgovine, čime je dodatno potvrđen značaj ovog privrednog domena za razvoj svetske ekonomije, ali i kao jednog od stubova održivog razvoja poštanskih usluga budućnosti.

Vizija širenja i razvoja postojeće trodimenzionalne poštanske mreže – fizičke, finansijske i elektronske, pokazala je svoje najdoslednije ispunjenje u onim zemljama i kod onih poštanskih operatera koji su, integrišući ove tri postojeće mreže, diversifikovali svoje usluge, i podstičući inovacije i ciljana ulaganja, sebi obezbedili opstanak na tržištu. Ovaj uspeh je postignut, pre svega, zahvaljujući inherentnoj snazi i potencijalu samih Pošta, očitovanih kroz razgranatu distributivnu i dostavnu mrežu, maloprodajne kapacitete, iskustvo u upravljanju nacionalnom bazom adresnih podataka, kao i u bavljenju finansijskim poslovima, te kroz pozitivan opšti imidž i poverenje stanovništva, dok je, zahvaljujući upravo implementiranim *ICT* projektima, poštanska delatnost obnovila svoju snagu, poboljšala kvalitet svojih usluga, dodavši im novu vrednost.

2. Konvergencija na tržištu komunikacija

Do kraja 20. veka, postojale su dve osnovne opcije za daljinsku komunikaciju među stanovnicima planete: usmeni razgovor i slanje pisama. Budući da u svakoj komunikaciji učestvuje dvoje ili više lica, pomenuti kanali prenosa, oko kojih se obrazuje mrežni „ekosistem“, predstavljaju odgovarajuće platforme – što je veći broj učesnika u platformi, ona postaje vrednija za sve korisnike.

Krajem devedesetih godina, rastuće razlike u tehničkom razvoju pismonosne pošte sa jedne strane i telefonije sa druge, dovele su do funkcionalnog razdvajanja Pošte i Telekoma, pri čemu su oba segmenta zadržala obavezu pružanja univerzalne usluge. Pojava Interneta omogućila je nastanak nove platforme za elektronske komunikacije, a širokopojasna Internet konekcija, prema nastojanjima globalne *Broadband* komisije, treba da, do 2015. godine, postane sastavni deo univerzalne usluge u oblasti telekomunikacija.

Danas postoje dve osnovne platforme za upotrebu pisane komunikacije: poštanska mreža i Internet. Iako ove dve platforme zadovoljavaju različite potrebe korisnika, one međusobno uveliko konvergiraju, što za tržište tradicionalnih pismonosnih pošiljaka i prateću regulativu predstavlja veliki izazov, posebno u domenu prevazilaženja jaza između medijuma fizičke i elektronske komunikacije. Imajući u vidu međusobno nadmetanje između elektronskih i fizičkih usluga na tržištu komunikacija, bilo bi poželjno izvršiti koordinaciju ovih preklapajućih segmenata, radi bolje efikasnosti i smanjenju troškova u pružanju univerzalne usluge.

Dodatni izazov se odnosi na uspostavljanje doslednog regulatornog okvira, sa odgovarajućim legalnim implikacijama, kao što su, na primer, u domenu zakona o zaštiti konkurencije ili zakona o zaštiti intelektualne svojine.

3. Platforma *.post*

U ovom pregledu, neophodno je razdvojiti pojam elektronskih poštanskih usluga sa jedne strane i poštansku elektronsku platformu, sa druge. Digitalna infrastruktura, u globalnom pogledu, je osetljiva sredina, podložna napadima virusa i štetnih softvera, pa se dešava da u njoj lako dođe do prekida kontinuiteta usluge. Zbog toga, utoliko je značajniji potencijal platforme, osmišljene kao bezbedni „produžetak“ fizičke poštanske mreže u kibernetički prostor, koji unosi novu vrednost u usluge poštanskih operatera. Stoga, kada govorimo o uplivu elektronskog medijuma u poštanski domen, ne govorimo samo o uvođenju novih, digitalnih ili digitalizaciji starih usluga na poštanskom tržištu, već o transpoziciji celokupnog tržišnog prostora, koji ubuduće treba da funkcioniše na sasvim novoj platformi, koju bi omogućavao projekat *.post*.

.post je međunarodna elektronska platforma, regulisana od strane Svetskog poštanskog saveza, predstavljena Internet domenom po prvi put (2009.) dodeljenom jednoj agenciji Ujedinjenih Nacija. Ova platforma, projekat italijanskog operatera Poste Italiane, objedinjuje fizičku, finansijsku i elektronsku dimenziju poštanskih usluga, omogućujući efikasne i kvalitetne *e-post*, *e-commerce* i *e-government* usluge i omogućava korisnicima korišćenje sigurnog pristupnog kanala navedenim uslugama. Bezbednost ojačana primenom *DNSSEC* sistema (*Domain Name System Security Extensions*) protiv Internet prevara i krađe identiteta, čini ovu platformu sigurnom u pogledu odbrane od SPAM aktivnosti i kibernetičkog kriminala. Ovo je od suštinske važnosti za sve korisnike koji žele da svoje lične i poslovne transakcije na Internetu obavljaju bezbedno i sa pouzdanim partnerima. Između mnogobrojnih prednosti, poput smanjenja broja neuručivih pošiljaka, te smanjenja troškova pružanja univerzalne usluge, dostave na bilo kojem mestu u svetu, svojim potencijalom povezivanja fizičkih i elektronskih adresa na globalnom planu, *.post* platforma može da podstakne stvaranje inovativnih poslovnih modela u segmentu međunarodnih usluga, i omogućiti Poštama da razvijaju i unapređuju prekogranične elektronske poštanske usluge, posebno u domenu elektronske trgovine, što je trenutno plan *Poste Italiane* i holandskog *PostNL*. Italijanski operator takođe trenutno na ovoj platformi isprobava uslugu preporučene elektronske pošte sa Poštom Kine i Makaoa, a poštanski centar za tehnologiju Svetskog poštanskog saveza je razvio globalnu *track & trace* aplikaciju, uz pomoć koje će korisnici moći da prate status naručenih proizvoda. Uz sve navedeno, Pošte bi, na ovaj način, mogle efikasno da primenjuju strategiju svojih vlada i elektronske uprave, o uključivanju digitalnog medijuma u poslovanje i komunikaciju sa građanima.

25. Kongres Svetskog poštanskog saveza je dao zeleno svetlo daljem razvoju *.post* projekta (Pošte Italije, Malezije i Brazila već su registrovale svoje nazive domena na pomenutoj platformi), a na aprilskom zasedanju Saveta za poštansku eksploataciju naredne godine biće oformljena korisnička grupa koja će pratiti budući razvoj i upravljanje *.post* domenom. Sve države članice Svetskog poštanskog saveza mogu da se pridruže ovoj grupi uz plaćanje članarine i na taj način učestvuju u oblikovanju budućnosti *.post* projekta.

4. Studija Svetskog poštanskog saveza

Razvoj digitalne ekonomije podstakao je poštanske operatore da unose novine u svoje poslovanje, a naročito da razvijaju elektronske usluge. Na 24. Kongresu Svetskog poštanskog saveza, usvojena je odluka C 33/2008 o sprovođenju studije o zastupljenosti i upotrebi elektronskih usluga u svim državama članicama Svetskog poštanskog saveza, strateškom značaju ovih usluga na globalnom planu, kao i praćenju njihovog razvoja i pružanju informacija o najboljim praksama u ovoj oblasti. Studijom su obuhvaćene 93 države članice Svetskog poštanskog saveza, koje su odgovorile na upitnik, a identifikovano je ukupno 55 poštanskih elektronskih usluga koje Pošte (imenovani operatori) tih država pružaju svojim korisnicima preko *ICT* kanala, pri čemu je osnovni medijum Internet, a nisu isključeni ni ostali telekomunikacioni kanali, poput mobilnih telefona, kol-centara i televizije (Republika Srbija, nažalost, nije učestvovala u ovom istraživanju). Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u cilju obične automatizacije internih poštanskih procesa, poput korišćenja mašina za sortiranje, nije bila predmet pomenute studije. Posmatrane elektronske poštanske usluge svrstane su u četiri kategorije: *e-post*, *e-commerce*, *e-finance* i *e-government* usluge, premda je moguće, i u praksi se često dešava da jedna poštanska elektronska usluga objedinjuje dve ili više od pomenute četiri kategorije (na primer, kod usluge poštanskog elektronskog sandučeta, negde postoji integrisana usluga hibridne pošte, tako da korisnik može da prima elektronsku verziju pismonosne pošiljke u elektronsko poštansko sanduče, ali i fizičku pošiljku, u fizičko poštansko sanduče. Takođe, za obavljanje usluga elektronske trgovine, potrebne su usluge elektronskog plaćanja, tako da i ova usluga integriše dve od navedene četiri kategorije poštanskih elektronskih usluga).

Neke od poštanskih elektronskih usluga identifikovanih u studiji su: poštansko elektronsko sanduče, onlajn direktna pošta, poštanska preporučena elektronska pošiljka, elektronski žig, personalizovane elektronske poštanske marke, hibridne pošiljke, provera tačnosti poštanske adrese, onlajn promena adrese primaoca, *track & trace*, aplikacije na mobilnim uređajima (*e-post* usluge); elektronsko fakturisanje, elektronsko upravljanje poštanskim računom, elektronska uputnica, onlajn plaćanje računa, elektronski transfer novca (*e-finance* usluge¹); onlajn prodaja filatelističkih, poštanskih i ne-poštanskih proizvoda, pretplata na časopise, elektronski korisnički servis za *e-commerce* transakcije, SSL elektronski sertifikati (*e-commerce* usluge); elektronski sertifikat, elektronsko produženje važenja vozačke dozvole, elektronska isplata penzija, onlajn prijavljivanje za izdavanje pasoša, upravljanje elektronskim zdravstvenim kartonima, elektronske medicinske potvrde i uverenja, elektronski carinski dokumenti (*e-government* usluge).

Istražene kategorije poštanskih elektronskih usluga nisu ravnomerno rasprostranjene po regionima u svetu. Od svih kategorija, kao što je logično očekivati, najrazvijenije su *e-post* usluge. *E-government* usluge su najrasprostranjenije u Poštama industrijalizovanih zemalja i arapskih zemalja, dok su, recimo, *e-commerce* usluge veoma slabo razvijene u afričkim, latinoameričkim i arapskim zemljama. U latinoameričkim zemljama, *e-finance* usluge skoro da i ne postoje. Ovo je podstaklo Svetski poštanski

¹ Reč je o finansijskim uslugama koje poštanski operatori pružaju krajnjim korisnicima putem informaciono-komunikacionih tehnologija. Za poštanske novčane usluge između samih Pošta, Svetski poštanski savez je utvrdio posebne propise.

savez da ojača svoju ulogu pružaoca podrške zemljama u razvoju u redukovanju globalnog digitalnog poštanskog jaza i u povećanju priliva sredstava koja će se koristiti za primenu strategije razvoja globalne trodimenzionalne poštanske mreže. Pored toga, čini se da nizak nivo *e-government* usluga preko Pošta ukazuje na to da vlade država članica nisu u dovoljnoj meri shvatile potencijal i ulogu Pošta kao posrednika i servisa u lakšoj, efikasnijoj i pristupačnijoj komunikaciji između države i njenih građana, bar kada je reč o elektronskim komunikacionim kanalima.

Studija je pokazala da se e-usluge velikom brzinom razvijaju svuda u svetu – njihov broj se, na godišnjem nivou utrostručio tokom proteklih nekoliko godina (sa 33 u 2007. broj elektronskih poštanskih usluga se u 2010. popeo na 85), pri čemu su, na globalnom nivou, najrazvijenije sledeće e-post usluge: *track & trace* (inače prve uvedene poštanske elektronske usluge, sa čijom se primenom počelo oko 1992. godine), hibridna pošta, provera tačnosti poštanske adrese i pretraga poštanskih brojeva (zip kodova). Neke od usluga su specifične za pojedine regione, pa tako je usluga pristupa Internetu u poštama veoma razvijena u Africi, a usluga onlajn faksa u Južnoj Americi. Interesantno je da je usluga javnog pristupa Internetu u poštama popularna i raširena u afričkim zemljama, za razliku od industrijalizovanih i azijskih zemalja, gde se pristup Internetu ostvaruje u privatnim pristupnim tačkama, budući da je u ovim razvijenijim i bogatijim zemljama ICT infrastruktura veoma razgranata. Usluge kao što su e-razglednice, onlajn direktna pošta, preporučena elektronska pošta i aplikacije za mobilne uređaje, najviše su zastupljene u industrijalizovanim zemljama, kao i usluga elektronskog novčanog transfera, a značaj ove poslednje je, uprkos njenom slabom prisustvu na svetskom poštanskom tržištu, globalno prepoznat kao dominantan. Takođe, usluga onlajn plaćanja računa nije značajno zastupljena u globalnim okvirima, ali je Pošte smatraju strateški izuzetno važnom uslugom iz *e-finance* domena. Od *e-commerce* usluga, najrazvijenije su onlajn prodaja filatelističkih proizvoda i elektronski korisnički servis vezan za elektronsku trgovinu. U Africi, na primer, *e-commerce* usluge nisu razvijene, ali ih tamošnje Pošte prepoznaju kao strateški veoma bitne za taj region. Pored rasta broja usluga iz ove oblasti, ne samo u Severnoj Americi i Evropi, izveštaj Svetskog poštanskog saveza ukazuje na rast ove vrste trgovine i u domenu međunarodnih usluga. Od *e-government* usluga, najrasprostranjenija je elektronska carinska deklaracija, iza koje sledi elektronski sertifikat, elektronska isplata penzija i elektronski carinski dokumenti.

Pored opšteg pregleda i analize razvoja poštanskih elektronskih usluga, pomenuta studija je ustanovila uporedni indeks poštanskih elektronskih usluga (*PES*²), koji pokazuje stepen razvoja i primene elektronskih usluga u poštanskom sektoru date zemlje. Ovaj indeks može da služi kao referenca za primenu pojedinih programa predstavljenih u okviru *DPS*. Međutim, za razliku od očekivanog, stepen razvoja elektronskih usluga nije uvek proporcionalan ekonomskoj situaciji u datoj zemlji, već pre zavisi od njenih inovativnih kapaciteta, kao i od prisustva informaciono-komunikacione regulative i infrastrukture. Ipak, sve navedeno ne znači automatski da ćemo u zemljama sa najrazvijenijim *IC* tehnologijama sresti najrazvijenije poštanske elektronske usluge. Za ovo su potrebni još neki uslovi, koji će biti pomenuti nešto kasnije. Ipak, činjenica je da 15 industrijalizovanih zemalja, koje su učestvovala u istraživanju, pruža oko 33% od ukupnog broja poštanskih elektronskih usluga na globalnom nivou.

² Postal Electronic Service index

Na prvih deset mesta od ukupnog broja zemalja koje su učestvovala u istraživanju, po visini *PES* pokazatelja (koji je izveden na osnovu indeksa iz *domena e-post, e-finance* i *e-commerce* usluga, dakle, bez pokazatelja koji se odnosi na *e-government* usluge), nalaze se, sledećim redom: Švajcarska, Belorusija, Italija, Nemačka, Katar, Tunis, Francuska, Republika Koreja, Sjedinjene Američke Države i Kanada (ceo spisak sa 93 zemlje učesnice u istraživanju moguće je videti u citiranoj studiji Svetskog poštanskog saveza). Na osnovu analize *PES* indeksa, dolazi se do nekoliko zanimljivih zaključaka:

1. Pošte zemalja u razvoju, poput Pošte Belorusije, Tunisa, Brazila, Ukrajine, Kostarike i Južnoafričke Republike mogu da se prepoznaju kao lideri u oblasti *e-post* usluga i da služe kao primer ostalim Poštama u razvijanju ovog poštanskog tržišnog segmenta.

2. Države poput Švajcarske, Belorusije, Nemačke, Italije i Kanade, vrše diversifikaciju svojih poštanskih elektronskih usluga postepeno u svakom od tri pomenuta tržišna segmenta (*e-post, e-finance* i *e-commerce*), dok se druge zemlje radije fokusiraju na pojedinačne segmente tržišta. Na primer, Francuska, Katar, Rep. Koreja i Španija se usredsređuju na *e-post* usluge, Makao, Brazil, Tajland i Austrija se koncentrišu na *e-commerce*, dok se Grčka i Ruska Federacija zanimaju za tržište *e-finance* usluga.

3. *PES* indeks može biti veoma koristan kao smernica vladama država članica u njihovom budućem promišljanju strategije razvoja poštanskih elektronskih usluga, kao i indikator za obraćanje za pomoć onim državama čije su Pošte ostvarile zavidan uspeh u razvoju usluga u određenim poštansko-elektronskim tržišnim segmentima.

4. U pogledu primene programa Poštanske strategije iz Dohe 2013-2016, *PES* indeks može da posluži kao korisna informacija za:

- a) identifikovanje zemalja sa niskom vrednošću ovog pokazatelja i podršku ovim zemljama da diversifikuju i modernizuju svoje usluge (programi 1.4 i 3.1 *DPS*),
- b) identifikovanje zemalja sa visokim *PES* indeksom, u cilju podizanja nivoa svesti o značaju uloge poštanskog sektora u digitalnoj ekonomiji i o pružanju informacija o najboljim praksama u ovom sektoru (programi 2.1 i 2.5 *DPS*), i
- c) identifikovanje zemalja koje su najaktivnije u oblasti usluga *e-commerce*, u cilju njihovog međusobnog povezivanja i omogućavanja lakše i efikasnije međunarodne elektronske trgovine (program 3.4 *DPS*).

5. Faktori razvoja poštanskih elektronskih usluga

Poznavanje uloge i potencijala Pošta, prepoznavanje značaja modernizacije njihove strukture i poslovanja, kao i diversifikacije usluga, od velikog su značaja za donosiocima odluka o strategiji razvoja poštanskih elektronskih usluga. Ovome se pridružuje i poznavanje faktora koji utiču na razvoj ovog segmenta poštanskog tržišta, koji se mogu identifikovati na sledeći način:

- 1) bruto nacionalni dohodak po glavi stanovnika,
- 2) stepen prisustva *ICT* regulative,
- 3) inovativni kapacitet države,
- 4) trgovinske barijere,
- 5) indeks razvoja telekomunikacione infrastrukture,
- 6) indeks obrazovanja i pismenosti,
- 7) indeks stepena razvoja elektronske uprave (*e-government*),
- 8) prihod poštanskog operatora.

1) Viši stepen ekonomskog razvoja logično se povezuje sa povećanom potražnjom stanovništva za različitim vrstama usluga na tržištu, tako da se može zaključiti da je i *PES*

indeks u direktnoj zavisnosti od stepena ekonomskog razvoja svake zemlje. Međutim, na osnovu podataka Svetske banke, slučajevi Belorusije i Tunisa svedoče o tome da i zemlje sa relativno niskim bruto nacionalnim dohotkom po glavi stanovnika mogu da imaju veoma visok *PES*, dok, recimo, zemlje kao što su Ujedinjeno Kraljevstvo i Kipar, koji imaju izrazito visok bruto nacionalni dohodak, imaju relativno nizak *PES* i ne ističu se u diversifikaciji svojih poštanskih usluga onoliko koliko bi se od njih to moglo očekivati.

2) Istraživanje iz kojeg je proistekao *Global Information Technology Report (Dutta and Mia, 2010)* je pokazalo direktnu zavisnost razvoja poštanskih e-usluga od prisustva regulative koja se odnose na elektronske usluge. Tamo gde postoje propisi koji detaljno uređuju oblast informacionih i komunikacionih tehnologija, posebno elektronsku trgovinu, digitalni potpis i zaštitu potrošača, značaj i prisustvo poštanskog sektora u segmentu elektronskih usluga su izraženiji.

3) One zemlje koje imaju manji broj prepreka u oblasti inovacija i primene novih ideja, pokazuju bolje rezultate na polju pružanja poštanskih elektronskih usluga.

4) Slično prethodnom faktoru, zemlje koje imaju manje trgovinskih barijera koje koče razvoj konkurencije na tržištu, imaće i bolji učinak u segmentu poštanskih elektronskih usluga.

5) Sasvim logično, postoji snažna zavisnost *PES* indeksa zemlje i stepena razvoja njene telekomunikacione infrastrukture (podaci istraživanja Ujedinjenih Nacija, 2010. godine, na osnovu broja korisnika Interneta, fiksnih telefonskih priključaka, mobilnih pretplatnika, ličnih računara i korisnika fiksnog širokopojasnog pristupa).

6) Jasna je povezanost *PES* indeksa i stepena obrazovanja i pismenosti stanovništva u zemljama. Jedan od izazova za Svetski poštanski savez može biti razvijanje specifičnih poštanskih elektronskih usluga vezanih za edukativne aktivnosti i inicijative, u onim zemljama gde je indeks pismenosti i obrazovanja nizak.

7) U zemljama gde su *e-government* usluge na visokom nivou, razvoj poštanskih e-usluga beleži rast.

8) Utvrđena je pozitivna veza između prihoda Pošta i pružanja poštanskih e-usluga. Na osnovu statističkih podataka Svetskog poštanskog saveza, u afričkim zemljama, *PES* indeks je snažno vezan za prihod koji Pošte ostvaruju, osim u slučaju Južnoafričke Republike i Kenije, koje pokazuju bolje rezultate u oblasti pružanja e-usluga nego što bi se to, na osnovu prihoda kojeg ostvaruju, moglo očekivati. U većini ostalih zemalja, *PES* indeks je ispod očekivane vrednosti, što znači da Pošte još uvek nisu aktivno počele da diversifikuju i razvijaju e-usluge punim kapacitetom, iako bi to, na osnovu prihoda kojeg ostvaruju, mogle da učine. Neke od zemalja pokazuju bolji učinak na ovom polju od očekivanog, sudeći po njihovim finansijskim mogućnostima.

Navedeni podaci pokazuju da inovativni kapacitet zemlje, stepen razvijenosti njene telekomunikacione infrastrukture i postojanje propisa koji uređuju oblast informaciono-komunikacionih tehnologija predstavljaju faktore koji snažno utiču na razvoj poštanskih elektronskih usluga, dok prihod poštanskog operatora, trgovinske barijere koje sprečavaju razvoj konkurencije, te indeks obrazovanja zemlje ne utiču na *PES* indeks u dramatičnoj meri. Većina ispitanih zemalja (71%) je na pitanje da li su poštanske e-usluge obuhvaćene njihovom poslovnom strategijom i ciljevima je odgovorila potvrdno. Kod ostatka zemalja, koje ove usluge nisu uključile u svoje strateške planove, *PES* indeks beleži niže vrednosti od prosečnih. Sa druge strane, uprkos formalnoj uključenosti poštanskih e-usluga u strateške ciljeve zemlje, samo 32% država/Pošta ispitanica je potvrdilo da su izdvojile dodatna finansijska sredstva za razvoj elektronskih poštanskih usluga, što jasno ukazuje na neusaglašenost same strategije i planova Pošta u pogledu konkretnog razvijanja i finansiranja novih e-usluga. Slična je situacija i sa razvijanjem novih tržišnih strategija vezanih za e-usluge: samo 36% država učesnica u istraživanju je odgovorilo da aktivno rade na razvoju ovih strategija. Takođe, samo

30% ispitanih Pošta je preduzelo konkretne mere u smislu zapošljavanja odgovarajućih stručnjaka i formiranja novih poslovnih jedinica u kojima bi se implementirala strategija poštanskih e-usluga. Sve ovo ukazuje na to da su barijere koje usporavaju razvoj elektronskih usluga u poštanskom sektoru zapravo interne prirode i počivaju na nespremnosti Pošta da se odreknu svoje nasledene rutine koja još uvek dominira njihovom organizacionom strukturom. Kada je reč o doprinosu poštanskih e-usluga ukupnom prihodu poštanskih operatora, na osnovu odgovora većine ispitanika (a na ovo pitanje odgovorilo ih je jedva 30%) zaključeno je da ove usluge doprinose svega oko 1,5% ukupnim prihodima operatora. Naravno, objašnjenje može biti delimično i u činjenici što je ovaj segment usluga tek u povoju i potrebno je izvršiti bitna tehnološka ulaganja, koja mogu da se pokažu isplativim tek posle izvesnog vremena. I pored toga, tri Pošte koje su učestvovala u istraživanju su izjavile da njihove elektronske poštanske usluge doprinose ukupnom poslovnom prihodu operatora u iznosu od čak 20% do 50%.

6. Zaključak

Pošte su svesne izazova koje pred njih postavlja elektronski domen i njegova integracija u poslovno-komunikacionu platformu operatora. Ova integracija biće utoliko uspešnija ukoliko je država pravovremeno obezbedila odgovarajući regulatorni okvir i redefinisala univerzalnu uslugu u skladu sa socio-ekonomskom i tehnološkom realnošću i stvarnim potrebama građana. Ukoliko Pošte ne iskoriste svoje adute i propuste priliku da prigle elektronske usluge na način koji njihove pružaoce čini nezamenljivim za korisnike, vrlo brzo će se naći pod udarom ozbiljne konkurencije, oličene u bankama, društvenim mrežama, telekomunikacionim i logističkim kompanijama. Uloga pružalaca univerzalnog servisa je da svim korisnicima obezbede efikasnu i pristupačnu uslugu visokog kvaliteta, a teško je danas pronaći bolji i pogodniji medijum za ostvarenje ove misije od onog koji se oslanja na simbiozu tradicionalnih i savremenih elemenata komunikacije, oličenih u poštanskoj digitalnoj platformi.

Literatura

- [1] *The Postal Service Role in the Digital Age - Expanding the Postal Platform*, David Asher, John Callan, Bruce Marsh
- [2] *Convergence in the communications market and regulatory challenges*, Hellmail Postal News
- [3] *.post – The next generation postal network*, UPU, 2010
- [4] *Measuring postal e-services development: an industry perspective*, UPU, 2011

Abstract: *The influence of information and communication technologies on the postal industry is reflected primarily in the effects of electronic substitution, but also in the possibility of integrated business activities, through which the designated postal operators, with their technical and service capacities, as universal service providers and active economic and social stakeholders in the global human development, could promote a more important role of the postal sector in the information society. This paper explains the notion of the postal digital platform and reviews the existing electronic postal services of the UPU Member countries' designated operators, highlighting their strategic importance, with the analysis of the electronic postal market development factors.*

Keywords: *postal digital platform, universal service, electronic postal services, development factors*

POSTAL DIGITAL PLATFORM

Dejan Đurović, Nataša Preradović