

POŠTANSKA STRATEGIJA IZ DOHE SA OSVRTOM NA INTEGRATIVNI PLAN REFORME I RAZVOJA

Olja Jovičić
Javno preduzeće PTT saobraćaja “ Srbija”

**„Play global, act local, think postal“
„Igraj globalno, radi lokalno, misli poštanski“**

1. Uvod

Proces komercijalizacije pošte, kao i predstojeća liberalizacija zakonske regulative zemalja tržišne privrede u oblasti poštanskog saobraćaja i komunikacija nužno uslovljavaju potrebu za svetskom integracijom u ovim oblastima, kao i različitim vidovima međunarodne saradnje između svih stakeholdera u poštanskom svetu.

Svetski poštanski savez - Universal Postal Union, predstavlja specijalizovanu agenciju Ujedinjenih nacija sa sedištem u Bernu (Švajcarska), osnovan 1874. godine, sa misijom uspostavljanja i unapređenja saradnje na multilateralnoj osnovi i obezbeđenja uspešnog funkcionisanja poštanskog saobraćaja, sa jedne strane, i davanja doprinosa postizanju viših ciljeva međunarodne saradnje u kulturnoj, socijalnoj i privrednoj oblasti. Savez trenutno broji 192 države članice, i to 29 industrijalizovanih i 163 zemalja u razvoju, udruženih u cilju jedinstvenog i kvalitetnog obavljanja međunarodnih poštanskih usluga.

Svetski poštanski savez kao nepolitička organizacija, se ne bavi unutrašnjim aspektima organizacije i funkcionisanja poštanskog saobraćaja država članica, međutim, države članice prihvataju obavezu da primenjuju regulativu Saveza u međunarodnom poštanskom saobraćaju. Osnovni principi ove regulative su: jedinstvo poštanske teritorije, sloboda poštanskog tranzita i jedinstveni principi tarifiranja za međunarodne pismonosne usluge. Svetski poštanski savez sa mrežom od 670 000 jedinica poštanske mreže širom sveta i 5,4 miliona zaposlenih predstavlja najveći distribicioni kanal na svetu koji preradi i dostavi 381 milijardu pisama godišnje, 6,1 milijardi paketa i 51 milion EMS pošiljaka godišnje i čiji je ukupni godišnji prihod 331 milijarda dolara. Moto ovogodišnjeg Kongresa u Dohi je: ``Igraj globalno, radi lokalno, misli poštanski``.

2. Misija i vizija Svetskog poštanskog saveza

Misija i vizija Svetskog poštanskog saveza predstavlja obezbeđivanje stalnog održivog razvoja kvalitetne, efikasne i dostupne univerzalne poštanske usluge u cilju zadovoljenja narastajućih potreba korisnika putem:

- 1 Slobodnog protoka poštanskih pošiljaka na jedinstvenoj poštanskoj teritoriji sastavljenoj od međusobno povezanih mreža,
- 2 Prihvatanja jedinstvenih standarda kvaliteta i upotrebe novih tehnologija,
- 3 Obezbeđenja saradnje i međupovezanosti zainteresovanih strana,
- 4 Podsticanja efikasne tehničke saradnje,
- 5 Zadovoljenja potreba korisnika.

Vizija Svetskog poštanskog saveza je novom poštanskom strategijom definisana tako da je „Poštanski sektor viđen kao osnovna komponenta globalne ekonomije”. Poštanski sektor se na ovaj način stavlja u srce svetske ekonomije što ga čini osnovnim stožerom ekonomskog rasta i razvoja država članica Saveza.

3. Područje primene poštanske strategije iz Dohe

Poštanska strategija iz Dohe na globalnom nivou predstavlja putokaz Svetskom poštanskom savezu sa definisana četiri osnovna cilja i pratećim programima namenjenim telima Saveza koja treba da pruže podršku svim zemljama članicama i užim savezima za period 2013-2016. Na regionalnom nivou, svaki region i njegov uži savez treba da definišu aktivnosti koje žele da sprovedu pod okriljem strategije i da pri tom prate osnovne pravce navedene u regionalnim planovima razvoja i matricama prioriteta. Četiri cilja služiće kao smernice, dok će se aktivnosti koje se budu preduzimale razlikovati od programa utvrđenih u globalnoj strategiji u cilju izvršenja regionalnih prioriteta. Na nacionalnom nivou, svaka zemlja je slobodna da definiše svoju poštansku politiku. U tom smislu, odabrani operatori mogu da definišu strategiju koja je najbolja za njih na osnovu specifičnih izazova i mogućnosti sa kojima se suočavaju.

Univerzalna poštanska usluga je i dalje primarni fokus Svetskog poštanskog saveza. Nedavne promene u poštanskim poslovnim modelima ukazuju na potrebu za univerzalnom uslugom koje se prilagođava današnjem tehnološkom okruženju. Štaviše, na svakoj zemlji članici je da definiše područje i način primene svoje univerzalne usluge.

Tehnološka saradnja će i u narednom ciklusu biti važan fokus aktivnosti Saveza. Izgradnju kapaciteta i tehničku pomoć treba gledati kao stubove razvoja saradnje koji, u ovom kontekstu, mogu da se posmatraju kao sredstvo putem koga zemlje članice mogu da ostvare svoje strateške ciljeve. Savez treba da zagovara povećanu primenu tehnologije i da podstiče primenu inovativnih razvojnih projekata, kao i da ohrabri veću saradnju između razvijenih i nerazvijenih zemalja, naročito kroz razmenu resursa, tehnologija i znanja. Akcije Svetskog poštanskog saveza, prilagođene regionalnoj dinamici, treba da vode ka boljem vođenju poštanskog sektora i jačanju univerzalne poštanske usluge u korist građana, kompanija i vlada država članica Saveza širom sveta. Takođe, korisnici i njihove potrebe moraju u potpunosti da budu uzete u obzir prilikom definisanja strateških akcija i smernica Saveza za period od 2013. do 2016. godine.

4. PESTLE i SWOT analiza

Za organizaciju poput Svetskog poštanskog saveza koja kombinuje karakteristike tipične međudržavne organizacije sa fokusom na specifičnosti poštanskog sektora, neophodna je višestruka analiza. Prva analiza bavi se političkim, ekonomskim, tehnološkim, socijalnim, pravnim i ekološkim trendovima (PESTLE), dok se druga analiza bavi ispitivanjem poštanskih trendova. Zaključci Strateške konferencije Saveza, održane 2010. godine i iskustva stečena na osnovu Poštanske strategije iz Najrobija obezbeđuju dalje perspektive. Takođe je urađena SWOT analiza snage, slabosti, mogućnosti i pretnji, ima za cilj da pozicionira Svetski poštanski savez danas u odnosu na trendove, razvoj i iskustva u poštanskom svetu.

4.1. PESTLE analiza

Promenljiva međunarodna ekonomska i politička slika

Veoma je bitan faktor rastućeg značaja tržišta u nastajanju u svetskoj ekonomiji pojačan efektima Međunarodnom monetarnom fondu (MMF), ekonomije u nastajanju bi mogle u 2013. godine da čine polovinu svetskog ekonomskog potencijala. Na političkom nivou, nastajanje tela poput G-20 i zemalja grupacije BRICS (Brazil, Rusija, Indija, Kina i Južnoafrička Republika), kao i reforma upravljanja MMF-om radi boljeg usmeravanja moći tržišta u nastajanju su dobri primeri izmenjene slike i neizvesnosti koju ta slika može da stvori.

Tehnologija, internet i snaga korisnika

Još jedan važan faktor predstavlja uticaj tehnologije na ponašanje ljudi. U vreme usvajanja poslednje strategije Saveza, iPhone je postojao tek godinu dana, iPad još nije bio lansiran, a fejsbuk je imao jedva 100 miliona korisnika (u poređenju sa 800 miliona početkom 2012. godine). Tehnološke promene i inovacije izuzetno brze i dalekosežne.

Ljudski faktori (migracije, starenje i urbanizacija)

Ljudske faktore je takođe neophodno razmotriti pri izboru pravca strategije Saveza. Od 2007. godine, polovina svetske populacije živi u gradovima, a trend ukazuje na stalni porast gradskog stanovništva. Migracije stoga ostaju ključni faktor, a takođe je potrebno uzeti u obzir starosnu strukturu svetske populacije kao i starenje stanovništva, budući da oni vrše uticaj na upravljanje i prioritete i način finansiranja zemalja članica između ostalog, na njihovo donošenje odluka.

Globalne krize (bezbednost, finansijske i klimatske promene, zdravlje, prirodne nepogode)

Istorija obiluje neočekivanim događajima koji dovode do neizvesnosti, gde globalizacija znači da događaji na lokalnom nivou veoma često mogu da poprime međunarodne dimenzije, npr., globalna finansijska kriza započela je krizom na hipotekarnom tržištu i zahvatila je ceo finansijski sistem, što je za posledicu moglo imati prekid međunarodnog poštanskog lanca snabdevanja i što je uslovalo potrebu brzog i delotvornog odgovora na krizne situacije.

Regulacija

Aspekt koji treba istaći u kontekstu rastućih globalnih i integrisanih tržišta je naglašena potreba za koherentnom i odgovarajućom međunarodnom regulativom, na primer, na polju finansijskih usluga, e trgovine, carine i sl.

4.2.SWOT analiza

SWOT analiza na jednostavan način identifikuje trenutnu poziciju Svetskog poštanskog saveza u pogledu trendova, razvoja i šireg okruženja u kome posluje, analizirajući učinke rada. Analiza identifikuje snage organizacije koje treba uskladiti, slabosti koje treba rešiti, kao i pretnje i mogućnosti koje se tiču budućnosti organizacije. SWOT analiza sprovedena u svrhe Poštanske strategije iz Dohe prikazana u tabeli niže:

Snage <ul style="list-style-type: none">- Globalna mreža u 192 zemlje- Međudržavni karakter- Integrisana mreža u tri dimenzije- Stručna znanja i pristup informacijama	Slabosti <ul style="list-style-type: none">- Struktura i generalni manjak fleksibilnosti u odlučivanju- Poteškoće sa privlačenjem interesa zemalja članica- Nemogućnost da se odrede prioriteti- Nesposobnost nošenja sa sve složenijim sektorom
Mogućnosti <ul style="list-style-type: none">- potreba za informacijama i stručnim znanjem u poštanskom sektoru- međunarodna regulativa- potreba za uključivanjem svih segmenata stanovništva- nove i unapređene poštanske mreže u budućem periodu- Adresovanje- Veća potreba za interoperabilnim i međunarodnim standardima- Adresovana direktna pošta, paketi i ekspres usluge, transfer novca- Rast e-trgovine i međ. Trgovine	Pretnje <ul style="list-style-type: none">- smanjenje finansijske baze u organizaciji- tehnološki supstituti / diverzifikacija komunikacionih medija- Bilateralni sporazumi / unilateralizam koji vodi ka mogućem smanjenju značaja SPS- Pritisak na obavezu univerzalne usluge

5.Poštanska strategija iz Dohe

Doha poštanska strategija predstavlja strateški plan Svetskog poštanskog saveza, u predstojećem planskom periodu od 2013. do 2016. godine. U tom smislu, definisana su četiri strateška cilja i njihovih osamnaest programa, kao odgovor na postojeće strateško okruženje., kao i moguće aktivnosti koje treba da budu sprovedene od strane tela Svetskog poštanskog saveza i zainteresovanih strana vlada država članica, regulatornih tela i ovlašćenih poštanskih operatora. Kako Poštanska strategija iz Dohe daje smernice koje nisu obavezujuće, predviđeno je da svaki uži savez odabere

prioritetne aktivnosti koje namerava da realizuje u okviru Doha poštanske strategije, koristeći predložene regionalne planove razvoja i matrice prioritetnih aktivnosti, koji čine sastavni deo ove Strategije.

Doha poštanska strategija obuhvata sledeće ciljeve:

Cilj 1-Unapređenje međupovezanosti globalne poštanske mreže

Svetski poštanski savez će se fokusirati na kvalitetnu, pristupačnu, bezbednu, efikasnu univerzalnu poštansku uslugu. Jedan od najznačajnijih ciljeva Saveza je da omogući efikasan rad trodimenzionalne poštanske mreže: fizičke, elektronske i finansijske. Za države članice Saveza međupovezanost poštanskih mreža, u širem smislu, svih učesnika u poštanskom sektoru, je važna za integraciju globalnog poštanskog lanca prenosa.

Cilj 2-Pružanje tehničkog znanja i iskustva iz oblasti poštanskog sektora

U vreme krupnih transformacija u sektoru, misija Svetskog poštanskog saveza je da zadrži ulogu jedinstvenog globalnog foruma za sve ključne igrače u poštanskom sektoru, preko kojeg će se vršiti razmena ideja i primera najbolje prakse u cilju razvoja i unapređenja regulatornog okvira i stvaranja stabilne osnove za pružanje i pristup univerzalnoj poštanskoj usluzi.

Cilj 3–Promovisanje inovativnih proizvoda i usluga (razvoj trodimenzionalne mreže poštanskih usluga)

Kako bi se izborili sa smanjenom potrebom korisnika za osnovnim poštanskim uslugama, mnogi operatori su pokušali da diverzifikuju usluge. Poštanski sektor se nalazi u odličnoj strateškoj poziciji iz razloga što sektorska globalna povezanost i pristup internetu otvaraju nova tržišta koja vladama država članica mogu da pruže šanse, u smislu uključivanja ruralnih sredina i stvaranje prilika za razvoj ekonomije i trgovine.

Cilj 4-Podsticati održivi razvoj poštanskog sektora

Jedan od ključnih zaključaka sa Strateške konferencije održane 2010. godine, bio je da održivi razvoj mora da ostane pitanje od suštinskog značaja za Svetski poštanski savez i ceo poštanski sektor. Održivi razvoj se ovde treba shvatiti u najširem smislu. Neophodno je uključiti socijalna i pitanja očuvanja životne sredine, ali i održivost poštanskog modela poslovanja i razvoj sektora kroz sve tri dimenzije poštanske mreže.

Navedena četiri strateška cilja, kroz prateće programe, predstavljaju vodič i polaznu osnovu za dalji razvoj regija i užih saveza. U strategiji su definisane obaveze vlada država članica, ovlašćenih poštanskih operatora, užih saveza i stalnih tela UPU, kao ključnih igrača u poštanskom sektoru, zaduženih za realizaciju pomenutih ciljeva, koji će, na globalnom i nacionalnom nivou, biti posebno razrađeni Akcionim planom.

6. Beogradska strategija

U Beogradu je aprila meseca ove godine održana Plenarna skupština Asocijacije javnih poštanskih operatora Evrope-Postevrope na kojoj je usvojen novi statut, novi način obračuna kontribucija za učešće u ovoj organizaciji i nova strategija

koja po mestu održavanja nosi naziv Beogradska strategija sa biznis planom za naredni period.

POSTEUROP trenutno broji 52 poštanska operatora Evrope, pokrivajući teritoriju sa 73 000 000 stanovnika i svojim delovanjem nastoji da izgradi zajedničku platformu na kojoj će počivati poštanska mreža udruženih operatora Evrope, sa zadatkom da pomogne svojim članovima kroz razvoj i primenu novih tehnologija. Nova strategija Postevropu prepoznaje kao asocijaciju predstavnika poštanske industrije Evrope koja im obezbeđuje neophodnu ekspertizu i podršku, dok se u isto vreme obavezuje da u potpunosti podržava i razvija stabilno i konkurentno tržište poštanskih usluga na kome će biti obezbeđen jednak pristup za sve učesnike.

Strategija Postevrope počiva na četiri stuba i tri transverzale podrške u vidu obezbeđenja komunikacije, inteligencije i resursa:

- Zakonodavnom, putem kreiranja pravnog okruženja koje predpostavlja stvaranje zakonodavnog okvira u skladu sa zahtevima i interesima članova ;
- Socijalnom, putem podrške ispunjavanju socijalnih zahteva svojih članova;
- Operativnom, putem podrške razvoju i harmonizaciji standarda kvaliteta i razmeni iskustava među članovima;
- Tržišnom putem podrške razvoju tržišta poštanskih usluga pospešivanjem saradnje u cilju pružanja kvalitetnije usluge korisnicima.

Glavni ciljevi Radne grupe Postevrope za pridruživanje Evropskoj uniji definisani Strategijom i uvršćeni u biznis plan su aktivnosti vezane za:

- reforme i razvoj javnih poštanskih operatora-restrukturiranje,
- usklađivanje zakonodavstva sa pravnom regulativom Evropske Unije,
- redefinisane univerzalne poštanske usluge i iznalaženje mehanizma njenog finansiranja,
- pospešivanje izvoza za potrebe malih i srednjih preduzeća kroz pojednostavljene carinske procedure,
- bliže definisanje odnosa sa regulatorom.

Kao regionalni u okviru Svetskog poštanskog saveza Postevropa je u potpunosti na liniji Poštanske strategije iz Dohe i njena stručna tela kao i članice će raditi na sprovođenju ovih ciljeva i njihovoj implementaciji u svom okruženju.

7. Integrativni plan poštanske reforme i razvoja

Najupadljiviji trend današnjeg poslovanja je rastuća globalizacija tržišta roba i usluga širom sveta. Konkurencija se razvija na svetskom nivou, poštanski operatori su zaključili da nemaju drugu opciju već da svoje poslovanje prilagode zahtevima svetskog tržišta. Internacionalizacija poslovanja zahteva adekvatne strategije za ostvarivanje zacrtanih ciljeva, a menadžment je pozvan da ove strategije definiše i prilagodi ih svom poslovanju u novonastalim uslovima.

Dvadeset i peti kongres Svetskog poštanskog saveza u Dohi potvrdio je korisnost pristupa Integrativnog plana poštanske reforme i razvoja, budući da on podrazumeva ključne aktere poštanskog sektora i da ima potencijal da izvuče poštanske usluge u zemljama koje sprovode reforme iz ciklusa lošeg poslovanja. Integrativni plan poštanske reforme i razvoja predstavlja zajednički napor svih interesnih grupa da se iznedre strukturne i održive promene u poštanskom sektoru zemlje, koje bi donele ekonomsku i socijalnu korist državi, poštanskom operatoru, korisnicima i društvu u celini.

Integrativni plan poštanske reforme i razvoja za Srbiju počiva na postojećoj strategiji poštanskog sektora koju je usvojila Vlada, kao i na smernicama Svetskog poštanskog saveza, u skladu sa metodologijom upravljanja poštanskim reformama, kao i na potrebama sektora koje se baziraju na stvarnim potrebama i kulturi zemlje. Za politiku je takođe važno da identifikuje ciljeve i strategije koji će se koristiti u realizaciji dugoročnih ciljeva Vlade u poštanskom sektoru. Integrativni plan reforme i razvoja Pošte Srbije je plan usmeren ka reformi i razvoju poštanskog sektora i kao takav on postavlja temelje za aktivnosti koje zemlja globalno preduzima na tom polju. Ovaj nacionalni master plan treba da služi kao osnov za sprovođenje svih poštanskih aktivnosti i u isto vreme predstavlja i korisno sredstvo za pregovaranje sa finansijskim insitucijama i potencijalnim investitorima.

Osnovni cilj Integrativnog plana reforme i razvoja Srbije je da obezbedi globalnu viziju i da joj ponudi mapu puta koja će joj pomoći da sa jedne strane sagleda situaciju unutar svog poštanskog sektora, važeći pravni okvir i operativni kontekst univerzalne poštanske usluge, a da sa druge strane definiše kratkoročne, srednjoročne i dugoročne ciljeve i akcije. Za politiku je takođe važno da identifikuje ciljeve i strategije koji će se koristiti u realizaciji dugoročnih ciljeva Vlade u poštanskom sektoru.

Cilj reforme poštanskog sistema jeste da se izmeni trenutnu situaciju i da se pruži maksimalan doprinos ekonomskom i nacionalnom razvoju poštanskog sektora, da se projektuje uravnotežena politička mapa puta koja bi značajno smanjila godišnje (posredne) budžerske rashode, postepeno liberalizovala sektor u onim segmentima i delovima za koje javni poštanski operator poseduje kapacitete da se uspešno takmiči kao i da se dalji napori usmere ka bržoj poslovnoj transformaciji i podizanju kapaciteta Pošte Srbije, sposobne za održiv i ekonomski isplativ poslovni razvoj. Značajan rast sektora, a time i olakšana trgovina i komunikacije, može se ubrzati stvaranjem efikasnijeg poslovnog okruženja uz dalju liberalizaciju sektora. Realizacija ovog plana između ostalog treba da omogućiti:

1. postepenu liberalizaciju u onim segmentima i delovima tržišta u kojima javni poštanski operator poseduje kapacitete da se uspešno takmiči,
2. jasno razdvajanje uloge Vlade kao akcionara javnog poštanskog operatora od funkcija koje vrši u sektorskoj politici,
3. restrukturiranje javnog preduzeća PTT saobraćaja zasnovanog na efikasnim modelima korporativnog upravljanja (korporatizacija javnog preduzeća),
4. da imenovani operator može u potpunosti i profitabilno da obavlja svoje (univerzalne) poštanske usluge u konkurentnom okruženju
5. prilagođavanje organizacije elektronskoj trgovini i uslugama,
6. razvoj tržišta novih poštanskih usluga i dalje grananje proizvoda i usluga,
7. strateško pozicioniranje i dalju modernizaciju imenovanog javnog poštanskog operatora, i

8. održiv i ekonomski isplativ poslovni razvoj i rast poštanskih usluga.

7.2 Aktivnosti neophodne za realizaciju tih ciljeva, potrebno je usvojiti sledeće strategije:

Strategija 1: Definisanje i pružanje USO i rezervisane oblasti

Potrebno je preduzeti sveobuhvatne studije u Srbiji sa ciljem definisanja limita rezervisane oblasti iz okvira univerzalne poštanske usluge, kao i mehanizma finansiranja univerzalne poštanske usluge kako bi se obezbedio ekonomski održiv razvoj.

Strategija 2: Razrada nacionalne politike poštanskog sektora

Dalja razrada političkog okvira za poštanski sektor na osnovu razrađenih tačnih definicija obuhvata obavezu pružanja univerzalne poštanske usluge, politiku tarifa i određivanja cena, regulisanje konkurencije u svetlu stvaranja odgovarajuće ravnoteže između dalje liberalizacije i usklađivanja sa direktivama EU. Nacionalna politika za poštanski sektor bi jasno trebalo da navodi ciljeve Vlade u poštanskom sektoru i očekivanja u odnosu na ulogu koju sektor igra u nacionalnom i socio-ekonomskom razvoju.

Strategija 3: Analiza pravnog i regulatornog okvira

Novi pravni i regulatorni okvir za poštanski sektor bi trebalo da uzme u obzir razvoj na nacionalnom, regionalnom i globalnom nivou. Ostaje važno pitanje jasnog razdvajanja uloge Vlade kao akcionara u javnom poštanskom operateru od funkcija sektorske politike i regulatora sektora. Razrada pravnog i regulatornog okvira za cilj takođe ima delotvorno obezbeđivanje cenovne politike, regulisanje konkurencije i dr.

Strategija 4: Modernizacija i diverzifikacija usluga

Trebalo bi da se razvije u skladu sa očekivanjima klijenata, putem nastojanja da se unapredi poslovna efikasnost i kvalitet usluge koja se nudi u okviru poštanske mreže.

Strategija 5: Reforma i modernizacija javnog poštanskog operatera.

Dok Pošta Srbije pruža zadovoljavajuće nivoe pokrivenosti i pristupačnosti univerzalne usluge, postoji prostor za poboljšanje u odnosu na međunarodne i evropske standarde produktivnosti i efikasnosti. Osim toga, aktuelna organizaciona struktura, komercijalna vizija, maloprodajna i dostavna infrastruktura i model upravljanja javnog poštanskog operatera u Srbiji nisu dovoljni da u potpunosti zadovolje budući privredni rast Srbije i nove zahteve poštanskog tržišta.

8. Zaključak

Poštanskim operatorima predstoje procesi restrukturiranja i dalje deregulacije koji će ih pripremiti za nastupajuće dane za izlazak na otvoreno tržište. To će dalje omogućiti stvaranje kvalitetnog kadra u okviru pružaoca univerzalnog servisa kao i otvaranje novih radnih mesta kod drugih operatora. Obaveza operatora je da vode računa o socijalnom aspektu prilikom daljeg otvaranja poštanskog tržišta. Povećanje konkurencije usloviće poštanski sektor da poboljša kvalitet poštanskih usluga i ispunjenje zahteva korisnika. Poštanska mreža u ruralnim područjima i nepristupačnim regijama ima veoma važnu ulogu u integraciji biznisa u nacionalnu i globalnu ekonomiju, putem objedinjavanja socijalnih i poslovnih odnosa. To za cilj ima dalji razvoj infrastrukturne mreže kojom će se korisnicima u ruralnim sredinama obezbediti novi elektronsko- komunikacioni servisi.

Reforme je potrebno da sprovedu zajedno resorno ministarstvo nadležno za poštanski saobraćaj, regulatorna agencija i javni poštanski operator. Reforme se odnose na: **Univerzalnu poštansku uslugu** koja se uglavnom fokusira na ponovno definisanje seta poštanskih usluga i redefinisane rezervisanog područja u Srbiji; **Politiku poštanskog sektora** gde aktuelno ključno pitanje i dalje ostaje pitanje liberalizacije postojećeg širokog "rezervisanog" područja u ravnoteži sa restrukturiranjem i modernizacijom javnog poštanskog operatera sposobnog da efikasno posluje unutar konkurentnih uslova liberalizovanih segmenata; **Pravnu reformu** koja se u kontekstu Srbije uglavnom usmerava na korporatizaciju Pošte Srbije, jačanje delotvornog korporativnog upravljanja sa transparentnom ulogom države kao akcionara odvojenog od resornog Ministarstva i Republičke agencije za poštanske usluge, sa jasno strukturiranim poslovnim jedinicama ili zavisnim entitetima; **Modernizaciju ovlašćenog operatora** koja podrazumeva održivu profitabilnost imenovanog operatora, sposobnog da se prilagođava stalnom razvoju komunikacija

Pošta mora naći načina da se brzo prilagodi sve dominantnijem elektronskom vidu poslovanja. Internet predstavlja novo sredstvo daljeg najoptimalnijih rešenja opstanka u fizičkom svetu, a za poštu u razvoju Interneta leži šansa da svojim korisnicima putem mreže ponudi jedinstvenu zaštićenu dostavu elektronske pošte i sigurnost transakcija uz maksimalno sniženje troškova. Pošta ima tradiciju, ime kome se veruje, pruža garanciju čuvanja privatnosti, uliva poverenje, što sve predstavlja idealne uslove za razvoj predloženih strateških ciljeva Svetskog poštanskog saveza i Postevrope. U skladu sa gorenavedenim, projekat reforme poštanskog sektora je potrebno sprovesti u kontekstu globalnih reformskih inicijativa, direktiva EU i regionalne strategije razvoja Integrativnog plana poštanske reforme i razvoja.

9. Lireratura

- [1.] Drucker P., The practice of Management, London, 1999.
- [2.] The new Postal Directive - Postcomm Forum – What next for the postal market 2nd October 2008 (Mr Charlie McCREEVY, European Commissioner for Internal Market and Services)
- [3.] Doha Postal Strategy, UPU, Bern, 2012
- [4.] Agenda for Economic Growth and Employment, Poverty Reduction and Economic Management Unit Europe and Central Asia Region, Report No. 29258-YU, WB 6-12-2004, Washington DC
- [5.] Commission Decision adopting a National Program on Serbia under the IPA-Transition Assistance
- [6.] Odluka o izmeni i dopuni strategije razvoja poštanske službe u Srbiji (verzija na engleskom jeziku), Vlada Republike Srbije, 19-4-2010, Beograd, Srbija
- [7.] Directive 2002/39/EC of the European Parliament and of the Council of 10 June 2002 amending
- [8.] Directive 97/67/EC with regard to the further opening to competition of Community postal services P. Cox, J. Pique I Camps Commission of the European Communities 10-6-2002 Luxembourg
- [9.] Directive 2008/6/EC of the European Parliament and of the Council of 20 February 2008 amending Directive 97/67/EC with regard to the full accomplishment of the internal market of Community postal services, H.-G. Pottering, J. Lenarcic Commission of the European Communities 20-2-2008, Strasbourg, France

- [10.] Directive 97/67/EC Of the European Parliament and of the Council of 15 December 1997 on common rules for the development of the internal market of Community postal services and the improvement of quality of service J. M. Gil-Roles, J.-C. Juncker Commission of the European Communities 15-12-1997 Brussels, Belgium
- [11.] Interim Agreement on trade and trade-related matters between the European Community and the Serbian Republic, CE/SE/INT/en 1 Katarina Nedeljkovic EC22-5-2008, Brussels, Belgium
- [12.] Memorandum by the International Bureau, Achievements in implementing regional development plans (RDPs) UPU 22-10-2010, Bern, Switzerland

Abstract: Doha Postal Strategy presents a roadmap of Universal Postal Union as a specialized agency of UN and its strategic goals and programs are aimed at implementing the UPU's mission and achieving its vision of being an essential component of global economy. Doha postal strategy can also serve as strategic guideline and source of inspiration for national postal operators who can define the best strategy based on their specific challenges and needs.

The Integrated Postal Development Plan, for Serbia is based on existing postal sector strategy as adopted by the Government, Universal Postal Union guidelines and methodology governing postal reform, and the needs of the sector, based on the real needs of the country. It is very important for the policy to identify the objectives and strategies that will be used to realise the Government's long-range goals for the postal sector itself.

Serbia already has pushed the envelope forward in its Postal sector reform and development. In terms of legislation, regulation and oversight, Serbia advances in its process of harmonization with the applicable EU directives for the liberalized postal sector, while it also complies with the strategies outlined by the Universal Postal Union, and its Conventions and Acts. The postal sector reform project is therefore undertaken in the context of global reform initiatives, EU directives and the UPU IPDP regional development strategy.

Key words: *development, globalisation, liberalisation, transformation, reform, strategy.*

DOHA POSTAL STRATEGY WITH EMPHASIS ON INTEGRATED POSTAL DEVELOPMENT PLAN

Olja Jovicic