

REGULISANJE PRISTUPA JAVNOJ POŠTANSKOJ MREŽI¹

Momčilo Kujačić, Bojan Jovanović, Slaviša Dumnić, Nikola Trubint
Univerzitet u Novom Sadu, Fakultet tehničkih nauka

Sadržaj: *Suočavanje javnih poštanskih operatora sa direktnom konkurencijom dobija sve veći značaj sa potpunim otvaranjem tržišta poštanskih usluga. Sa druge strane održivost univerzalnog servisa jedan je od njihovih osnovnih zadataka. Ulazak novih operatora uslovljen je razvojem njihovih sopstvenih mreža ili omogućavanjem pristupa mreži javnog operatora. Pristup mreži javnog operatora je kompleksno područje koje obuhvata operativna, pravna, tehnička i ekonomska pitanja. Odgovarajuće regulisanje pristupa važan je činilac u zaštiti interesa korisnika, kao i u obezbeđivanju ravnopravnih uslova za razvoj konkurencije u uslovima potpune liberalizacije. U radu će se ostvariti osvrt na razvijene modele i izvrši će se njihova evaluacija.*

Ključne reči: *pristup mreži, poštansko tržište, poštanska infrastruktura, modeli obračuna*

1. Uvod

Većina zemalja je sa otvaranjem poštanskog tržišta uvela regulatorne strukture za nadgledanje konkurencije u ovom sektoru. Tradicionalo poštanske uprave nadgledane su o strane državnih ministarstava. Usled liberalizacije postavljen je standard da se pitanjima licenciranja, kvaliteta, cena, pristupa i pravičnim uslovima konkurencije bave nezavisna regulatorna tela. Jedno od osnovnih pitanja koje je predmet rasprava da li i na koji način konkurentima omogućiti pristup mreži nacionalnog operatora (u pogledu tarifa i fizičkog pristupa) [1]. Realizacija ovog pitanja u praksi varira od potpune dostupnosti cele mreže konkurentima u slučaju Novog Zelanda [2], do onemogućavanja konkurencije da pristupi nacionalnoj mreži u slučaju Japana [3]. Nastojanja Evropske regulatorne grupe za poštanske usluge (ERGP) ogledaju se u cilju povećanja konkurencije putem prinuđivanja nacionalnih operatora da otvore svoj mreže. U prilog tome govori član 11. Direktive [4] putem koga se države članice obavezuju da osiguraju transparentan, nediskriminatoran pristup elementima poštanske infrastrukture ili uslugama koje se obezbeđuju u okviru univerzalnog servisa u svakom slučaju kada je neophodno zaštititi interese korisnika i unaprediti efikasnu konkurenciju. Sa druge strane potrebno je održati ravnotežu u pogledu obezbeđivanja univerzalnog servisa, budući da nacionalni operatori imaju obavezu njegovog pružanja za razliku od konkurenata. Svakako, operatorima koji ulaze na tržište potreban je pristup mreži nacionalnog operatora (posebno u ruralnom području) tako da modeli koji se razvijaju ne bi smeli da ugroze održivost njegove mreže (visoki fiskni troškovi).

¹ Rad je rezultat izražavanja na projektu TR36040 koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja.

2. Poslovni modeli poštanskih konkurenata

Pored toga što su nacionalni operatori imali očiglednu prednost u pogledu infrastrukture, reputacije i obima pošiljaka (što omogućuje manje jedinične troškove) nekoliko faktora je uticalo na obezbeđivanje prilike za konkurente: divergencija troškova, cenovna politika, nedostatak orijentacije ka korisniku, neefikasnost u realizaciji procesa itd. Konkurenti koji su usmerili svoje aktivnosti ka pojedinim tržišnim segmentima bili su u mogućnosti da kompenziju strukturne nedostatke. Mogu se razlikovati sledeći poslovni modeli poštanskih operatora [5]:

- **lokalni operatori (local mail services)** – usmereni su na pojedinačne gradove; imaju niske troškove ulaska na tržište; korisnici su im iz reda: lokalne uprave, javnih preduzeća, banka, osiguravajućih kompanija, sudova (sa visokim udelom lokalnih pošiljaka); pokušavaju ostvariti prednosti u pogledu kvaliteta, orijentacije ka korisniku, fleksibilnosti; ne mogu se nadmetati u ceni budući da im to ne omogućava obim pošiljaka u odnosu na veće konkurente;
- **umreženi lokalni operatori (networked local mail services)** – međuregionalne mreže razmenjuju pošiljke između uglavnom nezavisnih lokalnih operatora; mreža sama omogućava samo faze sortiranja i transporta; saradnja na ovaj način omogućava lokalnim operatorima proširenje korisničke baze; veći obim pošiljaka može dovesti do ušteda što može obezbediti povoljnije cene u odnosu na nacionalnog operatora ;
- **prenos dokumenata (document exchange)** – usmeren je na korisničke grupe koje imaju bliske međusobne veze; korisnik mesečno ili godišnje plaća troškove prenosa dokumenata;
- **operatori pošiljaka u velikom broju (mass mail provider)** – fokusirani su na pošiljke u velikom broju koje se generišu putem računara; najčešće smanjuju troškove distribucije ograničavajući se na dostavu 2-3 puta nedeljno (na taj način isto područje opslužuju sa dva ili tri puta manje dostavljača nego nacionalni operatori koji dostavu vrše najčešće 6 puta nedeljno); usmereni su na nekoliko korisnika sa velikim obimom pošiljaka;
- **povremeni operatori (spot operator)** – ne poseduju stalnu mrežu; angažuju radnike po potrebi kada se organizuju akcije distribucije pošiljaka (poput naručivanja kataloga i sl.); njihova snaga se ogleda u mogućnosti prilagođavanja velikim fluktuacijama i niskim troškovima;
- **konsolidatori** – njihovo poslovanje je utemeljeno na činjenici da drugi operatori formiraju različite cene u odnosu na grupe korisnika (većina operatora formira u odnosu na obim usluga koji korisnici koriste); konsolidatori koriste cenovnu razliku objedinjujući pošiljke malih korisnika koje „ubrizgavaju“ u mrežu regularnih operatora po ceni za velike korisnike; alternativno mogu ostvariti prednost na osnovu toga da su ukupni troškovi njihovih aktivnosti i pristupa mreži niži od ukupnih troškova operatora koji realizuje sve faze prenosa pošiljaka;
- **operatori na nacionalnom nivou** – nastoje da „nadigravaju“ tradicionalnog nacionalnog operatora nudeći viši nivo kvaliteta kroz ceo asortiman usluga; viši nivo usluga otvara im prostor za formiranje viših cena; otežana okolnost za njihov ulazak je ukoliko javni operator postiže visok standard u realizaciji svojih usluga.

Zelena knjiga (1991.) o razvoju jedinstvenog tržišta poštanskih usluga konsolidatore definiše kao entitete koji prikupljaju pošiljke od različitih korisnika, objedinjuju ih i otpremaju odabranom operatoru za sledeće faze [6]. Shodno navedenoj definiciji, poštanski operatori koji iskazuju nameru pristupa poštanskoj mreži od strane nacionalnog operatora mogu biti posmatrani samo kroz prizmu konsolidatora. Konsolidatori su aktivni u mnogim državama

EU gde se njihove aktivnosi i uspeh značajno razlikuju od države do države (u Francuskoj preko 200 kompanija pruža konsolidatorske usluge). Pored toga što direktno ne generišu pošiljke, oni zadržavaju bitnu ulogu na poštanskom tržištu. Raspolažu sa potencijalom da povećaju efikasnost i intenziraju konkurenciju u svim fazama prenosa poštanskih pošiljaka. Sagledavajući poslovne modele konsolidatora širom tržišta poštanskih usluga EU, aspekti koji su bitni za njihovo poslovanje su [7]:

- konsolidatorov odnos sa operatorom,
- konsolidatorov odnos sa pošiljaocem,
- pristup operatorovom modelu popusta
- i finansijski tokovi.

Postoje dva osnovna poslovna modela koje primenjuju konsolidatori. U prvom slučaju korisnik ulazi u ugovorni odnos sa konsolidatorom. Konsolidator ulazi u ugovorni odnos sa operatorom u čiju mrežu „ubrizgava“ pošiljke. U ovom slučaju konsolidator očekuje da ostvari povoljniji popust što se zasniva na činjenici da obezbeđuje veći obim pošiljaka nego pojedinačni pošiljaoci. U drugom slučaju takođe postoji ugovorni odnos između konsolidatora i korisnika, ali konsolidator ne uspostavlja ugovorni odnos sa operatorom već se oslanja na ugovor između korisnika i nacionalnog operatora. Uloga konsolidatora je da pomogne pošiljaocu u izvršenju određenih procesa u poštanskom lancu vrednosti efikasnije nego što bi korisnik to mogao sam. Na taj način pruža se mogućnost korisniku da obezbedi bolje uslove od operatora budući da pošiljke koje optrema imaju dodatnu vrednost. Može se javiti i hibridni oblik gde operator angažuje konsolidatora kao podugovarača kako bi povećao efikasnost.

Tabela 1. *Modeli konsolidatora u Evropi* [8]

karakteristika/model	Model 1	Model 2	Model 3
operatorov odnos sa pošiljaocem	nema odnosa	operatorov klijent	operatorov klijent
konsolidatorov odnos sa pošiljaocem	ugovor sa pošiljaocem	klijentov podugovarač	nema odnosa
konsolidatorov odnos sa operatorom	klijent operatora	nema odnosa	operatorov podugovarač
tok finansijskih sredstava	konsolidator plaća operatoru, konsolidator opterećuje pošiljaoca nižom cenom u odnosu na operatora	pošiljalac plaća operatoru, konsolidator naplaćuje pošiljaocu za dodatnu vrednost	pošiljalac plaća operatoru, operator plaća konsolidatora
pristup operatorovom planu popusta	konsolidator se tretira kao pošiljalac	konsolidator se ne tretira kao pošiljalac	operator plaća popust za deljenje deljenje aktivnosti
uloga konsolidatora	arbitraža i prerada pošiljaka	obezbeđuje efikasnost u preradi pošiljaka	obezbeđuje efikasnost u preradi pošiljaka
primer država	Francuska	Švedska/UK	Nemačka

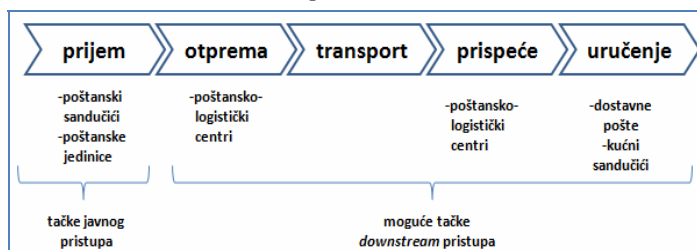
3. Pristup mreži

Iz ekonomskog ugla pristup mreži javnog operatora može biti osnovno pitanje u obezbeđivanju efektne i održive konkurencije (povećavajući efikasnost i štiteći interese korisnika). Ulazak novih operatora pruža proširenje izbora korisniku u pogledu usluga i cena. Poput drugih mrežni industrija poštanski sistem može se posmatrati kao logistička oo



Slika 1. Korisnici poštanske mreže [7]

mreža. U tom pravcu nameće pitanje da li i koji deo poštanske mreže se može klasifikovati kao osnovna (esencijalna) infrastruktura (postrojenja ili infrastruktura bez čijeg korišćenja konkurenti ne mogu obezbediti usluge korisnicima). Doktrina koja zatupa tezu osnovne infrastrukture definiše i opšta pravila na osnovu kojih vlasnik ove infrastrukture ne može da odbije zahtev operatorima za pristup bez objektivnog opravdanja. Takav pristup se opravdava činjenicom da razvijanje eficientne konkurencije putem razvijanja mreža alternativnih operatora zahteva i vreme i značajna finansijska sredstva (dupliranje mreža nije ekonomski racionalno). Nasuprot tome stoji gledište da obavezivanje javnih operatora da obezbede prisup može voditi ka njegovoj neefikasnosti i slabljenju finansijske osnove neophodne za obnavljanje njegove infrastrukture. Pristup mreži definiše se kao pristup „nizovodnim“ (*downstream*) aktivnostima koje mogu imati različito mesto u poštanskom lancu i sastoji se u pristupu poštanskim centrima i dostavnim poštama [1].



Slika 2. Tačke pristupa poštanskoj mreži

Najčešći regulisani elementi infrastrukture su:

- baze poštanskih kodova ,
- baze adresa,
- kućni sandučići,
- deljenje promenjenih adresa za korisnika,
- poštanski pregratci
- i pristup informacijama o izmeni adresa gde se želi peuzeti pošiljka.

Tabela 2. Načini pristupa poštanskoj infrastrukturi [7]

način pristupa	države
pristup poštanskim kodovima	AT, BG, CY, CZ, DK, EE, FI, FR, HU, LT, LU, MT, PL, SE, SI, UK
pristup poštanskim pregratcima	CY, CZ, DE, DK, EE, FR, IT, LT, LU, LV, MT, NL, PL, SE, SI
pristup kućnim sandučićima	AT, BG, CY, DK, ES, FR, HU, IE, IT, LT, LU, PL, PT, SK
pristup adresnoj bazi	CY, CZ, DE, DK, FR, LT, SI, UK
pristup bazi izmene adrese	CY, CZ, DE, DK, FR, SI

Pristup poštanskom kodnom i adresnom sistemu uglavnom se zahteva putem regulatornog tela koje je u mogućnosti da sudskom odlukom reši osporavanje ovog pristupa. Ovo je veoma bitno za sve operatore obavljaju dostavu posebno u situacijama kada adresa ne sadrži sve potrebne podatke da je lociraju uz pomoć javno dostupne baze poštanskih kodova. Pravna podloga za ostvarivanje ovog prirupa je putem posebnog navođenja u nacionalnom zakonu (Austrija, Hrvatska, Francuska, Velika Britanija, Slovenija) ili je garantovano opštim zakonom za konkurenciju (Malta). Royal Mail poseduje PAF (Postcode Address File) bazu koja sadrži sve adrese koje mogu da prime pošiljke u UK (28 miliona zapisa). Pristup drugim operatorima je dostupan uz naplatu licence za korišćenje. Nastojanje Ofcom-a (regulatora) ogledaju se da se u tome da podaci budu pristupačniji korisnicima po ceni, kao i da se obezbedi efikasno održavanje PAF-a.

Kučni sandučići su obično dostupni svim dostavljačima pošte (ukoliko su standardne veličine i na pristupačnim mestima). Problem se može postaviti u slučaju stanova u zavisnosti od vlasnika sandučića i/ili onog kontrolise pristup i regulativu u svakoj zemlji. Za operatora koji nudi punu uslugu (od pošiljaoca do primaoca) od presudnog je značaja da ima pristup kućnim sandučićima, sa druge strane to nije u interesu nacionalnim operatorima. Pristup ovom segmentu regulise se posebnim članovima u zakonu. U Francuskoj pored toga što zakon obavezuje ravnopravan pristup, La Poste izlazi u susret zahtevima stanara u zgradama sa sistemom sigurnog pristupa (VIGIK) koji otežava pristup ostalim operatorima.

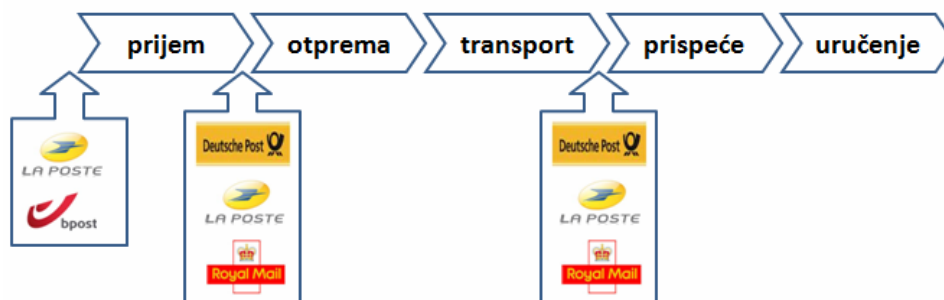
Podaci o preusmeravanju dovode u pitanje informacije obezbeđene od korisnika koji se premeštaju sa jedne na drugu adresu (da li stalno ili privremeno), gde zahtevaju da se realizuje dostava pošiljaka. Pristup podacima o izmeni adresa u članicama EU se generalno zahteva od provajdera univerzalnog servisa, ipak nacionalno zakonodavstvo mnogih zemlja ne obezbeđuje ovakav pristup (još uvek nije postao neophodan usled slabog razvoja konkurencije koja realizuje usluge „od početka do kraja“). Neobezbeđivanja ovih podataka može biti preveliko opterećenje za nove operatore za obezbeđivanje sopstvenih baza (korisnici su najčešće voljni da samo jednom dostave ovakve podatke). U Švedskoj je 1993. god. formirana kompanija SvAAB (Svensk Adressandring AB), koja je u vlasništvu Posten-a (85%) i Biring City Mil-a (15%) čija je namena da korisnici registruju svoje privremene ili stalne promene adrese. Podaci su dostupni svim poštanskim operatorima na osnovu sporazuma sa SvAAB gde se sistem naplate realizuje na osnovu obima i učestanosti korišćenja. Budući da SvAAB nije poštanski operator, regulatorno telo (PTS) nema pravni autoritet nad njim, tako da ne može da zahteva informacije koji se odnose na unutrašnje upravljanje ili operacije. Ipak PTS održava stalni kontakt sa SvAAB budući da ima bitnu ulogu na poštanskom tržištu i u pitanjima kvaliteta koja su često predmet rasprava.

Pristup poštanskim pregratcima u nekim evropskim zemljama je obavezujući ili su bar preporučeni ovlašćenom operatoru, dok u drugim slučajevima su dostupni samo na zahtev korisnika. Isporuka pošiljaka putem poštanskih pregradaka operatorima značajno smanjuje troškove uručenja dok korisnici dobijaju fleksibilnost u vremenu kada mogu preuzeti pošiljku. U Švedskoj i Estoniji svi operatori sa dozvolama imaju ovu obavezu dok se u Finskoj obavezuje samo pružao univerzalnog servisa. Uslovi i cene pristupa obično se definišu pregovorima između obavezanog operatora i entiteta koji garantuje pristup. Regulatorne agencije su uglavnom odgovorne za rešavanje sporova. Moguće poteškoće u realizaciji su da pružao univerzalnog servisa: ne otkriva spiskove vlasnika poštanskih pregradaka, zahteva od konkurenata pun iznos poštarine i da ukoliko se ne obavezuje i ne nudi pristup. PTS je u Švedskoj je utvrdio da i tarifiranje trebalo da se zasniva na dugoročnim uvećanim (dodatnim) troškovima za obezbeđivanje ovakvog pristupa (troškovi se kategoriju u dve grupe: troškovi povezani sa brojem zahteva pristupu i troškovi povezani sa brojem pošiljaka po zahtevu):

$$\text{cena za period} = (1 + pm) * c_t * [(q_1 * t_2) + (q * t_1)] \quad (1)$$

gde je: p_m – margina profita, c_t – dodatni troškovi po jedinici vremena, n_s -broj zahteva t_s – operativni troškovi po zahtevu, q – obim i t_i – operativni troškovi pošiljci.

U Nemačkoj postoji sporazum sa operatorima da mogu pristupiti poštanskim pregratcima dominantnog operatora putem predaje pošiljaka u lokalnu poštu, koja zatim realizuje isporuku putem pregradaka (trenutno se cena obračunava na osnovu dve komponente: po punjenju 0.69 € i po pismu 0.04 €). U Sloveniji prisup mreži provajdera univezalnog servisa uključuje mogućnost da kokurent pristupi dostavnoj pošti sa sortiranim pošiljkama (pristup poštanskim pregratcima se smatra kao pristup dostavi na adresi sa smanjenjem u ceni od 27.72% za standardna pisma i 49.37% za dopisnice).



Slika 3. Nivoi pristupa u Francuskoj, Belgiji, Nemačkoj i UK [7]

4. Modeli popusta

Uopšteno posmatrajući svaka konstrukcija sa popustom u osnovi sadrži element cenovne diskriminacije budući da određeni korisnici imaju prednosti od niže cene za korišćenje određenih usluga u odnosu na ostale korisnike. Popusti zasnovani na obimu kod poštanskih operatora uslovljeni su ugovorno definisanom pripremom pošiljaka (realizacija oderdanih preradnih aktivnosti). Ovakav koncept je u bliskoj vezi i sa elementima koji su povezani sa tarifama podele aktivnosti.

Popusti prema podeli aktivnosti obavezani od strane poštanskih operatora mogu se klasifikovati kao cenovni plan koji nagrađuje uštedu troškova koja rezultuje usled poslova pripreme pošiljaka realizovanih od strane konkurenata (najčešće aktivnosti prijema i sortiranja). Za kalkulaciju popusta nacionalni operator primenjuje koncept izbegnutih troškova koristeći *bottom-up* model na bazi dugoročnih uvećanih standardnih troškova (*LRIC*) ili *top-down* pristup (*retail minus* model).

LRIC model odnosi se na uvećane troškove stvorene na duži period koji su povezani sa obezbeđenjem pristupa i koji su uzrokovani primenom najsavremenije tehnologije od strane nacionalnog operatora. Pod ovim modelom nacionalni operator ne dobija kompenzaciju za profit koji može biti izgubljen ukoliko novi učesnici koristeći njegove kapacitete peruzmu neke njegove korisnike. To može imati snažan podstrek za ulazak u isključivo ponašanje ka vođenju *downstream* konkurenata van tržišta (rizik ovakvog ponašanja nacionalnog operatora je značajan).

Retail minus model zasniva se na cenama koji nacionalni operator opterećuje za obezbeđivanje usluge „sa kraja na kraj“ oduzimajući izbegnute troškove za delove preradnih aktivnosti (poput sortiranja). Ovakav model stvara povezanost između krajnje cene i procene za pojedinačne usluge smanjujući rizik za cenovno iznuđivanje ukoliko nacionalni operator optereti tarife podele aktivnosti koje „podrivaju“ krajnju cenu. Usled odsustva regulacije maloprodajne cene nije moguće obezbediti spuštanje prekomernih velikoprodajnih cena na

troškovno orijentisani model (ukoliko se velikoprodajna cena obračunva kao razlika maloprodajne cene i troškova nacionalnog operatora ona se translira u prekomernu velikoprodajnu cenu). Deutsche Post AG primenjuje hibridni model zasnovan na popustu u obimu uslovljenom za ispunjenje određenih operativnih zahteva (presortiranje, frankiranje itd.) i zavisno od lokacije pristupa (otprema ili prispeće).

Racionalnost popusta na količinu i ekonomsko opravdanje ogleda se u ekonimiji obima budući da ukoliko pošiljalac obezbedi veću količinu pošiljaka, postiće se bolje iskorišćenje infrastrukture što posledično dovodi do smanjenja proizvodnih troškova. Uzimajući u obzir karakteristike pošiljaka, zahteve pošiljaoca i rizik supstitucije sa drugim medijima nacionalni operatori nude različite planove popusta. Budući da je ovakav pristup troškovno orijentisan i da reflektuje postigute uštede nema negativnih uticaja na konkurenciju. Može se javiti problem da ekonomska prednost popusta nestane ukoliko se na isti način garantuje velikim pošiljaocima i konsolidatorima. Pri razmatranju ovog modela i njegovog uticaja na konkurenciju potrebno je razlikovati uvećane i retroaktivne popuste.

Retroaktivni popust primenjuje se na sve kupovine ispod i iznad definisanog praga na jednom fiksnom nivou. U ovom slučaju popust je zasnovan na obračunu obima pošiljaka otpočetom sa prvom pošiljkom.

Nasuprot, **uvećani popust** je uslovni koji je dostupan samo uvećanoj kupovini iznad granice određene od dominantnog pošiljaoca. Jednom pređena granica obezbeđuje popust na ceo obim.

Popust zasnovan na obrtu se klasifikuje kao popusti koji su uslovljeni ostvarivanjem određenog cilja sa dominantnom obavezom. Povezan je sa garantovanim obrtom po pojedinačnom proizvodu ili ukupnim obrtom svih proizvoda. Korisnik se obavezuje da ostvari definisanu količinu prihoda u definisanom periodu. Kako se korisnici kvalifikuju za ovaj popust nakon postizanja *ex-ante* definisanog praga, dovodi se do njihovog podsticanja da prošire svoj zahev preko praga i da prošire kupovinu proizvoda za koje nemaju potrebu, preferenciju ili one koje bi koristili od konkurencije. Cenovna strategija zasnovana na vernosti može voditi ka potpunom isključenju konkurencije. Posledica je da nacionalni operator učvršćuje svoju poziciju i svoju snagu prenosi na druge kompetitivne segmente.

Popusti na vernost fokusiraju se na korisnikov ukupan zahtev za uslugama a ne na definisani obim. Korisnik dobija popust samo u slučaju ukoliko operator pokriva sve njegove potrebe. Korisnici sa različitim potrebama mogu imati isti popust iako imaju različit uticaj na ekonomiju obima.

Zonalno tarifiranje zasniva se na uniformnim tarifama po geografskoj strukturi. Razvijeno je u UK da bi omogućilo korisnicima da imaju koristi od pristupa bez nacionalnog profila sa cenama koje održavaju njihovu specifičan regionalni profil. U okviru strukture zonalnog pristupa cena slanja pošiljke je zavisna od odredišta i njegove zonalne klasifikacije. Svaki poštanski kod u UK je lociran u jednu od četiri cenovne zone zasnovane na troškovima njihovog opsluživanja: urbana, suburbana, ruralana i London.

5. Zaključak

Ekonomska i socijalna uloga poštanskog saobraćaja je tokom prethodne dve decenije izložena snažnim i brzim promenama. Pojava različitih oblika direktne konkurencije koji su se pojavili na liberalizovanom tržištu, ciljajući određene njegove segmente uslovlila je i promenu nacionalnih operatora u smeru povećanja efikasnosti i razvijanju usluga prilagođenih nastalim potrebama korisnika. Obavezujuć pristup može se smatrati odgovarajućim ukoliko nacionalni operator ima dominantnu poziciju na određenom geografskom području.

Liberalizacija je sa druge strane povezana sa smanjenjem broja poštanskih jedinica, što se odražava na dostupnost poštanskih usluga. Pitanje pristupa mora uzeti u obzir i uslove rada, kako operatori ne bi postavili niske cene koje ne odražavaju dugoročne dodatne troškove

(niska cena radne snage, nedovoljna obuka, rad sa skraćenim radnim vremenom, zapošljavanje preko kadrovskih agencija itd.) . Od 2000. god. u 24 zemlje Evrope cena pismonosnih pošiljaka je povećana u realnim iznosima, što se najviše odrazilo na većinu građana, dok je cena za korporativne korisnike sa velikim obimom imala trend pada (poslovni korisnici i urbane sredine su imale koristi, dok su se domaćinstva i ruralna područja susrela sa većom cenom) [9].

Može se videti da samo na nivou zemalja EU postoje prilično različiti pogledi u razmatranju koji segmenti poštanske infrastrukture i na koji način treba da budu dostupni za konkurente. Ovlašćenja sa kojima raspolažu nacionalne regulatorne agencije zemalja EU variraju, od potpunog nadzora nad tržištem (Nemačka, UK, Mađarska, Slovenija), do prilično ograničenih mogućnosti (Belgija) [1]. Potrebno je postepeno realizovati pitanje pritupa mreži javnog operatera, kako bi se formirali povoljni uslovi za sve učesnike na tržištu, kako za operatore, tako i za krajnjeg korisnika, radi stvaranja stabilnih mehanizama koji će se uspešno nositi sa svim izazovima koje nameće budući razvoj poštanskog saobraćaja. U smeru dostizanja ovih ciljeva potrebno je obezbediti odgovarajuću zakonsku regulativu koja će obuhvatiti sve segmente poštanskog tržišta, kao i definisati adekvatnu ulogu regulatornog tela za njegov održivi razvoj.

Literatura

- [1] ERGP, *ERGP Report on "access" to the postal network and elements of postal infrastructure*, 2012.
- [2] A. Kenny, *Beyond the Propaganda*, Postal Deregulation in New Zealand, EPMU, Wellington, 2006.
- [3] Japan Postal Group Union, *What has Postal Liberalisation delivered? The Case of Japan*, UNI Global Union, 2009.
- [4] European Commission, *Directives 97/67/EC, 2002/39/EC, 2008/6/EC*.
- [5] H. Dietl, and P. Waller, *Competing with Mr. Postman, Business strategies, Industry structure, and competitive prices in liberalized letter markets*, Schmalenbach Business Review, Vol. 54, , pp. 148 – 170, April 2002.
- [6] Commission of the European Communities, *Green Paper on the development of the single market for postal services*, Brussels, 1991.
- [7] J. Campbell, A. K. Dieke, C. Bender, J. I. Campbell Jr., R. H. Cohen, C. Müller, A. Niederprüm, A. de Stree, S. Thiele and C. Zanker, *Main Developments in the Postal Sector (2010-2013)*, WIK Consult, Bad Honnef, August 2013
- [8] H. B. Okholm, M. Winiarczyk, A. Möller, and C. K. Nielsen, *Main Developments in the Postal Sector (2008-2010)*, Copenhagen Economics, November 2010.
- [9] Deutsche Post, *Letter prices in Europe: Up-to-date international letter price survey*, March 2011.

Abstract: *Facing the public postal operator with direct competition has gained more importance with the complete liberalization of the postal market. On the other hand, the sustainability of the universal postal service is one of their main tasks. Entrance of new operators is conditioned by the development of their own networks or providing access to public postal network. Access to the public postal network is a complex area that includes operational, legal, technical and economic issues. Appropriate regulation of access is an important element in protecting the interests of customers, and to provide equal conditions for competition development in conditions of full liberalization. In this paper the overview and evaluation of developed models are being achieved.*

Keywords: *network access, postal market, postal infrastructure, pricing models*

REGULATION OF ACCESS TO PUBLIC POSTAL NETWORK

Momčilo Kujačić, Bojan Jovanović, Slaviša Dumnić, Nikola Trubint