

ISPUNJENJE OBEĆANJA E – KOMERCA KAO GLOBALNOG REŠENJA

Olja Jovičić
JP “Pošta Srbije”

Sažetak: Globalizacija izazvana razvojem Interneta obezbedila je nove šanse naraastajućim ekonomijama i ekonomijama u razvoju. Zadatak pošte jeste da obezbedi vezu između digitalne i fizičke mreže i da omogući ispunjenje e-komerca kao iskustva a rasprostranjenog u celom svetu. Telekomunikacije, tehnologija i carina, svaka u svom polju odgovornosti, obezbediće sva neophodna sredstva u cilju obezbeđenja integrisanog pristupa daljem razvoju e-komerca. Potrebna nam je efektivna, efikasna, inteligentna i bezbedna poštanska mreža koja zahteva globalna rešenja sa partnerstvima i stejholderima u okviru lanca snabdevanja e-komerca, koja će ove usluge učiniti dostupnima svim građanima sveta.

Ključne reči: globalizacija, digitalni, e-komerc, rešenje, mreža

1. Uvod

U viziji Svetskog poštanskog saveza poštanski sektor je prepoznat kao suštinska komponenta globalne ekonomije. Ekonomija krize i promene na poštanskom tržištu, posebno u oblasti liberalizacije, novi modeli upravljanja, razvoj konkurencije, običaj i razna partnerstva vrše pritisak na javne poštanske operatere da pronađu nove mogućnosti za promovisanje inovativnih proizvoda i usluga. Stvaranjem trodimenzionalne poštanske mreže i ulaganjem u sve tri dimenzije mreže: fizičke, finansijske i elektronske, poštanski sektor treba da objedini prijem narudžbenica u elektronskoj formi sa mogućnošću fizičke dostave na kućnu adresu i elektronskog načina plaćanja. E-komerc usluge pružaju velike mogućnosti za vlade država sveta u sferi inkluzije udaljenih ruralnih oblasti gde je neophodno podržati trgovinu i ekonomski razvoj. Pospješivanje trgovine je naširoko korišćena ključna sintagma koja dobija sve veću pažnju od organizacija kao što su Svetska trgovinska organizacija, koja "pojednostavljenje i harmonizaciju međunarodnih trgovinskih procedura", definiše kao "aktivnosti, prakse i formalnosti koje su uključene u prikupljanje, predstavljanje, komuniciranje i obradu podataka potrebnih za kretanje robe u međunarodnoj trgovini "

Veoma važna uloga koju pošta može da igra u budućnosti jeste pomoć mikro, malim i srednjim preduzećima u izvozu svoje robe, obezbeđujući im integrisana rešenja gde se kombinuju izvoz robe kroz pojednostavljene carinske procedure sa kućnom dostavom i elektronskim transferom novca. Kao što je ceo svet povezan preko novih

tehnologija, poštanski sektor treba da pomogne povezivanju svih zemaljsveta i njihovih građana putem pospešivanja trgovine kroz razvoj e-komercia.

Razvoj usluge e-komercia i on line servisa nudi ogroman potencijal za ekonomski i socijalni razvoj, kao i za kreiranje novih poslova. Do 2015. godine, predviđa se da će broj korisnika Interneta dostići 3,2 milijarde. Tržište e - komercia B2C procenjeno je na 1,3 triliona dolara, a predviđa se rast od 20,1 % u 2014. godini čime će vrednost tržišta dostići 1,5 triliona dolara.

2. Misija, vizija i značaj poštanskog sektora

Kao što je navedeno u Ustavu, misija Svetskog poštanskog saveza jeste podsticanje trajnog razvoja efikasnih i dostupnih univerzalnih poštanskih usluga određenog standarda kvaliteta u cilju pospešivanja komunikacije između građana sveta. Svetski poštanski savez će garantovati slobodan protok poštanskih pošiljaka preko jedinstvene poštanske teritorije sastavljene od međusobno povezanih mreža, ohrabriti će usvajanje zajedničkih standarda i korišćenje novih tehnologija, pospešivaće stvaranje partnerstava i promovisaće efikasnu tehničku saradnju između zainteresovanih strana, čime se osigurava zadovoljenje rastućih potreba klijenata.

Dve vrlo važne oblasti za Svetski poštanski savez za naredni ciklus 2013-2016 su tehnička saradnja i potrebe korisnika. Vizija Saveza navodi da "Poštanski sektor vidi kao neophodnu komponentu globalne ekonomije", definisane u cilju prepoznavanja ekonomskih koristi koje donosi poštanski sektor od strane svih zainteresovanih strana u okviru poštanskog okruženja.

2.1. Promene u ekonomskom i političkom okruženju

Imajući u vidu strateške pokretače koji utiču na ubrzano menjanje poštanskog okruženja, uključujući globalizaciju, informacione tehnologije i zahteve korisnika, Svetski poštanski savez promoviše strategije olakšavanja i jačanja integracije i razvoja fizičkih, elektronskih i finansijskih dimenzija poštanskog sektora na međunarodnom nivou a među njenim državama članicama zastupa politiku pospešivanja globalne trgovine među zemljama sveta.

3. Doha strategija u službi razvoja međunarodne trgovine

Promovisanje inovativnih proizvoda i usluga predstavlja jedan od strateških ciljeva Svetske poštanske strategije iz Doha za period od 2012 do 2016. godine, dok je pospešivanje međunarodne usluge e-komercia jedan od glavnih strateških prioriteta.

Kako nove tehnologije i inovacije ubrzano transformišu potrebe kupaca i korporativnog ponašanja na globalnom poštanskom tržištu, neophodan je jasan strateški plan kao adekvatan odgovor na ove globalne turbulencije. Strategija iz Doha predviđa niz ciljeva i programa u cilju implementacije misije Svetskog poštanskog saveza usmerenih ka ostvarenju vizije, koja ima za cilj da stavi sektor poštanskih u srce globalne ekonomije skretanjem pažnje na ulogu poštanskih usluga u stimulanju

međunarodne trgovine, posebno za mikro, mala i srednja preduzeća, MMSP. Poštanski sektor, sa svojim fizičkim, elektronskih i finansijskim mogućnostima, je spreman da razvija partnerstva kako bi obezbedio veću otvorenost za međunarodnu trgovinu. Regionalni pristup razvoju i inicijativama Svetskog poštanskog saveza poput Integrativnih poštanskih planova razvoja, koji treba da obezbede veću posvećenost vlada država članica poštanskom sektoru, u skladu su sa neophodnim inicijativama koje imaju za cilj da pomognu zemljama u razvoju da iskoriste prednosti pojednostavljenja olakšanja globalne trgovine. Poštanske mreže nude lokalni pristup globalnim logističkim rešenjima međunarodne trgovine. Savez sa svojim standardima pomaže u kreiranju novih usluga za olakšavanje otpreme i brze dostave robe kupljene putem interneta, širom sveta.

4. Razvoj e- komerc usluga

4.1 Tržište e-komercia u Evropi

Ukupan bruto domaći proizvod u Evropi je u 2012 godini iznosio 16 triliona eura, dok je udeo ekomercia procenjen na 3,5%, što je procenat za koji se procenjuje da će se udvostručiti do 2016 godine i utrostručiti do 2020 godine. Broj radnih mesta nastao direktno ili indirektno kao posledica B2C ekomercia, procenjuje se na 2 miliona. Broj websajtova B2C porastao je na 550 000, do kraja 2012 rastući za 15% do 20 % godišnje. Broj paketa na godišnjem nivou na teritoriji Evrope se procenjuje na 3,5 biliona.

Najveća tržišta e-komercia u Evropi su tržište Velike Britanije, Nemačke i Francuske. Evropska komisija je pokrenula niz konsultacija o Zelenoj knjizi o integrisanom tržištu za dostavu paketa u službi razvoja e-komercia, a decembra 2013 godine objavila je dokument "Put za kompletiranje jedinstvenog tržišta za dostavu paketa". Evropska komisija je takođe usvojila Akcioni plan kojim se predviđa udvostručenje obima e-komercia do 2015. godine.

4.2 Zakonodavni okvir

U kontekstu rastućih globalnih i integrisanih tržišta, postoji sve veća potreba za koherentnim i relevantnim međunarodnim propisima u određenim sektorima, na primer, u oblasti međunarodne prekogranične trgovine i finansijskih usluga. Universal Postal Union kao specijalizovana agencija Ujedinjenih nacija treba da bude prepoznata kao organizacija koja predstavlja jedinstvenost poštanskog sektora od strane svih drugih međunarodnih regulatornih organa. Na Kongresu u Dohi 2012. godine usvojene su: Rezolucija C 11 o pospešivanju trgovine za mikro, mala i srednja preduzeća, Rezolucija C31 o razvoju e-komercia, Rezolucija C23 razvoju usluga e-komercia kroz redizajniranje paketa male mase i Rezolucija C34 o neregistrovanim malim paketima do 2 kg koji sadrže pošiljke e-komercia, kao i Rezolucija C77 o elektronskim poštanskim uslugama.

4.3 Neophodnost pospešivanja međunarodne usluge e-commerce

Radnje koje se preduzimaju u cilju podsticanja međunarodne elektronske trgovine takođe podržavaju razvoj trgovine i ekonomski razvoj. Zaista, e-trgovina otvara vrata za vlade svih zemalja sveta, naročito zemalja u razvoju i najmanje razvijenih zemalja u potrazi za promovisanjem trgovine i ekonomskih aktivnosti u udaljenim područjima. Kao zajednice su povezani sa svetom kroz tehnologiju, poštanskog sektora može da im pomogne da iskoristi potencijal ovog novog konekcije olakšavanje e-trgovine.

Svetski poštanski savez nastoji da podstakne poštu da odgovori na ubrzani rast elektronske trgovine. Postoji neposredna prilika da rast tradicionalnih poštanskih usluga, kao što su mali paketi i paketi. Međutim, naponi treba da budu bolje koordinirani, uključujući rad na harmonizaciji postojećih pismonosnih i paketskih usluga u skladu sa potrebama korisnika i zahtevima tržišta. Globalni poštanski lanac snabdevanja mora biti kompatibilan sa zahtevima obavljanja usluge e-trgovine.

E-komerc predstavlja veliki izazov i razvojnu šansu za sve ovlašćene poštanske operatore koji treba da projektuju e-komerc uslugu duž sve tri dimenzije poštanske mreže, fizičke, elektronske i finansijske, obezbeđujući tako celokupan lanac snabdevanja i omogućavajući celokupan ciklus usluge od prijema elektronskih porudžbenica, fizičke dostave na kućnu adresu korisnika i elektronskog načina plaćanja.

4.4 Nove tehnologije, Internet i snaga korisnika

Svetska poštanska mreža raspolaže sa preko 660.000 pošta u 192 zemalje i predstavlja najveći distributivni kanal na svetu koji omogućava svojim korisnicima direktan pristup međunarodnim tržištima, pomažući im da izbegnu veliki broj nepotrebnih posrednika. Revitalizujući trgovinsku infrastrukturu, ona može pomoći mikro, malim i srednjim preduzećima MMSP da iskoristite prednosti globalizacije trgovine. Osim toga, uz pošte koje se mogu koristiti kao telecentri, poštanske mreže predstavljaju ključni element za premošćavanje velikih praznina u infrastrukturama informacionih i komunikacionih tehnologija nerazvijenih zemalja podstičući tako njihov ekonomski rast i razvoj.

4.5 Odnosi carine i poštanskog sektora

Svetska carinska organizacija predstavlja glavnu referentnu tačku za Svetski poštanski savez i zajednička saradnja se zasniva poštovanju Međunarodnog sporazuma o pojednostavljenju i harmonizaciji carinskih postupaka, usvojenog 1974. godine, na Kjoto konvenciji.

Prepoznajući specifičnu prirodu poštanskog saobraćaja i uzimajući u obzir značajan broj poštanskih pošiljaka, ovaj dokument definiše pojednostavljene procedure carinjenja za potrebe poštanskog sektora, u cilju skraćenja vremena zadržavanja na carini i minimiziranja troškova. Pošta i carina saraduju u tom okviru, kako na nacionalnom i međunarodnom nivou. Svetski poštanski savez i Svetska carinska organizacija su takođe potpisnici niza različitih sporazuma o saradnji u cilju poboljšanja saradnje između dve

organizacije i olakšanja slobodne i bezbedne globalne trgovine, gde obe organizacije rade rade na modernizaciji carine i poštanskih procedura.

5. Razvoj poštanskog tržišta kroz olakšanje trgovine za mikro , mala i srednja preduzeća na globalnom nivou

Sposobnost mikro, malih i srednjih preduzeća da se probiju na strana tržišta putem e-trgovine je pitanje od interesa za sve poštanske operatore, korisnike, trgovinska udruženja i vladine zvaničnike. Neki poštanski operatori su ostvarili leadersku prednost tako što su svojim korisnicima obezbedili pristup svojim online E-biznis platformama. Međutim, mnoge poštanske organizacije još uvek moraju da izgrade sopstven e-platforme. Osim toga, ovo rešenje nije moguće za sve poštanske organizacije, posebno one u zemljama u razvoju. Najbolje rešenje za operatore koji žele da se probije kroz IT barijere i služe kao e-commerce platforma, jeste da se pridruže zajedničkoj platformi Svetskog poštanskog saveza (e.g.post).

U veoma kratkom roku, poštanski operatori treba da nastoje da olakšaju trgovinu pružanjem usluga u vezi sa njihovom osnovnom delatnošću: prijem, skladištenje, transport; praćenje; usluge plaćanja (npr pouzecem); mogućnosti opcione dostave (fleksibilna dostava; olakšavanje postupka carinjenja; upravljanje vraćanjem pošiljaka i td. Korisnicima mikro, malih i srednjih preduzeća treba obezbediti osnovne poštanske usluge duž celog poštanskog lanca snabdevanja, a unutrašnji veštine i kapaciteti treba da budu usklađeni u tom cilju. Poštanski operatori treba da se pozicioniraju i kao pouzdani i cenjeni partneri za domaće i međunarodne korisnike i pokretače razvoja prekogranične olakšavanje procedura.

Svesna rezultata Brazilske inicijative da se obezbedi mikro, malim i srednjim preduzećima omogući pristup jednostavnim izvoznim poštanskim rešenjima, posebno uvažavajući izazove sa kojima se vlade u zemljama u razvoju suočavaju u smislu ekonomskog i društvenog razvoja i u skladu sa ciljevima, strategijama i planovima zemalja da povećaju izvoz omogućavajući MMSP da se probiju kroz izvozne barijere, Svetski poštanski savez je prepoznao neophodnost pružanja pristupačnih rešenja za olakšavanje izvoza putem poštanske mreže, širom sveta. Međunarodni biro je naložio Administrativnom savetu da sačini multilateralni pravni okvir koji omogućava saradnju poštanske mreže i upravljanja trgovinskim pitanjima prekogranične trgovine, uključujući primenu zajedničkih principa, bezbednosti i privatnosti zaštite, procedura povraćaja poštanskih pošiljaka i reklamacionih postupaka, kao standarda interoperabilnosti i naložio Savetu za poštansku eksploataciju da poštanske trgovinske olakšice za mikro, mala i srednja preduzeća MMSP uvrsti kao ključni element svog programa rada za period 2013-2016, a da Eksporta Facile vrednuje kao globalno integrativno poštansko rešenje.

5.1 EKSPORTA FACILE, Brazilsko iskustvo

U 2000. godini, Brazilska pošta je sprovedla studiju tržišta za procenu stanja brazilske izvozne privrede. Rezultati su bili zapanjujući. Brazil je imao udeo manji od 1% od ukupnog izvoza u svetu. Ove izvozni proizvodi su veoma koncentrisani: 56% njih je otišlo u samo 7 zemalja; 25 proizvoda predstavlja 60% od ukupnog izvoza; i 40

preduzeća deli 39% od izvoza. Dalja istraživanja su pokazala da su glavni faktori ograničenja Brazilskih firmi da svoje proizvode šalju u inostranstvo su visoki troškovi izvoza; visoki troškovi i logistika distribucije proizvoda; i birokratija i nepoznavanje procedura uključenih u procese uvoza i izvoza.

Ekporta Facile je skup usluga koje nudi Bbrazilska pošta, usmerenih na mikro, mala i srednja preduzeća i pojedince, sa ciljem olakšavanja izvoznih procedura. Program je pokrenut u novembru 2000. godine, nakon uvođenja potrebnog zakonodavstva, godinu ranije. Usluga, međutim, nije ograničena samo na prednost ovog pojednostavljenog izvoza putem pojednostavljenog jedinstvenog formulara. Brazilska pošta je imala za cilj da obezbedi lagan pristup izvoznim tržištima svima u zemlji, omogućavajući ovu uslugu za preko 8000 jedinica poštanske mreže u Brazilu zasupljenih u svim opštinama. To teoretski omogućava uključivanje udaljenih gradova i sela koji bi, bez razgranate mreže ovlašćenog poštanskog operatora ostala fizički isključena iz mogućnosti slanja, tj. izvoza svoje robe na za inostrana tržišta. Brazilska pošta je iskoristila svoju ekspertizu na tržištu u cilju aktivne promocije Eksporta Facila i dalje ga aktivno reklamira. Postavljen je sajt na kojem svako sa Internet vezom može da obezbedi pristup informacijama o izvozu i da pronađe potrebne izvozne formulare, tj. obrasce. Ekporta Facile se oslanja na tradicionalne međunarodne paketske usluge i dozvoljava pošiljke do 30kg kroz EMS (Ekpress Mail usluge) i do 20 kg kao standardnog paketa slanjem i to za preko 200 zemalja sveta.

Brazilska pošta je blisko saradivala sa Vladom, kako u cilju usvajanja zakonske regulative koja omogućava pošti izvoz robe i sa Brazilskom centralnom bankom oko realizacije načina plaćanja. Veoma bitan aspekt Eksporta Facila je taj da učini carinski proces mnogo jednostavnijim, zahvaljujući partnerstvom sa Brazilskim savezним sekretarijatom prihoda. Brazilska pošta je jedini logistički operator u Brazilu sa carinskim operacijama koje se obavljaju u njegovim prostorijama. Da citiram Brazil Post, Ekporta Facile "demistifikovani izvoz u cilju uključivanja i obezbeđivanja stalnog prisustva spoljne trgovine u svakodnevnoj rutini Brazilskih kompanija."

Pojednostavljenije procedure za izvoz pošiljaka male vrednosti je stvorio popularnu izvozni kanal na malim troškovima. Brazilsko iskustvo je pokazalo da politička volja i saradnja između vladinih entiteta može dovesti do uspešnog kreiranja politika olakšanja i daljeg podsticanja trgovine. Takve strategije treba a koriste i druge zemlje u razvoju, posebno pojednostavljenije procedura za pošiljke male vrednosti koje predstavljaju samo mali deo ukupnog izvoza (u vrednosti), gde će se zemlje suočiti sa manjim političkim otporom nego za izvoz pošiljaka velike vrednosti Ova usluga pojednostavljenja izvoza za proizvode malih vrednosti kreiraće nove šanse za "obične" male izvoznike koji, dugoročno gledano, treba da budu od koristi za izvozni potencijal zemlje. Jula 2014. godine, Brazilska pošta je potpisala Memorandum o razumevanju sa Alibaba grupom kojim se omogućava trgovcima iz Brazila, mikro, malim i srednjim preduzćima da plasiraju svoje proizvode na kinesko tržište koristeći različite maloprodajne platforme Alibaba grupe, a takođe će omogućiti i plasman kineske robe na tržište Brazila.

5.2 Potencijal poštanskog sektora za podsticanje trgovine za mikro, mala i srednja preduzeća

Kao proces i kao integrativno poštansko logističko rešenje za mikro, mala i srednja preduzeća, Ekporta Facile uključuje dve ključne dimenzije poštanskog poslovanja, odnosno fizičke i elektronske (informatičke). S obzirom na vrednosti za korisnike, veoma je bitna treća dimenzija plaćanja (npr transferi novca, usluge plaćanja sa računara) i treba da bude sastavni deo poštanskog rešenja, tj paketa za MMSP. Ekporta Facile je uspešna inicijativa država članica Saveza. Na međunarodnom nivou, važno je uključiti zajednicu svih zainteresovanih učesnika u svim potencijalnim zemljama destinacije, kao iu zemljama tranzita. Iako je Ekporta Facile razvijen u mnogim zemljama, pitanje pojednostavljenja međunarodne trgovine može rešiti multilateralnim pristupom.

Ekporta Facile je prvenstveno namenjen da pomogne MMSP da iskoriste svoje izvozne potencijale. Iako je usluga zaživela u nekim zemljama, poastoji niz nerešenih pitanja koja se mogu rešiti samo jedinstvenim i koordinisanim kolektivnim pristupom od strane svih zemalja. Neophodno je da postoje informacione platforme koje će omogućiti zajednički regionalni nadzor, praćenje, unapređenje i razmenu informacija i znanja. Takva koordinacija i nadzor na nacionalnom, regionalnom i međunarodnom nivou će dodati vrednost na olakšavanje trgovine međunarodne poštanske mreže.

Da bi se izborio sa disparitetom u IT kapaciteta, Svetski poštanski savez može razmotriti razvoj zajedničkih rešenja sa lokalnim pristupnim tačkama (centralna ulazna tačka će obezbediti korisnicima pristup bilo gde i bilo kada da koriste zajedničke platforme). Takvi sistemi mogu biti razvijeni i implementirani u mnogim oblastima da bi se izbegle prepreke nastale usled nerazvijenosti i nedostatka kapaciteta na nivou pojedinačnih zemalja (carina, IT sistema, finansijske usluge). Ovi sistemi će omogućiti partnerskim zemljama u razvoju da dele troškove održavanja i da ubrzaju razvoj potreban da sbi se zemlja prilagodila tehnološkim promenama. Budući izazovi će uključivati inovacije, brzinu, zahteve korisnika usluga, povezivanje partnerskih mreža, interoperabilnosti održivost performansi.

Evropska komisija je usvojila ``Akcioni plan za razvoj preduzetništva 2020``, gde istaknuta neophodnost prihvatanja novih digitalnih tehnologija od strane mikro, malih i srednjih preduzeća što bi im omogućilo 2 do 3 puta brži rast i razvoj.

6. Razvoj e-komercia u Republici Srbiji

6.1 Zakonodavni okvir razvoja e-komercia u Republici Srbiji

Usvojeni sistemski zakoni koji regulišu ovu oblast su: Zakon o elektronskoj trgovini, Zakon o elektronskim komunikacijama, Zakon o elektronskom potpisu, Zakon o elektronskom dokumentu, Carinski zakon, Zakon o poštanskim uslugama, Zakon o zaštiti potrošača, Zakon o obligacionim odnosima, Zakon o zaštiti potrošača, Zakon o porezu na dodatnu vrednost, Zakon o spoljnotrgovinskom poslovanju i drugi zakoni. Pored zakonodavnog okvira brojna sistemski rešenja vezana za formulisanje adekvatnih savremenih poslovnih rešenja takođe su već stvar dobre prakse u Republici Srbiji.

6.2 Saradnja poštanskih operatora sa carinom u Republici Srbiji - u susret elektronskoj trgovini

Carina ima značajnu ulogu u procesu povećanja trgovinske razmene dobara i usluga, koja utiče na veću povezanost ekonomija. Liberalizacija tržišta takođe je za rezultat imala ukidanje prethodnih barijera koje su postojale u trgovinskoj razmeni dobara i usluga kao i jačanje konkurencije, sa daleko većim rasponom kvaliteta proizvoda koji su postali dostupni kupcima, čime je takođe povećano područje poštanskih aktivnosti otvorenih za konkurenciju. Tokom proteklih nekoliko godina, poštanski operatori su, širom sveta, bili suočeni sa značajnim promenama na tržištu poštanskih usluga. Multinacionalni klijenti zahtevaju jednoobrazne, kvalitetne poštanske usluge u čitavom svetu. Ne samo što je došlo do velikog razvoja elektronskih i digitalnih komunikacija, već su Direktive EU o poštanskim uslugama počele da vrše značajan uticaj, pošto su se poštanska tržišta otvorila širom EU. Kao referentni okvir, pokretači promena u poštanskom sektoru u Srbiji, u velikoj meri slični su pokretačima promena na globalnom nivou.

U skladu sa merama iz Programa koji je usmeren na pojednostavljenje carinskih procedura i zaštitu tržišta i građana od prevare, potrebno je preduzeti aktivnosti u cilju realizacije programa za razvoj informatičkih programa za razmenu podataka i stvaranje elektronskih baza podataka. Srbija je postigla značajan napredak u domenu usvajanja pravnih tekovina EU i posvećenosti reformama u oblasti carine.

Može se zaključiti da je uloga carine veoma važna i u procesu razvoja elektronske trgovine, savremenog generatora razvoja poštanskog saobraćaja, kako u zemljama EU tako i u Republici Srbiji. S obzirom na to da su evropske integracije jedan od prioriteta Republike Srbije, potrebno je napomenuti da se očekuje nasatavak ovog trenda kroz dalji razvoj evropskih integracija u kojem će značajnu ulogu odigrati saradnja između carine, elektronskih trgovaca i preko pedeset registrovanih učesnika na tržištu poštanskih usluga u Republici Srbiji. Imajući u vidu značajne aktivnosti i mere koja Republika Srbija preduzima kako u oblasti carine, razvoja elektronske trgovine i poštanskog saobraćaja, može se zaključiti da se naša zemlja uključuje u savremen evropske tokove sve tešnje saradnje između carine, e-trgovaca i vodećih poštanskih operatora.

6.3 Usluga "Pošta Srbije" POSTEKSPORT-Izvoz robe

Inicijativa Pošte Srbije uz podršku Vlade Srbije i Ministarstva finansija u nastojanju da pomogne jačanju međunarodne trgovine, rezultirala je promenom carinske regulative kojom je omogućeno izvozniciima da izvoze robu niže vrednosti putem poštanskih pošiljaka za sve zemlje sveta. Pošta Srbije je potpisala Memorandum o razumevanju sa srpskom carinom, čime je ispunila sve potrebne uslove za uvođenje novih usluga za potrebe izvoza, koji bi u novom ekonomskom okruženju stvorili mogućnost za unapređenje izvoznih poslova za više od 300 000 mikro, mala i srednja siii preduzeća u Srbiji.

PostEkport-izvoz robe je usluga Pošte Srbije koja omogućava korisnicima-mikro, malim i srednjim preduzećima, kao i preduzetnicima i zanatlijama za izvoz robe u 237 zemalja širom sveta, kroz pojednostavljene carinske procedure za komercijalnu

robu, bez dodatnih troškova i po povoljnim cenama. Najveća infrastrukturna i logistička nacionalna mreža sa više od 1500 pošta je na raspolaganju za pružanje ove usluge . Korisnici registrovani u Republici Srbiji mogu izvoziti robu u vrednosti do 1.000 evra. na osnovu carinske deklaracije za svaki paket i profakturi u ukupnoj vrednosti do 1.000 evra, po primaocu. Uvođenjem ove usluge, Pošta Srbije predviđa povećanje ukupnog broja međunarodnih paketa, dok se na globalnom nivou podstiče međunarodna trgovina i poboljšava nacionalni izvoz na dobrobit mikro, malih i srednjih preduzeća.

7. Zaključak

Kao aktivna država članica Svetskog poštanskog saveza, država Srbija poštuje strateške ciljeve Saveza i postavljene prioritete u cilju olakšavanja trgovine za mikro, mala i srednja preduzeća. Neki od njih imaju za cilj da se kroz integrativni pristup izgrade neophodni kapaciteti kako bi se osigurala održivost pružanja usluga e-komerca i podstakao razvoj duž celokupne trodimenzionalne poštanske mreže. Od izuzetnog je značaja da se razmotri definisanje multilateralnog pravnog i operativnog okvira koji omogućavaju koordiniranje aktivnosti poštanske mreže i upravljanja prekogranične trgovine, kao i da definišu zahteve i procese za poštanske operatore da obezbede integrisanje dimenzije plaćanja i finansijsko posredovanje između malih i srednjih preduzeća i poreskih organa u zemlji izvoza.

Javni poštanski operatori država članica bi trebalo svi da rade na iznalaženju jedinstvenog integrativnog rešenja sa prepoznatljivim međunarodnim brendom za olakšanje trgovine putem e-komerca.

S obzirom na to da su evropske integracije jedan od prioriteta Republike Srbije, potrebno je napomenuti da se očekuje nasatavak ovog trenda kroz dalji razvoj evropskih integracija u kojem će značajnu ulogu odigrati saradnja između carine, elektronskih trgovaca i preko pedeset registrovanih učesnika na tržištu poštanskih usluga u Republici Srbiji. Imajući u vidu značajne aktivnosti i mere koja Republika Srbija preduzima kako u oblasti carine, razvoja elektronske trgovine i poštanskog saobraćaja, može se zaključiti da se naša zemlja uključuje u savremen evropske tokove sve tešnje saradnje između carine, e-trgovaca i vodećih poštanskih operatora.

Literatura

- [1] E-shpping for Everyone Everywhwre A White Paper, UPU Berne, December 2007
- [2] The global roadmap for postal services ,**Doha 2013–2016 Postal Strategy** Berne, July 2012
- [3] Trade facilitation for low-valued exports in Brazil: lessons to be learned from simplified export declarations and theuse of postal networks through « Exporta Fácil », Justin Caron and José Ansón Universal Postal Union, 2008
- [4] Nairobi Postal Strategy 2009–2012,24th,Universal Postal Congress, Berne,May 2008
- [5] UPU Strategy Conference , Nairobi, Kenya September 2010.
- [6] Doha Postal Strategy, UPU, Bern, 2012

[7] 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)

[8] 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

[9] Directive 2002/39/EC of the European Parliament and of the Council of 10 June 2002 amending

[10] 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

[11] 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

[12] 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

[13] Memorandum by the International Bureau, Achievements in implementing regional development plans (RDPs) UPU 22-10-2010, Bern, Switzerland

[14]] <http://www.upu.int>

Abstract: Globalisation brought about by Internet has created various opportunities for emerging and developing economies. Posts have to provide the link between digital and physical networks and make the fulfillment of e-commerce a worldwide experience. Telecommunications, technology, trade and customs, each in its field of responsibility should provide all the necessary tools to ensure an integrated approach for further development of e-commerce. We need postal network that is effective, efficient, intelligent and secure, which requires global solution with partnerships with stakeholders in the e-commerce supply chain, making services available to all the citizens of the world.

Key words: globalisation, digital, e-commerce, solution, network

FULFILLING THE GLOBAL E-COMMERCE PROMISE

Olja Jovičić