

STANJE TRŽIŠTA POŠTANSKIH USLUGA SA ASPEKTA POSLEDICA LIBERALIZACIJE

Mladenka Blagojević, Dejan Marković
Univerzitet u Beogradu - Saobraćajni fakultet,
m.blagojevic@sf.bg.ac.rs, mdejan@sf.bg.ac.rs

Rezime: Liberalizacija tržišta poštanskih usluga, započeta 90-tih godina, bila je usmerena na poboljšanje kvaliteta usluga, na postizanje pada cena usluga i podsticanje ekonomskog rasta. Trideset godina kasnije čini se da su rezultati celokupnog procesa slabiji od očekivanih. U radu se prikazuje stanje na poštanskom tržištu u kontekstu liberalizacije, pri čemu je fokus na tri glavna aspekta: uticaj otvaranja tržišta na konkurenciju i javne poštanske operatore, zapošljavanje i uslovi rada i kvalitet usluga. Posmatrajući tržište sa ovih aspekata došlo se do zaključka da je, uprkos manje ili više stabilnim statistikama u vezi sa dostavom na vreme, kvalitet usluga opao. Dalje, liberalizacija je podržala rast e-trgovine i podstakla poslovni model vodećih CEP (courier, express and parcel) integratora i drugih operatera. Takođe je primorala bivše monopoliste da modernizuju svoju infrastrukturu i preorijentišu poslovne modele ka rastućem tržištu paketa. Međutim, istovremeno je liberalizacija oslabila način na koji se ispunjava i finansira obaveza javne univerzalne poštanske usluge, zauzvrat podstičući razvoj konkurencije.

Cljučne reči: liberalizacija, poštansko tržište, poštanski operator

1. Uvodna razmatranja

Od svog nastanka poštanska delatnost predstavlja oblast čiji je razvoj pratio razvoj društva, pa tako i danas čini važan faktor u egzistenciji svakog pojedinca i društva u celini. Posebno je značajna i specifična ekonomska funkcija ove delatnosti, koja omogućava efikasno funkcionisanje privrede i društva i od vitalnog je značaja kako za komercijalne korisnike (pravna lica), tako i za pojedinačne korisnike (fizička lica), pa se zbog toga ubraja u usluge od opšteg ekonomskog interesa [1]. Uzimajući u obzir činjenicu da takva poštanska oblast ne sme ostati van procesa privrednih, ekonomskih, demografskih, pravnih i tehnoloških promena koje imaju direktan uticaj na obim i vrstu poštanskih usluga za kojima postoji tražnja, tendencija u visoko razvijenim zemljama je da razvoj privrede istovremeno prati i adekvatan razvoj poštanske delatnosti.

Cilj strategije razvoja javnog poštanskog operatora, kao jednog od ključnih činilaca poštanskog sektora, treba da bude analiza postojećeg stanja i definisanje smernica razvoja tržišta poštanskih usluga u posmatranoj zemlji. U tom procesu

planiranja regulatorna načela usmeravaju na osiguranje kvaliteta i održivosti univerzalne poštanske usluge, usaglašenost sa politikama i preporukama Svetskog poštanskog saveza (SPS), razvoj unutrašnjeg poštanskog tržišta kroz modernizaciju postojećih i razvoj novih usluga, konkurenciju u domenu poštanskih usluga, jačanje zaštite krajnjih korisnika, razvoj veština i stručnosti zaposlenih, međunarodnu saradnju sa drugim poštanskim upravama, jačanje marketinga.

Opšti porast privredne aktivnosti i rast bruto domaćeg proizvoda, promena socijalnih faktora kao i odgovarajuća demografska kretanja (migracije, starenje, urbanizacija, obrazovna struktura i dr.) imaju direktan i relativno snažan uticaj na obim i strukturu poštanskih usluga, kao prateći elementi procesa liberalizacije na koje operatori nemaju direktan uticaj.

U zemljama koje su analizirane u ovom radu, sa aspekta stanja tržišta nakon liberalizacije, primećeno je da su cene usluga koje spadaju u domen univerzalne porasle. Na dostavu u roku D+1 sve više se gleda kao na luksuznu uslugu, dok se broj dana dostave u sedmici smanjuje i rokovi dostave rastu. Za radnike u poštanskom sektoru usledile su pretežno negativne promene. Liberalizacija je dovela do naglog pada zaposlenosti u sektoru, do rasta alternativnih modusa zapošljavanja i do promene uslova rada. U nastavku su prikazani neki od zaključaka izvršene analize.

2. Uticaj liberalizacije na konkurenciju i javne poštanske operatore

Tokom proteklog perioda u sektoru poštanskih usluga došlo je do značajnih strukturnih i sistemskih promena. Evropska komisija je podstakla transformaciju tržišta poštanskih usluga otvaranjem tržišta i stvaranjem konkurentnog okruženja, a regulisano putem poštanskih direktiva 97/67/EC, 2002/39/EC i 2008/06/EC. Cilj navedenih direktiva bio je da podstakne razvoj i konkurentnost na tržištu poštanskih usluga, uz obezbeđenje efikasnih, pouzdanih i kvalitetnih poštanskih usluga svim stanovnicima zemalja Evropske unije i zemalja kandidata za članstvo, po pristupačnim cenama, putem odgovarajućeg regulatornog okvira.

U kontekstu obeleženom opadanjem obima pismonosnih pošiljaka, otvaranje tržišta nije dovelo do značajnijeg povećanja konkurencije na tržištu ovih pošiljaka, sa izuzetkom najunosnijih segmenata tržišta. Istovremeno, na brzo razvijajućem tržištu paketa, javni poštanski operatori se suočavaju sa konkurencijom kako od strane globalnih kompanija za dostavu pošiljaka (pre svega paketa,) tako i od strane privatnih operatera. Ovakve evolucije potresaju pozicije istorijskog poslovnog modela provajdera univerzalne poštanske usluge primoravajući ih da se prilagode novim tržišnim realnostima.

2.1. Osvrt na konkurenciju na tržištu pismonosnih pošiljaka

Uopšteno govoreći, uprkos otvaranju tržišta, konkurencija na tržištu pismonosnih pošiljaka se sporo razvija i tržište ostaje visoko koncentrisano. U značajnom broju zemalja provajderi univerzalnih usluga zadržali su ukupan ili kvazi monopol na nekoliko ranije zaštićenih segmenata tržišta. Glavni razlog za to je relativna neisplativost nekih usluga zbog visokih troškova pristupa u smislu uspostavljanja i održavanje mreže, kombinovano sa padom obima pismonosnih pošiljaka, u kontekstu

rastuće digitalizacije i e-zamene. Prema Svetskom poštanskom savezu, javlja se pad obima pismonosnih pošiljaka u unutrašnjem saobraćaju za oko 32% na globalnom nivou tokom poslednjih 10 godina.

U nekim slučajevima drugi faktori poput antikonkurentskog ponašanja bivših monopolista i/ili regulatornih barijera koje je postavila država takođe idu u prilog ograničavanju pristupa tržištu. Uprkos tome, konkurencija se, međutim, razvila u nekim od profitabilnijih segmenata tržišta pismonosnih pošiljaka kao što su masovna pošta (*bulk mail*) i direktna pošta. Razlog za to je činjenica da je na ova tržišta lakše prođeti jer se usluge obično pružaju za račun velikih pravnih lica kao što su javna preduzeća, osiguravajuće kuće, banke i sl. Ovi ključni korisnici obezbeđuju velike količine pošiljaka koje mogu sami da predaju, unapred sortirane, lokalnim preradnim centrima ili da njihove pošiljke budu preuzete na adresi od strane poštanskog operatora. Zahvaljujući tome novi učesnici na tržištu, čiji se poslovni modeli često zasnivaju na frekvenciji dostave od dva ili tri puta nedeljno u gusto naseljenim oblastima i koji rade sa vrlo fleksibilnom radnom snagom, mogu izbeći uspostavljanje skupe mreže jedinica za pružanje usluga korisnicima i poštanskih sandučića koji pokrivaju teritoriju cele zemlje. Ova situacija, koja se često kritikuje kao „branje trešanja“ (*cherry-picking*), ugrožava tradicionalni poslovni model javnih poštanskih operatora [2].

2.2. Osvrt na konkurenciju na tržištu paketa

CEP (courier, express and parcel) tržište je složeno i fragmentirano tržište koje karakteriše intenzivna konkurencija. Azijsko-pacifički region je najveće regionalno tržište paketa i čini oko 42% globalnog tržišta [3]. Region Severne Amerike i Evrope zajedno predstavljaju nešto više od 50%. Zahvaljujući razvoju e-trgovine (maloprodaja preko Interneta je glavni pokretač rasta obima dostavljenih paketa), tržište beleži veoma snažan rast, posebno u industrijalizovanim zemljama i u Istočnoj Evropi. Kina je ključno rastuće tržište i predstavlja skoro 62% ukupnog azijsko-pacifičkog regiona. Obim paketa na tržištu ove zemlje dostigao je 64 milijarde u 2019. godini [3]. SAD su i dalje najveće tržište u smislu vrednosti i opsega, iako ga je Kina premašila po obimu pošiljaka. U Evropi je Nemačka i dalje najveće tržište, a tržišta Italije i Velike Britanije su najbrže rastuća, od razvijenijih zemalja.

Prema SPS-u, globalno gledano, obim paketa u unutrašnjem saobraćaju i obim ekspres pošiljaka porasli su za 62%, odnosno 110%, respektivno, tokom poslednjih deset godina [3]. Očekuje se da će se rast tržišta nastaviti (i ubrzati) u narednim godinama jer se preko Interneta kupuje više nego ikada.

Na tržištu paketa i ekspres pošiljaka mogu se identifikovati tri vrste operatora: globalni integratori (DHL, FedEx, TNT i UPS), javni poštanski operatori i operatori u privatnom vlasništvu. Kombinovani tržišni udeli integratora čine 87% međunarodnog tržišta ekspres pošiljaka (obim) i oko 40% svetskog tržišta paketa. Zahvaljujući svojoj globalnoj mreži fokusiraju se prvenstveno na međunarodni saobraćaj gde je prihod po paketu mnogo veći. Sa aspekta prihoda, integratori imaju globalni tržišni udeo od oko 37%. Javni poštanski operatori imaju oko 24%, dok ostali prevoznici/operatori u privatnom sektoru imaju preostalih 39% [3].

Privatni prevoznici (operatori) fokusiraju se uglavnom na pakete i *Business to Business (B2B)* usluge. U ovom domenu u Evropi se tržište paketa Velike Britanije

smatra najkonkurentnijim, sa 15 ključnih konkurenata. Gledajući globalnije, najveći privatni prevoznici paketa širom sveta su japanski Yamato i Sagawa, kineski SF Express, ZTO, YTO, Yunda i Best Express. Tu je i Hermes koji je značajno prisutan u Nemačkoj i Velikoj Britaniji, a i u drugim evropskim zemljama.

3. Strategije prilagođavanja javnih poštanskih operatora

Suočeni sa strukturnim promenama na tržištu, javni poštanski operatori kao provajderi univerzalne poštanske usluge prilično progresivno preusmeravaju svoje poslovne modele ka modelima usmerenim na pakete i ekspres pošiljke (na štetu njihove obaveze u pogledu univerzalne usluge) i restrukturiraju i racionalizaciju svoje poštanske mreže.

3.1. Prelazak na CEP poslovanje

Udeo paketa i ekspres pošiljaka u prometu provajdera univerzalne poštanske usluge raste iz godine u godinu. Ovi operatori prilagođavaju svoje strategije uglavnom kroz:

- premeštanje osoblja iz pismonosne službe u CEP poslovanje i kroz ulaganje u nove tehnologije i objekte: na primer, u Belgiji je Bpost nedavno otvorio svoj novi Brussels X centar za koji se smatra da će postati drugi po veličini sortirni centar za pakete u Evropi;
- postepen rast: provajderi univerzalne poštanske usluge uspostavljaju nove jedinice mreže ciljano za CEP usluge ili fokusiraju neke od već postojećih ka CEP poslovanju. Ovi novi entiteti uglavnom posluju po jeftinijem poslovnom modelu, na isti način kao i uglavnom privatni tržišni igrači u ovom segmentu poslovanja (visoko fleksibilna radna snaga, nezavisni ugovarači poslovnih odnosa i sl.);
- pružanje inovativnih usluga u vezi sa dostavom paketa, kao što je praćenje paketa i usluge sa dodatnom vrednošću, predvidljiva dostava i preusmerenje dostave, dostava istog dana kao i raznovrsna *PUDO (pick-up and drop-off)* rešenja;
- internacionalizaciju sopstvene mreže (regionalno ili globalno): dobar primer je francuski operator La Poste čija je strategija jasno usmerena na to da postane glavni igrač u čitavom lancu prenosa paketa iz Kine i Evrope. Drugi primer je švedski operator Posten AB koji se spojio sa Post Danmark A/S i postao PostNord i od tada je razvio integrisanu nordijsku mrežu (Finska, Norveška) preko koje dostavlja pošiljke pisane komunikacije, vrši usluge distribucije i logistike.

3.2. Strategije uštede troškova: restrukturiranje i racionalizacija poštanske mreže

Ključna komparativna prednost poštanske delatnosti je kvalitetna i razvijena mreža. Poštanska mreža predstavlja skup poštanskih objekata, opreme i sredstava koji su međusobno povezani u jedinstvenu tehničko - tehnološku celinu, radi pružanja univerzalne poštanske usluge. Pošta kao pravni entitet je obavezna organizovati, održavati i razvijati poštansku mrežu koja obezbeđuje obavljanje univerzalne poštanske usluge na celom području države, na način propisan aktima Svetskog poštanskog saveza i pripadajućom nacionalnom regulativom.

U prethodnom periodu poštanska delatnost bila je fokusirana, pre svega, na pružanje tradicionalnih poštanskih usluga koje su se zasnivale na pismonosnim pošiljkama i paketima. Savremene tehnologije nametnule su potrebu da se razvoj poštanske delatnosti pored daljeg unapređenja univerzalne poštanske usluge i kontinuiranog razvoja poštanske mreže, bazira na e-uslugama.

Od početka liberalizacije, javni poštanski operatori su restrukturirali svoje tradicionalne operacije, reorganizovali su poštanske mreže i uveli nove tehnologije (bar kod, senzore, otiske prstiju, optičko prepoznavanje karaktera i video kodiranje, *RFID*, robotiku, itd.) koje su im omogućile da centralizuju i automatizuju preradne centre (centre za sortiranje i distribuciju), kao i da reorganizuju dinamiku dostave pošiljaka i same dostavne rute.

Nacionalni operatori, suočeni sa konkurencijom i sve većim pritiskom u vezi sa troškovima reorganizovali su svoje poštanske mreže ukidanjem izvesnog broja poštanskih sandučića i zatvaranjem određenog broja jedinica poštanske mreže. Većina njih je alocirala tačke pristupa mreži i deo jedinica mreže pretvorilo u franšizne pošte smeštene u drugim entitetima (kao što supermarketi, benzinske pumpe ili tržni centri). Zahvaljujući razvoju digitalizacije i automatizacije neki poštanski operatori razvijaju mreže koristeći bespilotnu tehnologiju (dronovi, autonomna vozila, roboti), samouslužne terminale (paketomatima), nude usluge putem svojih sajtova ili mobilnih aplikacija.

Brojni bivši državni monopolisti su centralizovali svoje aktivnosti i uložili velika sredstva u nove, potpuno automatizovane centre za sortiranje. Jedan broj njih je takođe pojačao centralizaciju i automatizaciju u smislu restrukturiranja distributivnih centara. Belgijski Bpost je tako, na primer, smanjio broj distributivnih centara sa 400 na 60. Isto se dogodilo na Novom Zelandu, gde se broj poštanskih centara operatera NZ Post sveo sa 6 na 3. Dok se u nekim zemljama razvrstavanje pošiljaka (tj. sortiranje pošiljaka za pojedinačne dostavne rute) i dalje vrši od strane poštanskih radnika u lokalnim distributivnim centrima, u drugima se pošiljke potpuno sortirane (do nivoa itinerera dostavljača) dostavljaju dostavnim poštama. Ovo, zauzvrat, može ozbiljno uticati na prirodu i kvalitet posla koji obavljaju poštonoše jer može dovesti do stvaranja novih niskokvalifikovanih profila zaposlenih koji bi zamenili tradicionalnog poštonošu i tretirali bi se kao agent za sortiranje i agent za dostavu.

3.3. Diverzifikacija i pružanje novih usluga

Proces modernizacije poštanskih usluga nije jednostavan i većina poštanskih operatera kreira usluge zavisno od potreba na tržištu i zahteva korisnika. Evidentan je rast *online* trgovine koji dovodi do povećanja broja prenesenih paketa poštanskim kanalima. Nove poštanske usluge ne predstavljaju samo razvoj novih proizvoda i usluga već izmene u načinu organizacije poslovanja i postojećem procesu pružanja usluga. Tehnologija nameće novi vid komunikacije između ljudi, pa samim tim i način pružanja poštanskih usluga. Inovacije koje nastaju primenom informaciono-komunikacionih tehnologija postale su deo savremenih poštanskih tržišta.

Suočeni sa opadanjem obima pismonosnih pošiljaka i borbom da se ostvari dovoljan prihod, poštanski operatori pribegavaju diverzifikaciji usluga. Najpopularniji oblici diverzifikacije uključuju finansijske usluge, logistiku ili telekomunikacione usluge (na primer, usluge e-uprave ili elektronsko poštansko sanduče). U nekim slučajevima

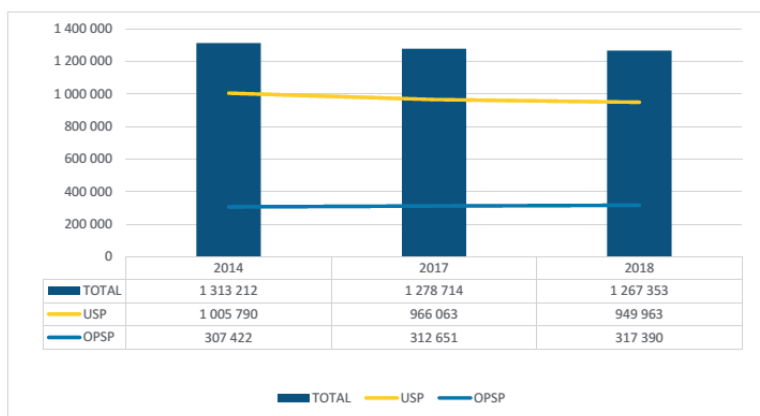
operatori pokušavaju da koriste svoje lokalne poštanske mreže za pružanje usluga stanovništvu (poput usluga od opšteg interesa). Na primer, u Francuskoj strategija operatora La Poste ima za cilj da pruža i usluge kao što su „Pazi na moje roditelje“, dostava potrepština za domaćinstva, dostava obroka ili lekova, tehničku ili administrativnu pomoć (pomoć oko obrazaca za prijavu poreza, ugradnja televizijskih modema, dekodera i sl.) [4]. Navedeni primer je samo jedan od mnoštva mogućih vidova diverzifikacije i pridruživanja dodatnih svojstava uslugama.

4. Društvene posledice liberalizacije

Pad obima pismonosnih pošiljaka, razvoj e-trgovine i povećana konkurencija i na CEP i na najunosnijim otvorenim tržištima primorali su provajdere univerzalnih usluga, uglavnom kao nacionalne (javne) operatore, da prilagode svoje strategije. Racionalizacija i restrukturiranje njihovih operativnih poslovnih modela doveli su do opšteg smanjenja zaposlenosti, kao i do razvoja alternativnih oblika zapošljavanja, pogoršanja uslova rada i nižih plata, pošto su istorijski operatori progresivno evoluirali ka poslovnom modelu sličnom onom koji zastupaju njihovi konkurenti iz privatnog sektora.

4.1. Evolucija zapošljavanja

Procena uticaja liberalizacije na zapošljavanje u poštanskom sektoru zahteva povratak u prošlost. Istorijski poštanski operatori počeli su da se restrukturiraju svoje operacije još u periodu pre liberalizacije (tokom priprema budućih kretanja na tržištu) i u vreme kada je uspon e-trgovine bio nov fenomen. Stoga, sa metodološke tačke gledanja, analiziranje uticaja otvaranja tržišta na zapošljavanje samo na osnovu podataka koji se odnose na skoriji period nema smisla. Podaci o zaposlenosti u zemljama koje su posmatrane u ovom radu jasno pokazuju da je, početkom 21. veka, nivo zaposlenosti kod provajdera univerzalne usluge opao. Isti zaključak važi i za zemlje Evropske unije (EU-27), prikazano slikom 1.



Slika 1. Zaposlenost kod provajdera univerzalne usluge i ostalih operatora Evropske unije (broj zaposlenih): 2014-2018 [5]

Zaključeno je da je ukupna zaposlenost opala za približno 3,5% u periodu 2014-2018. Razlog ovog pada je postepeni pad broja zaposlenih kod provajdera univerzalne usluge koji se smanjio za oko 5,6% tokom istog perioda. Inače, broj zaposlenih kod ostalih provajdera poštanskih usluga blago je porastao za oko 3,2%. Udeo zaposlenosti provajdera univerzalne usluge u ukupnoj zaposlenosti ostao je stabilan: 76,6% u 2014. i 75,0% u 2018. Kao i uvek u prethodnim periodima, u periodu 2014-2018 ukupan broj zaposlenih kod provajdera univerzalne usluge i dalje premašuje broj zaposlenih od strane ostalih provajdera/operatora.

4.2. Povećana opterećenja radnika

Povećana opterećenja radnika su direktan rezultat povećane količine paketa (ako posmatramo radnike na dostavi), povećanih očekivanja korisnika i smanjenja broja zaposlenih u poštanskom sektoru. Konkretno, smanjenje jednog broja osoblja povećava opterećenje za preostalo osoblje. Na primer, u Švedskoj je zaključeno da se smanjenje broj zaposlenih (u delu tradicionalnih poštanskih usluga) odvija brže od pada obima pošiljaka. Previše radikalno smanjenje broja zaposlenih predstavlja problem u vezi sa poštovanjem zvaničnog radnog vremena zaposlenih, posebno s obzirom na to da obim pošiljaka varira iz dana i dan, kao i sezonski.

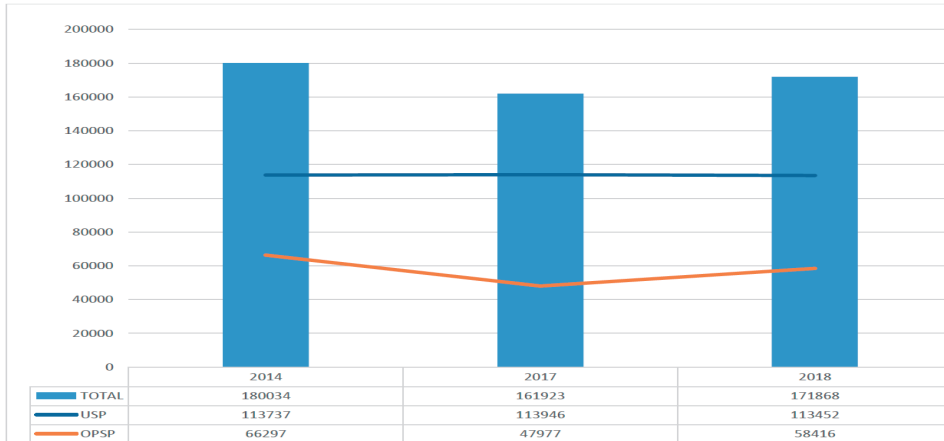
U većini slučajeva poštanski operatori su racionalizacijom i automatizacijom aktivnosti sortiranja omogućili i da se poveća dužina rute dostavljača i svakodnevnog radnog vremena. Na primer, na Novom Zelandu i u Japanu sindikati ukazuju na probleme dužeg radnog vremena dostavljača, duži obilazak ruta i manji broj ljudi obavljaju poslove dostave. U Francuskoj je La Poste reorganizovala radno vreme. Poštionoše sada počinju i završavaju sa radom kasnije (počinju u 8 časova ujutru umesto u 6), a radni dan uključuje pauzu za ručak. Tokom rada posluje se po principu „radi i završi” a koji podrazumeva da je poštionoša završio radno vreme onda kada je dostavio sve pošiljke kojima je bio zadužen. Ovakav princip nije dobro prošao od strane poštionoša u Francuskoj.

5. Pitanja kvaliteta

Liberalizacija je imala štetan uticaj na zapošljavanje i uslove rada. Istovremeno, nije pomogla u povećanju kvaliteta usluga (pokazatelji kvaliteta se delimično pogoršavaju), dok su cene u konstantnom porastu [6].

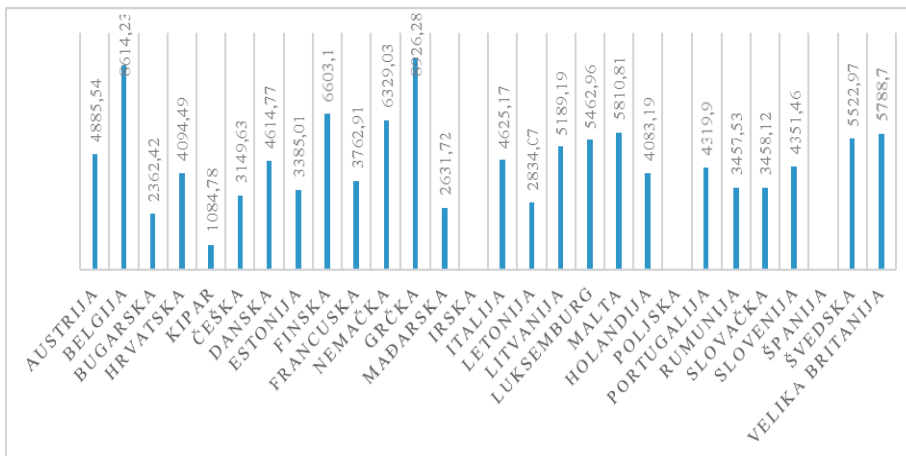
5.1. Pristupačnost

Kao što je prikazano na sledećoj slici (slika 2), a uzimajući u obzir ukupne podatke za zemlje koje su pružile podatke o provajderima univerzalne usluge i ostalim operatorima, između 2014. i 2018. godine ukupan broj jedinica poštanske mreže smanjio se za 4,5%, uz blagi pad broja pošta kod provajdera univerzalne usluge (- 0,3%) i smanjenje broja poslovnica ostalih provajdera (-11,9%). Broj stalnih jedinica poštanske mreže provajdera univerzalne usluge nije se značajno promenio u poslednje 2 godine. Za ostale provajdere u 2018. godini došlo je do povećanja broja poslovnica u odnosu na prethodnu godinu (21,8%), što je suprotno trendu smanjenja primećenom tokom 2014-2017.



Slika 2. Ukupan broj jedinica poštanske mreže kod provajdera univerzalne usluge i ostalih provajdera u periodu 2014-2018. godine u EU [5]

Ova relativna stabilnost može se objasniti postojanjem nacionalnih propisa obavezujućih za provajdere univerzalne usluge u pogledu određenog broja pristupnih tačaka koje moraju biti uspostavljene, ali i postojanjem u određenim zemljama monopola. Međutim, u većini zemalja (kao što je već ranije pomenuto), veliki broj klasičnih pošta je zamenjen drugim vidovima pristupnih tačaka koje se nalaze u supermarketima, kioscima, benzinskim pumpama, a što se što teško može smatrati pokazateljem kvaliteta usluge. Kao posledica ukupnog smanjenja broja jedinica poštanske mreže, a rasta populacije, prosečan broj stanovnika koju opslužuje jedna jedinica mreže naravno da se smanjuje. Prosečan broj stanovnika koje opslužuje jedna jedinica poštanske mreže za 2018. godinu, za zemlje EU, prikazan je slikom 3.



Slika 3. Prosečan broj stanovnika koje opslužuje jedna jedinica poštanske mreže za 2018. godinu, zemlje EU

5.2. Blagi pad brzine dostave na vreme, ali stalni porast žalbi kupaca

Statistika vezana za blagovremenu dostavu pismonosnih pošiljaka ostala je više-manje stabilna od početka liberalizacije, uprkos blagom padu u gotovo svim zemljama koje su posmatrane. U većini zemalja javni operatori ostvaruju rokove dostave u procentu iznad 90% (tabela 1). U međuvremenu se znatno povećao broj žalbi koje su primili nacionalni regulatori i operatori. Razlozi za to su veća očekivanja kupaca u vezi sa dostavom paketa, kao i izazovnijim logističkim procesima za dostavu. Na primer, u Evropi je taj broj porastao za 88% od 2013. do 2016. Ovo povećanje se uglavnom odnosi na usluge van domena univerzalne, a posebno na pošiljke e-trgovine.

Tabela 1. Procenat pismonosnih pošiljaka dostavljenih u roku D+1 od strane provajdera univerzalne usluge u unutrašnjem saobraćaju, zemlje EU i zemlje kandidati za članstvo

	2012 (%)	2013 (%)	2014 (%)	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)	2018 (%)
Belgija	93,9	95,7	94,7	91,3	90,9	91,6	91,2
Bugarska	47,9	50,7	67,2	71,4	59,7	53,1	49
Češka	-	93,1	93,9	93,8	93	93,4	92,9
Danska	93,5	93,2	94,9	92,8	93,2	95,5	95,4
Nemačka	92,3	91,2	90,9	86,6	89,8	88,7	88,3
Estonija	88,8	88,7	88,5	87,9	88,6	85,9	76
Irska	86	87	90	91	91	90	89
Grčka	91,7	90,5	87,3	89,9	86,1	71,7	74,7
Španija	-	-	-	-	-	-	53,8
Francuska	87,9	87,4	86,7	85,5	84,9	86,4	-
Hrvatska	78	85,2	87,6	86,4	85,2	85,4	85,4
Italija	90,7	90,7	90,5	-	83,9	85,8	85,9
Kipar	90	90	90	90	90	90	89,3
Letonija	90,1	90,5	90,8	93	94,5	94,4	94,4
Litvanija	85,9	90	85,4	81,1	83,1	88,6	84,6
Luksemburg	98,4	99,6	99,8	99,6	99,6	99,4	96,8
Mađarska	93	92,8	90,1	90,2	90	88,9	88,6
Malta	95,8	95,2	94	95,3	93,6	94,5	95
Holandija	93,9	95,8	-	96,4	96,4	95,4	95
Austrija	96	95,5	-	-	95,7	-	-
Poljska	68,5	66,7	65,4	60,9	59,2	57,2	57,1
Portugalija	94,9	94,9	95,3	95,2	93,8	91,4	92,3
Rumunija	-	34,3	-	23,4	33,1	30	57,1
Slovenija	97,3	96,2	97	98,6	96,6	94,7	95,7
Slovačka	96	94,7	96,4	95,6	95,5	95	94,4
Finska	90,4	90,2	91	-	82	94	99,5
Švedska	94,8	94,4	93,2	89,8	91,2	90,3	98,6
Velika Britanija	91,7	93,2	93	92,5	93,1	91,6	91,5
Island	89	88	89	88	87	84	90
Norveška	85,3	86	-	85,4	86,1	85,4	89,9
Švajcarska	97,9	97,6	97,7	97,8	98	-	-
Makedonija	60,5	-	-	-	63,2	62,3	-
Srbija	-	-	-	71,1	77,7	67,1	67,2

5.3. Cene

U većem broju zemalja cene pisma prve stope mase u unutrašnjem saobraćaju ostale su uglavnom konstantne tokom posmatranih godina (tabela 2).

Tabela 2. Cena pisma prve stope mase u unutrašnjem saobraćaju, provajder univerzalne usluge (eura)

	2014 (€)	2015 (€)	2016 (€)	2017 (€)	2018 (€)
Belgija	0,77	0,77	0,79	0,79	0,79
Bugarska	0,43	0,43	0,43	0,43	0,49
Češka	0,47	0,48	0,59	0,61	0,62
Danska	1,21	1,34	1,07	1,08	1,21
Nemačka	0,6	-	0,7	0,7	0,7
Estonija	0,55	0,55	0,65	0,65	0,65
Irska	0,6	0,7	0,7	1	1
Grčka	0,72	0,72	0,72	0,72	0,72
Španija	0,38	0,42	0,45	0,5	0,55
Francuska	0,66	0,76	0,8	0,85	0,95
Hrvatska	0,41	0,41	0,41	0,42	0,42
Italija	0,8	2,8	2,8	2,8	2,8
Kipar	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41
Letonija	0,6	0,6	0,57	0,57	0,57
Litvanija	0,45	0,45	-	0,45	0,45
Luksemburg	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7
Mađarska	0,47	0,47	0,47	0,5	0,5
Malta	0,26	0,26	0,26	0,26	0,26
Holandija	0,64	0,69	0,73	0,8	0,8
Austrija	0,68	0,68	0,68	0,68	0,8
Poljska	0,56	0,56	0,57	0,59	0,75
Portugalija	0,5	0,55	0,58	0,58	0,63
Rumunija	0,36	0,36	0,31	0,31	0,56
Slovenija	0,34	0,37	0,4	0,4	0,4
Slovačka	0,65	0,65	-	0,7	0,7
Finska	1	1,1	1,2	1,3	1,4
Švedska	0,62	0,6	0,69	0,73	0,88
Velika Britanija	0,77	0,87	0,78	0,73	0,73
Island	0,84	1,05	1,31	-	-
Norveška	-	1,17	1,18	1,39	1,46
Švajcarska	0,77	0,87	-	0,9	0,87
Makedonija	0,29	0,29	0,29	0,29	-
Srbija	0,2	0,19	0,19	0,19	0,19

U Evropi, jedina zemlja u kojoj je liberalizacija bila praćena padom cena je Švedska. Međutim, tamošnja situacija je izuzetak pošto se liberalizacija dogodila u vreme kada su obimi pošiljaka rasli (1994. godine). Posle toga, cene su počele da rastu i u Švedskoj. Generalni razlozi za ovaj rast cena su, naravno, opadajući obimi pošiljaka (pre svega pismonosnih), potreba za velikim ulaganjima i visoki troškovi restrukturiranja. U nekim zemljama su takođe povezani sa potpunom ili delimičnom privatizacijom nacionalnih poštanskih operatora. Na primer, u Velikoj Britaniji je Royal Mail od momenta privatizacije isplatio približno milijardu funti u vidu dividendi deoničarima, a taj iznos novca sindikati tvrde da je trebalo reinvestirati u poslovanje kako bi se osigurala budućnost.

Stavovi sindikata u vezi sa ovim rastom cena razlikuju se od organizacije do organizacije. U nekim slučajevima (u Švedskoj, na primer), sindikati pozivaju na rast cena, jer bi to moglo pomoći u poboljšanju uslova rada i smanjenju rizika od otpuštanja. U drugim slučajevima, poskupljenja se smatraju kao nešto što se dešava suprotno principu univerzalnog pristupa javnoj usluzi.

5.4. Učestalost i brzina dostave

Broj dana dostave nedeljno ostao je stabilan tokom godina u zemljama, a u vezi sa činjenicom da su obaveze za usluge koje spadaju pod univerzalnu, a koje propisuju regulatori, ostale takođe stabilne tokom godina. Na primer, član 3 Direktive 2008/6 /EC precizira da univerzalnu uslugu treba garantovati najmanje pet radnih dana u nedelji, osim u određenim okolnostima ili geografskim uslovima koji se smatraju izuzetnim. Takvi propisi postoje i u zemljama koje nisu članice EU. Izuzetak je, na primer, Novi Zeland, gde je smanjen broj dana dostave nedeljno sa 5 na 3.

Prosečna brzina dostave takođe je ostala stabilna u većini zemalja. Međutim, postoji sve prisutniji trend ka pogoršanju ovakvog stanja. Pre nekoliko godina švedska vlada je ukinula dostavu preko noći i zamenila zahtev D+1 obavezom da standardna pisma budu dostavljena u roku od dva radna dana, počev od 2018. godine. Ostale evropske zemlje poput Danske, Finske, Luksemburga, Norveške i Španije takođe su smanjile brzinu dostave u poslednjih nekoliko godina.

Zbog sve većih gubitaka koje nacionalni operatori prave na tržištu pismonosnih pošiljaka, kao i zbog povećane konkurencije na CEP tržištu, postoji rizik da se ova situacija promeni u bliskoj budućnosti.

6. Zaključak

U radu je predstavljen samo deo analize stanja na tržištu poštanskih usluga nakon procesa liberalizacije tržišta. Celokupna analiza je značajno obimnija i sadržajnija u smislu podataka i njihovog tumačenja, posmatrano sa raznih aspekata koji karakterišu liberalizaciju.

Počev od ranih 90-ih godina (Finska, Švedska, Novi Zeland) i beležeći nagli porast u ranim 2000-im godinama, liberalizacija poštanskih usluga je sveobuhvatni globalni trend. Uprkos regionalnim i nacionalnim razlikama u pogledu obima univerzalne usluge i relevantne regulative, liberalizacija je uvek težila istim ciljevima, odnosno uvođenju konkurencije u cilju povećanja kvaliteta usluga, snižavanja cena i podsticanja ekonomskog rasta i rasta zaposlenosti. Ponekad je ovaj proces išao paralelno sa potpunom ili delimičnom privatizacijom istorijskih poštanskih operatera sa ciljem smanjenja državnog duga i povećanja efikasnosti bivših monopolista. U međuvremenu, u većini zemalja, a posebno u Evropi, regulatori rade na neophodnosti garantovanja univerzalne poštanske usluge koja obuhvata kvalitetne usluge pružene po pristupačnim cenama u korist svih korisnika, bez obzira na njihov geografski položaj. Podaci pokazuju da su neki od ciljeva liberalizacije ispunjeni uspešno, a neki manje uspešno, u korelaciji sa mnogim faktorima. U određenom broju zemalja proces i dalje traje.

Zahvalnica

Rad je podržan od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

Literatura

- [1] M. Blagojević, D. Marković, M. Kujačić and M. Dobrodolac, “Applying activity based costing model on cost accounting of provider of universal postal services in developing countries”, *African Journal of Business Management*, Volume 4 (8), pp. 1605-1613, 2010.
- [2] D. Marković, M. Blagojević, Đ. Popović, “Activity based cost management kao tehnika za obračun troškova u procesu reforme poštanskog sektora”, *Zbornik radova 28. Simpozijuma o novim tehnologijama u poštanskom i telekomunikacionom saobraćaju – PosTel 2010*, str. 09 – 118, Beograd, 2010.
- [3] Apex Insight, Global Parcel Delivery Market Insight Report, 2020.
- [4] The economic and social consequences of postal services liberalization, Syndex/Uni Global study, Brussels, November 2018.
- [5] ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2019.
- [6] L. Švadlenka, M. Dobrodolac, and M. Blagojević, “Application of tracking technologies in the postal system”, *The Proceedings of International Conference on Traffic and Transport Engineering – ICTTE Belgrade 2016*, pp. 980-990, Belgrade, Serbia, 2016.

Abstract: *The liberalization of the postal services market, which began in the 1990s, was aimed at enhancing the quality of services, bringing down prices and prices for services and stimulating economic growth. Thirty years on, the results of the overall process appear to be lower than expected. The paper presents the situation on the postal market in the context of liberalization, focusing on three main aspects: the impact of market opening on competition and public postal operators, on employment and working conditions, and on the quality of services. These aspects lead to the conclusion that, despite more or less stable statistics regarding delivery on time, the quality of services has declined. Furthermore, liberalization has supported the growth of e-commerce and fostered the business model of leading CEP (courier, express and parcel) integrators and other operators. It has also forced former monopolists to modernize their infrastructure and reorient business models toward a growing package market. At the same time, however, liberalization has weakened the way public service obligations are met and financed, in turn encouraging the development of competition.*

Keywords: *liberalization, postal market, postal operator*

STATE OF THE POSTAL SERVICES MARKET FROM THE ASPECT OF THE CONSEQUENCES OF LIBERALIZATION

Mladenka Blagojević, Dejan Marković