

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

TRENDI RAZVOJA POŠTNIH STORITEV

Ljubljana, september 2003

LIDIJA DOLER

KAZALO

1 UVOD.....	1
2 ZGODOVINA POŠTE IN POŠTNE DEJAVNOSTI	2
3 POMEN POŠTNEGA SEKTORJA	3
4 STANJE NA TRGU POŠTNIH STORITEV V EVROPSKI UNIJI	5
4.1 Vzroki za sprejetje Poštne direktive	5
5 ANALIZA POŠTNE DIREKTIVE	6
5.1 Področja uporabe zahtev Poštne direktive in stopnja njene uresničitve.....	8
5.2 Univerzalna storitev.....	8
5.3 Harmonizacija storitev.....	9
5.4 Transparentnost računovodskih izkazov in tarifna načela.....	11
5.5 Kakovost storitev	13
5.6 Harmonizacija tehničnih standardov	15
6 PRILAGAJANJE POŠTNEGA SEKTORJA V SLOVENIJI ZAHTEVAM EVROPSKE UNIJE	17
7 PROCES NADALJNJEGA ODPIRANJA POŠTNEGA TRGA.....	19
7.1 Sprejetje nove Poštne direktive	21
8 NAPOVEDI RASTI POŠTNEGA SEKTORJA	21
9 TRENDI RAZVOJA	23
9.1 Globalizacija.....	23
9.2 Internet.....	25
9.3 Liberalizacija	28
9.3.1 Nova Zelandija	29
9.3.2 Švedska.....	31
10 MULTINACIONALNA POŠTNA PODJETJA	32
10.1 Deutsche Post World Net	33
10.2 TNT Post Group (TPG)	37
10.3 Consignia	38
10.4 La Poste	39
10.5 Pošta Slovenije kot multinacionalno poštno podjetje?	40
11 SKLEP.....	42
12 LITERATURA	43
13 VIRI.....	44

14 SLOVARČEK SLOVENSКИH PREVODOV TUJIH IZRAZOV.....	46
---	----

1 UVOD

Poštni sektor je stičišče treh zelo pomembnih trgov, telekomunikacij, oglaševanja in logistike/transporta. Kakovostne poštne storitve pripomorejo h gospodarski rasti in višji kakovosti življenja prebivalcev. Čeprav se vsi zelo pogosto srečujemo s poštami in njenimi storitvami, se le redkokdaj vprašamo o njeni pomembnosti in kompleksnosti. Poštne storitve pospešujejo in omogočajo posle, trgovino in komunikacije doma in v tujini. Do neke mere so prav vsi družbeni subjekti odvisni od poštne storitve, ki so pomembni nosilci medsebojne povezanosti ter glavni vzvod za gospodarski, družbeni in nenazadnje tudi narodnostni razvoj.

Diplomsko delo začnem s predstavitvijo razvoja poštne storitve in njihovega pomena za gospodarstvo. Kljub vedno večji uporabi elektronskih medijev so poštne storitve bistvenega pomena za potrebe učinkovitega gospodarstva in fizičnih oseb po komunikacijah, distribuciji in oglaševanju.

Nadaljujem z opisom stanja na poštnem trgu Evropske unije in z analizo Direktive o poštne storitvah, ki predstavlja regulativni okvir razvoja notranjega trga poštne storitve in skupna pravila postopnega uvajanja liberalizacije poštne storitve. Kako Slovenija kot bodoča članica Evropske unije uresničuje in izpolnjuje zahteve Poštne direktive, je predstavljeno v šestem poglavju.

Trendi, ki vplivajo na razvoj trga poštne storitve in ga usmerjajo, so v diplomskem delu razdeljeni na globalizacijo, liberalizacijo in nove tehnologije, zlasti internetno poslovanje. Globalizacija je sprožila val združevanj in prevzemov podjetij ter preoblikovala pošte v logistične koncernne, liberalizacija se zrcali v postopni odpravi poštne monopolne in močnejši konkurenci, kar prinaša višjo kakovost storitve in nižje cene. Nove tehnologije, z internetom v ospredju, pa so dvorezni meč s priložnostmi na eni in nevarnostmi na drugi strani, vendar pa je predvsem od sposobnosti pošt odvisno, ali jim bodo nove tehnologije predstavljale izziv ali grožnjo.

Uspešnim evropskim poštami, ki so uspeli postati multinacionalna podjetja, namenjam zadnje poglavje. Predstavljene so štiri vodilne: nemška, nizozemska, francoska in britanska pošta. V ospredju je Deutsche Post World Net kot primer najuspešnejše in prodornejše pošte na svetu. Opisane so strategije, prevzemi in združevanja pošt ter načrti za prihodnost. Zaključek desetega poglavja je namenjen Pošti Slovenije. Ali ima možnosti, da se na mednarodnem poštnem trgu uveljavi kot uspešno multinacionalno podjetje, in kakšni so možni načrti za prihodnost.

2 ZGODOVINA POŠTE IN POŠTNE DEJAVNOSTI

Prenos sporočil je del človeške družbe od samega začetka. Prvi znani poštni dokument so našli v Egiptu leta 225 pred našim štetjem. Toda tudi pred tem je bil poštni promet prisoten na vseh kontinentih v obliki kurirjev, ki so prenašali sporočila za kralje in cesarje. Sčasoma so svoj sistem prenašanja sporočil vzpostavili tudi verski redovi in univerze za izmenjavo sporočil ter novosti. Ob kurirskih poteh so bila organizirana postajališča za zamenjavo konj ter počitek, da so pospešili dostave na daljših razdaljah. Velikokrat so posamezniki uporabljali kurirje za medsebojno izmenjavo sporočil.

V sedemnajstem in osemnajstem stoletju je potekala izmenjava pošte med državami na podlagi bilateralnih sporazumov. Do devetnajstega stoletja je postala mreža bilateralnih sporazumov tako zapletena, da je ovirala hiter razvoj trgovine. Mednarodni poštni promet je bilo treba poenostaviti ter uvesti pravila.

Spremembe so se začele z uvedbo poštne reforme. Največjo reformo je uvedel Sir Rowland Hill leta 1840 v Angliji, z njo je predstavil sistem plačevanja poštne. Vsa pisma določene mase v notranjem poštnem prometu so imela ne glede na razdaljo enako poštino.

Slovenec Lovrenc Košir je prvi v svetu predlagal enostavnejše plačevanje poštних storitev, vendar njegovega predloga niso sprejeli. Lahko bi dejali, da je prav on neuradni izumitelj poštne znamke, uradno pa ima zasluge za uvedbo prve poštne znamke na svetu sir Rowland Hill. Prva znamka se je imenovala *Penny Black stamp*, na njej je bil upodobljen portret angleške kraljice Viktorije. Ljudje so se hitro navadili na nov sistem pošiljanja pisem in v času od maja 1840 do januarja naslednjega leta so izdali več kot 72 milijonov znamk. Po vzorcu Anglije, kjer je sistem plačevanja poštne s pomočjo znamk deloval zelo dobro, so metodo začele hitro uvajati tudi druge države (Pošta nekoč, 2003).

Leta 1863 je bila v Parizu konferenca, ki so se je udeležili predstavniki 15 evropskih in ameriških držav. Organiziral jo je ameriški poštni minister Montgomery Blair. Sprejeli so številna splošna načela za medsebojne sporazume, vendar so bile odločitve preveč omejene za sprejetje mednarodnih poštних sporazumov. S to nalogo se je spopadel Heinrich von Stephan, nemški poštni uradnik. Pripravil je načrt za ustanovitev mednarodne poštne zveze in na njegovo pobudo so se 15. septembra 1874 v Bernu zbrali predstavniki dvaindvajsetih držav. Tri tedne kasneje, 8. oktobra, je bila podpisana bernska pogodba o ustanovitvi Skupne poštne zveze. Ta dan še danes praznujemo kot svetovni dan pošte. Članstvo je v treh letih tako naraslo, da se je 1878 Skupna poštna zveza preimenovala v Svetovno poštno zvezo.¹

¹ Universal Postal Union (2002). Constitution and General Regulations.

Uspešnost Bernske pogodbe se je pokazala v poenotenju poštnih storitev in predpisov. Vzpostavljen je bil enoten poštni trg za vzajemno izmenjavo pisem. Meje in ovire, ki so preprečevale prost pretok in rast mednarodnega poštega prometa, so bile odpravljene (Universal Postal Union. History, 2003).

Začetki organiziranega prenosa sporočil na ozemlju Slovenije segajo že v čas antike. Takrat so prenašali sporočila s konji. Postiljon, kot so takrat imenovali pismonoše, je prijezdil v vas, zatrobil v rog in ljudje so se zbrali na trgu. Na enak način so oznanjali pomembna sporočila vladarjev. Ker v tistem času ni bilo znamk, so prejemniki pisem plačali postiljonu določen znesek glede na težo pisma ter razdaljo. Kasneje so pošto prenašali s poštnimi kočijami. Pomemben vpliv na razvoj poštnega prometa je imel železniški promet. Sprva je poštna uprava nasprotovala uporabi železnice, ker pa je vlak dosti hitrejši od konja in ker je bilo pošte vedno več, so jo začeli voziti z vlaki. Tako so se znižali prevozni stroški, temu je sledilo znižanje poštnih tarif in pošta je postala dosegljiva večini prebivalstva. Poštna dejavnost se je razvila že zelo zgodaj, vendar smo prvo stalno poštno postajo dobili šele leta 1492 v Ljubljani, ki je bila upravno in gospodarsko središče. Stoletje kasneje je bila ustanovljena stalna poštna povezava med Ljubljano in Gradcem, kasneje še do Benetk, kjer je potekal prenos sporočil vsake štiri dni s pomočjo jezdecev in nato poštnih kočij. Leta 1837 je bil v Avstriji izdan prvi zakon o poštnih storitvah, ki je v Sloveniji veljal vse do leta 1931 (Pošta nekoč, 2003).

3 POMEN POŠTNEGA SEKTORJA

Poštni sektor je vitalnega pomena za gospodarstvo. Izvajanje poštnih storitev² ima velik vpliv na prebivalstvo, saj se z rastjo kakovosti javnih storitev, med katere štejemo tudi poštne storitve, zvišuje kakovost življenja prebivalstva.

Z več kot petimi milijoni zaposlenih uslužbencev je med največjimi delodajalci na svetu, vendar pa v oceno niso vključeni zaposleni v dejavnostih, ki so povezane s poštnim sektorjem ali odvisne od njega. V tem primeru bi se število zaposlenih povečalo približno trikrat. V Evropski uniji zaposlujejo poštne storitve 1,7 milijona ljudi, od tega kar 1,3 milijona samo javni poštni operaterji. Preostali del odpade na kurirska podjetja. Ti so neposredno zaposleni v poštnem sektorju, najmanj en milijon ljudi pa je posredno zaposlenih v poštnem sektorju, kar pomeni v dejavnostih, odvisnih od poštnih storitev. Letno se znotraj EU pošlje 135 milijard pisemskih pošiljk. Poštni sektor s tem ustvari 80 milijard evrov, okrog 1,4 odstotka BDP (General matters, 2003).

² Storitve, ki vključujejo sprejem, usmerjanja, prevoz in dostavo poštnih pošiljk.

Poštno omrežje je zelo kompleksno in z več kot 660.000 stalnimi poštnimi izpostavami tudi najbolj razširjeno na svetu. Poštne storitve so strateško pomemben del širšega trga komunikacij in distribucije ter predstavljajo ključno infrastrukturno dejavnost povezanosti med državami. Od poštnih storitev so odvisni pomembni sektorji gospodarstva, kot so e-trgovina, oglaševanje, zavarovanje, bančništvo in založništvo. Hkrati je poštni sektor stičišče treh vitalnih trgov: telekomunikacije, oglaševanje in logistika, za katere je značilna hitra rast, visoka stopnja tehnološkega razvoja ter modernizacije. Poštni sektor, ki je ključnega pomena pri komunikacijski infrastrukturi, se mora razvijati skladno s temi trgi, zagotavljati široko ponudbo visoko kakovostnih storitev in tako postati privlačen sektor za investicije in inovacije. To bo nadalje spodbudilo tehnološki razvoj, modernizacijo ter rast poštne sektorja. V primeru neučinkovitih poštnih storitev se pokažejo mnoge negativne posledice. Optimalni pretok blaga in storitev je onemogočen in to slabo vpliva na gospodarsko rast in delovna mesta. Prvovrstne poštne storitve so predpogoj za učinkovito izkoriščanje novih tehnologij, predvsem elektronskega trgovanja in *just-in-time* dostave, ki zahteva hitro, učinkovito in zanesljivo dostavo (Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of the Postal Directive (97/67/EC Directive), 2002).

Dnevno ljudje po celem svetu pošljejo okrog 1,2 milijardi pisemskih pošiljk znotraj nacionalnih meja. V osemindvajsetih najrazvitejših državah pošljejo kar 80,8 odstotkov vseh pisemskih pošiljk. Ameriški notranji poštni trg velja za svetovno največji trg po številu poslanih pisemskih pošiljk. Znotraj ameriških meja je letno poslanih 200 milijard pisemskih pošiljk. Sledita Francija in Japonska s 26 milijardami. Država z najmanjšim številom poslanih pisemskih pošiljk na notranjem poštnem trgu je Nauru, kjer število ne presega 350 na leto.

V okviru mednarodnega poštne prometa je dnevno poslanih več kot 20 milijonov pisemskih pošiljk. Skoraj četrtnina mednarodnega poštne prometa odpade na razvite države, sledi Azija s pacifiškimi državami z 11 odstotki. 1,2 milijona pisemskih pošiljk pošljejo iz arabskih držav. Srednja in Vzhodna Evropa imata 5-odstotni delež v mednarodnem poštnem prometu, Afrika 4-odstotni in Južna Amerika 2-odstotni delež. Ljudje po svetu letno pošljejo v povprečju 73 pisemskih pošiljk na osebo. V razvitih državah se število povzpne na 400 (v Ameriki in Švici, kjer je število poslanih pisemskih pošiljk na osebo najvišje, pa znaša 700), v državah v razvoju pa okrog 7 (Universal Postal Union – Frequently asked questions, 2003).

4 STANJE NA TRGU POŠTNIH STORITEV V EVROPSKI UNIJI

4.1 Vzroki za sprejetje Poštne direktive

Poštni sektor EU je v obdobju pred letom 1992 precej zaostajal za ostalimi sektorji (telekomunikacije, distribucija in transport). Na nacionalnih poštah so prevladovali pretežno javni poštni operaterji z monopolnim položajem, ki svojim uporabnikom niso zagotavljali enakih stopenj kakovosti osnovnih poštah storitev, temveč je ta zelo nihala med različnimi regijami in državami članicami. Večina zaposlenih v poštah sektorju je delala za javne poštne operaterje, od katerih so mnogi poslovali z izgubo (80 odstotkov jih je imelo letno izgubo, ki je znašala v povprečju 12 odstotkov njihovih prihodkov). Stopnja avtomatizacije procesov med javnimi poštah operaterji se je močno razlikovala in temu primerni sta bili stroškovna neučinkovitost in obseg zmogljivosti. Čezmejni poštni promet ni izpolnjeval pričakovanj uporabnikov z vidika kakovosti storitev, točnosti in zanesljivosti. Neučinkovitost v poštah sektorju se je prenašala tudi na druga gospodarska področja, ki so odvisna od poštah storitev, in zavirala potencialno gospodarsko rast. Poštne storitve v državah članicah so se močno razlikovale v stopnji kakovosti, dostopnosti in učinkovitosti ter v samem obsegu univerzalnih storitev. Številne regije so bile zaradi nezadovoljive kakovosti poštah storitev pri dostavi blaga in pisemskih pošiljk zapostavljene in v slabšem položaju pri razvoju gospodarstva.

Trg poštah storitev ni deloval učinkovito, zato je bilo treba uvesti skupne obvezujoče predpise, ki bodo pripomogli k razvoju poštah sektorja in postopno odpravili ovire za vstop konkurence. Zaradi velikih razlik v kakovosti, učinkovitosti in zanesljivosti poštah storitev med državami članicami je bil pretok blaga in storitev znotraj EU neučinkovit (Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of the Postal Directive (97/67/EC Directive), 2002).

Ustanovitev notranjega trga poštah storitev EU je bila bistvenega pomena za ekonomsko in socialno kohezijo, kjer so poštne storitve pomembno sredstvo komunikacije in trgovanja. Cilj poštah politike EU je bil ustanovitev notranjega trga poštah storitev s pomočjo vzpostavitve regulativnega okvira, ki bo zagotavljal enako dostopnost učinkovitih, zanesljivih in kakovostnih poštah storitev na celotnem območju EU po dostopnih cenah (Green paper on the development of the single market for postal services, 1992).

Dolgotrajen proces ustanovitve notranjega poštah trga se je začel 11. junija 1992 z objavo Zelene knjige o razvoju enotnega trga poštah storitev,³ ki jo je pripravila Evropska

³ Green Paper on the development of the single market for postal services (Commission of the European Communities), 11. 6. 1992.

komisija na prošnjo Sveta ministrov. Sledili so še drugi pomembni dokumenti, junija 1993 tri resolucije Evropskega parlamenta o poštnem sektorju in nato leto kasneje še Resolucija o razvoju poštne storitve Evropske Unije.⁴ Temeljni cilji so bili določeni in Svet Evropske unije je pozval Evropsko komisijo, da predlaga ukrepe za razvoj enotnega poštne trga in določi obseg univerzalnih in ne/rezerviranih storitev (Framework Postal Directive, 2003).

5 ANALIZA POŠTNE DIREKTIVE

Evropski parlament in Svet Evropske unije sta 15. decembra 1997 sprejela Direktivo 97/67/EC oziroma Direktivo o poštne storitvah⁵ (v nadaljevanju Poštna direktiva), katere določila so obvezna za vse članice EU.

Glavni namen in cilji Poštne direktive:

- izboljšanje kakovosti evropskih poštne storitev,
- implementacija notranjega enotnega trga poštne storitev.

Ključni temelji:

- uvedba postopne in nadzorovane sprostitve trga poštne storitev,
- zagotovitev dostopnosti minimalnih univerzalnih poštne storitev⁶ po vsej EU.

Za doseganje omenjenih ciljev in ključnih temeljev je poštna direktiva od članic zahtevala, da v svoj nacionalni regulativni okvir uvedejo določene pogoje oz. zahteve:

Glavne zahteve Poštne direktive:

- Vse članice morajo zagotoviti univerzalne poštne storitve vsem uporabnikom: to pomeni vsaj eno dostavo in eno prevzemanje dnevno najmanj pet dni na teden.
- Maksimalni del trga, ki je še naprej lahko rezerviran za javne poštne operaterje v vsaki državi članici, obsega pošiljke do 350 gramov teže ali pošiljke od petkratne tarife osnovne korespondence.

⁴ Resolution on the development of Community postal services, 7. 2. 1994.

⁵ 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.

⁶ Določene poštne storitve predpisane kakovosti, do katerih imajo po dostopni ceni dostop vsi uporabniki poštne storitev ne glede na njihovo geografsko lokacijo. Univerzalne poštne storitve so: prenos poštne pošiljke do mase 2 kilogramov; prenos poštne paketov do mase 20 kilogramov; storitev priporočene in vrednostne pošiljke; poštne pošiljke za slepe in slabovidne.

- Članice lahko uvedejo postopke za izdajo dovoljenj oz. splošnih licenc⁷ ponudnikom poštних storitev, vključno z individualnimi licencami⁸ in kompenzacijskimi skladi na področju univerzalnih storitev.
- Članice naj bi zagotovile, da je poštno omrežje vsem uporabnikom lahko dostopno z zadostnim številom točk dostopa in zadovoljivo z vidika pogostosti dostav in sprejemov. Poštno omrežje ne sme biti diskriminatorno in nepregledno.
- Pošte naj bi dosledno uporabljale pregledno in ločeno računovodsko vodenje stroškov med rezerviranimi⁹ in nerezerviranimi univerzalnimi storitvami ter ostalimi neuniverzalnimi storitvami.
- Poštna direktiva postavlja standarde kakovosti za storitve čezmejnih pošilk znotraj EU, ki jih morajo vse članice sprejeti in zagotavljati. Standard narekuje, da morajo biti vse sprejete poštne pošiljke v kategoriji najhitrejših standardnih pošilk dostavljene v časovnem roku, ki se meri v skladu s formulo D+n, kjer D predstavlja datum oddaje poštne pošiljke in n število dni, ki minejo med tem datumom in datumom dostave naslovniku. Kakovostni standard, ki ga postavlja poštna direktiva je, da mora 85 odstotkov vseh prevzetih pošilk doseči svojega naslovnika v časovnem roku D+3 in 95 odstotkov vseh pošilk v časovnem roku D+5.
- Vsaka članica mora zagotoviti sistem za zaščito uporabnikov poštних storitev, postopki pa naj bodo preprosti, pregledni in poceni. Glavna naloga je sprejemanje pritožb uporabnikov v zvezi z izgubo, zamudo, krajo in poškodbo pisemskih pošilk ter njihovo reševanje.
- Poštna direktiva s pomočjo višje stopnje tehnične standardizacije vzpodbuja k večji povezanosti in sodelovanju nacionalnih poštних omrežij.
- Vsaka članica mora ustanoviti nacionalni upravni organ, ki je zakonsko ločen in operativno neodvisen od javnih poštних operaterjev.

⁷ Dovoljenje za izvajanje določene storitve, ki od podjetja-izvajalca ne zahteva, da si pridobi še eksplicitno odločitev nacionalnega regulativnega organa preden začne izkoriščati pravice, ki izhajajo iz omenjenega dovoljenja.

⁸ Licenca, ki jo podeljuje nacionalni regulativni organ in prejemnika obvezuje, da poleg splošnih storitev, ki jih predpisuje splošna licenca, izvaja še posebne obveznosti ali pa mu daje posebne pravice.

⁹ Rezervirane poštne storitve so prenos poštних pošilk korespondence v notranjem prometu do mase 100 gramov, če je cena trikrat nižja od trikratnika cene prenosa poštne pošiljke korespondence standardne kategorije prve težnostne stopnje. Za izvajanje rezerviranih poštних storitev mora fizična ali pravna oseba pridobiti dovoljenje agencije.

5.1 Področja uporabe zahtev Poštne direktive in stopnja njene uresničitve

Predpisi Poštne direktive se nanašajo na področje univerzalnih storitev, na ne/rezervirano področje poštnih storitev, na tarifna načela in preglednost obračunskih izkazov, na kakovost poštnih storitev, na harmonizacijo tehničnih standardov ter na področje nadzora.

5.2 Univerzalna storitev

Univerzalna storitev zajema minimalen obseg storitev določene kakovosti po dostopni ceni za vse uporabnike ne glede na njihov geografski položaj na področju EU.

Univerzalna storitev mora vključevati naslednje minimalne ugodnosti:

- sprejem, prevoz, usmerjanje in dostava poštnih pošiljk do mase dveh kilogramov,
- sprejem, prevoz, usmerjanje in dostava poštnih paketov do mase deset kilogramov,
- storitve za priporočene¹⁰ in vrednostne pošiljke.¹¹

Nacionalni organi lahko omejitev glede mase paketov povečajo, vendar ta ne sme presegati dvajset kilogramov.

Te storitve bi morale biti zagotovljene vsak delovni dan in ne manj kot pet dni na teden, razen v okoliščinah in geografskih pogojih, za katere nacionalni upravni organ določi poseben minimum, in sicer en sprejem in eno dostavo na dom ali v prostore vsake fizične ali pravne osebe oziroma na ustrezno delovno mesto. Zagotovljena mora biti neprekinjenost delovanja poštnih storitev. Univerzalne storitve morajo biti prisotne tako v notranjem poštnem prometu kot v čezmejnem.

Minimalne in maksimalne dimenzije poštnih paketov so določene v skladu s Konvencijo in Pravilnikom o poštnih paketih, ki ju je sprejela Svetovna poštna zveza.

Cilj univerzalne storitve je vsem uporabnikom ponuditi lahek dostop do poštnega omrežja z zagotavljanjem dovolj velikega števila točk dostopa in zadovoljivih pogojev v zvezi s pogostostjo sprejema in dostave pošiljk. Trenutna stopnja uresničitve zahtev Poštne direktive na področju univerzalne storitve je prikazana v spodnji tabeli. Vključene so vse države članice (Directive 97/67/EC, 1997).

¹⁰ Storitve, ki po enoti tarifi nudi garancijo proti izgubi, izropanju, kraji ali poškodbi in omogoča, da uporabnik poštnih storitev na svojo zahtevo pridobi dokaz o vročitvi te pošiljke.

¹¹ Storitve, ki zavaruje poštno pošiljko v primeru izgube, izropanja, kraje ali poškodbe do vrednosti, ki jo navede sam pošiljatelj.

Tabela 1: Univerzalne storitve v državah članicah

Države članice	Število dostav na teden	Teža paketov v kg		Enotna tarifa
		notranji poštni promet	čezmejni poštni promet	
Belgija	5	10	20	DA
Danska	6	20	20	DA
Nemčija	6	20	20	DA
Grčija	5	20	20	DA
Španija	5	10	20	DA
Francija	6	20	20	DA
Irska	5	20	20	DA
Italija	5	20	20	DA
Luksemburg	5	10	20	DA
Nizozemska	6	10	20	DA
Avstrija	5	20	20	DA
Portugalska	5	20	20	DA
Finska	5	10	20	NE
Švedska	5	20	20	DA
Velika Britanija	6	20	20	DA

Vir: Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of the Postal Directive (97/67/EC Directive), 2002, str. 16.

Rezultati raziskave Evropske komisije so pokazali, da je v vseh državah članicah zagotovljen minimalen zahtevan obseg univerzalnih storitev. V petih državah so celo presegli zahtevo glede pogostosti dostave s petih dni v tednu na šest dni. Pri masi paketov je večina držav izbrala maso dvajset kilogramov za notranji in čezmejni poštni promet, kar je sicer več, kot predpisuje Poštna direktiva, vendar s privolitvijo nacionalnih organov v mejah dopustnega. Javni poštni operaterji določajo enotne tarife za univerzalne storitve na osnovi geografskega povprečja. Primerjava enotnih tarif med članicami zaenkrat še ni smiselna zaradi prevelikih razlik v kakovosti storitev in pogojih dostave. Le ena država ne izpolnjuje te zahteve.

5.3 Harmonizacija storitev

Dovoljen je tolikšen obseg storitev, ki ga lahko vsaka država članica rezervira za izvajalca univerzalne storitve, da je zagotovljeno vzdrževanje univerzalne storitve. Rezervirane storitve so lahko sprejem, usmerjanje, prenos, dostava pošiljk korespondence v notranjem prometu s pospešeno dostavo ali brez nje po ceni, ki je nižja od petkratne javne tarife za pošiljko korespondence v prvem razredu najhitrejše standardne kategorije in največjo maso pod pogojem, da tehtajo manj kot 350 gramov. Izjeme glede teže in cene so dovoljene pri brezplačnih poštnih storitvah za slepe in slabovidne osebe.

Tudi v čezmejnem poštnem prometu in v direktni pošti (reklamni, marketniški in oglaševalski material) je lahko rezervirano področje le v tolikšnem obsegu, da se zagotovi

vzdrževanje univerzalne storitve. Prenos dokumentov ni del rezerviranega področja.

Določila glede harmonizacije storitev ne posegajo v pravice držav članic pri postavitvi poštne nabiralnikov ob glavnih javnih cestah, pri izdajanju poštne znamke in storitvah priporočenih pošilk, ki se uporabljajo v sodnih in administrativnih postopkih v skladu z nacionalno zakonodajo.

Nerezervirane storitve izven področja univerzalnih storitev naj bi bile usklajene z bistvenimi zahtevami in države članice lahko uvedejo postopek za izdajo dovoljenj oziroma splošnih licenc ponudnikom, ki bodo potrebno usklajenost zagotavljali. Za nerezervirane storitve znotraj področja univerzalnih storitev lahko države članice uvedejo postopek za izdajo dovoljenj, vključno z individualnimi licencami, tako da je zagotovljena usklajenost z bistvenimi zahtevami ter varovanje univerzalnih storitev. Postopki podeljevanja dovoljenj morajo biti v obeh primerih pregledni, nediskriminatorni in sorazmerni osnova so objektivni kriteriji.

V državah članicah, kjer zagotavljanje varovanja univerzalnih storitev za izvajalca teh storitev predstavlja preveliko finančno breme, lahko država ustanovi kompenzacijski sklad. Ta sklad lahko upravlja organ, ki je neodvisen od upravičencev. V tem primeru država od izvajalca univerzalnih storitev zahteva, da v ta sklad prispeva določen obseg finančnih sredstev. Pri ustanavljanju kompenzacijskega sklada in pri določanju stopnje finančnega prispevka se upoštevajo načela preglednosti, nediskriminatornosti in sorazmernosti.

Poštna direktiva je kot poglobitni cilj na področju harmonizacije storitev postavila zahtevo glede največjega obsega rezerviranih storitev, ki obsega pisma z največjo dovoljeno maso 350 gramov ter ceno, ki je nižja od petkratnika cene standardiziranega pisma. Vse države članice izpolnjujejo to zahtevo ali jo celo presegajo. Iz Tabele 3 je razvidno, da kar sedem držav presega zahtevo, Švedska in Finska pa sta že izvedli popolno liberalizacijo poštnega trga. Nizozemska presega zahtevo na področju rezerviranih storitev, ker je dovoljeno maso 350 gramov znižala na 100 gramov; pri direktni pošti in čezmejnih pošilkah pa je poštni monopol povsem odpravila. Tudi Nemčija je zožila obseg rezerviranih storitev na 200 gramov, Danska pa na 250 gramov. Liberalizacijo pri čezmejnih pošilkah sta izvedli Velika Britanija in Danska.

Tabela 2: Rezervirana področja poštних storitev v državah članicah

Države članice	Pisma v notranjem prometu		Direktna pošta	Čezmejna pošta
	Teža	Večkratnik tarife		
Belgija	350 g	5	350 g	350 g
Danska	250 g	5	250 g	liberalizirano
Nemčija	200 g	5	50 g	200 g
Grčija	350 g	5	350 g	350 g
Španija	350 g **	5	liberalizirano	350 g
Francija	350 g	5	350 g	350 g
Irska	350 g	5	350 g	350 g
Italija	350 g	5	350 g	350 g
Luksemburg	350 g	5	350 g	350 g
Nizozemska	100 g	5	liberalizirano	liberalizirano
Avstrija	350 g	5	350 g	350 g
Portugalska	350 g	5	350 g	350 g
Finska	liberalizirano	liberalizirano	liberalizirano	liberalizirano
Švedska	liberalizirano	liberalizirano	liberalizirano	liberalizirano
Velika Britanija	350 g	£1,00	350 g	liberalizirano

** v Španiji lokalna pošta ni vključena v rezervirano področje

Vir: Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of the Postal Directive (97/67/EC Directive), 2002, str. 17.

Poštna direktiva dovoljuje državam članicam ustanavljanje avtorizacijskih postopkov vključno z individualnimi licencami za opravljanje poštних storitev in ustanovitev kompenzacijskih skladov za varovanje univerzalnih storitev. Sistem avtorizacije je bil vzpostavljen v osmih državah na področju izven rezerviranih storitev, navezuje pa se predvsem na področja izven rezerviranih storitev in zato uradno dovoljenje ni potrebno. V sedmih državah pa avtorizacijskega sistema izven rezerviranega področja storitev nimajo, ker je dostop na trg poštних storitev prost. Ustanovitev kompenzacijskega sklada je v svoj notranji pravni okvir vključilo sedem držav, od tega so ga dejansko ustanovili le v Španiji. Iz tega lahko sklepamo, da izvajalci univerzalnih storitev ne potrebujejo dodatne finančne pomoči s strani države.

5.4 Transparentnost računovodskih izkazov in tarifna načela

Države članice morajo z ukrepi zagotoviti, da bodo tarife za vsako storitev, ki je sestavni del univerzalne storitve, v skladu z naslednjimi načeli:

- cene morajo biti dostopne vsem uporabnikom poštних storitev;
- cene so določene v sorazmerju glede na stroške; države članice lahko določijo enotno tarifo za celotno območje države;

- vzpostavitev enotne tarife ne izključuje pravice javnega poštnega operaterja, da s strankami sklene pogodbo o drugačni tarifi od splošno veljavnih;
- tarife morajo biti transparentne in brez razlikovanj.

Da bi države zagotovile čezmejno izvajanje univerzalne storitve, so v svojih sporazumih o stroških za čezmejne pošiljke znotraj EU upoštevana naslednja načela:

- terminalni stroški¹² so določeni v skladu s stroški predelave in dostave čezmejnne pošte;
- pri višini plačila naj se upošteva dosežena kakovost storitve;
- terminalni stroški naj bodo transparentni in nediskriminatorni.

Uveljavitev teh načel lahko vključuje predhodne sporazume med operaterji držav, od koder so pošiljke poslane, ter operaterji držav, kamor so pošiljke namenjene; tako se izognejo morebitnim prekinitvam na poštinih trgih ali neugodnim zapletom za uporabnike poštinih storitev.

Izvajalce univerzalnih storitev morajo voditi ločene računovodske izkaze vsaj za vsako izmed storitev znotraj rezerviranega področja storitev in posebej za nerezervirane storitve. Pri nerezerviranih storitvah morajo biti storitve, ki so del univerzalnih storitev, jasno ločene od dela storitev, ki niso del univerzalnih storitev. Takšni notranji računovodski sistemi temeljijo na dosledno uporabljenih in objektivno upravičenih načelih stroškovnega računovodstva.

Sistem obračunavanja stroške razdeljuje na neposredne in skupne stroške. Neposredne stroške je mogoče neposredno pripisati na vsako od rezerviranih ali nerezerviranih storitev (neposredni stroški). Skupnih stroškov pa ni mogoče neposredno pripisati posameznim storitvam. V tem primeru stroške posredno pripišemo storitvam s pomočjo:

- neposredne analize, ki vključuje mesto izvora stroškov;
- posredne povezave z drugo stroškovno kategorijo ali skupino stroškovnih kategorij, pri kateri je možna neposredna analiza;
- splošne analize, ki temelji na izračunu vseh izdatkov, ki so neposredno ali posredno pripisani vsaki od rezerviranih storitev ali ostalim storitvam.

Nacionalni upravni organ mora poskrbeti, da pristojni organ, ki je neodvisen od ponudnika univerzalnih storitev, preveri usklajenost sistema stroškovnega računovodstva z določili EU. Poročilo o skladnosti se mora periodično objavljati. Državi članici ni treba voditi ločenih računovodskih izkazov ter izvajati zgoraj naštetih predpisov v primeru, da nima rezerviranega področja storitev ali da ni ustanovila kompenzacijskega sklada za izvajalce

¹² Plačilo izvajalcem univerzalne storitve za dostavo čezmejnne pošte v prispetju, ki vsebuje poštno pošiljke iz druge države članice ali iz tretje države.

univerzalnih storitev ter da noben od ponudnikov univerzalnih storitev ne prejema nobenih subvencij. Računovodski izkazi vseh izvajalcev univerzalnih storitev morajo biti predloženi na vpogled neodvisni reviziji ter objavljeni v skladu z zakonom.

Glavni cilj Poštne direktive na tem področju je vpeljati pregledne in jasno ločene izkaze, ki predstavljajo osnovo lojalni konkurenci in cenovni ureditvi na področju poštnih storitev. Poštna direktiva zahteva od izvajalcev univerzalnih storitev dosledno uporabo predpisanih načel stroškovnega računovodstva pri izdelavi ločenih obračunskih izkazov za rezervirane univerzalne storitve, za nerezervirane univerzalne storitve ter za vse ostale storitve, ki niso univerzalne. Evropska komisija je na podlagi izvedene raziskave o sistemih stroškovnega računovodstva ponudnikov univerzalnih storitev (Study on the cost accounting systems of providers of the universal postal services) ugotovila, da so vse države članice izpolnile zahteve glede transparentnosti obračunskih izkazov ter tarifnih načel.

5.5 Kakovost storitev

Namen Poštne direktive je izboljšanje kakovosti poštnih storitev. Za doseg tega cilja so bili uvedeni enotni standardi kakovosti storitev za čezmejne pošiljke znotraj EU:

- 85 odstotkov prevzetih poštnih pošiljk mora biti dostavljenih v treh dneh po oddaji pošiljke;
- 95 odstotkov prevzetih poštnih pošiljk mora biti dostavljenih v petih dneh po oddaji pošiljke.

Standardi kakovosti za notranjo pošto morajo biti usklajeni s standardi za čezmejno pošto znotraj EU. Standardi kakovosti se nanašajo na čas od oddaje do dostave, na točnost in zakonitost ter na zanesljivost storitev.

Standarde za notranji poštni promet določajo države članice same, za čezmejni poštni promet pa sta odgovorna Evropski parlament in Svet evropske unije. Standarde, ki so jih sprejele države članice EU, morajo posredovati Evropski komisiji, ki jih objavi v uradnem listu EU.

Regulativni organ, ki je neodvisen od izvajalcev univerzalnih storitev, najmanj enkrat letno preverja pravilnost izvajanja standardov in objavi poročilo.

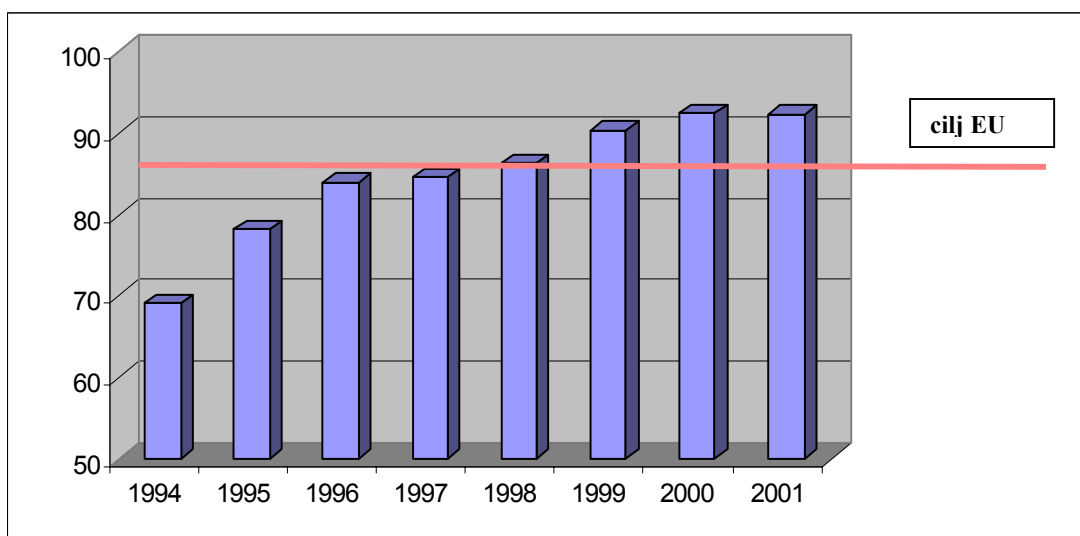
Vsaka država članica mora pritožbe uporabnikov ustrezno obravnavati (primer kraje ali izgube pošiljk ali kakršnihkoli odstopanj od predpisane kakovosti storitev) ter zagotoviti izplačilo primerne odškodnine. Postopki za obravnavanje pritožb uporabnikov poštnih storitev morajo biti pregledni, enostavni in poceni. Izvajalec univerzalnih storitev letnim poročilom o nadzoru svoje dejavnosti priložiti tudi poročilo o številu pritožb in o postopkih reševanja teh pritožb.

Vse države članice razen Grčije so zahteve Poštne direktive za dostavočezmejnih pošiljk izpolnile. Države članice so poleg standardov kakovosti za čezmejne pošiljke, ki so usklajeni z zahtevami direktive, objavile tudi standarde kakovosti za storitve v notranjem poštnem prometu. V skoraj vseh državah je sprejet in izpolnjen standard za notranje prednostne pošiljke, ki postavlja zahtevo, da je 80 odstotkov prevzetih pošiljk dostavljenih v enem dnevu po oddaji.

Raziskava Evropske komisije je pokazala, da se je kakovost storitev čezmejnih pošiljk v zadnjih letih nenehno izboljševala. Vzrok izboljšav so zagotovo določila direktive, deloma pa tudi sporazum REIMS o terminalnih stroških (Mednarodna konvencija o plačilu terminalnih stroškov)¹³ med državami članicami. Sporazum določa, da je plačilo terminalnih stroškov odvisno od dosežene kakovosti dostave.

Meritve kakovosti ponudnikov univerzalnih storitev se izvajajo s pomočjo meritvenega programa UNEX, ki ga uporablja Mednarodna poštna organizacija (International Post Corporation) in rezultati so zelo optimistični. V Sliki 1 je prikazana rast kakovosti storitev v čezmejnem prometu v letih 1994 do 2001. To so najnovejši dosegljivi podatki, saj je bila raziskava objavljena 25. novembra 2002.

Slika 1: Kakovost storitev čezmejnih pošiljk (D+3)



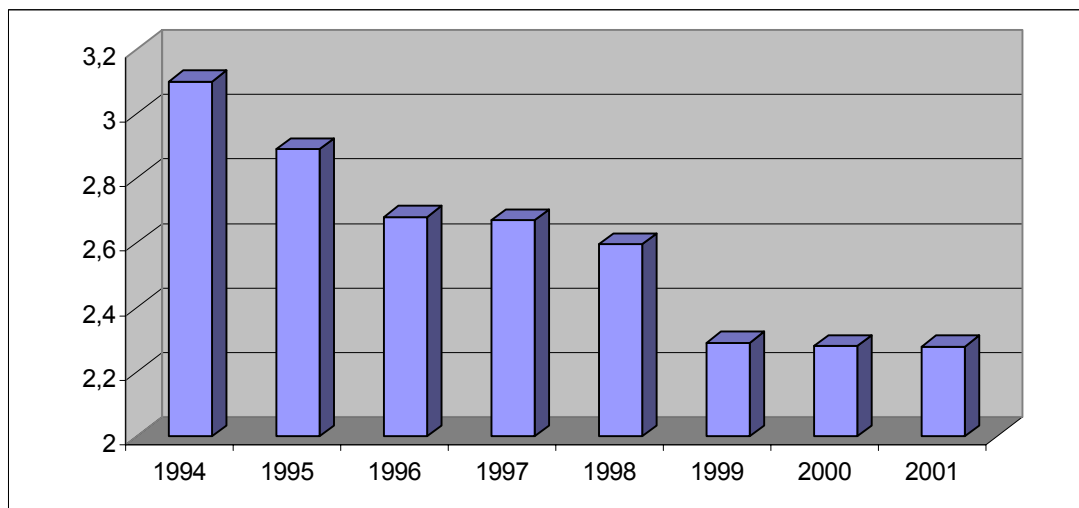
Vir: Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of the Postal Directive (97/67/EC Directive), 2002, str. 20.

V letu 2001 je bilo 92,3 odstotkov čezmejnih pošiljk dostavljenih v roku treh dni v primerjavi z letom 1994, ko je to zahtevo izpolnjevalo le 69,1 odstotkov čezmejnih pošiljk

¹³ Mednarodna konvencija o plačilu terminalnih stroškov oz. povračila za končno dostavo pošte.

(D+3 je kazalec hitrosti prenosa pošiljk). Pri dostavi pošiljk v roku petih dni od oddaje se je delež z 92,4 odstotkov v letu 1994 povečal na 98,7 odstotkov v letu 2001 (D+5 je kazalec zanesljivosti prenosa pošiljk). Povprečni čas dostave čezmejnih pošiljk v letu 2001 je znašal 2,3 dni, kar je jasno razvidno iz Slike 2.

Slika 2: Kakovost storitev čezmejnih pošiljk (dnevi dostave)



Vir: Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of the Postal Directive (97/67/EC Directive), 2002, str. 20.

Področje dostave čezmejnih pošiljk v dveh dneh je v letu 2001 znašal 74,3 odstotkov, kar presega delež dostav v treh dneh iz leta 1994.

Kakovost storitev v notranjem poštnem prometu se je izboljševala vzporedno z rastjo kakovosti v čezmejnem prometu, saj so vse pošiljke obravnavane enako ne glede na to, ali gre za domačo ali tujo pošto. Močan razvoj kakovostnih storitev je opazen predvsem v državah članicah, ki so imele najmanj razvite in najmanj kakovostne storitve v čezmejnem prometu.

5.6 Harmonizacija tehničnih standardov

Evropski odbor za standardizacijo bo pripravil tehnične standarde za področje poštnih storitev na osnovi Smernic 83/189/EEC z dne 28. marca 1983, ki določa postopke za posredovanje ter pripravo informacij na področju standardov in predpisov. Pri pripravi standardov bodo upoštevali ukrepe, ki so bili na tem področju že sprejeti na mednarodni ravni, zlasti tiste, ki jih je sprejela Svetovna poštna zveza. Tehnični standardi bodo enkrat letno objavljeni v Uradnem listu EU, države članice pa morajo zagotavljati, da jih bodo ponudniki univerzalnih storitev dosledno upoštevali.

Sprejetje Evropskih tehničnih standardov bo pomenilo novo fazo v tehničnem izvajanju ter izvrševanju predpisov v državah članicah. Načrtovana je priprava 25 standardov, od tega so bili štirje sprejeti že od leta 2000. Za 12 standardov je zakonski osnutek v uradni preiskavi, za nadaljnja dva sta zakonska osnutka prav tako že izdelana, ostalih sedem standardov pa je v fazi priprave. Do konca leta 2003 bo Evropski odbor za standardizacijo sprejel večino standardov in naloga držav članic bo pravilno in dosledno izvajanje standardov (European Standardisation, 2003). Vsaka država članica mora imenovati najmanj en nacionalni regulativni organ¹⁴ za področje poštnih storitev, ki je zakonsko ločen in operativno neodvisen od ponudnikov poštnih storitev. Nacionalni regulativni organ je zadolžen za izvajanje določil Poštne direktive in nadzor nad konkurenco v poštnem sektorju.

Država članica mora Evropsko komisijo obvestiti o tem, kateri nacionalni regulativni organ so imenovali za izvajanje določil iz Poštne direktive. V Tabeli 3 so naštetih nacionalni regulativni organi po posameznih državah članicah. Popolna neodvisnost teh organov od ponudnikov univerzalnih storitev še ni zagotovljena v vseh državah.

Tabela 3: Nacionalni regulativni organi

	NRA (nacionalni regulativni organi)	Popolna neodvisnost
Belgija	Ministry of Telecommunications and Institut Belge des services postaux et des telecommunications (IBPT)	<i>NE</i>
Danska	Ministry of Transport and Posttilsynet (Inspectorate for Postal Services)	<i>DA</i>
Nemčija	Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (Reg TP)	<i>DA</i>
Grčija	Ministry of Transport and Communications (EETT)	<i>NE</i>
Španija	Ministerio de Fomento	<i>DA</i>
Francija	Ministere de l'Economie, des Finances et de l'industrie, Direction Generale de l'industrie, des technologies de l'information et des postes	<i>NE</i>
Irska	Office of the Director of Telecommunications Regulations	<i>DA</i>
Italija	Ministero delle Comunicazioni	<i>DA</i>
Luksemburg	Institut Luxembourgeois de Regulation	<i>DA</i>
Nizozemska	Ministry of Transport and Public Works & OPTA	<i>DA</i>
Avstrija	Federal Ministry for Transport, Innovation and Technology	<i>DA</i>
Portugalska	Autoridade Nacional de Comunicacoes (ANACOM)	<i>DA</i>
Finska	Ministry of Transport and Communication & Telecommunications Administration Centre	<i>DA</i>
Švedska	Posts and Telecom Agency (PTS)	<i>DA</i>
Velika Britanija	Postal Services Commission (Postcomm)	<i>DA</i>

Vir: Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of the Postal Directive (97/67/EC Directive), 2002, str. 23.

¹⁴ National Regulatory Authorities (NRAs)

6 PRILAGAJANJE POŠTNEGA SEKTORJA V SLOVENIJI ZAHTEVAM EVROPSKE UNIJE

Slovenija bo 1. maja 2004 postala članica EU in s tem tudi del notranjega poštnega trga EU. Izpolnjevanje zahtev Poštne direktive je bistvenega pomena. Že status bodoče članice ji je v preteklosti narekoval ureditev poštne sektorja v skladu z EU, tako da ni pričakovati večjih težav. Prilagoditev slovenske zakonodaje evropski je eden izmed pristopnih pogojev. Slovenija je na področju zakonodaje poštne sektorja ta pogoj izpolnila s sprejetjem novega Zakona o poštnih storitvah 25. aprila 2002. Nov zakon je povsem usklajen s Poštno direktivo EU in vsa področja definira, kot je v njej zahtevano.

Nov Zakon o poštnih storitvah upošteva, da so nekatere poštne storitve pomembna socialna kategorija. Do sedaj so bile zagotovljene z gospodarsko javno službo. Zakon obravnava univerzalne storitve, ki morajo biti zagotovljene vsem uporabnikom po dostopni ceni na glede na kraj bivanja z vsaj petkrat tedensko dostavo. Zakon odpravlja monopol in ureja postopek dodeljevanja dovoljenj za izvajanje posameznih poštnih storitev. Predpisuje osnovna načela za določanje cen univerzalnih poštnih storitev, ki morajo biti transparentne in nediskriminatorne. Določanje cen storitev obvezne gospodarske javne službe je v pristojnosti vlade RS. Ta pri določanju cen univerzalnih poštnih storitev ni upoštevala le argumentov Pošte Slovenije, temveč je cene oblikovala v okviru obvladovanja makroekonomskih dejavnikov (inflacija). To je razlog, da so cene nekaterih poštnih storitev obvezne gospodarske javne službe globoko pod lastno ceno Pošte Slovenije in dosegajo le 30 odstotkov cene enakih storitev v državah članicah EU. Pošta Slovenije zato pri opravljanju univerzalnih poštnih storitev posluje z izgubo, ki jo pokriva iz naslova opravljanja komercialnih storitev. Z monopolnimi storitvami ustvarijo le okrog 23 odstotkov celotnih prihodkov in s komercialnimi 77 odstotkov, toda slika stroškov je ravno obrnjena. Monopol torej Pošti, v nasprotju s splošnim prepričanjem, zaradi prenizkih cen prinaša izgubo v višini 3 milijonov SIT. Pri nadaljnji liberalizaciji trga poštnih storitev bo prišlo tudi do korekcije cen univerzalnih poštnih storitev. Pristojnost oblikovanja cen se bo z vlade RS prenesla na Pošto Slovenije. Cene se bodo zagotovo dvignile na primerljivo raven držav članic, pri tem pa bodo upoštevana načela za oblikovanje cen Poštne direktive. Pri oblikovanju cen morajo biti upoštevani stroški, veljati mora enakost na celotnem območju delovanja, cene morajo biti mednarodno primerljive, primerne in dostopne vsem uporabnikom, jasne in nediskriminatorne (Zakon o poštnih storitvah, 2002).

Zakon predpisuje ustanovitev neodvisnega regulativnega organa, ki mora biti operativno neodvisen in zakonsko ločen od ponudnikov poštnih storitev. To funkcijo bo v Sloveniji prevzela Agencija za radiofuzijo, telekomunikacijo in pošto RS. Njena naloga bo zagotavljanje preglednega in nepristranskega delovanja poštne trga, nadzor konkurence, preverjanje usklajenosti cen univerzalnih storitev s stroški in podeljevanje licenc

ponudnikom nerezerviranih storitev (Pravilnik o splošnih pogojih za opravljanje poštних storitev, 2000).

Podatki primerjave razvitosti poštne dejavnosti Slovenije z državami članicami so zelo spodbudni, saj na tem področju sodimo med najrazvitejše evropske države. Izpostavila bom najpomembnejše kazalce razvitosti: ozemlje, ki ga pokriva posamezna poštna enota, število prebivalcev na eno poštno enoto in število tedenskih dostav. Ena poštna enota v EU pokriva v povprečju 65,7 km² veliko ozemlje, v Sloveniji pa ozemlje ene poštne enote v povprečju ni večje od 36,8 km². Povprečje prebivalcev na eno poštno enoto v EU je 4687, medtem ko je v Sloveniji 3622 prebivalcev. EU je samo pri pogostosti dostav na teden s povprečjem 5,4 boljša od slovenskega povprečja petih dostav na teden.

Ob vstopu v EU mora Pošta Slovenije zagotavljati najmanj petkrat tedensko dostavo vsem gospodinjstvom v Sloveniji. V letu 2001 je bilo 69,9 odstotkov gospodinjstev deležnih šestkrat tedenske dostave, 28,6 odstotkov petkrat tedenske dostave, 0,1 odstotka štirikrat tedenske in 1,4 odstotku gospodinjstev je bila zagotovljena le trikrat tedenska dostava. Petkrat tedensko dostavo je treba zagotoviti še za 10.606 gospodinjstev ali za 1,55 odstotka gospodinjstev, ki se nahajajo na najbolj raztresenih in redkeje poseljenih območjih Slovenije. Količina pošilk za ta območja je razmeroma majhna in ne omogoča pokritja stroškov dostave, zato bo izpolnjevanje te zahteve pomenilo dodatno breme za Pošto Slovenije (po ocenah naj bi zagotavljanje petkratne dostave stalo 184,2 milijonov tolarjev letno) (Zakon o Pošti Slovenije, 1994).

Minimalni obseg, ki ga Poštna direktiva določa kot univerzalne poštne storitve, je ožji od obsega poštних storitev, ki jih opravlja Pošta Slovenija. Univerzalne poštne storitve obsegajo:

- prenos poštних pošilk do mase dveh kilogramov,
- prenos poštних paketov do mase dvajset kilogramov,
- storitev priporočene in vrednostne poštne pošiljke,
- poštne pošiljke za slepe in slabovidne.

Poenotenje obsega univerzalnih storitev ne predstavlja nobene težave, saj Poštna direktiva dovoljuje državam članicam širši obseg univerzalnih poštних storitev.

V Poštni direktivi EU je določen maksimalni obseg rezerviranega območja za izvajanje univerzalnih storitev, ki je omejen na pisma, ki ne presegajo teže 350 gramov, cena pa je nižja od petkratnika cene standardiziranega pisma. V Sloveniji je obseg rezerviranega območja omejen na pisma teže 100 gramov s ceno, nižjo od trikratnika cene standardiziranega pisma. S tem je že izpolnjena zahteva, ki je začela veljati 1. januarja 2003.

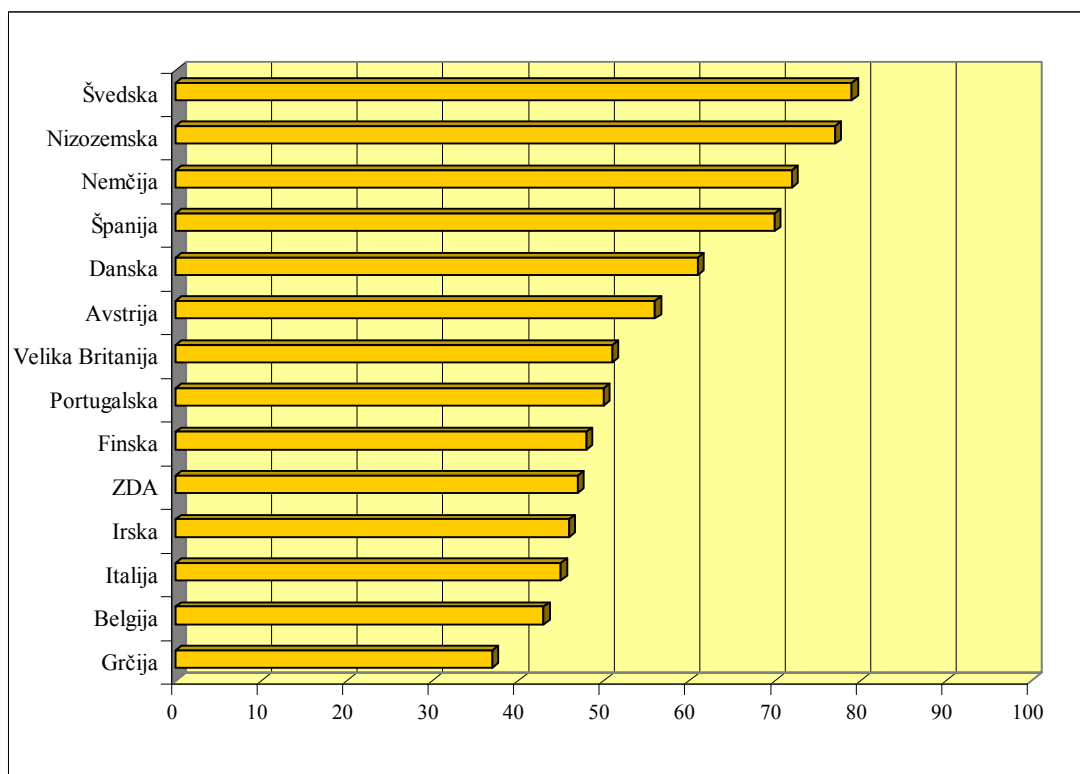
Pošta Slovenije vodi ločene računovodske evidence za storitve obvezne gospodarske službe in za druge storitve v skladu z določili zakona. S prihodki od univerzalnih storitev ne sme subvencionirati ostalih nerezerviranih poštnih storitev. Na tem področju je Pošta Slovenije deležna mnogih očitkov s strani konkurentov, ki trdijo, da prihaja do nelojalne konkurence zaradi nejasno ločene javne gospodarske dejavnosti in komercialne dejavnosti Pošte Slovenije (Zakon o poštnih storitvah, 2002).

7 PROCES NADALJNJEGA ODPIRANJA POŠTNEGA TRGA

Vzpostavitev notranjega poštnega trga v EU je dolgotrajen proces in na tem področju so že doseženi precejšnji uspehi. V zadnjih petih letih je večina držav članic izpolnila zahteve Poštne direktive. Vendar poštni trg trenutno še ni enoten, kar je med drugim tudi rezultat različnih stopenj liberalizacije v državah članicah (glej Sliko 3). Liberalizacija mora biti postopna in prva stopnja je dosežena s pomočjo določil direktive. Potrebni so nadaljnji ukrepi. Trenutno stanje namreč onemogoča normalno konkurenco in ustvarja klimo, ki ni ugodna za investicije. Logistični in poštni sistem sta izredno kompleksna in potrebujeta znatne investicije, da ostaneta v koraku z napredno tehnologijo. Investitorjem je pomembno, da so naložbe dobičkonosne in varne, poleg jasne in zanesljive zakonodaje pa je izrednega pomena tudi določitev skrajnega roka odprave poštnega monopola (PostEurop Common Position Paper on further opening to competition of postal services, 2003).

Indeksi liberalizacije iz Slike 3 kažejo stopnjo liberalizacije po posameznih državah. Vrednost 0 pomeni, da je trg v celoti še vedno reguliran in ni liberaliziran. Vrednost 100 pa predstavlja popolnoma liberaliziran trg, ki deluje brez zakonskih omejitev. Indeks je izračunan kot povprečje kvantitativne (podatek o tržnem deležu) in kakovostne (vidik liberalizacije trga) komponente. Vodilne države v procesu liberalizacije trga poštnih storitev so Švedska, ki je odpravila poštni monopol že v letu 1993, sledijo Finska, Nizozemska in Nemčija. Večina držav ima indeks med 40 in 49 (Bender, 2002).

Slika 3: Indeksi liberalizacije v državah EU in v ZDA



Vir: Bender, 2002.

Problemi, ki še ostajajo, se nanašajo na potrebno zakonodajo in operativno neodvisnost nacionalnih upravnih organov ter poštних operaterjev. Poseben problem predstavlja tudi širitev poštne monopolne izvajalcev univerzalnih storitev na področje nerezerviranih storitev, kjer naj bi bilo sporno predvsem prelivanje ustvarjenega dobička na rezerviranem območju na ostale komercialne poštne storitve.

Evropski svet predsednikov držav in vlad je na srečanju v Lizboni marca 2000 postavil strateški cilj za naslednje desetletje. Največjo pozornost so namenili nadaljnjemu odpiranju poštne sektorja, za katerega želijo, da postane najbolj konkurenčen in dinamičen ter na znanju temelječi gospodarski sektor, ki bo sposoben trajne in z okoljem usklajene rasti z več in boljimi delovnimi mesti ter večjo socialno kohezijo. Evropsko komisijo, Svet EU in države članice so pozvali k določitvi strategije za nadaljnjo odstranitev ovir, ki se pojavljajo v zvezi s poštними storitvami in pospešeno liberalizacijo ter vzpostavitev samostojno delujočega notranjega trga.

7.1 Sprejetje nove Poštne direktive

Evropski parlament in Evropska komisija sta 10. junija 2002 sprejela novo Direktivo o poštних storitvah 2002/39/EC¹⁵ (v nadaljevanju nova Poštna direktiva). Ta predvideva nadaljevanje procesa postopnega in nadzorovanega odpiranja poštних trgov konkurenci in vzpostavljanja enotnega poštnege trga EU.

1. januarja 2003 naj bi se zmanjšale maksimalne omejitve obsega območja, ki ga države članice lahko rezervirajo za svoje izvajalce univerzalnih storitev izključno v obsegu, potrebnem za financiranje izvajanja univerzalnih storitev. Države članice morajo v skladu z novo direktivo zmanjšati rezervirano področje na pisma, ki tehtajo manj kot 100 gramov in je njihova cena nižja od trikratnika cene standardiziranega pisma. Ta ukrep bo povzročil devet-odstotno odprtje celotnega poštnege trga. Monopol naj bi bil odpravljen za čezmejno pošto (dodatna sprostitev trga za tri odstotke), izjeme so dovoljene le v primerih zagotavljanja izvajanja univerzalnih storitev (New Postal Directive, 2003).

Nadaljnja sprostitev poštnege trga za konkurencu je predviden za 1. januar 2006, ko se bo meja rezerviranega območja znižala na pisma, ki ne presegajo teže 50 gramov in je njihova cena nižja od dvainpolkratnika cene standardiziranega pisma. Področje, rezervirano za izvajalce univerzalnih storitev, se bo s tem zmanjšalo za dodatnih sedem odstotkov.

Nova Poštna direktiva postavlja 1. januar 2009 kot možen datum odprave poštnege monopola v državah članicah EU. Odločitev bo sprejeta s strani Evropskega parlamenta in Sveta EU na podlagi informacij Evropske komisije o razvoju enotnega poštnege trga. Nova Poštna direktiva namreč nalaga komisiji obveznost, da vsaki dve leti pripravi poročilo o uresničevanju zahtev Poštne direktive s pomočjo izvedene podrobne raziskave v vsaki državi članici. Poleg podatkov o doseženi kakovosti poštних storitev mora poročilo vključevati tudi podatke o vplivu na gospodarstvo, socialni vidik in zaposlovanje ter tehnološki razvoj v povezavi s poštним sektorjem. Rezultati teh raziskav bodo torej pomemben element odločanja o nadaljnjih ukrepih (Directive 2002/39/EC, 2002).

8 NAPOVEDI RASTI POŠTNEGA SEKTORJA

Svetovna poštna unija je v letu 2000 objavila rezultate raziskave Pošta leta 2005-Razvoj in trendi (Post 2005-Follow up and trends), s katero so želeli raziskati vlogo in pomen poštних storitev v prihodnosti ter trende razvoja. V preučevanem obdobju med letoma 1995 in 1999 je bil na področju poštnege prometa trend rasti odvisen od razvitosti posameznih

¹⁵ Directive 2002/39/EC of the European Parliament and of the Council of 10 June 2002 with regard to the further opening to competition of Community postal services.

področij. V visoko razvitih državah je opaziti večjo rast kot v manj razvitih. V Afriki in vzhodni Evropi je poštni promet v upadu. Z omenjeno raziskavo so poskušali odgovoriti na vprašanje, kakšna bo pošta leta 2005, vendar pa odgovor na tako kompleksno vprašanje ni enostaven. Pri tem je treba upoštevati številne dejavnike. Liberalizacija trga, tehnološki napredek, ekonomska rast ter rast populacije, stopnja izobraženosti in kakovost poštne storitve so med pomembnejšimi. Napovedi glede obsega poštne prometa so optimistične, saj se bo količina pošte v naslednjih letih povečevala kljub elektronskim medijem in vedno večji konkurenci. Na področju nacionalnega notranjega poštne prometa se pričakuje 2,5-odstotna letna rast glede na sedanjo 0,9-odstotno rast v obdobju od leta 1985 do 1995, v visoko razvitih državah pa se bo rast z 2,7 odstotkov zmanjšala na 2,3 odstotke. Mednarodni poštni promet naj bi dosegel letno rast v višini 3,4 do 5,2 odstotkov, odvisno od razvitosti držav. V manj razvitih državah se pričakuje letna rast okoli 5,1 odstotkov (Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of the Postal Directive (97/67/EC Directive), 2002).

Svetovni trg telekomunikacij sestavljajo fizična pošta, telefon in faks ter elektronska pošta. Ugotovitve raziskave kažejo na zmanjšanje fizične pošte za 26 odstotkov, torej z 20 odstotkov v letu 1995 na 15-odstotni delež na trgu telekomunikacij v letu 2005. Segment telefonije ter faksa ne bo doživel večjih sprememb, elektronska pošta pa bo svoj delež več kot podvojila. Ti podatki se nanašajo na svetovni trg telekomunikacij. V Tabeli 1 pa sta vključeni le zahodna Evropa in Severna Amerika, zato se tudi odstotki razlikujejo.

Tabela 4: Telekomunikacijski trg zahodne Evrope in Severne Amerike ter pričakovane spremembe do leta 2005

Segmenti trga telekomunikacij	Leto 1995	Leto 2005	spremembe v odstotkih
<i>FIZIČNA POŠTA</i>	27,90%	19,80%	-8,10%
<i>FAKS</i>	8,20%	6,50%	-1,70%
<i>TELEFON</i>	51,70%	49,40%	-2,30%
<i>E-POŠTA</i>	12,20%	23,70%	11,50%
<i>HIBRIDNA POŠTA</i>	0,00%	0,60%	0,60%

Vir: Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of the Postal Directive (97/67/EC Directive), 2002, str. 12.

Upad fizične pošte je navidezno v nasprotju z optimističnimi napovedmi rasti poštne prometa, vendar moramo upoštevati, da v tem primeru pošta nastopa kot eden od segmentov telekomunikacijskega trga, za katerega je značilna višja stopnja rasti kot za poštni sektor (Jimenez, 2002).

9 TRENDI RAZVOJA

9.1 Globalizacija

Ena izmed zgodovinskih teženj, ki v modernem času še posebej zbuja pozornost, je premik h globalizaciji. Globalizacijo lahko definiramo kot proces, katerega plod je en svet. Skupnosti postajajo med seboj odvisne v vseh pogledih njihovega življenja (političnega, kulturnega, ekonomskega) in ta medsebojna odvisnost postaja resnično globalna.

Tako najdemo na političnem področju nadnacionalna združenja različnih področij: politični in vojaški bloki (NATO¹⁶), koalicije dominantnih sil (G8¹⁷), svetovne internacionalne organizacije (UN¹⁸), Interpol, Mednarodno kazensko sodišče (International Tribunal of Justice), Evropska unija in drugi.

Na ekonomskem področju je opaziti vedno večjo vlogo nad-nacionalne koordinacije in integracije (EFTA¹⁸ in OPEC¹⁹) ter multinacionalnih in transnacionalnih korporacij, od katerih nekatere celo presegajo prihodke srednje velikih držav. Finančni trgi po vsem svetu se odzivajo na vsako spremembo v posameznih državah, ne glede na to, kako oddaljene so te države.

Globalizacija v industriji in trgovini zahteva tudi globalizacijo ponudnikov logističnih storitev, zato je globalizacijska mrzlica zajela tudi pošte, ki se ukvarjajo z logistiko pisemskih in paketnih pošilk. Globalna podjetja želijo imeti opravka z enim samim zanesljivim partnerjem, ki bo reševal njihove logistične probleme po vsem svetu – z globalnim logističnim podjetjem. Takšno podjetje posluje po vsem svetu kot eno podjetje z enotnimi standardi in izdelki oziroma v tem primeru storitvami, ki so po potrebi prilagojene lokalnim zahtevam. Sposobno je obvladovati kompleksne logistične probleme in izkoriščati ekonomijo obsega v svojo prid. Industrijska in trgovska podjetja se vedno bolj osredotočajo na svoj glavni posel (*core bussines*), vse drugo pa kupujejo od specializiranih podjetij v obliki oddajanja storitev v najem (*outsourcing*). Na ta način se podjetje znebi vseh odvečnih sredstev in virov (Jelenc, 2000).

Ta trend so spoznale tudi pošte in investirale veliko denarja, da bi lahko postale pomembna logistična podjetja na globalnem trgu logističnih storitev, ki se ocenjuje na 3400 milijard

¹⁶ North Atlantic Treaty Organisation

¹⁷ G8 združenje vključuje naslednje države: Francijo, ZDA, Velika Britanijo, Nemčijo, Japonsko, Italijo, Kanado in Rusijo.

¹⁸ United Nations

¹⁹ European Fair Trade Association

²⁰ Organisation of Petroleum Exporting Countries

dolarjev (od tega samo evropski trg 950 milijard dolarjev). Tu je v ospredju predvsem Deutsche Post World Net, ki je s prevzemi in nakupi drugih logističnih podjetij, za katera je porabila kar pet milijard ameriških dolarjev, postala največji logistični koncern na svetu. Tako je nemška pošta prevzela logistične velikane kot so DHL, švicarski Danzas, britanski Securicor in ameriški Air Express International. Njen skupni celoletni promet v letu 2002 presega 39 milijard evrov.

Koncentracija logistične ponudbe poteka že dalj časa in se je v zadnjih letih izjemno okrepila. Po ocenah analitikov pa je pričakovati, da bodo v bližnji prihodnosti večino evropskega logističnega trga obvladovale le tri ali štiri velike logistične korporacije. Seveda bo še vedno dovolj prostora za majhna specializirana logistična podjetja, ki bodo obvladovala tržne niše, obenem pa opravljala funkcijo podizvajalca velikih logističnih korporacij (Logožar, 2002).

Tudi ostala večja poštna podjetja v Evropi so pričela z diverzifikacijo in globalizacijo svojih storitev, ki ju izvajajo predvsem z nakupi tujih in domačih logističnih podjetij. Izkušnje so pokazale, da lahko podjetja veliko hitreje globalizirajo svoje poslovanje in diverzificirajo svoje storitve z nakupi in prevzemi drugih logističnih podjetij kot pa z ustanavljanjem lastnih podjetij povsem na novo. Tako se je na primer nizozemska Post KPN združila s TNT Expres Group in postala TNT Post Group (TPG), ki je registrirana na nizozemski borzi vrednostnih papirjev. TPG je prevzela še francoski Jet Service in italijanski Technologisce (Pilko, 2000).

Francoska La Poste tudi ne sedi križem rok. Prevzela je nemški Denkhaus in Deutsche Paketdienst. V nekoliko slabšem položaju je le Britanska kraljeva pošta, ki se je 2001 preimenovala v Consignio in je 1999 prevzela družbo German Parce (Pavlin, 2001).

Zasebna logistična podjetja poštam pri tem očitajo, da svojo širitev in prodor na svetovne logistične trge financirajo s pomočjo monopola na področju dostave pisemskih pošiljk, ki ga imajo na domačem trgu. Najostreje je reagiral ameriški UPS (United Parcel Service), ki je na Evropski komisiji vložil zahtevo za ustavitev takšnih aktivnosti in za razdelitev koncerna nemške pošte.

Veliki globalni logistični koncerni imajo v času globalizacije nedvomno tržno prednost. Takšna podjetja lahko izkoristijo ekonomijo obsega in koncentracijo blagovnih tokov. Tovor se namreč prevaža v vedno manjših količinah in na vedno daljše razdalje, hitrost in frekvenca pa se povečuje. Ta od logističnih podjetij zahteva široko razvejano logistično mrežo s koncentracijo transportnih, skladiščnih, distribucijskih in drugih logističnih infrastrukturnih zmogljivosti (Pavletič, 2003).

Zaradi hude konkurence in logističnega boja na trgu, ki so ga pred leti zanetile evropske pošte, se znižujejo cene, izboljšuje kakovost in uvajajo nove storitve. Od tega imajo največ koristi uporabniki logističnih, špediterskih in prevoznih storitev. Primer nove logistične storitve je na primer *just-in-sequence*, ki vedno bolj izpodriva *just-in-time* dostavo, ki jo je v 90. letih vpeljala avtomobilska industrija. Pri novi različici se za sestavne dele, ki jih bo proizvajalec vgradili v vozilo, že pri dobavitelju vnaprej določi, na katero vozilo bodo vgrajeni in so na tovorno vozilo naloženi v enakem zaporedju oz. sekvenci, kot so nedokončana vozila na tekočem traku. Ko dostavno vozilo prispe v tovarno, so vozila, na katera bodo vgrajeni dostavljeni proizvodi, že v pripravljenosti za čim hitrejšo montažo teh proizvodov. S tem se je avtomobilska industrija znebila še tisto malo lastnega skladišča, ki ga je potrebovala v *just-in-time* sistemu dobave, tako imenovani *buffer*. Ostaja samo še prostor za prevzem blaga in dostavo blaga s prevzemnega mesta do mesta montaže.

9.2 Internet

V zadnjih desetih letih je internet postal tehnologija, ki je spremenila razviti svet. S hitrim razvojem in prodiranjem na vedno nova področja našega življenja nam spreminja življenje. Razvoj novih tehnologij, ki jih je omogočil internet, predstavlja za poštna podjetja grožnjo in obenem tudi veliko priložnost. Tako internet vpliva na poštna podjetja predvsem s treh vidikov:

- zmanjševanje pisemskega prometa zaradi elektronske pošte, elektronskega plačevanja računov in elektronskega oglaševanja,
- povečevanje paketnega prometa zaradi internetne trgovine,
- možnost za razvoj novih storitev.

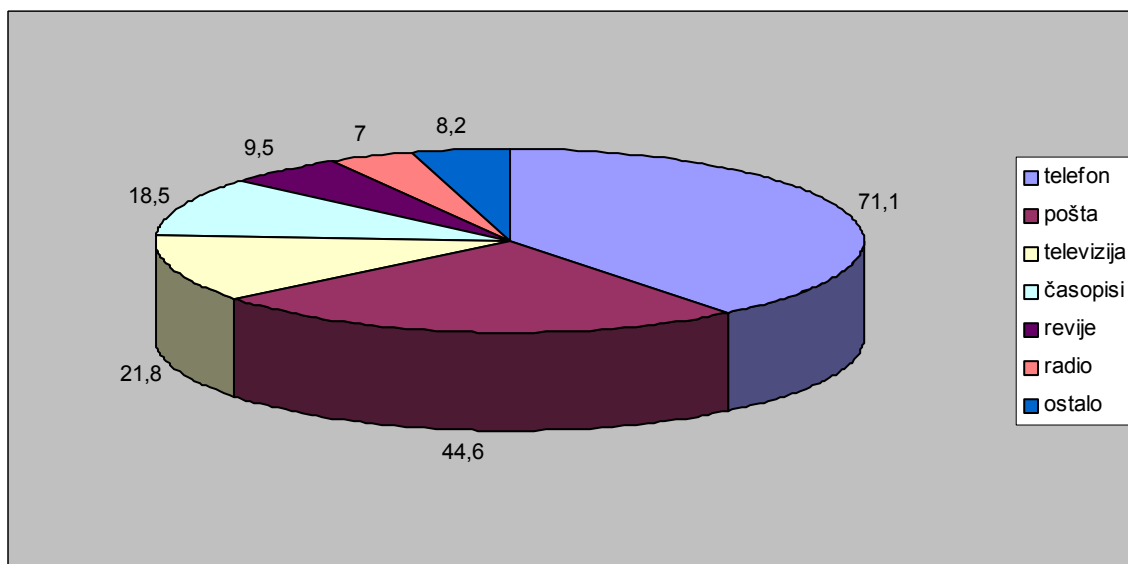
Zagotovo je internetna tehnologija najbolj razširjena in uporabljena na ameriškem trgu. Prav ameriški integratorji (FedEx, UPS) so prvi spodbudili uporabo najnovejših komunikacijskih in informacijskih tehnologij na področju poštnih in paketnih storitev in s tem povzročila pravo revolucijo. Amerika ima glede internetne tehnologije za zdaj še prednost pred Evropo, saj je v ZDA delež internetne prodaje v celotni prodaji na drobno 1,2-odstoten, medtem ko je na primer v Nemčiji le 0,3-odstoten. Evropa naj bi po ocenah poznavalcev dohitela ZDA v približno petih letih. V nadaljevanju se prav iz omenjenega razloga precej podatkov nanaša na ZDA, ki nakazujejo trend razvoja na tem področju.

Razvoj in aplikacija tehnologije EBPP²¹ (tehnologija za elektronsko posredovanje in plačilo računov) predstavlja eno največjih groženj klasični pošti. Tako na primer v ZDA predstavlja pošiljanje računov, položnic, bančnih izpiskov kar 49 odstotkov vseh prvorazrednih pisemskih pošilk, kar je znašalo 50 milijard kosov v letu 2000. Obenem

²¹ Electronic Bill Presentment and Payment

pa to za ameriško pošto predstavlja kar več kot četrtino vseh prihodkov. Če bi v trenutku vso to pošto zamenjali s tehnologijo EBPP, bi to za ameriško pošto pomenilo finančno katastrofo.

Slika 4: Poraba sredstev za oglaševanje v različnih medijih v ZDA v letu 2000 (v milijardah ameriških dolarjev)



Vir: Postal Record, junij 2000.

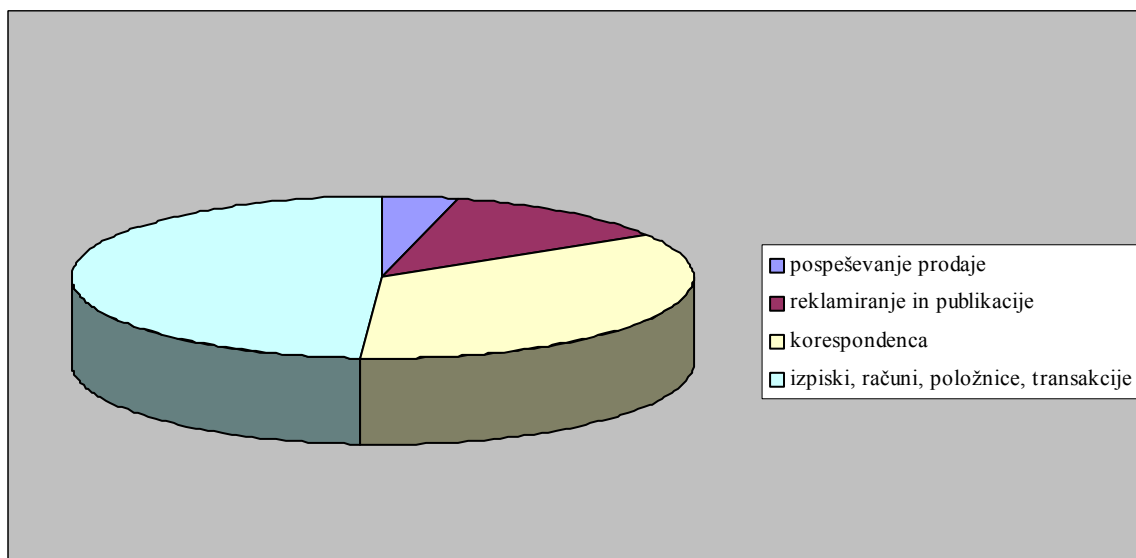
Vsi strokovnjaki se strinjajo, da je EBPP tehnologija, ki bo v prihodnosti prevladala. Prihranki, ki jih prinaša ta tehnologija industriji, so veliki. Raziskave USPS so pokazale, da podjetje prihrani od 1,24 do 2,75 ameriških dolarjev na en račun z uporabo elektronskih alternativ. Če upoštevamo, da vsako leto samo podjetja v ZDA pošljejo več ko 16 milijard računov, to pomeni vsaj 15 milijard dolarjev potencialnih prihrankov, ki pritiskajo na management v prid novi tehnologiji.

Za gospodinjstva, ki prejema in plačujejo povprečno 12 do 20 računov na mesec, je udobnost posredovanja in plačevanja računov prek interneta večja motivacija kot prihranek sam. USPS ocenjuje, da je v ZDA v letu 2000 imelo potrebno tehnologijo za EBPP (računalnik in dostop do interneta) približno 30 odstotkov gospodinjstev. Do konca leta 2003 naj bi ta številka narasla že na 60 odstotkov.

Direktni marketing je prav tako področje, ki poštam prinaša veliko prihodkov, ki jih ogrožajo internetne tehnologije. Ameriška podjetja so v letu 2000 porabila 300 milijard dolarjev za oglaševanje. Od tega lahko 175 milijard označimo kot direktni marketing in več kot 44,6 milijard omenjenega zneska kot direktni marketing prek pošte. Če upoštevamo, da dve tretjini tega zneska porabijo za oblikovanje, pripravo in izdelavo pošte, ostane približno 15 milijard dolarjev za stroške dostave, ki jih zaračuna USPS za

opravljanje te storitve. Ta znesek pomeni kar četrtno prihodkov USPS (The Postal Industry in an Internet Age, 2003).

Slika 5: Sestava prvorazredne pošte pri USPS v letu 2000



Vir: Postal Record, junij 2000.

Internetno oglaševanje, ki je v porastu, ogroža vsaj del teh prihodkov. Strokovnjaki ocenjujejo, da bo do leta 2005 vrednost oglaševanja prek interneta in elektronske pošte presegla znesek porabe sredstev za oglaševanje prek radia in revij skupaj (Postal Record, 2000a).

Internet pa ne predstavlja samo groženj. Velik uspeh internetne trgovine je povzročil velik porast dostave paketov. Za predstavo naj ponudim podatek, da je samo eno izmed skladišč podjetja Amazon.com, ki se nahaja v mestu Fernley, v lanskem letu, zapakiralo povprečno 11.000 pošiljk na uro. Amazon.com, ki prodaja knjige, zgoščenke, računalnike in drugo elektronsko opremo izključno prek interneta, je imel v preteklem letu 3,9 milijard dolarjev prihodkov; svoja skladišča ima poleg ZDA, katerih skupna površina presega 455.000 m², tudi v Angliji, Nemčiji, Italiji in Franciji (Vogelstein, 2003).

Za ta trg se med seboj borijo velika kurirska podjetja in pošte. V tej igri ima vsak svoje prednosti. Pošte v tej bitki s pridom uporabljajo razvejanost svojih mrež in nizke stroške dostave, saj je večino pošiljk treba dostaviti gospodinjstvom in ne poslovnim subjektom, kar je posebnost kurirskih podjetij (Vouk, 2002).

Druga priložnost, ki jo internetna revolucija ponuja poštnim podjetjem, so nove storitve in izboljšanje obstoječih storitev. Sledenje paketnih pošiljk prek interneta, ki je bilo ob koncu 90. let revolucionarna tehnologija, ki so jo ponujala nekatera kurirska podjetja, je danes že

skoraj samo po sebi umevno. Sistemi za sledenje pošiljk, znani kot *tracking&tracing*, danes uporabniku ponujajo dosti več kot samo natančne informacije o stanju in nahajališču pošiljk, ki jih lahko dobijo le v nekaj sekundah. Informacije o pošiljkah lahko uporabnik dobi prek govornega računalnika, ki ima neposreden dostop do integratorjevega sistema za sledenje pošiljk (Urbanija, 2000).

Razvijajo pa že posebne aplikacije, ki bodo omogočale dostop do interneta prek prenosnih telefonov brez uporabe računalnika. Med standardne storitve na trgu poleg sistema sledenja pošiljk sodijo še storitve naročanja, obračunavanja in možnosti oblikovanja naročnikovih osebnih spletnih strani na spletni strani ponudnika storitev, kjer si lahko vsakdo preračuna individualne tarife in ima vpogled v statistične podatke. Razvite pošte so pričele ponujati tudi možnost naročanja dviga paketov in označevanje plačane poštne oziroma frankiranje pisem prek interneta (The Postal Industry in an Internet Age, 2003).

Nekatere pošte so šle še dlje, saj internet ponuja poštam tudi možnost diverzifikacije na področja, ki nimajo s klasično pošto nič skupnega. Vzoren primer za takšno diverzifikacijo je Deutsche Post World Net, ki na svojih internetnih portalih (e-Filliale, e-Post) poleg različnih poštnih storitev ponuja tudi elektronski poštni račun, elektronske albume, izdelavo fotografij, nakup pisarniškega materiala in celo vzpostavitev naročniškega razmerja za distribucijo/dobavo elektrike prek nemške pošte ter preklic naročniškega razmerja s prejšnjim dobaviteljem.

Kanadska in švedska pošta prav tako spadata med najbolj internetno napredni pošti na svetu. Internetni portal Torger (švedska beseda za trg, tržnico), ki ga je ustanovila švedska pošta (Posten AB), je najbolj obiskana internetna stran na Švedskem in prav tako v svetovnem merilu. Gostuje več kot 1000 e-trgovin, poleg gostovanja pa nudi tudi usluge posredovanja pri plačevanju in dostavljanje kupljenega blaga.

Kanadska pošta je leta 1999 skupaj z več bankami in javnimi podjetji ustanovila Electronic Post Office (www.epost.ca). Storitve tega podjetja so brezplačno na voljo vsem državljanom Kanade, ki imajo dostop do interneta. Uporabniki prek EPO prejemajo račune, korespondenco, kataloge, bančne in druge izpiske. Poleg tega lahko plačujejo račune in urejajo svoje finance. EPO se financira s strani podjetij, ki želijo svojim strankam pošiljati račune, kataloge in oglaševalski material prek EPO-jevega portala.

9.3 Liberalizacija

Osnovne poštno storitve se bodo v prihodnosti postopno popolnoma liberalizirale. Postopnost liberalizacije bo omogočala, da se bo trg poštnih storitev preoblikoval vzporedno z novimi spremembami. Poštno storitve so namreč storitve obvezne gospodarske javne službe, ki imajo poseben, javni pomen. Njihovo izvajanje ima

pomemben vpliv na prebivalstvo in na gospodarstvo. Z rastjo kakovosti javnih storitev, med katere uvrščamo tudi poštne storitve, raste konkurenčnost gospodarstva in kakovost življenja prebivalcev.

Izkušnje držav, ki so že izvedle popolno liberalizacijo poštnega trga, kažejo na zelo negativen vpliv na zaposlenost. Z odpravo poštnega monopola se mora ponudnik univerzalnih storitev soočiti s številom novih konkurentov. Boj za obstanek na trgu narekuje racionalizacijo poslovanja z zmanjšanjem stroškov, uporabo najnovejših tehnologij (sistemi avtomatizacije) in vse to pomeni odpuščanje zaposlenih (P.S., 2002).

Zaradi tako pomembne vloge poštnih storitev je treba preprečiti, da liberalizacija poleg omenjenih ne bi povzročila še drugih negativnih posledic, na primer neizvajanje univerzalnih poštnih storitev na ruralnih in redko poseljenih območjih, ki ne omogočajo dovolj prihodkov za pokritje vseh stroškov. Da bi se izognili tem negativnim posledicam, v Evropski poštni direktivi že obstaja zahteva po vzpostavitvi enotne kakovostne ravni univerzalnih storitev na celotnem območju. Ti ukrepi posegajo v ureditev poštnega trga in odpirajo problem enakopravnih konkurenčnih pogojev za vse izvajalce poštnih storitev. Nepravično bi bilo, da bi moral izvajalec univerzalnih poštnih storitev pokrивati celotno območje z enako kakovostnimi osnovnimi poštnimi storitvami in enotnimi cenami, medtem ko bi se drugi izvajalci osredotočili le na mesta in gosto poseljena območja.

V EU so problem rešili z začasno ohranitvijo monopola, ki izvajalcem univerzalnih storitev dovoljuje, da določene univerzalne storitve opravlja v rezerviranem območju. Druga možna rešitev pa je uvedba sistema licenciranja in koncesioniranja, ki omejuje število izvajalcev poštnih storitev. Vsak izvajalec mora zadostiti določenim kriterijem, ki se nanašajo predvsem na kakovostno raven izvajanja osnovnih poštnih storitev in na območje delovanja. S pravilnim oblikovanjem in upoštevanjem kriterijev je mogoče zagotavljati enakopravne konkurenčne pogoje (Andrič, 2001).

Podjetja in ostali uporabniki bodo imeli na voljo bolj kakovostne poštne storitve in možnost izbire med vedno več izvajalci poštnih storitev, vendar bodo morali zanje najverjetneje odšteti več denarja.

Največkrat omenjena primera liberalizacije poštnega trga sta zagotovo Švedska in Nova Zelandija, ki sta prvi v celoti odpravili poštni monopol.

9.3.1 Nova Zelandija

Nova Zelandija je bila ena izmed prvih držav, ki je pošto komercializirala. V letu 1987 je bila ustanovljena New Zealand Post z namenom da nudi univerzalne poštne storitve in ustvarja dobiček za svojega edinega lastnika – državo. Ustanovila je tudi ločeno podjetje New Zealand Post International, ki se ukvarja s svetovanjem poštam o komercializaciji

pošt in liberalizaciji poštne trga ter s prodajo avtomatizacijskih tehnologij (naprave za avtomatsko sortiranje pošte) na svetovnem poštne trgu. Kasneje se je podjetje preimenovalo v Transend.

Komercializacija Novozelandske pošte je imela zelo negativen učinek na zaposlene. Od približno 12.000 uslužbencev, ki jih je zaposlovala v letu 1987, jih je v desetih letih odpustila več kot 5.000.

V letu 1998 je novozelandska vlada ukinila poštni monopol za dostavo standardne pošte. Podpisala je tudi listino, s katero je bil sklenjen dogovor z Novozelandsko pošto, da bi prepričala javnost o nadaljnji dostopnosti univerzalnih poštnih storitev tudi po deregulaciji. Listina Novozelandsko pošto obvezuje, da izpolnjuje socialne obveznosti kot so:

- cena standardnega pisma naslednji dve leti ne sme preseči 45 centov,
- vzdrževati mrežo vsaj 880 poštnih trgovin in poštnih centrov,
- zagotavljati poštno storitve več kot 95 odstotkov naslovom vsaj šest dni na teden,
- prepoved ponovne uvedbe pribitka na ceno za dostave na podeželje.

Veljavnost same listine ni časovno omejena, vendar pa bo pregledana in ažurirana vsaka tri leta. Novozelandska pošta ima do preklica (oziroma vsaj pet let) status novozelandske poštne uprave. Prav tako je zadržala ekskluzivno pravico do izdaje poštnih znamk.

Po deregulaciji je Novozelandska pošta zagotavljala storitve v skladu z listino, čeprav je namerno znižala standarde kakovosti storitev na minimalno dogovorjeno raven. Količina pisemskih pošilk se je zmanjšala in prav tako tudi dobiček podjetja, kar gre pripisati počasnejši gospodarski rasti, elektronskim nadomestkom in povečani aktivnosti konkurence. Prihodki pa so se povečali, predvsem zaradi dobrega poslovanja podjetja Transend.

Manjši dobiček je vsaj delno vzrok zato, da mora Novozelandska pošta opravljati drage storitve dostave pošte na podeželju, za katero konkurenca nima pretiranega interesa in se obenem boriti za dobičkonosno dostavo v mestih, včasih tudi z zniževanjem cen. Zniževanje standardov kakovosti poštnih storitev je predvsem poizkus Novozelandske pošte, da bi znižala stroške in ostala dobičkonosna. V ta namen so izdali ukrep, s katerim so prepovedali presegati standarde kakovosti storitev, saj si ta pošta tega ne more več privoščiti. Standard za mestno dostavo je en dan, pri ostalih pošilkah pa se je čas dostave podaljšal z enega dneva na dva do tri dni na celotnem območju države (The Global Fight on Postal Markets, 2001).

V času po deregulaciji so ustanovili več kot 30 podjetij, ki jih lahko uvrščamo med konkurente Novozelandski pošti, ampak samo štirim je uspelo zgraditi nacionalno poštno

omrežje z nabiralniki v pomembnejših mestih. Vsako podjetje ima svoj tržni pristop in svojo ciljno skupino.

Pete's Post ponuja navadno poštno storitev za občo javnost. Ima dve vrsti znamk in sicer za lokalno dostavo, ki stane 35 centov in drugo za dostavo drugje po Novi Zelandiji, ki stane 40 centov. Kivi Mail nudi navadno poštno storitev po celi Novi Zelandiji. Ponuja tudi mestno dostavo v manjših mestih za 35 centov.

Ciljna skupina podjetja National Mail, ki je moralo zaradi izgub z delovanjem v letu 2001 prenehati, so bile večinoma velike stranke, kot so podjetja in druge ustanove. Podjetje je prodajalo ovojnice z vnaprej plačano poštnino v dveh paketih in sicer v paketu s 1674 kosi ovojnic po 500 novozelandskih dolarjev in v paketu po 837 kosov po 270 novozelandskih dolarjev. Dostavljala je samo pisma z natipkanimi naslovi in samo na fizične naslove. Podjetje ni dostavljalo v poštne predale ali na naslove na podeželju. Svojo storitev je ponujalo samo v Aucklandu in Wellingtonu, ki sta največji mesti v Novi Zelandiji.

Vsi poštni operaterji imajo med seboj recipročne dogovore, da se pisma, ki so oddana v napačen nabiralnik, brez zaračunavanja dodatnih dostavnih stroškov kljub temu dostavijo naslovniku (Postal Record, 2000).

9.3.2 Švedska

Švedska je bila prva država, ki je ukinila monopol na področju poštne sektorja. To se je zgodilo 1. januarja 1993. Kljub prostemu vstopu konkurentov, je Swedish Post (v nadaljevanju Švedska pošta) uspela obdržati kar 95-odstotni tržni delež poštne trga, predvsem na račun napredne tehnologije in osveščene delovne sile, ki nasprotuje tržnemu pristopu »pobiranja smetane«.

Poleg Švedske pošte je na trgu še 59 ponudnikov poštne storitev, ki so skoncentrirani na lokalne trge, največkrat so to večja mesta, kjer imajo postavljene svoje poštne nabiralnike in izdajajo svoje poštne znamke. Največji konkurent je Citymail s 5-odstotnim tržnim deležem pri pismih in 8-odstotnim pri dostavah za podjetja. Specializiral se je predvsem za industrijski segment poštne trga in deluje v treh večjih mestih Stockholmu, Malmu in Gothenburgu. Citymail ima 960 zaposlenih, medtem ko skupno število zaposlenih preostalih 58 konkurentov ne presega 1.500 ljudi. Delni lastnik Citymaila je britanska pošta Consignia. Noben poštni ponudnik ni bil zainteresiran za dostave v severnih delih države, saj je ta del Švedske zelo malo poseljen in stroški dostav so previsoki.

Liberalizacija poštne trga je imela zelo negativen vpliv na zaposlovanje. Od leta 1990 je ostalo brez službe več kot 15.000 zaposlenih na Švedski pošti, novi ponudniki poštne storitev pa so ustvarili le 1.500 novih delovnih mest. Poštno omrežje je doživelo dramatične spremembe. Zaprli so 52 odstotkov vseh poštne enot. Glavni vzrok za to je

prekinitev sodelovanja z banko Nordbanken, za katero je pošta opravljala bančne posle. Poštni uradi so bili pravzaprav kar podružnice omenjene banke, ki jih je sama imela zelo malo. Zaradi prevelikih stroškov pri zagotavljanju predpisanih varnostnih ukrepov pa je aprila 2001 Švedska pošta prekinila pogodbo. V prihodnje bodo za izvajanje poštних storitev poskrbele t. i. poštne servisne postaje, ki bodo dodatna dejavnost na bencinskih črpalkah in v trgovinah z živili. Že zdaj je na Švedskem približno 900 takšnih trgovin in črpalk, ki so postale zelo priljubljene, saj omogočajo oddajo pošiljk tudi pozno zvečer (Urbanija, 2000a).

Švedsko uvrščamo med tehnološko najrazvitejše države na svetu, celo pred ZDA, in zato ne preseneča podatek, da je spletna stran Švedske pošte, imenovana Torget, ena najbolj obiskanih in priljubljenih spletnih strani v svetovnem merilu. Mesečno jo obiše od pet do osem milijonov obiskovalcev, kar je v primerjavi s celotno švedsko populacijo devet milijonov državljanov osupljiva številka (Postal Record, 2000a).

Švedska je v letu 2002 uvedla ePostboxen, t. i. elektronske poštne nabiralnike, kjer lahko državljani sprejemajo pošto od državnih ustanov in organov, račune javnih storitev in vso ostalo pošto. Postopek je enak kot pri klasičnih poštних nabiralnikih in uporabniki se lahko odločajo med klasičnim in elektronskim načinom prejemanja pošte. Pristop je za individualne uporabnike brezplačen, stroške pošiljanja pa kot pri običajni pošti pokriva pošiljatelj. Preglednost, učinkovitost, večja hitrost, drastično nižji stroški in poenostavljen proces pošiljanja računov so le nekateri dejavniki, zakaj se je Švedska odločila za ePostboxen in s tem nakazala trend poštних uradov v prihodnosti (Swedish Municipalities approve eBoxen, 2002).

10 MULTINACIONALNA POŠTNA PODJETJA

Globalizacija svetovnega gospodarstva, liberalizacija poštne trga, tehnološka revolucija in vse bolj zahtevni uporabniki so glavni vzroki preoblikovanja tradicionalnih državnih pošt v multinacionalna poštna podjetja. S tržno usmerjenostjo, jasno izdelano strategijo razvoja v prihodnosti in uvajanjem novih komercialnih storitev največje evropske pošte zmagujejo v boju za tržni delež pri poštних storitvah.

Svoje poštno omrežje širijo z nakupi in prevzemi podjetij. Trend združevanj se je začel z združitvijo nemške pošte in DHL. Sledil ji je val drugih združitvev. V letu 2000 so se tako združile nizozemska Poštna skupina TNT in francoski Jet Services, nemška pošta in švicarska Danzas, nemška pošta in britanski Securicor ter francoska La Poste in nemški Denkhau (Pavlin, 2002).

Logistični boj, ki so ga pred leti zanetile evropske pošte, se nadaljuje z vso silovitostjo. V njem sodelujejo tudi špediterji, podjetja za hitro dostavo in paketno distribucijo, vendar so večinoma le plen največjih pošt, nemške, britanske, nizozemske in francoske. Tako so se pošte znašle med največjimi koncerni za hitro dostavo pošilk in paketno distribucijo ter največjimi logističnimi koncerni, ki opravljajo prevozne, špedicijske in logistične storitve. Za vzpon v evropsko logistično elito se morajo velikanke, ki so večinoma v državni lasti, zahvaliti milijardnim prevzemom (Pilko, 2000).

10.1 Deutsche Post World Net

Deutsche Post World Net je zagotovo najbolj izjemen primer multinacionalnega poštnega podjetja in je zgled vsem ostalim poštam. V zadnjih dvanajstih letih se je iz državnega poštnega podjetja, ki je leto za letom poslovno leto zaključevalo z izgubo, prelevila v dobičkonosno globalno logistično podjetje. Veliko zaslug za ta preobrat pripisujejo predsedniku upravnega odbora Deutsche Post World Net, dr. Klausu Zumwinkelu. V tem obdobju so kar za štirikrat povečali svoje prihodke. Dvanajst let zapored so povečevali prihodke in zmanjševali zadolženost (Letno poročilo Deutsche Post World Net 2002, 2003).

20. novembra 2000 je bila nemška pošta privatizirana. Na javni ponudbi delnic je država odprodala malo manj kot 50 odstotkov lastništva pošte. Pošta je izdala 1.112.800.000 delnic, od katerih je 50 odstotkov in 26 delnic obdržala država, 18,3 odstotkov jih ima trenutno v lasti Kreditanstalt für Wiederaufbau, preostalih 31,7 odstotkov pa je v lasti zasebnih in institucionalnih investitorjev iz Nemčije in drugih držav (Vergles, 2000).

Nemška pošta je z natančno načrtovanimi nakupi podjetij po vsem svetu in z diverzifikacijo postala največje logistično podjetje na svetu. Od leta 1998 je za mednarodno širitev z nakupi drugih podjetij porabila več kot pet milijard evrov. Tako je prevzela eno izmed največjih kurirskih podjetij DHL, največje evropsko špedicijsko podjetje Danzas. S prevzemom podjetij Air Express International in Airborne je stopila tudi na ameriški trg. V lanskem letu je utrdila svoj položaj na britanskem trgu, saj je za 247 milijonov evrov odkupila še preostalih 50 odstotkov britanske družbe za dostavo paketov Securior, ki je bil v 50-odstotni lasti nemške pošte že od leta 1999 (STA, 2003).

Svoj položaj pa si želi okrepiti tudi na drugih evropskih trgih in si poskuša pred popolno liberalizacijo evropskega trga pisemskih storitev zagotoviti dober izhodiščni položaj. Tako se z avstrijsko pošto že dogovarja za prevzem 74,9-odstotnega deleža, z dansko pa za prevzem 25-odstotnega deleža.

Zaradi številnih prevzemov je Evropska komisija izrazila resne pomisleke glede ustvarjanja prevladajočega položaja tako na državnem kot na svetovnem trgu dostave

paketov in hitre dostave pošilk, kar je povzročilo, da je Nemška pošta umaknila namero prevzema podjetja Trans-o-Fex Schnell-Lieferdienst, katerega 24,8-odstotni delež je že imela v svoji lasti.

Tabela 5: Nakupi Deutsche Post World Net

Detsche Post World Net		
Logističan podjetja	Druga podjetja	
Securicor Velika britanija 100% lastništvo	Belgium Parcel Distribution Belgija 98% lastništvo	Global Mail Ltd. ZDA 100% lastništvo
Quickstep Parcel Service AG Švica in Češka 100% lastništvo	DANZAS Švica 100% lastništvo	McPaper Nemčija 100% lastništvo
DHL ZDA 100% lastništvo	Air Express International ZDA 98% lastništvo	Deutsche Postbank AG Nemčija 100% lastništvo
DUCROS Francija 68% lastništvo	Nedlloyd European Transport Nizozemska 100% lastništvo	Fortress Europa Marketing Ltd. Irska 50,1% lastništvo
Servisco Poljska 60% lastništvo	IPP Paket Avstrija 100% lastništvo	International Data Post Dansko 17,2% lastništvo
Merkur GmbH&Co Nemčija 51% lastništvo	MIT Italija 90% lastništvo	E-stamp ZDA 1,25% lastništvo
ITG International Spedition Nemčija 80% lastništvo	Trans-o-Flex Nemčija 24,8% lastništvo	GFT Technologies AG Nemčija 15% lastništvo
ASG AB Švedska 52,4% lastništvo	Yellowstone ZDA 100% lastništvo	Qualipack Švica 100% lastništvo
Sinotrans Kitajska 5% lastništvo	Mayne Group Canada Kanada 100% lastništvo	

Vir: Postal Records junij 2000, Poslovno poročilo za prvo četrtletje 2003.

Veliko je investirala tudi v razvoj novih storitev, predvsem na področju internetnih tehnologij. Prek svojih dveh portalov, e-Post in e-Filliale, ponuja poleg poštnih in paketnih storitev tudi pestro ponudbo storitev, ki nimajo nič skupnega s pošto. Tako lahko na primer naročimo razvijanje digitalnih fotografij na fotografski papir ali pisarniški material. Nemška pošta je postala celo distributer električne energije. Tako lahko prek njihovega portala prekinemo pogodbo za distribucijo električne energije, ki jo imamo s konkurenčnim podjetjem, in sklenemo novo pogodbo z nemško pošto.

Vendar so prihodki iz omenjenih storitev še vedno zanemarljivo majhni v primerjavi z prihodki od rezerviranih univerzalnih poštnih storitev. Segment pisemskih pošilk je v letu 2002 z 11,6 milijarde evrov predstavljal 27,7 odstotkov celotnih prihodkov in prispeval kar 60,4 odstotkov celotnega dobička. Za primerjavo segment paketne dostave z 12,5 milijardami evrov prihodkov predstavlja 29,6 odstotkov celotnih prihodkov, k celotnemu dobičku pa je prispeval le 8,8 odstotkov. Ta podatek priča, da je pritožba UPS-a, da nemška pošta z dobičkom, pridobljenim z opravljanjem monopolnih storitev, financira svoj prodor na svetovni logistični trg, upravičena.

Tabela 6: Prihodki in dobički Nemške pošte, razdeljeni po segmentih, za leto 2000

Prihodki in dobički za leto 2002	Prihodek		Dobiček	
	v milijonih	v %	v milijonih	v %
Pisemske pošiljke	11.666 €	27,7	1.658 €	60,4
Paketna dostava	12.489 €	29,6	243 €	8,8
Logistične/transportne storitve	9.152 €	21,7	224 €	8,2
Finančne storitve	8.872 €	21	621 €	22,6
Skupaj vsi segmenti	42.179 €	100	2.746 €	100
Drugo/konsolidacija	-2.924 €	-6,9	-325 €	-11,8
SKUPAJ	39.255 €	93,1	2.421 €	88,2

Vir: Letno poročilo Deutsche Post World Net, 2002.

V letošnjem in prihodnjih letih bodo na dobičke v segmentu poštnih storitev vplivali trije zelo pomembni zunanji vplivi oziroma odločitve. Evropska komisija je odločila, da mora nemška pošta vrniti državno pomoč v višini 572 milijonov evrov, ki ji jo je dodelila nemška država. Znesek mora vrniti v začetku leta 2003, in to skupaj z obrestmi, kar znese 907 milijonov evrov. Čeprav se je nemška pošta pritožila, to ne zaustavi izvajanja odločbe komisije (Pavlin, 2002).

Drug vpliv bodo imeli splošni pogoji za poštno tarife, ki jih je uvedla nemška nadzorna agencija za telekomunikacije in pošto. Ti pogoji od Nemške pošte zahtevajo, da z 1. januarjem 2003 znižajo cene poštnih storitev in določajo gibanje omenjenih cen med 1. januarjem 2003 in 31. decembrom 2007. V tem obdobju se lahko cene poštnih storitev zvišajo samo za odstotek inflacije. Nemška pošta ocenjuje, da bodo te zahteve kar za 300 milijonov evrov letno znižale dobiček iz poštnega segmenta v obdobju do konca leta 2007 (Četrtno poročilo Deutsche post World Net 2003, 2003).

Tretji vpliv pa prihaja s strani Bundestaga in Bundesrata (spodnji in gornji dom nemškega parlamenta), ki sta sprejela amandma k poštnemu zakonu, s katerim bodo zmanjšali težnostne in cenovne omejitve na območju, rezerviranem za izvajalce univerzalnih storitev. Z letom 2003 bo kot prvi korak znižana omejitev za rezervirano področje, in sicer na pisma, ki ne presegajo teže 100 gramov in katerih cena je nižja od trikratne standardne

tarife. Prav tako so ukinili monopol za čezmejne pošiljke v skladu z zahtevami Poštne direktive. Popolna sprostitev trga pa bo sledila 31. decembra 2007.

V letu 2002 je Nemška pošta za pridobitev svežega kapitala izdala tudi obveznice, za katere je bilo izredno veliko povpraševanje. Zato so se odločili, da načrtovani obseg obveznic iz ene milijarde evrov povečajo na 1,5 milijarde.

Vendar so kljub temu delnice nemške pošte v primerjavi z drugimi konkurenčnimi podjetji podcenjene. Vrednost delnice je ob koncu leta 2002 znašala le 10 evrov, kar je samo 40 odstotkov vsote, ki so jo delničarji plačali ob javni ponudbi delnic, ki je bila 20. novembra leta 2000. Vodstvo nemške pošte je ukrepalo in predstavilo program za ustvarjanje nove vrednosti in integracije.

Popoln prevzem podjetja DHL konec leta 2002 označuje mejnik v njihovem programu za ustvarjanje nove vrednosti in integracijo z imenom Star. Program Star, ki se je pričel prav tako leta 2002, določa strategijo podjetja za prihodnja leta. Glavna komponenta programa je integracija podjetij Danzas, Deutsche Post Euro Express in DHL. Nemška pošta ima veliko izkušenj z integracijami, saj je v letih 1999 in 2001 kupljeni podjetji ASG in Nedlloyd uspešno integrirala v podjetje Danzas (Nemška pošta, 2003).

Glavni cilji programa Star so:

- ustvariti nove, vrednostno usmerjene načine razmišljanja in delovanja;
- odpraviti nižjo vrednost njihovih delnic v primerjavi s konkurenco na trgu kapitala;
- povečati zadovoljstvo strank;
- mobilizirati zaposlene po svetu za doseganje kolektivnega globalnega cilja.

V okviru teh glavnih ciljev namerava nemška pošta povečati dobiček na 3,1 milijarde evrov v letu 2005 in tako trgu kapitala pokazati potencial, ki ga ima. Več kot polovico povečanja dobička naj bi prispevala reorganizacija segmenta paketne dostave in logističnih storitev. Nemška pošta svojo dejavnost namreč deli na štiri segmente: pisemske pošiljke, dostava paketov, logistične in finančne storitve. Da bi zagotovili doslednost in preglednost finančnih poročil, so ta prav tako razdeljena na omenjene segmente. Vse storitve iz prej omenjenih dveh segmentov so 1. aprila 2003 združiti pod enotno blagovno znamko DHL, za katero so se odločili zaradi globalne prisotnosti in sinonima za hitrost in zanesljivost.

Da bi bila široka paleta storitev, ki jih bo nemška pošta ponujala pod blagovno znamko DHL, pregledna, jo nameravajo harmonizirati in razdeliti na štiri področne blagovne podznamke: DHL Express, DHL Freight, DHL Danzas Air and Ocean in DHL Solutions.

V okviru programa Star nameravajo reorganizirati tudi nabavo. Optimizacija nabavnih

procesov, uvedba obvezujočih nabavnih standardov in centralizacija globalne nabavne moči bodo znatno prispevale k povečanju dobička (Letno poročilo Deutsche Post World Net 2002, 2003).

10.2 TNT Post Group (TPG)

Prva privatizirana pošta na svetu, nizozemska Post KPN je danes ena izmed evropskih multinacionalnih pošt, ki deluje v več kot 200 državah in zaposluje več kot 100.000 ljudi. Leta 1994 se je nizozemska vlada odločila, da odproda svoj večinski delež v javnem podjetju, ki je bilo organizirano kot javna agencija z monopolom nad izvajanjem poštnih, telegrafskih in telefonskih storitev. Zasebni investitorji iz Evrope in Severne Amerike so razgrabili delnice podjetja, ki se je zelo uspešno širilo in ustanavljalo svoje poštne enote po vsej Evropi in v ZDA s prevzemi podjetij Time-Warner in American Express. Leta 1997 je prišlo do pomembne združitve nizozemske pošte KPN in avstralskega multinacionalnega podjetja TNT Express Group, ki v Evropi spada med največja zasebna logistična podjetja, in združeni podjetji sta se preimenovali v TNT Post Group ali TPG.

Preobrazba nizozemske pošte v zadnjem desetletju je bila neverjetna in je primer, kako lahko pošta s pravilno tržno usmeritvijo hitro postane komercialno konkurenčna.

Čeprav vrednost prodaje Nizozemske pošte ne dosega niti tretjino prodaje Nemške pošte, pa se ji je s svojim hčerinskim podjetjem za ekspresne pošiljke TNT posrečil odločilen skok naprej. Na tem področju se z njo ne more primerjati niti Nemška pošta s svojim DHL. V Nemčiji je kupila logistično podjetje Schrader group in NET-Nachtexpress ter s tem utrdila svoj položaj na nemškem trgu.

S prevzemom logističnega podjetja CTI Logistix, ki ga je TPG odkupila od CSX, severnoameriškega železniškega operaterja, se je uvrstila med tri največja globalna logistična podjetja. Na ameriškem trgu je prisotna tudi v največjih ameriških metropolah, kjer s svojimi prepoznavnimi oranžnimi vozili opravlja dostave pošiljk. Tudi na področju Velike Britanije so prevzeli podjetje Data Depot, s katerim bosta izboljšala upravljanje z dokumenti (*records management*), shranjevanje in prenos podatkov. Del TGP pa je postalo tudi britansko logistično podjetje Taylor Barnard, ki se ukvarja z dostavami potrošnega blaga in zdravstvenih pripomočkov ter ima svoje enote v več kot 60 mestih v Veliki Britaniji (The Global Fight on Postal Markets, 2001).

TPG je sklenila pogodbo z Ikeo za dostavo vseh njenih izdelkov na domove potrošnikov po severni in srednji Evropi. Prav tako je ekskluzivni dostavljalec največjega nizozemskega internetnega podjetja Bruna, ki prodaja knjige in zgoščenke. V marcu 2000 je z britansko Post Office in singapursko pošto podpisala pogodbo o skupnem podvigu,

²² Independent Publicly Owned Corporation

imenovanem Delta, na področju dostave poslovne pošte. Vključitev singapurske pošte v skupni podvig je nizozemski in britanski pošti zagotovilo ključno vlogo na azijskem trgu. V novem podjetju s sedežem v Bruslju, bo imela TPG 51-odstotni delež, britanska in singapurska pošta pa po 24,5-odstotni delež. Evropska komisija je podvigu združitve dveh evropskih poštnih velikank nasprotovala zaradi prevelike koncentracije moči na poštnem trgu. S prevzemom italijanske Tecnologistice je postala vodilna pri dostavi pošte in hitri dostavi paketov na italijanskem ter tudi na francoskem, nemškem, španskem in belgijskem trgu. Nadaljnji delež na francoskem trgu je osvojila s prevzemom francoskega podjetja Jet Services, ki se poleg hitre dostave pošilk in dokumentov ukvarja tudi s ponujanjem logističnih storitev. Nizozemska pošta je prevzela tudi delež v Renaultovi družbi za logistiko CAT.

Raziskava Univerze v Rotterdamu je proces komercializacije pošte označila kot zelo uspešen za uporabnike, za lastnike in management TPG ter precej manj uspešen za delavce. Raven zaposlenosti ostaja kljub 50-odstotni povečanju obsega poštnega prometa v zadnjem desetletju nespremenjena, kar pomeni vedno večjo obremenjenost zaposlenih in stresno delovno okolje. Nasprotniki širitve TPG na evropske trge so nizozemsko podjetje obtožili, da so številni prevzemi lahko mogoči le na račun monopolnega položaja na rezerviranem področju dostave pisem do 100 gramov na Nizozemskem in z dohodki, ki jih subvencionirajo dejavnosti na komercialnem področju (Postal Record, 2000).

10.3 Consignia

Sindikati poštnih delavcev Velike Britanije (CWU) je v preteklosti onemogočal privatizacijo pošte, da bi zaščitil poštne uslužbenke. Vlada je pod pritiski močnega sindikata popustila in pošta Velike Britanije, sicer komercialno usmerjena, je poslovala v težkih pogojih. Država je letno prejela 80 odstotkov dobička pošte v obliki izplačanih dividend in vsaka investicija pošte je bila strogo nadzorovana, kar je zelo oviralo normalen razvoj in rast poštnega sektorja. Šele prihod nizozemske pošte na britanski trg in nakup 50-odstotnega deleža britanskega podjetja Securior s strani Deutsche Post World Net je pomenil alarm za spremembe v poštnem sektorju, če je želela tudi britanska Post Office v korak s konkurenco in preživeti na trgu.

V letu 1997 je bil izdelan načrt komercializacije britanske pošte, ki je predvidel preoblikovanje državne pošte v neodvisno javno podjetje IPOC,²² ki bi sicer ostal v 100-odstotni lasti države, vendar pa bi bila uvedena večja poslovna svoboda pri upravljanju z lastnim kapitalom ter pri investicijah. Julija 1999 je bila na osnovi izdelanega načrta komercializacije pošte objavljena Bela knjiga poštnih reform. Dokončno je bilo odločeno, da se britanska pošta Post Office nikoli ne bo privatizirala; da se ustanovi neodvisen poštni regulatorni organ Postcomm za nadzorovanje razvoja poštnih storitev, vzpodbujanje

²² Independent Publicly Owned Corporation

učinkovite konkurence na rezerviranem področju, nadzor nad cenami in kakovostjo poštnih storitev; da se zniža raven letnih dividend, namenjenih britanski vladi (delež dobička za izplačilo dividend državi se je z 80 zmanjšal na 50 odstotkov v letu 1999 in na 40 odstotkov v vseh naslednjih letih) (Postal Record, 2000).

Pošta Velike Britanije se je marca 2001 preimenovala v Consignio. Prvič v 24 letih so imeli izgubo, vendar to ni ustavilo osvajalskega pohoda na evropskem trgu. Pod okrilje Consignie je prišlo tretje največje francosko podjetje pri paketnih dostavah Extand in italijansko podjetje DGE. S tema prevzemoma se je število prevzetih podjetij do leta 2000 povzpelo na 17. Multinacionalno poštno podjetje Consignia sestavljajo:

- German Parcel (del mreže General Parcela),
- Der Kurier (nemško podjetje ekspresne dostave),
- Williamses (irsko logistično podjetje – del mreže General Parcela),
- Citypost (podjetje iz New Yorka, ki se ukvarja z dostavo dokumentov),
- Crie Group (francosko podjetje),
- Pakke Trans A/S (dansko podjetje – del mreže General Parcela),
- Citymail Sweden AB,
- Citymail Group,
- Nederlandse Pakket Dienst (del mreže General Parcela),
- General Parcel Austria (del mreže General Parcela),
- General Parcel Slovenija,
- General Parcel Hungary,
- Extand,
- Domberger Paket Dienst Dascher,
- Deutscher Paket Dienst Dascher,
- Direzione Gruppo Executive SPA (DGE),
- Cashtec.

Consignia ima tudi za prihodnost velike načrte, saj namerava s pridružitvami in pogodbenimi sodelovanji do leta 2008, torej še pred popolno liberalizacijo poštnega trga, pridobiti prevladujoč položaj na enajstih nacionalnih evropskih trgih poštnih storitev (The Global Fight on Postal Markets, 2000).

10.4 La Poste

Francoska pošta La Poste je ena izmed štirih vodilnih evropskih pošt, ki določajo nadaljnji razvoj poštne dejavnosti. La Poste Groupe, ki jo trenutno sestavlja več kot dvesto podjetij, je svoj položaj na evropskem poštnem in logističnem trgu utrdila po vzoru nemške pošte z nakupi tujih in domačih podjetij s področja logistike, kurirske dostave, paketne distribucije ter informatike. Predvsem z nakupom 85-odstotnega deleža nemškega podjetja Deutsche Paketdienst (DPD) se je povzpela kar na drugo mesto med dostavljalci paketov na

nemškem tržišču (Urbanija 2001).

Sklenili so tudi partnerstvo na področju ekspresne dostave paketov z ameriškim podjetjem Federal Express, s katerim so pridobili dostop do FedExovega globalnega letalskega omrežja. V zameno pa bodo opravljali dostavo in zbiranje paketov na področju Francije in Belgije.

Boj med štirimi velikani, nemško, francosko, nizozemsko in angleško pošto za prevlado na evropskem in svetovnem poštnem trgu se je pričel.

Jean-Paul Bailly, predsednik La Poste, je aprila letos naznanil, da bo francoska pošta do leta 2007 enakovreden konkurent največjima evropskima poštama nemški in nizozemski. Glavni cilj strategije francoske pošte je s pomočjo investiranja v modernizacijo poštna infrastrukture v višini ene milijarde evrov, ki vključuje nabavo avtomatizacijske opreme, utrditi svoj položaj na trgu in se temeljito pripraviti na popolno liberalizacijo poštnega trga. Zaenkrat imajo 60-odstotno avtomatizacijo poštnih procesov in precej zaostajajo za Nemčijo in Nizozemsko, ki imata kar 90 odstotkov poštnih procesov avtomatiziranih. La Poste doživlja pravo tehnološko revolucijo, kar bo po pričakovanjih povzročilo zmanjšanje poštnih sortirnih centrov za polovico (Denis, 2003).

Francoska pošta želi ponudbo komercialnih storitev razširiti na stanovanjska posojila ter nezgodna in premoženjska zavarovanja. To so področja, kjer do sedaj niso imeli državnega dovoljenja za opravljanje teh storitev, zato močno pritiskajo na francosko vlado za pridobitev dovoljenj za opravljanje bančnih in zavarovalniških storitev (Clow, 2003).

Z zunanjimi partnerji so ustanovili tudi fond tveganega kapitala z imenom Xange Capital. Fond je vreden 50 milijonov evrov in vanj je La Poste prispevala 34 odstotkov sredstev. Ostali del so skupno prispevala investicijska podjetja AGF, CDC, CNP Assurance, Garantie Mutuelle des Fonctionnaires, Alten, Laser Cofinoga in Deloitte&Touche Corporate Finance. Xange Capital bo sredstva investiral predvsem v projekte, ki so povezani z dejavnostmi francoske pošte. Osredotočili se bodo na informacijsko tehnologijo (Lynch, 2003).

10.5 Pošta Slovenije kot multinacionalno poštno podjetje?

Strategije globalizacije, ki jo uspešno izvajajo velike evropske pošte, ki z nakupi ter prevzemi logističnih in špediterskih podjetij postajajo multinacionalna poštna podjetja, za Pošto Slovenije ni mogoče uporabiti. Evropske pošte svoje osvajalske pohode financirajo z državnim monopolom, Pošta Slovenije pa iz tega naslova že vrsto let ustvarja izgubo. Nesmiselno je pričakovati, da bo Pošta Slovenije postala multinacionalno poštno podjetje v takšnem obsegu kot evropske poštna velikanke, saj ni zagotovljenih osnovnih pogojev financiranja, vendar pa lahko v prihodnosti kljub temu uspešno posluje. Dolgoročno je

smiselno strateško povezovanje z velikimi domačimi in tujimi logističnimi podjetji ter vključevanje v globalna logistična omrežja. Razvejano poštno omrežje in dober geografski položaj Slovenije bosta glavni prednosti pri sklepanju partnerstev v prihodnosti. Na mednarodnem področju se je Pošta Slovenije že uspela povezati z nekaj uveljavljenimi podjetji (Post Austria, Deutsche Post AG, švicarska La Poste, DPD in TNT). Na področju mednarodnih pošilk sodeluje s TNT pri kurirskih storitvah in z DPD pri poslovnih paketih za države EU.

Na Pošti priznavajo, da so se pri razvoju storitev v preteklosti prepozno in premalo agresivno odzvali na konkurenco ter predolgo uvajali informatizacijo v svoje poslovanje. Ravno zato želijo sedaj svoje klasične poštne storitve čimbolj navezati na rešitve sodobne informatizacijske tehnologije. Uvedli so že elektronsko pismo, spremljanje pošilk prek interneta, internetno trgovino s filatelističnimi izdelki, ponujajo tudi možnost naročanja telegrama prek interneta. Pošta Slovenije se zaveda, da je učinkovito zadovoljevanje potreb uporabnikov s široko paleto visoko kakovostnih storitev poglobitnega pomena za uspešno poslovanje v prihodnosti. Zato načrtujejo še storitve, kot so obveščanje strank o prispelih pošilkah prek SMS in elektronske pošte ter možnost označevanja plačane poštnine prek interneta (O podjetju – Vizija, 2003).

Strategija uvajanja novih storitev ter racionalizacija in modernizacija poslovanja je zelo primerna strateška usmeritev Pošte Slovenije. Večina nacionalnih pošt v razvitih evropskih državah in drugod po svetu se poslužuje podobnih strategij, kjer je največji poudarek na povečevanju deleža komercialnih storitev. Te ponekod predstavljajo 70- do 98-odstotni delež, obvezne storitve pa od 2- do 30-odstotni delež vseh storitev. Pošte ne ponujajo več samo poštne storitve, temveč logistične storitve in oglaševanje na svojih internetnih straneh, La Poste načrtuje razširitev svoje ponudbe na premoženjska in nezgodna zavarovanja ter posojila za svoje uporabnike, pri Deutsche Post World Net pa lahko naročite izdelavo foto albuma in razvijanje slik, pomagajo vam pri selitvah, prodajajo pisarniško opremo in material ter še mnogo drugih storitev, ki s poštno dejavnostjo nimajo nobene povezave.

Kompleksne logistične storitve postajajo del ponudbe razvitih pošt in tudi pošta Slovenije se zaveda nujnosti izboljšanja kakovosti poslovanja in modernizacije procesov. Tako je bila letos maja zaključena prva faza načrtovane modernizacije logističnih centrov v vrednosti 570 milijonov tolarjev. Investicija vključuje uvedbo naprav za avtomatsko usmerjanje nestandardiziranih pisemskih pošilk. V letu 2002 so za naložbe namenili okrog 5,9 milijarde tolarjev, od tega je bil večji del namenjen izgradnji novega poštne logističnega centra v Mariboru, ki bo odprt predvidoma konec leta 2003. Vlagali so tudi v posodobitev informacijskega sistema in izgradnjo sistema elektronskega poslovanja (STA, 2003a).

Konkurenca na področju nerezerviranih poštnih storitev je vsako leto močnejša, ob vstopu v EU in liberalizaciji poštne trga pa se bodo razmere še zaostriale, saj bodo na slovenski poštni trg vstopili novi konkurenti, med njimi velike evropske pošte.

11 SKLEP

Trg poštnih storitev se je v zadnjem desetletju korenito spremenil zaradi vpliva globalizacije, liberalizacije in novih tehnologij, zlasti razvoja internetnega poslovanja. Novo tisočletje prinaša povsem novo podobo in vlogo pošt v gospodarstvu. Nekdaj državne pošte so postale logistična multinacionalna podjetja. Postopno ukinjanje poštne monopolne panoge privablja vedno več konkurentov. Če pošte želijo obdržati svoj tržni delež, morajo na trgu nastopiti ofenzivno. Komercializacija in privatizacija državnih pošt sta samo dva izmed ukrepov. Najuspešnejše evropske pošte so postale tržno usmerjena podjetja z jasno strategijo razvoja. Pričele so z agresivno širitvijo svojega pošto-logističnega omrežja in ponudbe storitev. Strategija prevzemov in nakupov podjetij z že obstoječimi infrastrukturami se je izkazala za precej bolj uspešno od ustanavljanja lastnih podjetij. Trg poštnih storitev je zajela mrzlica združevanj in prevzemov, s katerimi si pošte utrjujejo položaj na evropskem in mednarodnem trgu. Trend se je začel z združitvijo nemške pošte in DHL, ki ji je sledil val drugih združitvev.

Globalizacija svetovnega gospodarstva povečuje zahteve po hitrem in učinkovitem prenosu informacij. Gospodarstva brez prvovrstnih poštnih storitev ne morejo optimalno izkoristiti priložnosti, ki jim jih ponujajo nove tehnologije – internetno poslovanje, *just-in-time* ter *just-in-sequence* dostava.

V državah članicah EU je liberalizacija poštne trga usklajena z določili Direktive o poštnih storitvah. Proces poteka postopno in nadzorovano, cilj pa je popolna odprava poštne monopolne panoge, ki je predvidena za leto 2009. Direktiva določa tudi skupna pravila, kriterije in načela za izvajanje poštnih storitev v okviru enotnega trga brez meja v evropskem prostoru. Sprostitev trga zaostri konkurenco, na trg vstopajo zasebna podjetja in hitro osvajajo tržne deleže na področjih, ki so bila še do nedavnega rezervirana za državne pošte. Težnja k vedno višjim standardom kakovosti storitev je v prid uporabnikom in gospodarski rasti držav, konkurenca pa je dobrodošla zaradi zniževanja cen storitev.

Nadaljnji razvoj poštne dejavnosti bodo usmerjale in določale predvsem štiri vodilne evropske poštne velikanke: nemška Deutsche Post World Net, nizozemska TNT Post Group, francoska La Poste in britanska Consignia. Ostale pošte se bodo lahko mnogo naučile iz njihovih izkušenj, npr. kako so se soočale s pozitivnimi in negativnimi spremljajočimi pojavi liberalizacije trga ter se izognile nepotrebnim pastem in izkoristile

prednosti. Največji problem je zagotovo ukinjanje delovnih mest zaradi večje avtomatizacije in racionalizacije poslovanja.

Prodor novih tehnologij pomeni za poštni trg nove izzive, hkrati pa tudi grožnje. Obseg pisemskega prometa se bo zaradi elektronske pošte, elektronskega plačevanja računov in elektronskega oglaševanja zagotovo zmanjšal, vendar pa se na drugi strani odpirajo možnosti za razvoj novih storitev ter povečanje paketnega prometa zaradi internetne trgovine. Pošte morajo prepoznati in izkoristiti priložnosti, ki jim jih ponuja internet. Vzoren primer je švedska pošta, ki je že uvedla elektronski poštni nabiralnik, v prihodnosti pa nameravajo razviti elektronske poštno urade. Kljub strahovom, da bo internet izpodrinil tradicionalno obliko komuniciranja, pismo, so napovedi za prihodnost optimistične.

Proces liberalizacije poštne trga tudi v Sloveniji poteka v skladu z določili Poštne direktive, ki so povzeta v Zakonu o poštnih storitvah. S sprostitvijo trga bo omogočen vstop konkurence na trg poštnih storitev, kar bo povzročilo višjo kakovost storitev po nižji ceni. Pošta Slovenije ima zaradi obstoječega poštne omrežja precejšnje prednosti pred domačo konkurenco. Nadaljnja modernizacija in racionalizacija poslovanja, uvajanje novih storitev in oblikovanje ekonomskih cen poštnih storitev bodo v prihodnosti še izboljšali poslovanje. Tržni delež pa bodo lahko povečali tudi s ponudbo kakovostnih logističnih storitev in možnostjo sledenja pošiljk ob vsakem času prek interneta.

12 LITERATURA

1. Andric Matjaž: Harmonizacija poštnih storitev v Republiki Sloveniji v skladu s smernico Evropske unije (Smernica 97/67/EC, Skupna pravila za razvoj notranjega trga poštnih storitev Unije ter za izboljšanje kakovosti storitev). Zbornik prispevkov 1. konference študentov podiplomskega študija Ekonomsko-poslovne fakultete, Maribor, 21. 9. 2001, str. 7.
2. Bender Wolfhard: The A-Z of liberalisation. Postal Technology International, september 2001, str. 30–32.
3. Clow Simon: La Poste 2002 Net Profit: EUR34 Million, Wall Street Journal, [URL: <http://www.postinsight.pb.com>], 3. 4. 2003.
4. Denis Anne: Jean-Paul Baily Details Five-Year Plan. Les Echos. [URL: <http://www.postinsight.pb.com>], 4. 4. 2003.
5. Jelenc Milan: Trendi: Globalizacija v logistiki. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 25. 5. 2000, str. 4.
6. Jimenez Luis: Mail Markets: Recent and Future Trends. Post-Expo 2002, Koln, 8. 10. 2002. 56 str.
7. Logožar Klavdij: Poslovna logistika: Sodobne logistične storitve in konkurenčnost. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 25. 11. 2002, str. 120.

8. Lynch Simon: La Poste Launches Venture Capital Group. Toronto Insider. [URL: <http://www.postinsight.pb.com>], 9. 4. 2003.
9. Pavletič Robert: Priložnosti in nevarnosti širitve EU za logistiko. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 27. 1. 2003, str. 112.
10. Pavlin Barbara: Špedicija v EU: Pošte kupujejo špediterska podjetja. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 29. 10. 2001, str. 9.
11. Pavlin Barbara: Nemška pošta: Bo Deutsche Post vrnil milijonski znesek? Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 1. 7. 2002, str. 106.
12. Pavlin Barbara: Mednarodne hitre pošiljke: Živahna rast trga se bo nadaljevala. Gospodarski Vestnik, 25. 11. 2002, str. 114.
13. Pilko Simon: Hitra dostava: Pošta na osvajalskem pohodu. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 27. 1. 2000, str. 13.
14. P.S.: Nemška Pošta bo odpustila deset tisoč delavcev. Finance, Ljubljana, 11. 7. 2002, str. 6.
15. Urbanija Anamarija: Hitra dostava: Konkurenca pravilo, monopol izjema. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 27. 1. 2000, str. 7.
16. Urbanija Anamarija: Švedi zapirajo pošte. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 7. 9. 2000, str. 52.
17. Urbanija Anamarija: Evropske pošte: Od monopolnih dobičkov razvajene velikanke. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 28. 6. 2001, str. 11.
18. Vergles Eva: Sveže rumene delnice. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 26. 10. 2000, str. 71.
19. Vouk Tomaž: Paketna distribucija: Neusmiljen boj za prevlade na trgu. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 25. 11. 2002, str. 108.

13 VIRI

1. Četrtno poročilo Deutsche post World Net 1. 1.–31. 3. 2003, Bonn, maj 2003.
2. Deutsche Post kljub upadu dobička nadaljuje s širitvijo na svetovne trge. STA, Ljubljana, 25. 3. 2003, str. 1.
3. 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. [URL: <http://www.europa.eu.int/smartapi/cgi/CELEXnumdoc&lg=en&numdoc=3199710067&model=guichett>], 15. 12. 1997.
4. Directive 2002/39/EC of the European Parliament and of the Council of 10 June 2002 amending Directive 97/67/EC with regard to the further opening to competition of Community postal services. [URL: <http://www.europa.eu.int/smartapi/cgi/CELEXnumdoc&lg=en&numdoc=3200210039&model=guichett>], 10. 6. 2002.

5. European Standardisation. [URL: http://www.europa.eu.int/comm/internal_market/post/standardisation_en.htm], 25. 5. 2003.
6. Framework Postal Directive. [URL: http://www.europa.eu.int/comm/internal_market/post/framework_en.htm], 15. 3. 2003.
7. General matters. [URL: http://www.europa.eu.int/comm/internal_market/en/postal/general/index.htm], 15. 4. 2003.
8. Green paper on the development of the single market for postal services. (Commission of the European Communities), COM(91) 476 final, 11. 6. 1992.
9. Letno poročilo Deutsche Post World Net 2002, Bonn, 2003.
10. Letno poročilo Pošte Slovenije, d.o.o. 2000. [URL: <http://www.posta.si/DesktopModules/ViewDocument.asp?DocumentID=7>], 2000.
11. Letno poročilo Pošte Slovenije, d.o.o. 2001. [URL: <http://www.posta.si/DesktopModules/ViewDocument.asp?DocumentID=7>], 2001.
12. Letno poročilo Pošte Slovenije, d.o.o. 2002. [URL: <http://www.posta.si/DesktopModules/ViewDocument.asp?DocumentID=35>], 2002.
13. Nemška pošta: Nova oglasna kampanja za DHL. Gospodarski Vestnik, Ljubljana, 26. 5. 2003, str. 202.
14. New Postal Directive. [URL: http://www.europa.eu.int/comm/internal_market/en/postal/newdir/index.htm], 15. 4. 2003.
15. Postal Record. Is the postal service being left behind as post offices abroad go global?, junij 2000, str. 34–44.
16. Postal Record. The electronic post office: Canada and Sweden point the way. junij 2000, str. 40.
17. PostEurop Common Position Paper on further opening to competition of postal services. [URL: http://www.posteurop.org/eng/text.asp?ne_cat=4&start=2514&ne_id=275], 15. 3. 2003.
18. Pošta Slovenije končala prvi del modernizacije poštnih logističnih centrov. STA, Ljubljana, 21. 5. 2003, str. 1.
19. Pošta Slovenije, d.o.o. – O podjetju: Pošta nekoč. [URL: <http://www.posta.si/Namizje.aspx?tabit=89>], 20. 5. 2003.
20. Pošta Slovenije, d.o.o. – O podjetju: Vizija. [URL: <http://www.posta.si/Namizje.aspx?tabit=83>], 20. 5. 2003.
21. Pravilnik o splošnih pogojih za opravljanje poštnih storitev. (Uradni list RS, št. 32/00), 2000.
22. Report from the Commission to the European Parliament and the Council on the application of the Postal Directive (97/67/EC Directive). Commission of the European Communities. Brussels, 25. 11. 2002.
23. Swedish Municipalities approve ePostboxen. Posten. [URL: <http://www.postinsight.pb.com>], 20. 8. 2002.
24. The Global Fight on Postal Markets. Postal sector meeting on multinacionals, Nyon, [URL: http://www.union-network.org/UNIsite/News_Info/GATS.html],

18. 5. 2001, 27 str.
25. The Postal Industry in an Internet Age. Case study in postal reform. [URL: http://www.upu.int/publications/en/internet_age_en.pdf], 5. 4. 2003.
 26. Universal Postal Union – Frequently asked questions. [URL: <http://www.upu.int/faq/en/index.html>], 25. 5. 2003.
 27. Universal Postal Union – History. [URL: http://www.upu.int/about_us/en/history.html], 25. 5. 2003.
 28. Vogelstein Fred: Mighty Amazon. Fortune, 2. 6. 2003, str. 20–28.
 29. Zakon o Pošti Slovenije. (Uradni list RS, št. 73/94), 1994.
 30. Zakon o poštnih storitvah. (ZPSSto-1). (Uradni list RS, št 42/02), maj 2002.

14 SLOVARČEK SLOVENSКИH PREVODOV TUJIH IZRAZOV

1. Universal Postal Union (UPU) – Svetovna poštna zveza.
2. General Postal Union – Skupna poštna zveza.
3. Green Paper on the development of the single market for postal services – Zelena knjiga o razvoju enotnega trga poštnih storitev.
4. National Regulatory Authorities (NRAs) – Nacionalni regulativni organi.
5. International Post Corporation – Mednarodna poštna organizacija.
6. Study on the cost accounting systems of providers of the universal postal services – Raziskava o sistemih stroškovnega računovodstva ponudnikov univerzalnih storitev.
7. Electronic Bill Presentment and Payment (EBPP) – tehnologija za elektronsko posredovanje in plačilo računov.
8. Swedish Post – Švedska pošta.
9. ePostboxen – elektronski poštni nabiralniki.
10. New Zealand Post – Novozelandska pošta.
11. Independant Publicly Owned Corporation (IPOC) – Neodvisno javno podjetje.
12. Bundestag und Bundesrat – spodnji in zgornji dom nemškega parlamenta.
13. International Tribunal of Justice – Mednarodno kazensko sodišče.
14. Post 2005-Follow up and trends – Pošta leta 2005-Razvoj in trendi.
15. North Atlantic Treaty Organisation – vojaški blok NATO.
16. United Nations (UN) – Združeni narodi..
17. Resolution on the development of Community postal services – Resolucija o razvoju poštnih storitev Evropske Unije.

