

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
**ANALIZA TRGA POŠTNIH STORITEV TER INOVACIJ V
SLOVENIJI**

Ljubljana, april 2020

JAN KOČEVAR POLAK

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisani Jan Kočevar Polak, študent Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtor predloženega dela z naslovom Analiza trga poštnih storitev ter inovacij v Sloveniji, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem izr. prof. dr. Matejem Švigljem.

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravil samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbel da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobil vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označil;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnal v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobil soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študenta: _____

KAZALO

UVOD	1
1 LIBERALIZACIJA TRGA POŠTNIH STORITEV	2
1.1 Opredelitev pojma liberalizacija in vplivi na trg	2
1.2 Liberalizacija trga poštних storitev v EU	2
1.2.1 Predstavitev Zelene knjige o razvoju enotnega trga za poštne storitve	2
1.2.2 Predstavitev Poštних direktiv	3
1.2.2.1 <i>Predstavitev prve Poštne direktive 97/67/ES</i>	4
1.2.2.2 <i>Predstavitev druge Poštne direktive 2002/39/ES</i>	5
1.2.2.3 <i>Predstavitev tretje Poštne direktive 2008/6/EC</i>	5
1.2.3 Značilnosti univerzalne poštne storitve	6
1.2.3.1 <i>Ugotovitve glede analize univerzalne poštne storitve</i>	7
1.3 Liberalizacija trga poštних storitev v Sloveniji	7
1.4 Vplivi poštne direktive na trg	8
1.5 Prihodnost poštne trga	9
2 PREDSTAVITEV POŠTE SLOVENIJE	9
2.1 Ustanovitev in dejavnost Pošte Slovenije	9
2.2 Analiza trga poštних storitev v Republiki Sloveniji po področjih	10
2.2.1 Analiza za trg prenosa pisem	10
2.2.2 Analiza za trg prenosa paketov	12
2.2.3 Analiza za trg prenosa hitre pošte	13
2.2.4 Prihodki od prodaje na trgu poštних storitev	14
2.2.5 Odhodki na trgu poštних storitev	15
2.2.6 Povzetek ugotovitev za analizo trga poštних storitev	15
3 INOVACIJE NA TRGU POŠTNIH STORITEV	16
3.1 Kratka predstavitev inovacij na področju poštних storitev	16
3.2 Trendi na področju poštних storitev	17
3.2.1 Ukrepi za prilagajanje novim trendom	20
3.3 Predstavitev inovacij pri Pošti Slovenije	20
3.3.1 Predstavitev prvega in zadnjega kilometra pri Pošti Slovenije	20
3.3.2 Predstavitev paketomatov pri Pošti Slovenije	21

3.4 Celovitost logističnih rešitev	22
SKLEP.....	23
LITERATURA IN VIRI.....	25
PRILOGE	28

KAZALO SLIK

Slika 2: Prikaz stopnje odprtosti tržišča v EU.....	4
Slika 3: Prikaz v letu 1998/1999; stopnja odprtosti tržišča v EU.....	5
Slika 4: Prikaz popolne odprtosti tržišča v vseh državah članicah EU najkasneje do leta 2013	6
Slika 5: Primerjava količin pošiljk na trgu pisem v notranjem prometu med Pošto Slovenije in vsemi ostalimi izvajalci.....	10
Slika 6: Delež količin na trgu prenosa pisem v notranjem prometu vseh izvajalcev poštних storitev med pismi znotraj univerzalne storitve in pismi izven le - te.....	11
Slika 7: Delež količin pošiljk znotraj trga pisem univerzalne storitve v notranjem prometu	11
Slika 8: Prikaz količin prenosa paketov v notranjem prometu.....	12
Slika 9: Prikaz gibanja količin paketov v čezmejnem prometu vseh izvajalcev poštних storitev.....	13
Slika 10: Prikaz količin prenosa hitre pošte v notranjem in čezmejnem prometu	13
Slika 11: Prikaz deleža v prihodkih na trgu pisem v notranjem in čezmejnem prometu....	14
Slika 12: Prikaz deležev na pisemskem in paketnem trgu in na trgu hitre pošte glede na količino in prihodke v notranjem in čezmejnem prometu.....	14
Slika 13: Prikaz deleža celotnih odhodkov vseh izvajalcev na trgu poštних storitev.....	15
Slika 14: Prikaz gibanja trenda prihodkov izvajanja poštних storitev v Sloveniji od leta 2011 do 2016.....	19
Slika 15: Prikaz gibanja trenda števila zaposlenih pri izvajanju poštних storitev	19

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Prikaz obsega univerzalne poštne storitve po državah EU.....	1
---	---

SEZNAM KRATIC

angl. - angleško

AKOS - Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije

EU - (ang. European Union); Evropska unija

EGP - Evropski gospodarski prostor

EUR - (ang. Euro); Evro

KEP STORITVE - kurirske, ekspresne in poštne storitve

PS - Pošta Slovenije

RS - Republika Slovenije

ZPSto - 2 - Zakon o poštnih storitvah

UVOD

Poštna panoga igra ključno vlogo v družbenem in gospodarskem razvoju Evropske unije (v nadaljevanju EU). Na področju poštne panoge je kot storitev splošnega gospodarskega pomena mišljeno zagotavljanje učinkovite in cenovno ugodne poštne in paketne storitve za izpolnjevanje svoje tradicionalne vloge poštne storitev pri komunikaciji tako za posameznike kot tudi za podjetja. V današnjih časih z vse bolj napredno tehnologijo pa poštna dejavnost velja za eno najstarejših in najbolj tradicionalnih javnih storitev. Tradicionalne poštne storitve danes niso več v ospredju, saj trendi v globalnem poštnem sektorju zadnjih nekaj let kažejo na njihovo upadanje. Upada vse tisto, kar je bil včasih klasični posel Pošte Slovenije (v nadaljevanju PS); sem sodi izvajanje finančnih in bančnih storitev na okencih, poleg tega pa se izrazito pozna tudi pri upadu pisemskih pošiljk. Kar pomeni, da so ti padajoči trendi zelo obsežni. Prav tako imajo ključno vlogo poštne storitve tudi v Evropski uniji, čeprav se v času današnje tehnologije poštne storitve nadomeščajo z elektronskimi storitvami in vedno večjimi obsegi spletnih nakupov. Vse bolj so v ospredju paketne pošiljke, kar pomeni, da globalnemu poštnemu in logističnemu razvoju sledi tudi Skupina Pošta Slovenije, ki prilagaja ponudbo potrebam trga. Telefon in internet sta pošti vzela velik del posla, po drugi strani pa sta veliko doprinesla. Svet je postal vse bolj globalen in razmah spletnega poslovanja oz. e- trgovine je prinesel poštam vse več priložnosti. V prihodnjih letih bodo poštni operaterji morali biti k uporabnikom usmerjeni bolj kot kadarkoli do sedaj. Poudarek bo predvsem na razvijanju storitev z dodano vrednostjo, kakovost storitev pa bo vezana na potrebe uporabnikov poštne storitev. Nadaljevala se bo predvsem modernizacija poslovanja, obnova poštne kapacitete, povečati bo potrebno zanesljivost in hitrost, uvajati nove storitve, širiti dostopnost poštnega omrežja in racionalizirati in optimizirati poslovanje.

Namen zaključne strokovne naloge je ugotoviti, kakšen je bil proces liberalizacije, na kar so se pripravljali postopoma že vse od leta 1997, do kakšnih novosti je prišlo z uvedbo posamezne poštne direktive in kako je zadnji odpravljen monopol vplival na delovanje Pošte Slovenije. Preučil bom tudi kakšno je stanje na trgu poštne storitve v Sloveniji v današnjih časih, gibanje trendov na trgu poštne storitve in primerjal podatke po področjih poštne storitve s preteklimi podatki. Pogledal bom tudi inovacije na področju poštne storitve v Sloveniji in kakšni so trendi poštne storitve.

Cilji zaključne strokovne naloge so analizirati, kakšen je bil proces liberalizacije, kaj je posamezna poštna direktiva doprinesla oz. spremenila, pregledati inovacije na trgu poštne storitve v Sloveniji in ugotoviti, zakaj je prišlo do upada klasičnih storitev ter kako bo Pošta Slovenije na področju inovacij delovala v prihodnosti in ali bo upoštevala želje in potrebe uporabnikov ter sledila moderni tehnologiji.

Pri pisanju zaključne strokovne naloge bom uporabil metodologijo preučevanja literature, ki je dosegljiva na različnih spletnih straneh, kot primarni vir bom uporabil spletno stran Pošte Slovenije in letna poročila ter spletno stran Agencije za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljevanju AKOS).

1 LIBERALIZACIJA TRGA POŠTNIH STORITEV

1.1 Opredelitev pojma liberalizacija in vplivi na trg

Liberalizacija je ukinitve rezerviranih področij poštne storitve, kar pomeni prenos poštne pošiljke korespondenc v notranjem prometu in Republiki Sloveniji (v nadaljevanju RS) ter hkrati pomeni odprtje trga za nove ponudnike oz. operaterje poštne storitve. V preteklih letih je poštne sektor postal liberaliziran v mnogih državah. Poleg tega so na voljo nove storitve, zasnovane na elektronski komunikaciji, kar z ustvarjanjem nadomestkov za poštno pošiljke ali z dopolnjevanjem dostave paketov spodbuja neposredno konkurenco fizičnemu poslovanju (Jaag, 2014).

Poštne storitve se bodo v prihodnosti postopoma popolnoma liberalizirale, postopna liberalizacija bo pa ponudila možnost, da se bo trg poštne storitve preoblikoval vzporedno z novimi spremembami. Pri liberalizaciji trga univerzalnih poštne storitve gre za dolgotrajen proces, njeni učinki po posameznih državah EU pa so različni. Zaradi velikega tehničnega napredka, deregulacije in s tem tudi posledično vse večje konkurenčnosti so Evropski poštni trgi doživeli veliko večjih sprememb. Države članice, ki so že popolno liberalizirale trg poštne storitve, pravijo da kratkoročno ni pričakovati večjih sprememb, dolgoročno pa to lahko pomeni več konkurence in s tem posledično večjo izbiro za uporabnike. Ker imajo poštno storitve pomembno vlogo, je pomembno preprečiti, da liberalizacija ne bi povzročila negativnih posledic. Države članice iščejo svoboden vstop na prej monopolno regulirane trge in si želijo izvedbe ter zagotovitve kakovostne univerzalne poštno storitve. Regulacija poštno sektorja v državah članicah Evropske unije je privedla do tega, da na poštno trge vstopijo novi poštni operaterji in s tem konkurirajo nacionalnemu poštnemu operaterju (Doler, 2003, str. 28, 29).

1.2 Liberalizacija trga poštno storitve v EU

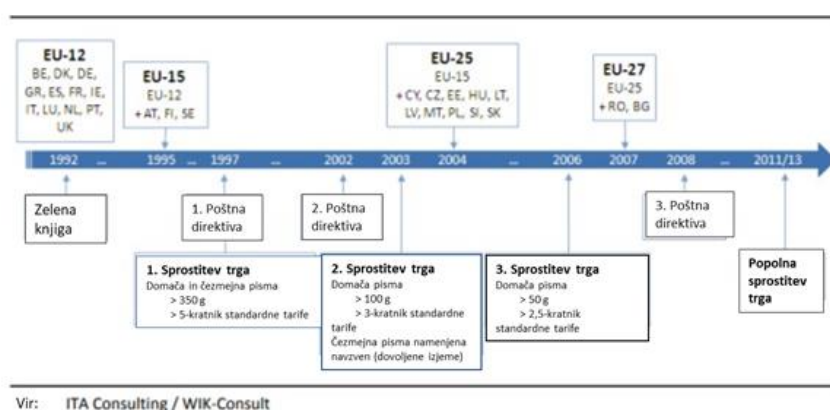
1.2.1 Predstavitev Zelene knjige o razvoju enotnega trga za poštno storitve

V evropskem poštnem sektorju se je proces liberalizacije trga poštno storitve, ki ga je povzročila Poštne reforme EU, začel 11. junija 1992 z objavo Zelene knjige o razvoju enotnega trga za poštno storitve, ki jo je pripravila Evropska komisija. Zelena knjiga je pomembno vplivala na delovanje poštno storitve in na poštno sektor. Poštne storitve med državami članicami se močno razlikujejo po kakovosti in učinkovitosti, ker jih prevečkrat

ovirajo nepotrebno močni monopoli javnega sektorja. Še preden pa je Zelena knjiga o razvoju enotnega trga za poštne storitve izšla, je monopol nad paketnimi storitvami padel v 12 državah članicah EU. Od leta 1992 so paketne storitve popolnoma liberalizirane in ne spadajo v rezervirano območje v nobeni od držav članic. Izvajalci poštних storitev potrebujejo spodbude za prilagoditev storitev, inovacije in zagotovitev učinkovite univerzalne storitve za vse državljane EU. Proces liberalizacije poteka postopno že od leta 1997; tega leta so v Evropskem parlamentu in Svetu sprejeli prvo Poštno direktivo; Direktivo 97/67/ES in kasneje še Direktivo 2002/39/ES ter Direktivo 2008/06/ES. Cilj prve in druge direktive je bilo postopno in nadzorovano odpiranje trga poštних storitev konkurenci na celotnem območju Evropske unije (Andric, 2007).

Slika 1 prikazuje, kako se je v luči Poštne reforme EU v letih od 1997 do leta 2009 oblikovala poštna krajina 27 držav EU in dveh držav Evropskega gospodarskega prostora (v nadaljevanju EGP). Na začetku devetdesetih let so bile poštne uprave v mnogih državah članicah še vedno odgovorne za zagotavljanje poštних storitev.

Slika 1: Prikaz širitve EU in razvoj Poštne reforme



Vir: ITA Consulting/WIK - Consult (2009).

1.2.2 Predstavitev Poštних direktiv

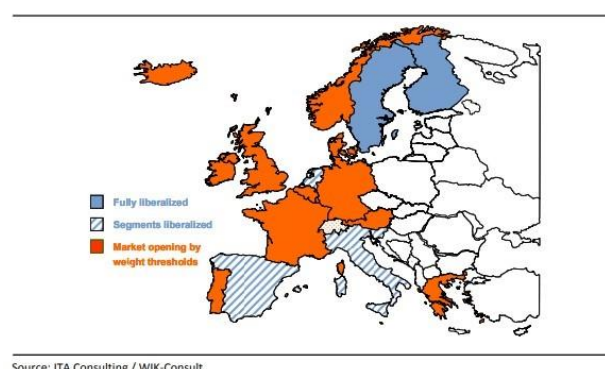
Zaradi neučinkovitega delovanja trga poštних storitev, je moralo priti do uvedbe skupnih obvezujočih predpisov, ki bi pripomogli k razvoju poštnega sektorja in postopnih odprav ovir za vstop konkurence. Pojavila so se velika odstopanja v kakovosti, učinkovitosti in zanesljivosti poštних storitev med državami članicami EU, s tem pa je bil posledično neučinkovit tudi pretok blaga in storitev znotraj EU. Vse to je pripeljalo do uvedbe Direktive poštних storitev. Namen Direktive je bil zagotoviti čim boljše možne storitve s postopnim odpiranjem trga (Komisija Evropskih skupnosti, 2006, str. 4).

1.2.2.1 Predstavitev prve Poštne direktive 97/67/ES

Prvo Direktivo; Direktivo o poštних storitvah 97/67/ES sta Evropski parlament in Svet sprejela 15. decembra 1997. Določila v tej direktivi so bila obvezna za vse članice Evropske unije. Sprejeta je bila z namenom postopnega odpiranja trga poštних storitev v konkurenci. V skladu z direktivo sta bila glavna cilja poštne politike Skupnosti izboljšanje kakovosti storitve in olajšanje notranjega trga poštних storitev ter ga narediti enotnega (Doler, 2003, str. 6).

Od uvedbe je bila dvakrat spremenjena, in sicer z Direktivo 2002/39/ES in z Direktivo 2008/6/ES. Direktiva 97/67/ES je vzpostavila regulativni okvir za poštni sektor na ravni Skupnosti, skupaj z ukrepi za zagotovitev univerzalne storitve in določitvijo največjega števila poštних storitev, ki so jih države članice lahko rezervirale za svoje izvajalce univerzalne storitve z namenom, da so ohranile univerzalno storitev, ki se je vedno bolj zmanjševala. Omejila je obseg rezerviranega področja (prvotno so bile pošiljke pod 350 gramov, leta 2002 se je to spremenilo na 100 gramov in s 1. januarjem 2006 se je znižalo na 50 gramov). Slika 2 prikazuje, da so bili, ko je 15. decembra 1997 Prva Poštna Direktiva stopila v veljavo, monopoli v večini držav članic (takrat jih je bilo v EU 15) opredeljeni glede na težo in cenovni razpon (okrog 350 g) (ITA Consulting&Wik - Consult, 2009, str. 15, 18). Poštna direktiva je ob spoštovanju pravnega načela subsidiarnosti zahtevala minimalno usklajitev poštних storitev v Skupnosti, ter da so bili ukrepi na ravni Evropske unije potrebni za določitev minimalnih zahtev. Načelo subsidiarnosti je imelo tukaj pomembno vlogo, saj je bila vključitev Evropske unije potrebna za odpravo opredeljenih ovir za notranji trg (ITA Consulting&Wik - Consult, 2009, str. 15). Določbe so vsebovale predpisan minimalni standard, kaj je morala univerzalna poštna storitev imeti zagotovljeno, kar pomeni, da so bile določene poštne storitve predpisane kakovosti, do katere imajo dostop vsi uporabniki poštних storitev ter predpisan maksimalen standard, kakšen obseg poštних storitev je smel biti rezerviran za nacionalni poštni organ, in predviden obseg, koliko je morala biti zaščiten univerzalna poštna storitev (ITA Consulting&Wik - Consult, 2009, str. 15, 18).

Slika 2: Prikaz stopnje odprtosti tržišča v EU

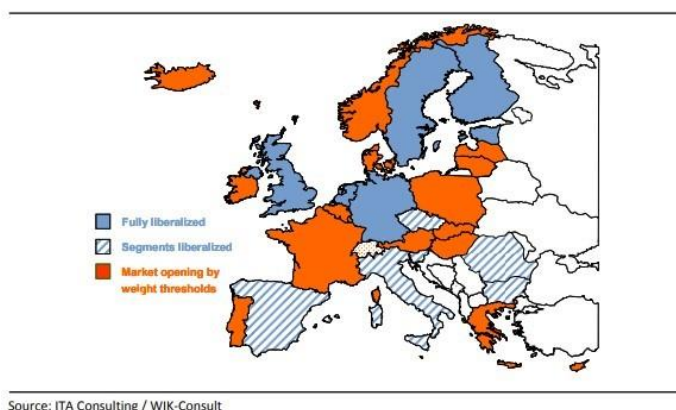


Vir: ITA Consulting/WIK - Consult (2009).

1.2.2.2 Predstavitev druge Poštne direktive 2002/39/ES

Evropski svet je na zasedanju v Lizboni 23. marca in 24. marca 2000 uradno sprejel Lizbonsko strategijo za preoblikovanje Skupnosti v naslednjem desetletju v »najbolj konkurenčno in najbolj dinamično, na znanju temelječe gospodarstvo na svetu«. Lizbonska strategija je bila namenjena predvsem modernizaciji poštних storitev in nadaljnjemu odpiranju trga poštних storitev, ki bo sposoben tudi trajne in z okoljem usklajene rasti z večimi in boljšimi novimi delovnimi mesti ter večjo socialno kohezijo. V skladu z Lizbonskimi odločitvami sta Svet in Parlament junija 2002 spremenila Poštno direktivo s sprejetjem Direktive 2002/39. Druga poštna direktiva je določila, kako se je v nadaljevanju procesa liberalizacije postopno in nadzorovano odpiral poštni trg konkurenci in kako se je vzpostavil enotni poštni trg. V primerjavi s prvo Poštno direktivo je druga Poštna direktiva dodatno omejila poštna storitve, ki jih je bilo možno zaščititi pred konkurenco. V skladu z Direktivo 2002/39 je bila najvišja opredelitev rezerviranih storitev zmanjšana na korespondenco, ki je tehtala manj kot 100 gramov ali stala manj kot trikratnik osnovne tarife; leta 2006 so se mejne vrednosti še znižale na 50 gramov ali 2,5-kratnik osnovne tarife (ITA Consulting&Wik - Consult, 2009, str. 16, 19).

Slika 3: Prikaz v letu 1998/1999; stopnja odprtosti tržišča v EU



Vir: ITA Consulting/WIK - Consult (2009).

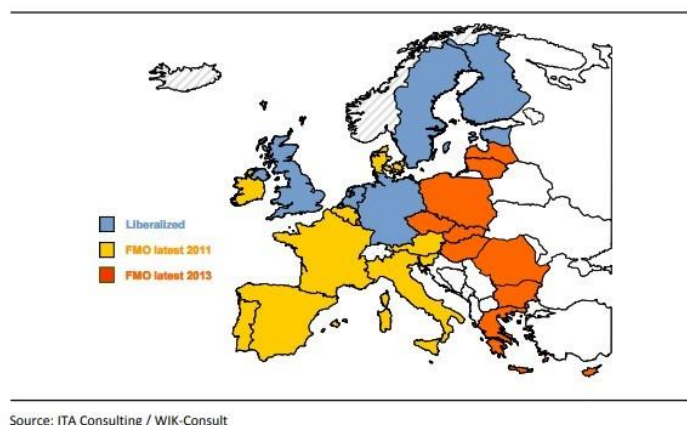
1.2.2.3 Predstavitev tretje Poštne direktive 2008/6/EC

Evropski parlament in Svet sta 20. februarja 2008 sprejela tretjo Direktivo poštних storitev, tj. Direktiva 2008/6/ES, ki je februarja 2008 spremenila Poštno direktivo. Z direktivo 2008/6/ES je bila uvedena pravna podlaga za popolno oblikovanje notranjega trga poštних storitev; notranji trg je v celoti odpravil izključne in posebne pravice izvajanja storitev (predvsem rezervirane storitve), saj se je na tak način vzpostavila sprostitev trga. S tretjo poštno Direktivo so bile odpravljene vse rezervirane storitve in trg poštних storitev; kamor sodijo tudi storitve, ki spadajo v obveznost univerzalne storitve). Glavna značilnost tretje Direktive je bila torej popolna sprostitev trga poštних storitev oz. dokončno oblikovanje

notranjega trga za poštno storitve. To pomeni, da je bil s tem zagotovljen zadnji zakonodajni ukrep v procesu postopnega odpiranja trga. Najpomembnejša značilnost Tretje poštne direktive pa je bila vzpostavitev skupnih pravil glede financiranja univerzalnih storitev pod pogoji, ki so zagotavljale njihovo trajno zagotavljanje, in zahteve, ki so varovale opravljanje poštne storitve v okolju z več operaterji (ITA Consulting&Wik - Consult, 2009, str. 16, 20). Poštni sektor v prihodnosti torej ne more temeljiti samo na procesu prenosa Tretje poštne direktive v zakonodajo posameznih držav članic, temveč je bil primoran spremljati trg in kritično ocenjevati uporabo sedanje Poštne direktive (ITA Consulting&Wik - Consult, 2009, str. 16).

Tretja poštna direktiva Direktiva je za večino držav članic določila rok za popolno odprtje trga do 31. decembra 2010, naslednjim državam članicam pa je ponudila poznejši datum odprtja trga (do 31. decembra 2012): Ciper, Češka, Grčija, Madžarska, Latvija, Litva, Luksemburg, Malta, Poljska, Romunija in Slovaška. V vseh državah članicah EU so liberalizacijo trga poštne storitve izvedli do leta 2013 (Lugarič, 2011).

Slika 4: Prikaz popolne odprtosti tržišča v vseh državah članicah EU najkasneje do leta 2013



Vir: ITA Consulting/WIK - Consult (2009).

1.2.3 Značilnosti univerzalne poštne storitve

Zakon o poštne storitvah (ZPS_{to} - 2), Ur. l. RS, št. 51/2009, 77/2010, 40/2014 - ZIN-B in 81/2015 pravi, da mora biti univerzalna poštne storitve zagotovljena, izvedena, kakovostna in dostopna najmanj petkrat tedensko za vse prebivalce Republike Slovenije brez diskriminacije, varstvo pravic uporabnikov in spodbujanje učinkovite konkurence na trgu poštne storitve pa je potrebno zaradi popolnega odprtja trga in razširitve trga poštne storitve. 3. člen ZPS_{to}-2, pravi, da univerzalna storitve pomeni trajno, redno in nemoteno izvajanje ene ali več s tem zakonom določenih poštne storitve s predpisano kakovostjo na celotnem ozemlju Republike Slovenije ali na njenem delu po cenah, dostopnih za vse uporabnike poštne storitve. Izvajanje univerzalne poštne storitve se lahko prekine le v

primeru višje sile ali v razmerah, ki so nevarne za dostavljalca. Univerzalna storitev zajema storitve tako v notranjem kot čezmejnem prometu. Države članice morajo zagotoviti univerzalno storitev, ki omogoča sprejem, prenos (usmerjanje), prevoz in distribucijo poštnih pošiljk, ki imajo maso do 2 kg in sprejem, prenos (usmerjanje), prevoz in distribucijo paketnih pošiljk, ki imajo maso do 10 kg, storitve priporočene in vrednostne pošiljke ter prenos poštnih pošiljk za slepe in slabovidne (STA, 2009).

V skladu s 3. členom Direktive o poštnih storitvah morajo države članice EU sprejeti ukrepe, da bo univerzalna poštna storitev zagotovljena najmanj pet delovnih dni na teden, razen v okoliščinah ali geografskih pogojih, ki so določena kot »izjemna«. Večina držav članic EU določa le minimalno zahtevo glede pisemskih pošiljk, ki je določena v Direktivi poštnih storitev, to pomeni pet dni na teden (Copenhagen Economics, 2016, str. 190). Med najpogostejše razloge za sprejem nižje ravni storitev sodijo dostopnost zaradi geografskih vidikov, infrastrukture in/ali tveganja za zdravje (npr. zaradi vremenskih razmer, napadi psov) (Copenhagen Economics, 2016, str. 191, 192).

1.2.3.1 Ugotovitve glede analize univerzalne poštne storitve

Ugotovitve poštnih operaterjev v EU in institucije, v katere se združujejo, kažejo, da je zagotavljanje univerzalne poštne storitve oz. regulativa poštnih storitev na področju konkurence, cenovne politike in regulacije storitev preostala. Z nacionalnim poštnim zakonom je to preobsežno regulirano, saj dostava petkrat na teden pomeni izredno visoke stroške v primerjavi z drugimi državami. Cena bi morala varirati za prednostne pošiljke. Zaradi digitalizacije se je že oz. se še bo zmanjšal obseg univerzalne storitve, zato je potrebno spremeniti Zakon o poštnih storitvah, ki bo ustrežneje uredil financiranje bremena univerzalne storitve (Klapš, 2018). Za te spremembe je vsekakor potreben usklajen pristop lastnika, pristojnega ministrstva in regulatorja. Regulatorji bodo morali analizirati veljavne zahteve glede pogostosti dostave univerzalnih poštnih storitev, rokov prenosa in več maneverskega prostora pri določanju cen reguliranih storitev. Cene morajo biti dostopne, stroškovno naravnane, nediskriminatorne in pregledne. Takšne prilagoditve bi potrebam naslovnikov prinesle pomembna znižanja stroškov dostave in s tem večjo ekonomsko vzdržnost univerzalne storitve (Babič Stermecki, 2017).

1.3 Liberalizacija trga poštnih storitev v Sloveniji

Liberalizacijo trga poštnih storitev v RS je uvedel v skladu z evropskim pravnim redom ZPSto - 2, ki je začel veljati od 2. avgusta 2009. S tem zakonom je Slovenija prenesla v svoj pravni red evropsko direktivo o skupnih pravilih za razvoj notranjega trga poštnih storitev in izboljšanje kakovosti storitve. Novost te direktive je bila popolna sprostitev trga poštnih storitev, kar so države članice EU z izjemo določenih bile primorane storiti najpozneje do konca leta 2010. Proces liberalizacije se je začel že leta 1997, in s tem se je v Sloveniji in Evropski uniji skoraj v vseh državah članicah leta 2011 v celoti sprostil trg poštnih storitev,

s čimer je bil odpravljen še zadnji monopol, ki ga je imela Pošta Slovenije. Zadnji odpravljen monopol se je nanašal na t. i. rezervirano področje v sklopu univerzalne poštne storitve, in sicer na prenos navadnih pisem in dopisnic lažjih od 50 gramov in cenejših od 2,5 kratnika cene prenosa poštne pošiljke korespondence standardne kategorije prve težavnostne stopnje (Lugarič, 2011). S tem je bil liberaliziran še zadnji segment poštних storitev, ki omogoča delovanje tudi drugim izvajalcem poštних storitev. Pošta Slovenije je razvijala naprej nove, modernejše in naprednejše poštne in logistične storitve; s temi storitvami bodo minimizirali negativne posledice deregulacije trga poštних storitev, ki bi se pojavile. Popolno odprtje trga je pospešilo tudi ustvarjanje novih delovnih mest v poštних podjetjih, ki so se pojavila ter posredno tudi v gospodarskih panogah, ki so bile odvisne od poštne sektorja (Pošta Slovenije d. o. o., 2018). ZPSto-2 je ponudil možnost številnim konkurenčnim ponudnikom poštних storitev. V Sloveniji je popolna liberalizacija privedla do ostrejšje konkurence na področju prenosa paketov, direktne pošte in hitre pošte, kjer je seveda konkurenca prisotna že dlje časa (Kocbek, 2019). Največja konkurenca pa je pretela s strani že obstoječih konkurentov, ki so trenutno delovali na kurirskem oz. logističnem področju, in so sedaj strankam lahko ponudili tudi prenos navadnih pisemskih pošiljk, ki so lažje od 50 gramov. Z liberalizacijo so dosegli, da bodo lahko prenos pisemskih pošiljk in dopisnic lažjih od 50 gramov opravljali tudi drugi poštni operaterji oz. ponudniki poštних storitev, kar pomeni, da so uporabniki poštних storitev lahko izbirali tudi med drugimi ponudniki, če bodo izkazali interes in izpolnjevali pogoje za to (STA, 2011).

V Sloveniji so bila na trgu poštних storitev že nekaj let prisotna tuja podjetja, zato z liberalizacijo niso pričakovali, da bi se njihovo število še povečalo. Največje konkurence pa niso videli le v ponudnikih iz tujine, temveč pri domačih ponudnikih. Na Pošti Slovenije so izpostavili predvsem storitve v logistiki, prodaji blaga in razširitvi dejavnosti na trge nekdanje Jugoslavije. Liberalizacija trga je s pojavom konkurence koristila uporabniku poštних storitev, saj je konkurenca pospešila razvoj logističnih rešitev, če se bo izboljšala kakovost poštних storitev, zanesljivost in hitrost, uvedba novih storitev in širjenje dostopnosti poštnega omrežja. Pošta Slovenije je pri tem sodelovala tudi z drugimi poštными operaterji in ponudniki transportnih in logističnih storitev (Evropska komisija, 2013).

1.4 Vplivi poštne direktive na trg

Uvedba Poštne direktive v državah članicah in uporaba te direktive sta imeli velik tržni in regulativni vpliv. Zakonodaja in tržni vpliv določb Poštne direktive ter postopno odpiranje trga so bili razlog, da se je konkurenca začela razvijati tudi na trgu pisemskih pošiljk. Pri oblikovanju notranjega trga za poštne storitve je zakonodaja z določanjem ciljev doprinesla k dinamičnemu procesu reforme, večji učinkovitosti in razvoju trga v interesu uporabnikov. Vse to je pripeljalo do razvoja konkurence, ki je povečala njihovo sposobnost prilagajanja potrebam uporabnikov in s tem imela pozitiven učinek na univerzalne storitve ter ustvarila prilagodljivost v izvajalcu univerzalnih storitev. Za nadaljnji razvoj trga v poštne sektorju v širši in še hitreje razvijajoči se trg komunikacij je bil potreben načrt za spodbujanje

dejanske konkurence na trgu ob istočasnem upoštevanju skrbi končnih uporabnikov ter potrebnih inovacij. Odprtje trga poštних storitev in vzpostavitev konkurence sta bila glavna dejavnika za odpiranje novih delovnih mest in zagotavljanje boljših storitev za stranke. Za nastanek konkurence so se morale nastajajoče ugotovljene ovire v zvezi z vstopom konkurence na trg odpraviti (Komisija Evropskih skupnosti, 2005, str. 5, 6). Direktiva o poštних storitvah kaže, da je z minimalnimi standardi, povezanimi z obveznostjo zagotavljanja univerzalne storitve, ki so v EU urejeni zlasti z zagotavljanjem minimalne ponudbe storitev povsod v EU, kar pomeni, da državam članicam ne preprečuje, da bi določile višje standarde (Evropska komisija, 2013).

1.5 Prihodnost poštnega trga

Ker se poštni trg zelo hitro razvija, morajo regulativni organi in izvajalci izkoristiti ponujene priložnosti in omogočiti pogoje za nadaljnjo modernizacijo. Poštni operaterji skušajo biti vedno bolj prilagodljivi pri zagotavljanju strankam prilagojenih storitev. Prihodnost poštних storitev vidimo v večji fleksibilnosti in usmeritvi k uporabnikom; na to vplivajo nove tehnologije in okolje, v katerem deluje posamezen poštni operater. Nove storitve, ki se pojavijo na trgu poštних storitev, so danes vse bolj povezane z elektronskim poslovanjem, upravljanjem s podatkovnimi bazami, hibridno pošto, novimi načini usmerjanja, s pripravo in združevanjem pošiljk in s sledenjem. V prihodnosti se bodo vse bolj razvijale storitve, ki bodo imele dodano vrednost, kakovost storitev pa bo vezana na potrebe uporabnikov poštних storitev, naprej se bo razvijala tudi modernizacija poslovanja in obnova poštних kapacitet, racionalizacija in optimizacija poslovanja (Maksmail, prenos Poštних pošiljk, d. o. o., brez datuma).

Ker se poštni trg zaradi razvoja globalnega trga komunikacij hitro razvija, je potrebno spodbuditi poštni sektor, zagotoviti financiranje univerzalnih storitev, ugotoviti, kakšne univerzalne poštne storitve si uporabniki poštних storitev želijo v prihodnosti ter oceniti položaj v državah članicah, ki niso ohranile rezerviranih storitev in pogledati tudi z vidika končnega uporabnika. Vedno več storitev je uporabnikom poštних storitev na voljo preko spleta, kar pomeni, da se vse več trgovine izvaja preko spleta, kar pa seveda zahteva tudi dostavo paketov oz. produktov na dom. Prehod na digitalne storitve zahteva še ustrezno prilagoditev trgu oz. strankam (Stanovnik, 2017).

2 PREDSTAVITEV POŠTE SLOVENIJE

2.1 Ustanovitev in dejavnost Pošte Slovenije

Pošta Slovenije je bila ustanovljena 9. decembra 1994, s poslovanjem pa je pričela 1. januarja 1995, ko se je zgodila razdružitev nekdanjega skupnega podjetja Slovenije, tj. Pošte in Telekomu. Od meseca julija leta 2002 deluje kot gospodarska družba v 100 % lasti Republike

Slovenije. Primarna dejavnost Pošte Slovenije je izvajanje univerzalne poštne storitve, veliko vlogo pa imajo tudi druge poštne in kurirske storitve, denarne storitve in prodaja blaga. Poleg teh Pošta Slovenije d. o. o. opravlja še številne druge dejavnosti (Pošta Slovenije d. o. o., brez datuma).

2.2 Analiza trga poštних storitev v Republiki Sloveniji po področjih

2.2.1 Analiza za trg prenosa pisem

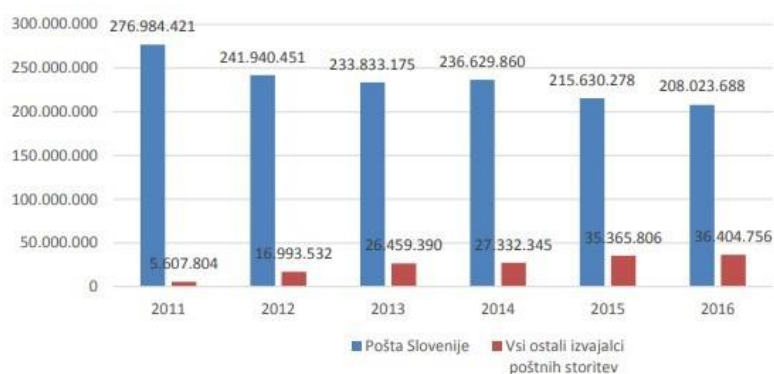
V nadaljevanju bom predstavil kratko analizo za vsako področje oz. segment posameznega dela na trgu poštних storitev.

Trg prenosa pisem je del trga poštних storitev, kjer poteka sprejem, usmerjanje, prevoz in dostava pisem. Storitve pisma pomeni prenos komunikacije med pošiljateljem in naslovnikom. Pisma obsegajo pošiljke korespondence, pošiljke brez tiskovin, direktne pošte in publikacije. V notranjem prometu je trg prenosa pisem v domeni izvajalca univerzalne storitve, torej Pošte Slovenije (AKOS, 2016, str.14).

Tržni delež Pošte Slovenije na področju pisem v notranjem prometu količinsko znaša okrog 85 %. Ostali izvajalci poštних storitev si skupaj delijo približno 15 %. Pošta Slovenije je od leta 2014 dalje izgubila 5 %; takrat je bil njen delež pisem skoraj 90 %. Trg prenosa pisem je v notranjem prometu od leta 2011 do 2016 skoraj v celoti upadel za skoraj 38 milijonov pošiljk, medtem ko je pri Pošti Slovenije promet v tem obdobju upadel za skoraj 69 milijonov pošiljk, vsem ostalim izvajalcem poštних storitev se je promet povečal za skoraj 31 milijonov pošiljk (AKOS, 2016, str. 14, 15).

Slika 5 prikazuje, da je količina pisem v notranjem prometu Pošti Slovenije od leta 2011 do leta 2013 upadala, leta 2014 se je ta trend prekinil, saj je količina pisem v primerjavi z letom 2013 spet poskočila, v letih 2015 in 2016 pa zopet upadla. Upad pisem v notranjem prometu je v letu 2016 posledica upadanja količin standardnega pisma (AKOS, 2016, str.14).

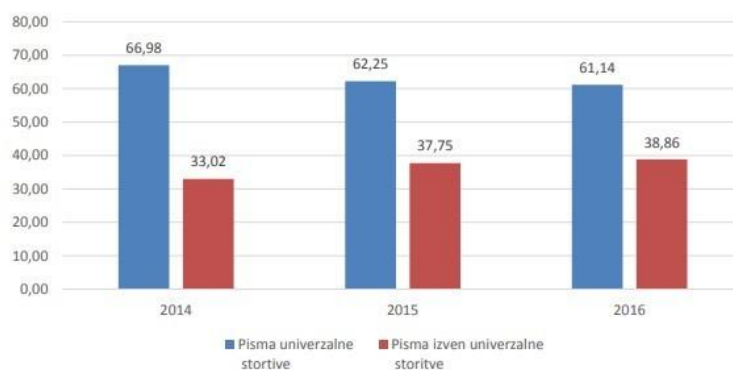
Slika 5: Primerjava količin pošiljk na trgu pisem v notranjem prometu med Pošto Slovenije in vsemi ostalimi izvajalci



Vir: AKOS (2016, str. 15.).

Slika 6 prikazuje, da v notranjem prometu trg prenosa pisem sestavljajo predvsem pisma, ki spadajo v univerzalno storitev. Pisma univerzalne storitve imajo 61 % delež, delež pisem izven okvira univerzalne storitve pa je 39 %. Leta 2016 se je to razmerje povečalo na pram pošiljkam izven univerzalne storitve, kar pomeni, da je vedno več pošiljk v dostopu do omrežja in v delu poslovnega pisma (AKOS, 2016, str. 15).

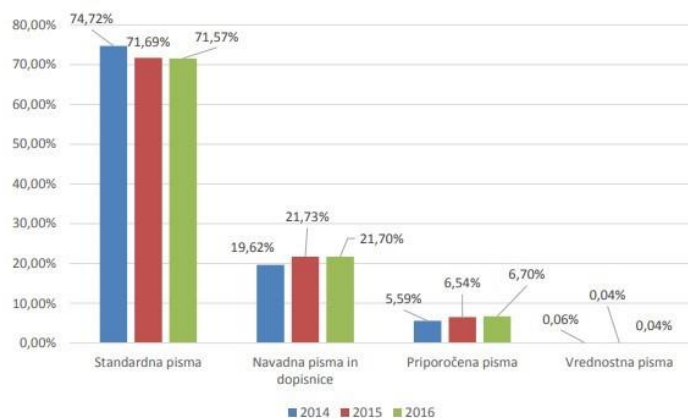
Slika 6: Delež količin na trgu prenosa pisem v notranjem prometu vseh izvajalcev poštnih storitev med pismi znotraj univerzalne storitve in pismi izven le - te



Vir: AKOS (2016, str. 16).

Slika 7 prikazuje, da trg pisem univerzalne storitve v notranjem prometu sestavljata predvsem standardno in navadno pismo s približno 139 milijoni pošiljk (skupaj s priporočenimi pošiljkami in vrednostnimi pošiljkami). Delež standardnega pisma v primerjavi z ostalimi pisemskimi pošiljkami znotraj univerzalne storitve je bil v letu 2014 približno 75 %, leta 2015 okrog 72 % in leta 2016 prav tako približno 72 %. Pisma, ki sodijo v nabor univerzalne storitve se zmanjšujejo. To zmanjšanje je posledica delnega prehoda te storitve na t. i. poslovno pismo in na pisma v dostopu do omrežja (AKOS, 2016, str. 16).

Slika 7: Delež količin pošiljk znotraj trga pisem univerzalne storitve v notranjem prometu



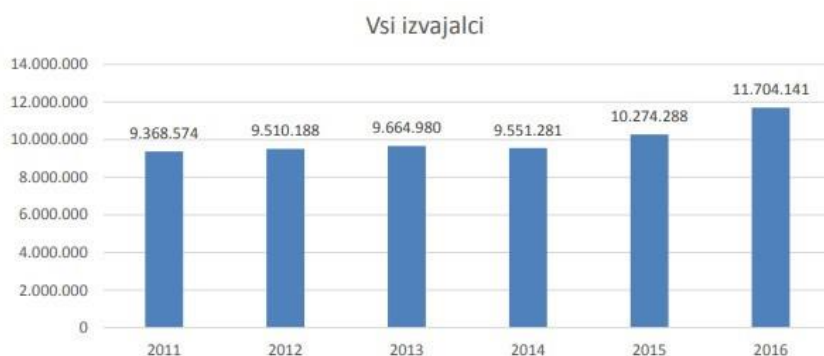
Vir: AKOS (2017, str. 17).

2.2.2 Analiza za trg prenosa paketov

Paketne pošiljke definiramo kot pošiljke do 20 kg, katerih vsebina je blago, in pošiljke do 2 kg, če ne ustrezajo dimenzijam za pisma. Kot univerzalna storitev se izvajajo paketi izvajalca univerzalne storitve do 10 kg v notranjem prometu in 20 kg za prejete pakete iz drugih držav članic EU. Trg prenosa paketov je prav tako del trga poštних storitev, kjer poteka sprejem, usmerjanje, prevoz in dostava paketnih pošiljk. Paketna storitev pomeni prenos blaga in dokumentov med pošiljateljem in naslovnikom, ki je lahko označeno z vrednostjo oz. brez nje in ima določen rok prenosa. Dostava paketnih pošiljk in pošiljk hitre pošte sta v Sloveniji povezana. Določeni ponudniki paketnih storitev prenos paketov v 24 urah »reklamirajo« kot prenos hitrih pošiljk. V ostalih državah članicah EU oba dela povezujejo s pojmom kurirskih, ekspresnih in paketnih storitev (v nadaljevanju KEP storitve) (AKOS, 2016, str. 18).

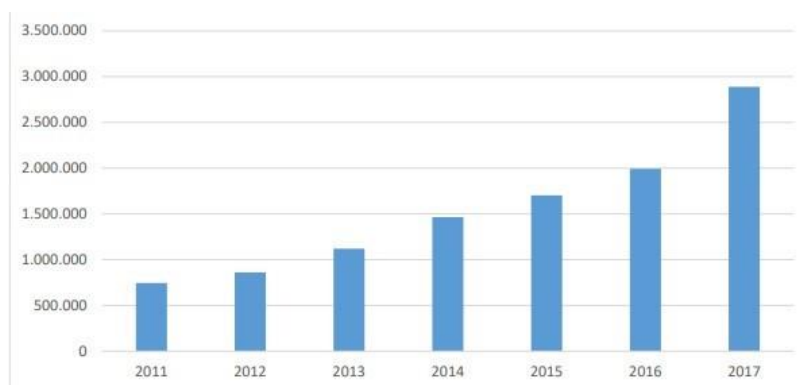
V letu 2011 se je s slovenskega trga poštних storitev umaknil največji kataloški trgovec, kar je bila v tistem letu tudi glavna posledica upada. Trg paketnih pošiljk je v notranjem prometu leta 2016 obsegal približno 11,7 milijonov paketov, leta 2015 pa 10,3 milijonov paketov, kar pomeni, da se je trg paketov v letu dni okreplil za 1,4 milijonov paketov. Največji delež na trgu prenosa paketov v notranjem prometu pripada Pošti Slovenije. Poleg teh pa paketno dostavo v notranjem prometu izvajajo še Maksmail d. o. o., DPD d. o. o., Adi Lampret s. p., GLS d. o. o. in Kurirček d. o. o. Največji delež na trgu paketov so leta 2016 imeli vsi ostali izvajalci poštних storitev. S količinskega vidika gledano je celoten trg paketov leta 2016 znašal približno 1,9 milijona paketov, leta 2015 pa 1,7 milijonov. Glede na leto 2015 se je trg paketnih pošiljk okreplil za okrog 17 %. V primerjavi z letom 2014 je bilo leto 2015 boljše za 16 % (AKOS, 2016, str. 18).

Slika 8: Prikaz količin prenosa paketov v notranjem prometu



Vir: AKOS (2016, str. 18).

Slika 9: Prikaz gibanja količin paketov v čezmejnem prometu vseh izvajalcev poštних storitev



Vir: AKOS (2017, str. 27.).

2.2.3 Analiza za trg prenosa hitre pošte

Del trga, kamor sodi prenos hitre pošte, se ne razlikuje glede na obliko pošiljke ali njeno vsebino, ampak v kategorijo hitre pošte sodijo vse pošiljke, ki majo rok prenosa krajši, kot to npr. velja za prenos običajnih standardnih in navadnih pisem in paketov. Hitra pošta pomeni storitev, ki omogoča dostavo pošiljk znotraj mest v Sloveniji in drugih državah članicah EU. Za hitro pošto so značilni zelo kratki roki prenosa (AKOS, 2016, str. 19).

Slika 10 prikazuje, da količine na tem trgu vsako leto rastejo. Na tem trgu, torej trgu hitre pošte, imajo ostali izvajalci poštних storitev večinski delež. Slika torej prikazuje količino prenosa hitre pošte (sem sodijo paketi in dokumenti) v notranjem in čezmejnem prometu (AKOS, 2016, str. 19).

Slika 10: Prikaz količin prenosa hitre pošte v notranjem in čezmejnem prometu



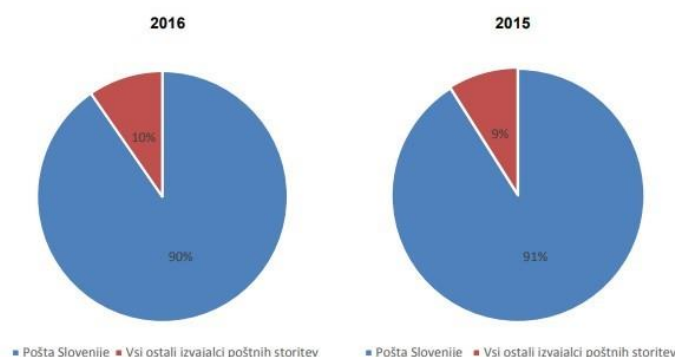
Vir: AKOS (2016, str. 19.).

2.2.4 Prihodki od prodaje na trgu poštnih storitev

Prihodke od prodaje sestavljajo prodajne vrednosti prodanih proizvodov oz. trgovskega blaga in materiala ter opravljenih storitev v obračunskem obdobju. Razčlenijo se na prihodke od prodaje lastnih poslovnih učinkov (proizvodov in storitev) ter prihodke od prodaje trgovskega blaga in materiala.

Slika 11 prikazuje, kakšni so deleži izvajalcev poštnih storitev na delu trga pisem. Pošta Slovenije je prihodkovno gledano na pisemskem trgu udeležena 90 %. Z letom 2015 je delež Pošte Slovenije skoraj enak, čeprav je Pošta Slovenije zvišala prihodke za približno 2 milijona evrov (AKOS, 2016, str. 12).

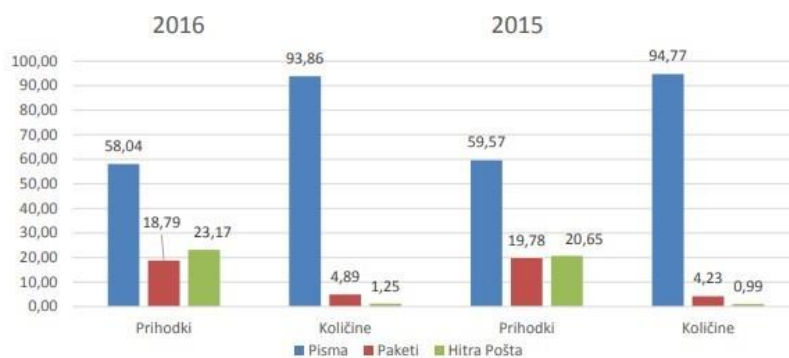
Slika 11: Prikaz deleža v prihodkih na trgu pisem v notranjem in čezmejnem prometu



Vir: AKOS (2016, str. 12).

Slika 12 prikazuje, da so pisma še vedno tista, ki predstavljajo glavnino storitev na trgu poštnih storitev; z vidika količin in prihodkov. Sledijo jim paketi in hitra pošta. Hitra pošta ima tudi več prihodkov kot paketi, kar pomeni, da se povečuje trend hitre pošte in storitve izvajanja poštnih storitev. Raste tudi delež količin storitev prenosa paketa, delež pisem pa količinsko upada.

Slika 12: Prikaz deležev na pisemskem in paketnem trgu in na trgu hitre pošte glede na količino in prihodke v notranjem in čezmejnem prometu

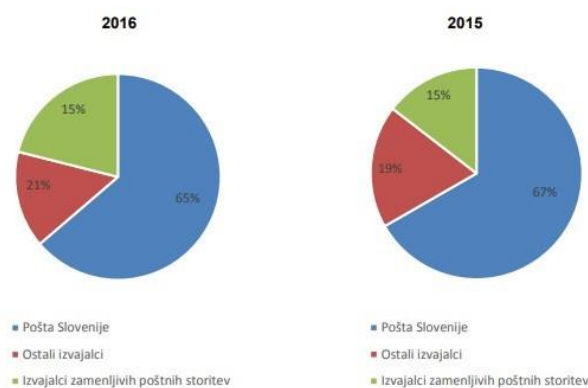


Vir: AKOS (2016, str. 12).

2.2.5 Odhodki na trgu poštних storitev

Odhodki pomenijo zmanjšanje gospodarskih koristi v obračunskem obdobju v obliki zmanjšanj sredstev ali povečanj dolgov; prek poslovnega izida pa vplivajo na velikost kapitala. Slika 13 prikazuje, da ima največje odhodke prav Pošta Slovenije, ki je med drugim tudi največje podjetje na trgu in izvajalka univerzalne storitve. Na odhodkovni strani Pošto Slovenije bremenijo stalni stroški omrežja za izvajanja poštних storitev, ki je tudi največje omrežje na trgu poštних storitev v Sloveniji. Leta 2016 se je delež celotnih odhodkov Pošte Slovenije glede na vse ostale izvajalce znižal za 2 %, v enaki meri pa se je povečal delež celotnih odhodkov ostalih izvajalcev. Delež celotnih odhodkov izvajalcev zamenljivih storitev pa je leta 2016 glede na leto 2015 ostal enak (AKOS, 2016, str. 13).

Slika 13: Prikaz deleža celotnih odhodkov vseh izvajalcev na trgu poštних storitev



Vir: AKOS (2016, str. 13).

2.2.6 Povzetek ugotovitev za analizo trga poštних storitev

Leta 2017 je AKOS v sklopu projekta analiza trga 2016 naredila primerjavo podatkov od leta 2011, ko se je trg poštних storitev v Republiki Sloveniji liberaliziral, ter do konca leta 2016. Leta 2016 je stanje na trgu pokazalo, da so se leta 2016 skupni čisti prihodki od prodaje izvajalcem poštних storitev dvignili za 15 milijonov, torej iz (317 na 332 milijonov evrov). Povečali so se tudi prihodki poštne trga iz področja poštних storitev, predvsem na račun izvajalcev, ki se ukvarjajo s prenosi paketov in hitre pošte (za 7 milijonov evrov), medtem ko so pri Pošti Slovenije upadli za 2 milijona evrov. Leta 2016 je AKOS v sklopu projekta analiza trga 2015 naredila primerjavo podatkov od leta 2011, ko se je trg poštних storitev v Republiki Sloveniji liberaliziral ter do konca leta 2015. Leta 2015 je stanje na trgu pokazalo, da so se leta 2015 skupni čisti prihodki od prodaje izvajalcem poštних storitev zmanjšali. Kot razlog so navedli, da so se 3 družbe prenehale ukvarjati s poštnimi storitvami oz. so bile le te ukinjene. Povečali so se pa prihodki iz področja poštних storitev izvajalcev, predvsem na

račun družb, ki se ukvarjajo s paketno dostavo in ekspresno ter kurirsko dejavnostjo. Za trg poštних storitev je bilo tako leto 2016, tako kot nekaj prejšnjih let usodno, saj se je poznalo pri količinskem padcu pisemskega dela poštних storitev, povečala se je pa rast paketov in hitre pošte. Kljub temu pa prodaja pisem še vedno predstavlja glavnino vseh poštних storitev, ampak zaradi vse več elektronskega komuniciranja vse bolj upada. Med letom 2016 je bilo tako na trgu poštних storitev 19 aktivnih izvajalcev, konec leta 2017 pa 17 izvajalcev, ki so izvajali poštne storitve. Storitve, ki jih uporabniki poštних storitev uporabljajo v največjem obsegu, to je opravljanje storitev na poštних okencih, so od leta 2007 do 2018 na Pošti Slovenije zaznali približno 32 % upad pisemskih pošiljk, upad univerzalne poštne storitve je skoraj 52 %, tako se je zaradi tega količina teh pošiljk že prepolovila. Pošta Slovenije se spremenjenim okoliščinam prilagaja z optimizacijo poštnega omrežja; z uvedbo t. i. pogodbenih pošt in z zmanjševanjem števila pošt ter z optimizacijo delovnih časov pošt (AKOS, 2016, str. 32).

Na trgu poštних storitev je bila glavnina količin in prihodkov ustvarjenih iz naslova pisem, sledijo jim paketi in hitra pošta. Tržni delež iz naslova pisem in paketov je tako v notranjem in čezmejnem poštne prometu še vedno na strani Pošte Slovenije. Delež pisem je tako Pošti Slovenije po prihodkih in količini malo upadel v primerjavi z letom 2015, kljub temu, da je bila rast prihodkov. Na dolgi rok je na pisemskem trgu viden upad količine pisem, v največji meri pa se to pozna pri Pošti Slovenije. Pri Pošti Slovenije ni razlog samo upad količin, temveč tudi porazdelitev določenega deleža pisem med vse druge izvajalce poštних storitev, predvsem porazdelitev deleža med izvajalce zamenljivih poštних storitev. Na trgu paketov in hitre pošte je vidna rast. Na celotnem trgu poštних storitev je vidno zmanjšanje števila zaposlenih, kar pomeni, da so fiksni stroški omrežij za izvajanje poštних storitev še vedno zelo visoki, ter da jih izvajalci poštних storitev skušajo čim bolj optimizirati. Delež odhodkov na trgu poštних storitev je ravno tako kot pri prihodkih v glavnini na strani Pošte Slovenije. Pošta Slovenije je v primerjavi z letom 2015 znižala delež skupnih odhodkov, delež odhodkov iz naslova poštних storitev se je pa zvišal, kar je ravno obratno, kot je bilo leta 2015 (AKOS, 2016, str. 32).

Slovenija sodi med evropske države z višjo dostopnostjo omrežja, gledano z vidika števila prebivalcev na pošto ali površino v kilometrih, ki jih pokriva ena pošta. Trend upadanja klasičnih pisemskih pošiljk se bo še nadaljeval, obseg paketov se bo še naprej povečeval, kar pomeni, da se bodo morali vsi poštni operaterji pripraviti na določene prilagoditve.

3 INOVACIJE NA TRGU POŠTNIH STORITEV

3.1 Kratka predstavitev inovacij na področju poštних storitev

Ugotovitve kažejo, da je poštna panoga sprejela inovacije z namenom, da bi odgovorila na hiter razvoj potreb, ki jih narekujejo uporabniki poštних storitev, in da bi ostala konkurenčna na spreminjajočih se trgih. Zlasti glede delovnih mest se aktivno zasledujejo inovativne

tehnologije z namenom, da bi se zmanjšali stroški in povečala operativna učinkovitost. Inovacije tako lahko potekajo na področju (tržnih) produktov in storitev, tehnologije, procesov in poslovnih modelov. Poštni operaterji inovacije uporabljajo iz različnih razlogov, ki jih je možno na splošno razvrstiti v tri različne kategorije:

Nove inovacije pomenijo, da bo poslovanje bolj učinkovito. Tradicionalni način pravi, da imajo inovacije pomembno vlogo pri posodabljanju interne operativne infrastrukture z namenom, da bi dvignili kakovost, uspešnost in na koncu tudi produktivnost. Sem sodi optimizacija procesov, prenova ali odpiranje novih naprav za sortiranje, namestitve opreme za avtomatsko obdelavo pošte in izboljšanje procesov prevoza in logistike. Med glavno tehnologijo, ki jo uporabljajo poštni operaterji sodi predvsem črtno kodiranje, senzorji in strojno odčitavanje, prepoznavanje etiket in prstnih odtisov, optično prepoznavanje znakov in video kodiranje, RFID tehnologija, uporaba robotov, osebne digitalne naprave in optimizacija poti ter avtonomna vozila, droni in digitalna preobrazba podjetja z uporabo naprednih praks upravljanja inovacij in kulturnih sprememb (Copenhagen Economics, 2016, str. 67).

Inovacije lahko razširijo osnovno ponudbo poštnih storitev. Ugotovitve kažejo, da se je povečala rast spletne trgovine in pošiljanja paketov, teh inovacij se poštni operaterji poslužujejo za rast paketnega poslovanja, saj se s tem odzivajo na nove zahteve uporabnikov poštnih storitev in podjetij po hitrosti in primernosti (prilagojeno dejanskim naročnikovim potrebam). V zadnjih nekaj letih so poštni operaterji kot nekakšno alternativo dostavljanja paketov na dom v veliki meri uvedli poštno predele za pošiljke oz. paketomate in prevzemne točke na prodajnih mestih (npr. v trgovskih centrih in na Petrol servisih). Inovacije s seboj prinesejo nove (tržne) produkte in storitve, ki združujejo fizično dostavo in digitalno komunikacijo. Nekateri poštni operaterji so uvedli digitalne produkte in storitve kot del svoje strategije diverzifikacije. Npr. digitalni nabiralniki, varna elektronska komunikacija, rešitve za upravljanje z dokumenti vključno s tiskanjem in dostavo transakcijskih dokumentov (Copenhagen Economics, 2016, str. 67).

3.2 Trendi na področju poštnih storitev

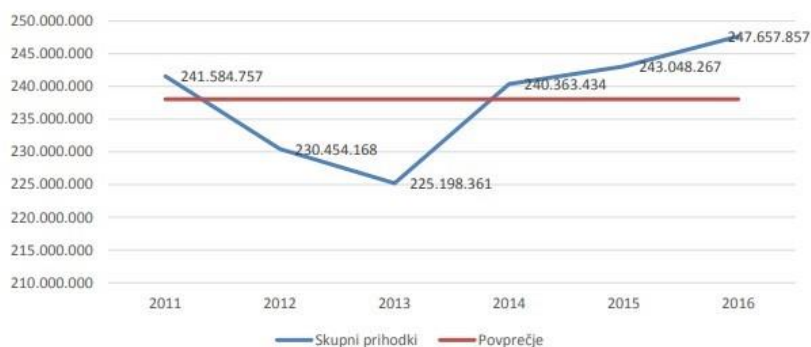
Na področju poštnega sektorja se trendi zelo spreminjajo. Pošta, ki je bila včasih tradicionalni poštni operater, sedaj iz leta v leto prehaja v sodobno logistično podjetje, kar pomeni, da bo v prihodnosti vedno več opravljala paketne in logistične storitve in seveda tudi informacijske storitve. Pošta Slovenije se bo torej morala odzvati na trende internetne trgovine glede paketnih storitev (STA, 2015).

V zadnjih letih se pri Pošti Slovenije pojavljajo podobni trendi kot pri izvajalcih poštnih storitev drugod po EU. Že nekaj let se poštni operaterji po vsem svetu ukvarjajo z upadanjem tradicionalnih (klasičnih) poštnih storitev, kar pomeni, da prihaja do velikih sprememb na trgu. To pomeni, da upadajo pisemske in denarne storitve kot posledica e - substitucije in porast paketnih storitev kot posledice e- trgovine. Leta 2018 so se poštno storitve glede na

leto 2017 zmanjšale za 3 %, denarne storitve pa so se zmanjšale kar za 10 %, ostale storitve, ki jih ponujajo na poštnih okencih, so se v primerjavi z letom 2017 dvignile za 6 % (Košir, 2019). Ključni dejavniki, ki so značilni za upad pisemskih in denarnih storitev pa so glavna vloga e - poslovanja in vedno večja razširjenost širokopasovnih povezav, družabnih omrežij, računalništva v oblaku, pametnih telefonov. Se pa kljub temu poštni trg še vedno hitro razvija naprej, pri čemer sta pomembni dve ključni značilnosti, in sicer: pozorno spremljanje ter nadaljna analiza celotnega poštnege trga in učinkov regulativnega okvira. Predvsem je to pomembno z vidika posledic; to je zmanjševanje obsega pisemskih pošilk in naraščajočega števila paketnih pošilk za izvajanje obveznosti univerzalne storitve in po potrebi tudi zaradi odzivnosti na spremembe v tehničnem, ekonomskem, socialnem okolju ter na potrebe uporabnikov, da se zagotovi trajnost sektorja. Zamenjal jih bo elektronski način komuniciranja, poleg tega pa se je v poštni industriji pojavila skrb, da bo zamenjava z elektronskimi komunikacijami privedla do zmanjšanja obsega (klasičnega dopisovanja), kljub temu pa je prenos poštnih pošilk še vedno ključna dejavnost Pošte Slovenije in predstavlja največji delež v poslovnih prihodkih. Zaradi e- substitutov in sodobnih tehnologij na trgu poštnih in komunikacijskih storitev prihaja do strukturnih sprememb. Tehnološki napredek v elektronski komunikaciji ustvarja novo količino pisem, npr. vzpostavitev spletnih bank, kar ustvarja dodatne količine dopisovanja in neposredne pošte, ter povečano količino paketov preko spletne prodaje ter vse večjega povpraševanja po elektronskem zagotavljanju storitev. Predvsem se povečuje povpraševanje po novih naprednih storitvah elektronskega vročanja dokumentov in elektronskih podpisov na daljavo, saj v današnjem času veliko podjetij uvaja oz. je že uvedlo brezpapirno poslovanje; nove prihodke pa bo prineslo tudi e - arhiviranje podatkov in opravljanje IT storitev za posameznike, gospodarstvo in državo. Podobni trendi so prisotni tudi pri drugih poštnih operaterjih v Evropski uniji in po svetu. Na področju Evropske unije so se v obdobju od leta 2013 do leta 2016 letno zniževale količine pisemskih pošilk; povprečno za 4 %, posledica tega pa je sprememba navad uporabnikov poštnih storitev, ki so zamenjali klasično pisno korespondenco za elektronske substitute. V istem časovnem razponu pa so se povečale letne količine paketov povprečno za 13 %, posledica tega pa so spremenjene nakupovalne navade in globalizacija mednarodne trgovine (STA, 2015).

Slika 14 prikazuje, kako se je gibal trend gibanja prihodkov izvajanja poštnih storitev v Sloveniji od leta 2011 do 2016. Prihodki iz izvajanja poštnih storitev so od leta 2011 do 2013 upadali in v letu 2013 bili skoraj na dnu. Od leta 2014 do 2016 so prihodki spet rastli; razlog za to pa je bilo povečanje prihodkov družb, ki se ukvarjajo s paketi in hitro pošto oz. ekspresnimi pošilkami.

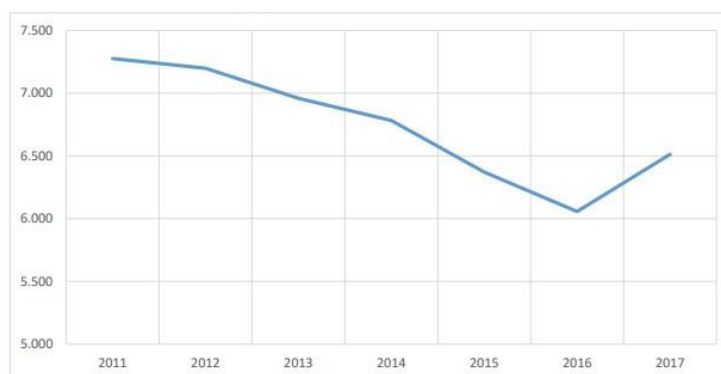
Slika 14: Prikaz gibanja trenda prihodkov izvajanja poštne storitve v Sloveniji od leta 2011 do 2016



Vir: AKOS (2016, str. 9).

Slika 15 prikazuje, da se število izvajalcev poštne storitve ni bistveno spremenilo, kar pomeni, da se nadaljuje stabilni trend. V letu 2017 so imeli izvajalci poštne storitve okrog 6512 zaposlenih, kar je 7,5 % več zaposlenih kot v letu 2016.

Slika 15: Prikaz gibanja trenda števila zaposlenih pri izvajanju poštne storitve



Vir: AKOS (2017, str. 9).

Spremembe v poslovnih modelih, procesih in storitvah so zaradi vstopa sodobne tehnologije, porasta povpraševanja po elektronskih in informacijskih rešitvah in digitalizaciji gospodarstva v poštne segment neizogibne; logistika tradicionalnih pošt pa kljub temu narašča, posledica tega je večja priljubljenost spletnega nakupovanja, samo da je konkurenca močnejša, dobičkonost pa majhna. Med osmimi megatrendi za prihodnost logistike, ki jih je prepoznal Svetovni gospodarski forum, sta tudi digitalna transformacija preskrbnih verig in povpraševanje, ki poganja spletno trgovino. Nove tehnologije prinašajo hitrejši razvoj spletne trgovine in nove izzive in priložnosti na področju logistike in dostave. Spletni trgovci na več različnih načinov iščejo možnosti dostave blaga iz e - trgovine. Hitra rast spletne trgovine in močna konkurenca pomembno vplivata na trg dostave. Nastajajo sodobni modeli izvajanja storitev, ki omogočajo racionalizacijo stroškov za izvajalce, najzahtevnejšim

uporabnikom pa zagotavljajo storitve, izbrane glede na osebne preference. Na področju logistike zato prihaja do zahtev po specializaciji logističnih modelov in kompletnih oskrbovanih verig in zahtev po globalnem delovanju v širših regijah (STA, 2015).

Pošta Slovenije mora sproti slediti trendom, zahtevam trga se morajo prilagoditi in slediti globalnim trendom, kot npr. digitalizacija, avtomatizacija, robotizacija in seveda manjši okoljski odtis, prav tako morajo tudi investirati in svojo ponudbo prilagajati uporabnikom poštne storitve z optimizacijo prodajne mreže, razvojem novih storitev in modelov, z izboljšanjem uporabniške izkušnje in s celovito ponudbo. Spletna trgovina predstavlja dodano vrednost podjetja (STA, 2015).

3.2.1 Ukrepi za prilagajanje novim trendom

Poštne - logistični operaterji se novim trendom prilagajajo z različnimi ukrepi. Med nujnimi ukrepi je zamenjava operativnih modelov. Ob pojavu strme rasti količine paketnih pošilk, ki jo spremljajo medsezonska nihanja je potrebno izkoristiti možnosti za znižanje fiksnih stroškov. Ena izmed možnosti so dinamična poštna omrežja, ki s pomočjo umetne inteligence in strojnega učenja pomagajo bolje predvideti količine pošilk in ustrezno prilagoditev uporabe poštne - logističnih centrov dostavnih poti in dostavljavcev. Stroški dostave na »zadnji milji« oz. last mile lahko presegajo polovico vseh stroškov dostave, če ni dnevnega prilagajanja dostavnih poti in stalne obveščenosti o lokaciji pošilk. Na Pošti Slovenije ocenjujejo tudi, da se na tem področju kaže zanimanje tudi v avtonomnih vozilih, dronih, 3D - tiskanju, logističnih in zavarovalnih storitvah ter pri oskrbovalnih verigah, kar je ključni dejavnik pri nadaljnjem razvoju družbe (STA, 2015). Pošta Slovenije je prepričana, da bo za zagotovitev konkurenčnosti in za prilagoditev trendov na poštne - logističnem področju v Evropi in Sloveniji vedno večja potreba po zniževanju stroškov. Racionalizacija poštne omrežij in stroškov je v zadnjih letih pri vseh poštne operaterjih v Evropski uniji stalnica. V zadnjih nekaj letih se trendi premikajo v smeri produktne organiziranosti, ker za teritorialno organiziranost glede na razvoj informacijsko - komunikacijske tehnologije ni več nobenih razlogov. Do organizacijskih sprememb naj bi pri poštne operaterjih prihajalo tudi v prihodnjih letih. Pošta Slovenije mora tako sproti ne le slediti trendom, ampak tudi investirati in svojo ponudbo prilagajati uporabnikom, in sicer tako, da optimizira prodajne mreže, razvija nove storitve in modele, izboljšuje uporabniške izkušnje in celovito ponudbo (STA, 2015).

3.3 Predstavitev inovacij pri Pošti Slovenije

3.3.1 Predstavitev prvega in zadnjega kilometra pri Pošti Slovenije

Pošta Slovenije je najpomembnejši izvajalec poštne storitve na celotnem ozemlju Republike Slovenije, in eden izmed največjih ponudnikov kurirskih in informacijskih storitev v državi.

Novim izivom digitalizacije Skupina Pošte Slovenije sledi z naložbami v informacijsko tehnologijo in informatizacijo pismonoš, brezgotovinskim mobilnim plačevanjem, razvojem elektronskih storitev in z avtomatizacijo logističnih procesov. Pošta Slovenije se povezuje tudi z deležniki inovativnega ekosistema, pomembno vlogo vidi pri sodelovanju s startupi; na področju mobilnosti in transporta oz. logističnih izzivov t. i. prvega in zadnjega kilometra. Pomembna vloga se pri Pošti Slovenije odraža tudi s sodelovanjem z inovativnimi start - up podjetji, predvsem na področju mobilnosti in transporta. Poudarek je predvsem na izboljšavah oz. inovacijah za »prvi in zadnji kilometer«.

Prvi kilometer oz. »first mile« pomeni prevzem pošiljk pri pošiljateljih, zadnji kilometer oz. »last mile« pa pomeni zadnja faza paketne dostave do končnega naslovnika. Paket lahko prevzame na domačem naslovu, alternativnem naslovu, paketomatu ali pa kar v poštni poslovalnici. Vročitev pošiljke je zadnja faza dostave pošiljke in je najdražji del procesa. Razlog lahko pripisujemo visokemu deležu neuspešnih vročitev na domu, kar povzroči dodatne stroške ponovne dostave, dodatne kilometre in onesnaževanje okolja s škodljivimi emisijami. Dostava od vrat do vrat pomeni tudi t. i. težavo »prazen tek« na povratku, obstajajo pa še drugi izzivi, in sicer zagotavljanje varnostnih parametrov pri pošiljkah poslanih po posebnih zakonih, priporočenih oz. vrednostnih pošiljkah in kritična masa pošiljk, ki zagotavlja ustrezno dobičkonosnost in učinkovitost. Razvijajo tudi platforme, ki bi jih lahko uporabljali še drugi izvajalci poštnih in kurirskih storitev po svetu, logistične know - how in vire. Dostava v zadnjem kilometru (neposredna dostava do doma) je dejavnost z največjim vplivom na okolje. Eden izmed ključnih dejavnikov, ki vpliva na okolje pri dobavi v zadnjem je razdalja ter pogostost dostave. Pogostejše so dostave, tem večja je skupna razdalja za prevoz v zadnjem kilometru. Obveza zagotavljanja univerzalnih poštnih storitev med drugim tudi zahteva, da se pošiljke dostavi vsem gospodinjstvom in podjetjem vsak dan v tednu, kot je to tudi značilno za večino držav članic EU, kar pa seveda lahko povzroči tudi večje število dostav kot bi jih ponudnik univerzalnih poštnih storitev izbral, če Obveze zagotavljanja univerzalnih poštnih storitev ne bi bilo. Obveza zagotavljanja univerzalnih poštnih storitev ima pomemben vpliv na okolje, ki je posledica dostave v zadnjem kilometru (Copenhagen Economics, 2016, str. 174).

3.3.2 Predstavitev paketomatov pri Pošti Slovenije

Podjetja, ki se ukvarjajo s hitro dostavo pošiljk in paketno distribucijo ponujajo različne možnosti dostave, s katerimi ustrezajo potrebam in željam uporabnikov poštnih storitev, kar pomeni, da imajo dovolj velik vozni park, vsa operativna pravila pa so podprta z najnovejšo IT - infrastrukturo, ki uporabnikom poštnih storitev omogočajo nadzor nad pošiljkami (TS media, medijske vsebine in storitve, d. o. o., 2016).

Pošta Slovenije uporabnikom poštnih storitev nudi širok nabor storitev s katerimi lahko pošiljanje in prejem pošiljk prilagodijo glede na svoje potrebe. Paketomati imajo veliko prednosti. Izmed vseh je pomembna prednost ta, da je prevzem možen 24 ur/dan, 7 dni v

tednu in takrat ko naslovníku to tudi ustreza. Pošiljko oz. paket je možno prevzeti najkasneje v roku 3 dni, nato paket počaka še 5 dni na najbližji pošti. Vsak prejemnik paketa zjutraj prejme obvestilo o najavi časa dostave, ki ima časovni razpon ene ure. V kolikor pa želi prejemnik vedeti še, kje je njegov paket, je pa Pošta Slovenije zagotovila možnost sledenja. Praktično to pomeni, da uporabniki poštних storitev, ki v dopoldanskem času ne morejo oz. nimajo časa doma čakati kurirja, lahko paket prevzamejo na za to določenih predajnih mestih. Nekatere družbe so že uvedle uporabo paketomatov oz. avtomatov za oddajo in prevzem paketov. Paketomati Pošte Slovenije so primerni tudi za pošiljanje paketov (TS media, medijske vsebine in storitve, d. o. o., 2016). Paketomat (samopostrežni avtomat) predstavlja avtomatizirano kovinsko omaro, ki ima vgrajene predale, zaslon na dotik in bančni terminal za plačevanje s kreditnimi karticami ter je namenjen zahtevnejšim spletnim kupcem, ki jim omogoča oddajo paketa oz. prevzem paketa 24 ur/dan, sedem dni v tednu ter brez posredovanja tretje osebe. Najbolj pomembno pa je, da ohranja anonimnost kupca. Vsak paketomat ima po 20 predalov treh različnih velikosti (Pavlin, 2015). Postopek prevzema paketa na paketomatu je dokaj enostaven in preprost. Najprej kurir dostavi v paketomat, prejemnik paketa prejme sporočilo po e - mailu oz. SMS sporočilo v katerem je napisana točna lokacija paketomata in unikatna koda za prevzem paketa, ki jo ob vsaki dostavi prejme in pozna samo naslovník. Ko prejemnik vnese kodo, se na paketomatu odprejo vrata s paketom. Paketomati so primerni tudi za prevzem paketov z odkupnino, saj omogočajo plačilo po povzetju s plačilno kartico. Prejemnik ima 4 dni časa, da lahko paket prevzame (Pavlin, 2015).

Prevzem paketa oz. pošiljke na paketomatih ni samo hiter, preprost, stalno dostopen in varen ampak tudi diskreten. S paketomati so tako želeli poslovanje s paketi čim bolj približati pričakovanjem in željam, ki so jih imeli uporabniki poštних storitev (TS media, medijske vsebine in storitve, d. o. o., 2016).

3.4 Celovitost logističnih rešitev

Pošta Slovenije ni več samo klasičen logist, kar pomeni prevoz in dostavo poštних pošiljk, temveč vedno bolj postaja celovit ponudnik logističnih storitev in se na tak način prilagaja tržnim potrebam. Pošta Slovenije želi v prihodnosti pospešeno razvijati celovite logistične modele in rešitve za različne stranke pri logistiki rezervnih delov in jutranji dostavi časopisov, vse več pozornosti pa namenja tudi razvijanju modelov za dostavo živil in zdravil (Pavlin, 2013).

Logistična dejavnost Pošte Slovenije bo v prihodnosti zasnovana na trinivojskem logističnem konceptu. To pomeni dva distribucijska centra, paketno - pretovorne pošte in mrežo pošt. V prihodnjih letih želi Pošta Slovenije izpolnjevati še manjše tržne niše, in sicer na področju finančnih in informacijskih, trgovskih in logističnih storitev. Za ohranitev čim večjega tržnega deleža na področju univerzalne poštne storitve, je Pošta Slovenije sprejela ukrepe pri zagotavljanju učinkovite cenovne politike, optimiranju poslovnih procesov in

zniževanju stroškov poslovanja. V prihodnjih letih bo Pošta Slovenije uvedla nove modele in projekte, ki bodo podpirali razvojne in trženjske aktivnosti, kot npr. model jutranje dostave časopisov, poslovni modeli po meri strank na področju logistike in prenosa paketov, novi prodajni kanali ter pestrejša ponudba pri poštnih okencih (Lugarič, 2011). Modeli, ki jih razvija Pošta Slovenije vključujejo široko paleto storitev od prevzema raznovrstnega blaga na določenih lokacijah in distribucije na dostavne lokacije po Sloveniji in tujini. Celovitost logističnih storitev tako zajema skladiščenje, pretovarjanje in komisioniranje blaga do transporta. Pri vsakem postopku gre predvsem za individualne zahteve potencialnih strank. Trenutna logistika Pošte Slovenije temelji na enoviti organizaciji pisemske in paketne logistike, pri čemer večina zbiranja in odpošiljanja pošiljk poteka preko obeh logističnih centrov, to je v Ljubljani in Mariboru (Pavlin, 2013). Hitro povečevanje paketov je privedlo do reorganizacije procesa dela in povečanja kapacitet in ločitev logistike na pisemsko in paketno. Paketne pošiljke zaradi velikega obsega pomenijo pritisk na omejene kapacitete Pošte Slovenije (skladiščenje, vozila), kar pomeni nujno reorganizacijo, ker se trend nakupovalnih navad, rasti kataloške in spletne prodaje pričakuje tudi v prihodnosti. Med storitve v okviru celovite logistike Pošte Slovenije sodi dnevno - nočna distribucija, dostava večjih kosovnih pošiljk, pretovor in komisioniranje blaga ter oskrba trgovskih verig (Pavšič Vizjak, 2018).

Razmere na trgu poštnih storitev sproti kažejo kako se bodo v nadaljevanju razvijali poštno-logistični operaterji in njihove storitve v Evropi in Sloveniji. Da pa bi Pošta Slovenije čim bolj uspešno dosegala nadaljni razvoj v smeri celovitega ponudnika logističnih storitev je pomembno povezovanje in sodelovanje z logistično stroko in gospodarstvom. Pošta Slovenije razvija tudi vedno več novih storitev, kot npr. elektronske storitve. Glavna konkurenčna prednost Pošte Slovenije v primerjavi z ostalimi logističnimi ponudniki je, da lahko v kratkem času (v roku enega dne ali pa še isti dan) prenesejo velike količine pisemskih in paketnih pošiljk, paketov večjih dimenzij, palet in blaga do različnih strank na celotnem območju Slovenije. Ponudba celostnih logističnih rešitev omogoča boljši pregled nad blagovnimi tokovi, optimizacijo procesov in lažji nadzor nad obvladovanjem stroškov. Na tak način se lahko zagotovi kakovostno izvedbo storitev po konkurenčni ceni (Lugarič, 2011).

Pošta Slovenije za prenos pošiljk skrbi že vsa leta, logistiko že nekaj časa poskuša prilagajati najzahtevnejšim poslovnim uporabnikom, skupaj z odvisnimi družbami pa zagotavlja tako v Sloveniji kot na tujem optimalno logistično mrežo v cestnem in letalskem prometu (Lugarič, 2011).

SKLEP

V današnjih časih z vse bolj napredno tehnologijo se poštna podjetja marsikaterim uporabnikom poštnih storitev zdijo predvsem neperspektivna in tudi vse bolj dolgočasna, saj vsak uporabnik poštnih storitev najprej pomisli na elektronsko pošto, ki nadomešča klasično.

Uporabniki poštних storitev se sprašujejo predvsem, kako bo v prihodnosti s poštними podjetji. Prehod na digitalne storitve prinaša vse več novega posla, saj se danes skoraj vse izvaja preko spletne trgovine, kar pa tudi pomeni dostavo paketov oz. storitev na dom. To pomeni, da se mora trg poštних storitev prilagoditi potrebam, ki jih narekujejo uporabniki poštних storitev. Zmanjšanje obsega poštних in denarnih storitev je ena izmed posledic prehoda na elektronsko poslovanje, spremembe zakonodaje poštних storitev, spremenjenih navad uporabnikov in konkurence na trgu poštних in denarnih storitev. Omenjeni trendi so prisotni prav tako pri ostalih poštних operaterjih. Pošta prihodnosti torej pomeni, da uporabnikom poštних storitev želijo na enem mestu ponuditi široko ponudbo storitev, kar pomeni opravljanje poštних, bančnih, zavarovalnih storitev in drugih storitev, saj s tem prihranijo čas in denar (Market Magazin Blog, 2016). Postavitev PS točk poleg sprejema in oddaje paketnih pošilk pomeni tudi še opravljanje bančnih in drugih storitev. Takšne oblike zagotavljanja storitev uporabnikom poštних storitev omogočajo vedno več fleksibilnosti pri izboru časa in kraju izvedbe storitev. Pošta Slovenije pričakuje prihodnost poslovanja v paketnem poslovanju in logistiki skupaj s pisemskimi in IT - storitvami in prodajo pri poštних okencih, ki skupaj tvorita najpomembnejše poslovne segmente. Z uvedbo novih storitev želi Pošta Slovenije utrditi in ohraniti mesto vodilnega izvajalca poštних in logističnih storitev v Sloveniji ter slediti pričakovanjem uporabnika poštних storitev in lastnim ciljem. Odločili so se za popoln tržni nastop, ki zahteva oz. temelji na spremembi organizacijskih oblik poslovanja, kakor tudi v ostalih državah članicah EU ciljajo, da bi zmanjšali število enot poštnega omrežja oz. ga spremenila v racionalnejšo obliko. V Sloveniji se torej ukinjajo poštne uradi v krajih, nadomeščajo pa jih z mobilnimi poštami (Zares - socialno liberalni, 2009).

V zaključni strokovni nalogi sem želel prikazati proces liberalizacije trga poštних storitev od leta 1992, ko se je vse skupaj začelo, in do leta 2011 oz. 2013, ko se je trg popolnoma sprostil. Analiziral sem tudi opis posameznih poštних direktiv ter kaj je posamezna poštna direktiva določila in kako je vplivala dejansko na trg poštних storitev. Analiziral sem tudi trg poštних storitev v Republiki Sloveniji po segmentih, kjer sem ugotovil, da ima Pošta Slovenije še vedno vodilni tržni delež na področju poštних storitev. Na področju inovacij poštних storitev sem ugotovil, da je bil v zadnjih letih glavni trend upadanje pisemskih pošilk in storitev na pošti. V zadnjih nekaj letih se je močno povečalo pošiljanje in prejemanje paketov; pojavili so se tudi e - substituti oz. elektronska komunikacija, ki je nadomestila tradicionalne javne poštne storitve. Izvedba ukrepov, ki sledijo razvoju trga poštних storitev in spremembam na trgu potekajo tako, da je potrebno vseskozi razvijati mrežo za dostavo paketnih pošilk, oskrbovalnih verig in logistike, zaradi tega, da se ohranja vzdržno poslovanje tudi v prihodnosti, ko bo izvedba univerzalne poštne storitve za nas predstavljalo vedno večje breme.

V prihodnosti je pomembno, da se vedno bolj oblikujejo sodobni modeli izvajanja storitev, ki omogočajo racionalizacijo stroškov za izvajalce na eni strani, in na drugi strani

najzahtevnejšim uporabnikom skušajo zagotoviti storitve, izbrane glede na osebne preference.

LITERATURA IN VIRI

1. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije. (2017, december). *Analiza trga poštних storitev v Republiki Sloveniji v letu 2017*. Ljubljana: Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije.
2. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije. (2016, december). *Analiza trga poštних storitev v Republiki Sloveniji v letu 2016*. Ljubljana: Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije.
3. Andric, M. (2007). *Liberalizacija poštних storitev ter njihovo financiranje v prihodnosti* (diplomsko delo). Koper: Univerza na Primorskem.
4. Babič Stermecki, M. (2017, 8. september). Boris Novak: Zmeraj je zraven nekaj političnega pridiha. *Delo*. Pridobljeno 12. decembra 2019 iz <https://www.delo.si/ozadja/boris-novak-zmeraj-je-zraven-nekaj-politicega-pridiha.html>
5. Copenhagen Economics. (2016). *Main developments in the postal sector (2013-2016)*. Copenhagen: Copenhagen Economics.
6. Doler, L. (2003). *Trendi razvoja poštних storitev* (diplomsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
7. Evropska komisija. (2013, 16. december). *Načrt za izpopolnitev enotnega trga za dostavo paketnih pošilk; Krepitev zaupanja v dostavne storitve in spodbujanje spletne prodaje*. Sporočilo komisije. Bruselj: Evropska komisija.
8. Ita Consulting & Wik Consult. (2009, avgust). *The Evolution of the European Postal Market since 1997*. Brussels: European Commission
9. Jaag, C. (2014, april). *Postal - Sector Policy: From Monopoly to Regulated Competition and Beyond*. Zurich: Swiss economics.
10. Kocbek, D. (2019, 16. februar). Evropska perspektiva: osnova za spremembe je liberalizacija. *Večer*. Pridobljeno 12. decembra 2019 iz <https://www.vecer.com/evropska-perspektiva-osnova-za-spremembe-je-liberalizacija-6662691>
11. Komisija Evropskih skupnosti. (2006, 18. oktober). *Možnostna študija o vplivu dokončnega oblikovanja notranjega trga poštних storitev v letu 2009 na univerzalno storitev*. Poročilo Komisije Svetu in Evropskemu parlamentu. Bruselj: Komisija Evropskih skupnosti.
12. Komisija Evropskih skupnosti. (2005, 25. marec). *O uporabi Poštne direktive (Direktiva 97/67/ES, kakor je bila spremenjena z Direktivo 2002/39/ES)*. Poročilo Komisije Svetu in Evropskemu parlamentu. Bruselj: Komisija Evropskih skupnosti, 2005.
13. Košir, K. (2019, 12. junij). Dostava pošte le še trikrat tedensko ? *Svet kapitala*. Pridobljeno 12. decembra 2019 iz <https://svetkapitala.delo.si/ikonomija/dostava-poste-le-trikrat-tedensko-192278>

14. Klapš, S. (2018, 21. julij). Boris Novak: Pošta že dolgo ni več monopolist. *Večer*. Pridobljeno 29. novembra 2019 iz <https://www.vecer.com/boris-novak-posta-ze-dolgo-ni-vec-monopolist-6526448>
15. Lugarič, K. (2011, 3. januar). Začela veljati liberalizacija trga poštnih storitev. *Delo*. Pridobljeno 12. decembra 2019 iz <https://www.delo.si/gospodarstvo/zacela-veljati-liberalizacija-trga-postnih-storitev.html>
16. Maksmail, prenos Poštnih pošiljk d. o. o. (brez datuma). *O Maksmailu*. Pridobljeno, 15. marca 2020 iz <https://www.maksmail.si/o-maksmailu.html#p1>
17. Market Magazin Blog. (2016, 13. september). *Spletna prodaja je dobra poslovna priložnost tudi za Pošto Slovenije* [objava na blogu]. Pridobljeno 30. novembra 2019 iz <http://www.marketingmagazin.si/mm-blog/intervju/13267/spletna-prodaja-je-dobra-poslovna-priloznost-tudi-za-posto-slovenije>
18. Pavlin, C. (2013, 17. maj). Logistiki je treba dati pravo vrednost. *Delo*. Pridobljeno 25. marca 2020 iz <https://www.delo.si/gospodarstvo/posel/logistiki-je-treba-dati-pravo-vrednost.html>
19. Pavlin, C. (2015, 8. januar). Namesto kurirja zdaj tudi paketomati. *Delo*. Pridobljeno 15. oktobra 2019 iz <https://www.delo.si/gospodarstvo/infrastruktura/namesto-kurirja-zdaj-tudi-paketomati.html>
20. Pavšič Vizjak, M. (2018, 8. avgust). Pametni paketi bodo sami poiskali naslovnika. *Delo*. Pridobljeno 25. januarja 2020 iz <https://www.delo.si/novice/znanoteh/pametni-paketi-bodo-sami-poiskali-naslovnika-76968.html>
21. Pošta Slovenije d. o. o. (2018). *Letno poročilo Pošte Slovenije d. o. o.* Maribor: Pošta Slovenije d. o. o.
22. Pošta Slovenije d. o. o. (brez datuma). *Osnovne informacije*. Pridobljeno 15. marca 2020 iz <https://www.posta.si/o-nas/predstavitev/osnovne-informacije>
23. TS media, medijske vsebine in storitve, d. o. o. (2016, 24. oktober). *Prezem pošiljk 24 ur na dan, sedem dni na teden*. Pridobljeno 15. oktobra 2019 iz <https://siol.net/novice/slovenija/prevzem-posiljk-24-ur-na-dan-sedem-dni-na-teden-427997>
24. STA. (2009, 5. april). *Novi poštni zakon bo dokončno odprl trg poštnih storitev*. Pridobljeno 2. decembra 2019 iz <https://siol.net/novice/slovenija/novi-postni-zakon-bo-dokoncno-odprl-trg-postnih-storitev-280194>
25. STA. (2011, 2. januar). Popolna liberalizacija trga poštnih storitev. *Finance*. Pridobljeno 15. marca 2020 iz <https://www.finance.si/298915>
26. STA. (2015, 22. april). Pošta Slovenije letos pričakuje rast prihodkov. *Reporter*. Pridobljeno 16. januarja 2020 iz <https://reporter.si/clanek/slovenija/posta-slovenije-letos-pricakuje-rast-prihodkov-466407>
27. Stanovnik, S. (2017, 9. junij). Poštna podjetja iščejo svojo prihodnost v dostavi paketov. *Delo*. Pridobljeno 25. marca 2020 iz <https://www.delo.si/gospodarstvo/finance/postna-podjetja-iscejo-svojo-prihodnost-v-dostavi-paketov.html>

28. Zares - socialno liberalni. (2009, 28. december). *Predlog za razpravo o univerzalnih poštinih storitvah na odboru DZ RS*. Pridobljeno 25. novembra 2019 iz <https://www.zares.si/o-izvajanju-univerzalne-postne-storitve-na/#comments>

PRILOGE

Priloga 1: Prikaz obsega univerzalne poštne storitve po državah EU.

Slika 1: Prikaz obsega univerzalne poštne storitve po državah EU

Product scope of the USO (2016)

	Basic letter (FSC, domestic)	Basic letter (SSC, domestic)	Bulk letters	Registered mail	Insured mail	Direct mail	Publications	Basic parcel (domestic)	Bulk parcels	Cross-border letter post	Cross-border parcels	Express services
AT	2kg	2kg	2kg	n/a	n/a	2kg	2kg	10kg	10kg	2kg	10kg	
BE	2kg	n/a	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	10kg		2kg	20kg	
BG	2kg	2kg		2kg	2kg		5kg	20kg		2kg	20kg	
HR	2kg	2kg		2kg	2kg			10kg		2kg	10kg out, 20kg in	
CY	2kg	2kg	2kg	n/a	n/a	n/a	2kg	20kg		2kg	20kg	
CZ	2kg			2kg	10kg			10kg		2kg	10kg out, 20kg in	
DK		2kg		2kg, 20kg	2kg, 20kg		2kg	20kg		2kg	20kg	
EE	2kg	2kg		2kg	2kg			20kg		2kg	20kg	
FI		2kg		2kg, 10kg	2kg, 10kg			10kg		2kg	10kg out, 20kg in	
FR	2kg	250g	2kg	2kg	6kg		2kg	20kg		2kg	20kg	
DE	2kg		2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	20kg	20kg	n/a	n/a	n/a
EL	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	20kg	20kg	2kg	20kg	
HU	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg		20kg	20kg	2kg	40kg	
IS	2kg	2kg	2kg	2kg		2kg	2kg	20kg		2kg	20kg	20kg
IE	100g		100g	20kg	20kg			20kg		100g	20kg	
IT	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg		2kg	20kg		2kg	20kg	
LV	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	20kg			20kg	
LI	1kg	1kg		1kg	1kg		1kg	30kg		2kg	20kg	
LT	2kg	2kg		2kg	2kg			50kg		2kg	20kg	
LU	2kg		2kg					10kg	10kg	20kg	20kg	
MT	2kg		2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	20kg	20kg	2kg	20kg	
NL	2kg			2kg	2kg			20kg		2kg	20kg	
NO	2kg	2kg		2kg	2kg		2kg	20kg		2kg	20kg	
PL	2kg	2kg		2kg	2kg			10kg		2kg	20kg	
PT	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg		2kg	10kg	10kg	n/a	20kg	
RO	2kg	2kg		2kg	2kg		2kg	10kg		10-20kg	10-20kg	
SK	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg	2kg		10kg	10kg	2kg	10kg	
SI	2kg			2kg	2kg	2kg	2kg	10kg		2kg	10kg	
ES	2kg		2kg	2kg	2kg			20kg	20kg	2kg	20kg	
SE												
CH	1kg	1kg	1kg	1kg			no limit	20kg	20kg	1kg	20kg	
UK	750g	750g		20kg	20kg			20kg		750g	2kg	n/a

Note: The weight indicated is the upper weight limit. Light grey cells mean the product is defined as US by law. Cells with "n/a" mean no answer was given. Weights separated by comma refer to two possible limits. Weights separated by "-" refer to an interval. Weights with "out" refer to outbound products, "in" to inbound. DK, FI - registered and insured mail handled like a normal letter/parcel. FI - Cross-border parcels obligation only for parcels sent abroad. HU - publications are not a separate item category. Only basic bulk parcel is USO product. LI - basic letter post includes cross-border with CH. LT - upper weight limit for non-EU inbound and outbound parcels is 10kg. MT - direct mail considered part of the bulk mail service. PT - cross-border parcels from EU. ES - bulk letters part of the USO de facto. SE - basic letter SSC domestic and bulk letters part of USO de facto. Direct mail is not explicitly mentioned in the law but falls under the US definition. UK - cross-border parcels may be under USO up to 5kg for certain destinations if the parcel contains printed materials/ books.

Source: Questionnaire to NRAs

Vir: Copenhagen Economics (2016, str. 189).