



РАЗВОЈ НА ПАЗАРОТ ВО ЕУ: ГОЛЕМА ТРАНСФОРМАЦИЈА ПРЕДИЗВИКАНА ОД ДИГИТИЗАЦИЈА И ТЕХНОЛОШКИ ИНОВАЦИИ

Дигитализацијата и технолошкиот развој ги трансформираа потребите на потрошувачите/корисниците и бизнисот, што доведе до создавање на нови производи, услуги и деловни модели.



Поштенскиот сектор не е исклучок.

Од финансиската криза во 2008 година па наваму, имаше голем пад на обемот на писмата бидејќи електронската замена на традиционалните поштенски услуги се забрзува кога владите, бизнисите и потрошувачите сè повеќе ги прифаќаат електронските процеси во повеќе области.

За време на пандемијата Ковид-19, пет главни даватели на универзална услуга во ЕУ пријавија пад на обемот на писмата, кој се движи од: -10 проценти во Холандија до: -18 проценти во Франција.

Спротивно на тоа, растот на услугите за испорака на пакети се забрза поради значителното зголемување на е-трговијата. Пред пандемијата Ковид-19, се предвидуваше дека глобалната онлајн продажба приближно ќе се удвои помеѓу 2019 и 2024 година.

Во 2020 година, растот на обемот на пакети испорачани од давателите на универзална услуга се движеше од 14% во Данска и Шведска, до 42% во Италија и 49% во Белгија. Големите светски оператори кои нудат експресни услуги забележаа раст на обемот на пакети до 23%.

Трендови на поштенскиот пазар

Двата строго спротивставени трендови на писма и пакети најверојатно ќе продолжат и ќе се зголемат во текот на следните години. Ако е така, во споредба со 2016 година, сегментот на писма на ЕУ ќе изгуби повеќе од 12% од приходите и 32% во обем до 2025 година. Приходите во сегментот на пакети во ЕУ ќе се зголемат повеќе од двојно.

Модернизација на деловни модели

Бидејќи поштенскиот бизнис модел се потпира на економиите на обем, намалувањето на обемот на писмата (-4,9 проценти во просек секоја година од 2008 година) ги зголемува трошоците за испорака по единица. За да го надоместат зголемувањето на трошоците, многу поштенски оператори низ ЕУ ги модернизираат своите деловни модели. Давателите на универзална услуга со нивните воспоставени мрежи и структурата на високи фиксни трошоци бараа начини да ја зголемат ефикасноста, да ги подобрат решенијата ориентирани кон клиентите, да ги збогатат своите понуди на услуги и да најдат нови пазари за развој.

За да го надоместат зголемувањето на трошоците, многу поштенски оператори низ ЕУ ги модернизираат своите деловни модели.



- 1.** *Цените за писмата во домашен сообраќај кои спаѓаат во универзалната услуга постојано се зголемуваат од 2008 година.*
- 2.** *Цената на најчесто употребуваните писма, писмо од 20 грама во домашен сообраќај, номинално се зголемува за 7% годишно.*
- 3.** *Помеѓу 2014 и 2019 година, домашните цени за стандардниот пакет од 2 килограми се зголемија во просек за 1% годишно.*

Развојот на е-трговијата ја зголеми доставата на пакети

Подемот на е-трговијата им даде можност да ја зголемат доставата на пакети и многу даватели на универзална услуга сега жестоко се натпреваруваат со другите оператори за испорака на пакети. Со мал дел на исклучоци, пазарниот удел на давателите на универзална услуга во сегментот на пакети останува релативно мал во споредба со писмата каде што тие отсекогаш имале (и продолжуваат да имаат) многу значајни пазарни удели или дури и остануваат единствениот релевантен пазарен оператор.

Профитабилноста на давателите на универзална услуга се одржува со намалување на трошоците (главно работна сила), зголемување на продуктивноста преку технолошки иновации (на пример автоматизирани системи за сортирање), потпирајќи се на понудата на повеќе основни производи и услуги и/или зголемување на цените.

Цените за писмата во домашен сообраќај кои спаѓаат во универзалната услуга постојано се зголемуваат од 2008 година. Цената на најчесто употребуваните писма, писмо од 20 грама во домашен сообраќај, номинално се зголемува за 7% годишно. За испораките на пакети кои спаѓаат во универзалната услуга, во истиот период има умерен пораст на цените и покрај зголемувањето на обемот. Помеѓу 2014 и 2019 година, домашните цени за стандардниот пакет од 2 килограми се зголемија во просек за 1% годишно, а номиналната цена на најевтината и најскапата меѓународна дестинација се зголеми за соодветни 2,6% и 0,3%.

Поштенскиот сектор е меѓу најголемите домашни корпоративни работодавци и обезбедува околу 1,5 милиони работни места во 2018 година во ЕУ.

И во јавниот и во приватниот сектор, забележано е зголемување на пофлексибилното вработување, вклучително и аутсорсингот, што сега го користат мнозинството даватели на универзална услуга.



За разлика од сегментот на писма, сегментот за достава на пакети е многу конкурентен.

Развојот во сегментот за испорака на пакети е сосема во спротивност со развојот во сегментот на писма. За разлика од писмата каде што законскиот монопол беше укинат со измената на Директивата за поштенски услуги од 2008 година, никогаш немало таков монопол за достава на пакети.

Во повеќето земји членки, постои конкуренција во сегментот на достава на пакети, што доведе до иновативни подобрувања на услугите за достава.

Во исто време, и покрај тоа што може да се очекува од конкурентната средина со зголемен обем, јавните тарифи за услугите за достава на пакети полека растат.

** Информациите и доказите собрани за целите на оваа евалуација не се доволни за сигурни заклучоци за причините за овој тренд.*

Побарувачката постојано се зголемува, главно поради е-трговијата, а можностите за достава на пакети го следат примерот, спротивно на трендот забележан кај писмата.



ИДНИНАТА: ЗАКЛУЧОЦИ И ПЕРСПЕКТИВА

За да се осигури дека поштенските оператори и корисниците можат целосно да имаат корист од технолошкиот развој, иновациите и е-трговијата, истовремено обезбедувајќи континуирано обезбедување на пристапна и висококвалитетна универзална услуга, пожелно е, врз основа на евалуацијата и искуството на повеќе од 20 години на примена на Директивата за поштенски услуги, во иднина да се истражува потенцијалното прилагодување на регулаторната рамка на начин кој исто така ќе ги обезбеди неопходните услови за поштенската услуга на ЕУ да продолжи ефикасно да ја игра својата улога во економијата.

Сите такви чекори, исто така, мора да бидат усогласени со ЕУ и да ги поддржуваат активностите на ниво на ЕУ преземени во контекст на Зелениот договор на ЕУ и Дигиталната агенда на ЕУ.



Агенција за пошти

**Кеј “13-ти Ноември” ГТЦ кат 2
зграда 4 влез 1 локал 2
1000 Скопје**

email: info@ap.mk;

<http://www.ap.mk>

тел/факс 02 3 212 107



