

KVALITET KAO FAKTOR OPSTANKA NA TRŽIŠTU POŠTANSKIH USLUGA

QUALITY AS A FACTOR OF SURVIVAL ON POSTAL SERVICE MARKET

Dr Mile Milekić, docent
Saobraćajni fakultet Doboj

REZIME

Javni poštanski operateri u uslovima potpune liberalizacije suočeni su sve više sa konkurencijom koja sve čini da preuzme što veći broj usluga koje je tradicionalno pružala pošta. Da bi adekvatno odgovorili na izazove poštanski operateri pored primjene savremenih tehnologijaja, uvođenja novih proizvoda i usluga, pitanju kvaliteta moraju posvetiti naročitu pažnju. Problemima kvaliteta bavili su se kongresi Svjetskog poštanskog saveza koji su u strategijama koje su usvajali značajan prostor posvećivali kvalitetu usluga koje pružaju poštanski operateri. U strategiji posljednjeg, XXV kongresa naročito se insistira na poboljšanju opšteg kvaliteta, pouzdanosti i efikasnosti poštanske mreže kako bi korisnici imali na raspolaganju sigurne, pouzdane i efikasne poštanske usluge. U radu se daje pregled strategija posljednjih kongresa kao i pokazatelji koje Svjetski poštanski savez koristi kod upoređivanja kvaliteta u poštanskim upravama članicama.

Ključne riječi: kvalitet usluge, poštanski saobraćaj

ABSTRACT

In terms of full liberalization public postal operators have been facing competition which gives its best to overtake number of services previously traditionally provided by posts. In order to adequately respond to challenges and apart from modern technologies, new products and services, postal operators must pay attention to the issue of quality. Congresses organized by Universal Postal Union have dealt with it and paid great deal of attention to quality of postal services. In the strategy of latest, XXV congress, it has been insisted on improvement of general quality, reliability and efficiency of postal network so that safe, reliable and efficient postal services would be available to its users. This paper gives an overview of strategies from previous congresses as well as indicators used by Universal Postal Union when comparing quality in postal administrations.

Keywords: quality of service, postal traffic

1. UVOD

Poštanski sistem u savremenom društvu predstavlja značajan elemenat infrastrukture koji omogućava brz, siguran prenos pisanih, štampanih i na drugi način oblikovanih saopštenja, robe i novca u unutrašnjem i međunarodnom saobraćaju.

Pošta je u dugom periodu imala monopol i bila je jedina organizovana služba za prenos poruka. Ona je danas suočena sa konkurencijom privatnih prenosioaca s jedne strane, a sa druge strane razvojem modernih sredstava prenosa (računari, telefaks, internet mreže i dr.) koji smanjuju potrebe stanovništva za klasičnim poštanskim uslugama. Pošta zato mora

svakodnevno da osluškujе korisnike i adaptira se njihovim potrebama i zahtjevima, ne zapostavljajući pri tome ni svoju ulogu javne službe.

Pojava sve veće konkurencije na nekim segmentima tržišta poštanskih usluga, podstakla je da se razmišlja o uvođenju novih usluga. Tradicionalne poštanske usluge ne mogu više da obezbjeđuju prosperitet ovog sistema, već su potrebne nove usluge i nova tržišta sa novim tehničko-tehnološkim dostignućima.

Uporedo sa uvođenjem novih proizvoda i usluga i primjeni savremene tehnologije, poštanski sistemi pitanju kvaliteta proizvoda i usluga moraju posvećivati naročitu pažnju. Unapređenje kvaliteta proizvoda i usluga kao i procesa u kojima se oni ostvaruju danas u svijetu je opšti trend. U uslovima neloyalne konkurencije kojima su poštanski sistemi izloženi unapređenje kvaliteta se postavlja kao prioritarno. S toga je Svjetski poštanski savez na svojim kongresima zadnjih dvadesetak godina u strategijama koje je usvajao pitanjima kvaliteta pridavao visoko mjesto. Evropska unija je zemljama, svojim članicama, propisala obavezne standarde kvaliteta univerzalne poštanske usluge koje javni operateri ostalih evropskih država prate i primjenjuju u zavisnosti od stepena njihove razvijenosti i mogućnosti.

2. KVALITET U STRATEGIJAMA KONGRESA SVJETSKOG POŠTANSKOG SAVEZA

U poslednjih dvadeset godina razni faktori su uticali da poštanski sektori preispitaju svoju ulogu na tržištu komunikacija. Kombinovano djelovanje direktne i indirektnе konkurencije, privatizacija, liberalizacija, razdvajanje operatorske i regulatorske funkcije, tražnja korisnika za boljim i pouzdanijim uslugama, kao i nove tehnologije, uvjerali su poštanske sektore da moraju mijenjati svoju operativnu i finansijsku strategiju kako bi ostali konkurentni.

Poštanski sektori ne djeluju izolovano - to su sektori koji utiču i trpe uticaje niza socijalnih i ekonomskih faktora. Kao što poštanska djelatnost djeluje na ekonomiju, tako i ekonomija djeluje na njih, u svakoj zemlji. Jedan od elementarnih pokazatelja takvog djelovanja jeste stepen potrošnje koji se iskazuje u broju poštanskih pošiljki po glavi stanovnika godišnje.

Analizirajući konkurenciju pošte na tržištu, ukazano je da njena snaga počiva na njenoj sposobnosti praćenja usluge i kontrole kvaliteta "od početka do kraja" zasnovanoj na moćnim informacionim sistemima i primjeni njihovih tehnologija.

Na XX kongresu (Vašington, 1989.) Svjetski poštanski savez definiše tri fundamentalna principa koje pošta treba da primijeni da bi se uspješno suprotstavila konkurenciji:

- Upoznati tržište (potrebe korisnika, konkurenciju, nove usluge i dr.);
- Zadovoljiti potrebe korisnika u svim aspektima i usvojiti koncept totalnog kvaliteta za sve ponuđene proizvode i usluge;
- Osavremeniti tehnologiju i upravljanje proizvodima i uslugama koji se nude na tržištu.

Krajnji cilj poštanske strategije XXI kongresa Svjetskog poštanskog saveza (Seul, 1994.) je bio da se pošta osposobi i postane jedan od aktivnih učesnika i kreatora u evoluciji koja se događa u sektoru komunikacija. Između ostalih zadataka, prema strategiji Pošta treba da se stalno angažuje na:[3]

- Primjeni komercijalne strategije usmjerene ka korisniku a, kada je riječ o najvažnijim klijentima, ka partnerstvu u zajedničkom interesu;
- Realizaciji politike kvaliteta u svim segmentima poštanske djelatnosti;
- Primjeni planskih akcija u oblasti bezbjednosti;

XXII kongres Svjetskog poštanskog saveza (Peking, 1999.) je, prije donošenja poštanske strategije za period do 2004. godine, izvršio analizu poštanskog okruženja. Pošta treba da

prepozna i definiše kvalitet promjena u okruženju da bi na njih reagovala. Svjetski poštanski savez je izvršio analizu i utvrđivanje faktora koji bi u narednom periodu imali presudan značaj u poštanskom okruženju.

XXIII kongres Svjetskog poštanskog saveza održan je 2004. godine u Bukureštu. Kongres je usvojio Svjetsku poštansku strategiju, odnosno „*Strategiju Bukurešta*“, koja u sebi sadrži i akcioni plan sprovođenja strategije koji je namijenjen vladama, poštanskim upravama, užim savezima i ostalim organima Svjetskog poštanskog saveza.

Strategija Bukurešta predstavlja najznačajniji dokument usvojen na kongresu, čija je realizacija obaveza svih zemalja članica. Osnovne smjernice ove strategije su vrlo slične smjernicama iz Pekinga:[3]

- Obezbjediti pružanje univerzalne poštanske usluge na svjetskom planu;
- Poboljšati kvalitet usluga i efikasnost poštanske mreže;
- Poštansko tržište i kako odgovoriti na potrebe korisnika usluga;
- Reforma poštanskog sektora i trajan razvoj;
- Jačati i širiti saradnju između učesnika u poštanskom sektoru.

Poštanski sektor suočen je danas sa velikom konkurencijom novih tehnologija zasnovanih na informatici i telekomunikacijama, kao i sa potpunom neizvjesnošću u pogledu daljeg rasta poštanskog saobraćaja. Na XXIV kongresu (Ženeva, 2008.) usvojena je tzv. „*Svjetska poštanska strategija Ženeva - 2008*“. Strategija predviđa niz aktivnosti kojima će se poboljšati kvalitet poštanskih usluga i efikasnost poštanske mreže.

Prema ovoj strategiji Svjetski poštanski savez će se fokusirati na bolju, pristupačnu, bezbjednu, efikasnu univerzalnu poštansku uslugu. Koncept interkonekcije je jedan od glavnih izazova sa kojima se poštanski sektor suočava danas. Za države članice Saveza, interkonekcija poštanskih mreža u širem smislu, svih učesnika u poštanskom sektoru, je od neprocjenjive važnosti. Operateri su sve više orijentisani ka poslovnosti, a tehnička saradnja zasnovana na preduzetničkom pristupu je sve češća. Dio strategije koja se odnosi na kvalitet insistira na unapređenje povezanosti, kvaliteta i efikasnosti trodimenzionalne poštanske mreže (fizička, elektronska i finansijska):[3]

- Unapređenje kvaliteta usluga i efikasnost poštanske mreže;
- Unapređenje integriteta, pouzdanosti i bezbjednosti poštanskog sektora;
- Razvoj interkonekcije između poštanskih mreža različitih država pomoću odgovarajućih standarda i procedura;
- Stimulisanje korišćenja informaciono-komunikacionih tehnologija u cilju unapređenja razvoja poštanskih mreža.

Na XXV kongresu Svjetskog poštanskog saveza održanom u Dohi (Katar) od 24. septembra do 15. oktobra 2012. godine, usvojena je „*Poštanska strategija Doha 2013-2016*“. Strategija obavezuje Svjetski poštanski savez i njene članice da poboljšaju efikasnost poštanske mreže korišćenjem savremene tehnologije i jedinstvenih standarda.

Strategija polazi od činjenice da je u posljednje vrijeme došlo do promjene u modelu poslovanja i ukazuje na potrebu da univerzalna poštanska usluga treba biti prilagođena današnjem tehnološkom okruženju i tržišnoj realnosti. Smatra se da će opšti ciljevi identifikovani u ovom dokumentu i programi za njihovo ostvarivanje omogućiti Svjetskom poštanskom savezu da izvrši svoju misiju podsticanja trajnog razvoja efikasne i pristupačne univerzalne poštanske usluge i olakšanja komunikacija.

Strategijom se garantuje slobodan protok poštanskih usluga na teritorijama svih poštanskih uprava, podsticanje usvajanja jedinstvenih standarda i korišćenje savremenih tehnologija,

obezbjedivanje saradnje i interakciju među zainteresovanim stranama, promovisanje efikasne tehničke saradnje, kao i povećanje zadovoljstva korisnika.

Strategija ima za cilj da se identifikuju trendovi koji će imati uticaj na aktivnosti Svjetskog poštanskog saveza u periodu 2013-2016 i definisanje strateškog okvira.

Na osnovu SWOT analize identifikuju se snage i slabosti poštanskog sektora te šanse i opasnosti koje dolaze iz okruženja s ciljem pozicioniranja Svjetskog poštanskog saveza danas u vezi sa trendovima i kretanjima.

Misija Svjetskog poštanskog saveza je da podstakne trajan razvoj efikasne, pristupačne i kvalitetne univerzalne poštanske usluge u cilju olakšavanja komunikacije među narodima svijeta:[2]

- Garantovanje slobodnog protoka poštanskih pošiljaka na cijeloj teritoriji;
- Podsticanje usvajanja zajedničkih standarda i korišćenje savremene tehnologije;
- Obezbjedivanje saradnje i interakcije među akterima;
- Promovisanje efikasne tehničke saradnje;
- Obezbjedivanje zadovoljenja potreba korisnika.

Strategija se sastoji od četiri osnovna cilja i osamnaest tematskih oblasti koji trebaju omogućiti Svjetskom poštanskom savezu da izvršava svoju misiju i ostvaruje viziju. Zajedno, ovi osnovni i programski ciljevi predstavljaju odgovor Svjetskog poštanskog saveza na trenutno strateško okruženje a to je: jačati vlastite snage i eliminisati slabosti, reagovati i suprotstaviti se opasnostima, iskoristiti ukazane šanse.

Osnovni ciljevi Strategije usvojene na XXV kongresu Svjetskog poštanskog saveza su:[2]

- Poboljšati interoperabilnost međunarodne poštanske mreže;
- Obezbijediti tehnička znanja i stručnost u poštanskom sektoru;
- Promovisati inovativne proizvode i usluge;
- Podsticati održiv razvoj poštanskog sektora.

3. POKAZATELJI KVALITETA POŠTANSKIH USLUGA PREMA SVJETSKOM POŠTANSKOM SAVEZU

Na XX Kongresu Svjetskog poštanskog Saveza u Vašingtonu 1989. godine donesen je tzv. Vašingtonski program akcija koji pored ostalog sadrži akcije koje treba preduzeti u cilju poboljšanja kvaliteta: donošenje normativa, donošenje programa nadgledanja i uočavanja slabih tačaka, obezbjeđenje što kvalitetnijih poštanskih usluga, za sve vrste pošiljaka, što bolje povezivanje u okviru međunarodne mreže, izjednačavanje tretmana nacionalnih i međunarodnih pošiljaka, korišćenje najbržih prevoznih sredstava, svođenje carinskih formalnosti na najmanju moguću mjeru, održavanje tarife na nivou konkurentnosti, optimalno korišćenje kadrovskih potencijala, unapređenje sistema ubrzane pošte i telematskih sistema.

Evropska Zajednica donijela je 1997. godine Direktivu o zajedničkim pravilima za razvoj poštanskog tržišta i za poboljšanje kvaliteta usluga. Jedno od zajedničkih pravila Direktive odnosilo se na utvrđivanje standarda kvaliteta za univerzalnu uslugu i sistema koji će obezbijediti usaglašenost sa ovim standardima.

Poštanska strategija Pekinga 1999. godine sadrži 26 strateških ciljeva koji su podijeljeni u 6 tematskih oblasti. Jedna od ovih tematskih oblasti odnosi se na kvalitet usluga u međunarodnoj poštanskoj mreži. Cilj ove oblasti je poboljšati kvalitet međunarodne poštanske mreže kako bi korisnici imali na raspolaganju sigurne, pouzdane i efikasne poštanske usluge.

Strategija XXV Kongresa Svjetskog poštanskog saveza je problem kvaliteta postavila u svom prvom osnovnom cilju. Nalaže se korišćenje odgovarajućih sredstava kako bi se obezbijedila efikasna i kvalitetna razmjena poštanskih pošiljaka na međunarodnom nivou, bez obzira da li

su u fizičkom ili digitalnom obliku. Ovaj cilj podrazumijeva poboljšanje opšteg kvaliteta, pouzdanosti i efikasnosti poštanske mreže. Kada su u pitanju sredstva pošte inicijativa je usmjerena na pomoć operaterima da poboljšaju svoje performanse, kao što je globalni sistem za praćenje (Global Monitoring System - GMS). Traži se od Svjetskog poštanskog saveza da podatke koje prikuplja i koristi a rezultat su njihovih analiza, da pomognu svojim članicama da poboljšaju kvalitet usluge, pouzdanost i efikasnost. Isti pristup treba slijediti za unapređenje elektronskih i finansijskih usluga. Insistira se da se zadovoljavajući nivo kvaliteta usluga održava kako bi se zadržalo povjerenje postojećih i privukli novi korisnici.

U nastavku se daju pokazatelji koje Svjetski poštanski savez koristi kod upoređivanja kvaliteta u poštanskim upravama članicama:[1]

Kvalitet prijema (dostupnost poštanske mreže) određuje se na osnovu prosječnog broja stanovnika na jednu poštu, šalter, kovčežić i dostavni reon. Smatra se da je dobar ako je prosječan broj stanovnika:

- na jednu poštu manji od 5.000,
- na jedan šalter manji od 2.350,
- na jedan kovčežić manji od 1.100,
- na jedan dostavni reon manji od 1.800.

Kvalitet prenosa određen je procentom pošiljaka koje su primaocima uručene u garantnom roku. U unutrašnjem saobraćaju kvalitet prenosa je zadovoljavajući ako je:

- 80% pismonosnih pošiljaka i 50% paketa uručeno primaocima istog ili narednog dana (D+1),
- 90% pismonosnih pošiljaka i 75% paketa uručeno u roku od dva dana (D+2),
- 100% pismonosnih pošiljaka i 90% paketa uručeno u roku od tri dana (D+3),
- 100% pošiljaka uručeno u roku od četiri dana (D+4).

Kvalitet uručnja određen je procentom stanovništva koje je obuhvaćeno dostavom i smatra se da je kvalitet uručnja dobar ako je 80% stanovništva obuhvaćeno šest puta nedjeljno.

Sigurnost poštanskih pošiljaka određuje se brojem izgubljenih, orobljenih ili oštećenih pošiljaka:

- U unutrašnjem saobraćaju sigurnost je zadovoljavajuća ako na 100.000 pošiljaka nije izgubljeno, orobljeno ili oštećeno više od 5 preporučenih i 1 vrijednosno pismo, nije izgubljeno više od 5 paketa i nije orobljeno ili oštećeno više od 10 paketa;
- U međunarodnom saobraćaju sigurnost je dobra ako na 100.000 pošiljaka nije izgubljeno, orobljeno ili oštećeno više od 5 preporučenih i 5 vrijednosnih pošiljaka, odnosno ako na 100.000 paketa nije izgubljeno, orobljeno ili oštećeno više od 1 paketa.

Poštanski saobraćaj se do sada bavio kvalitetom kroz ocjenu funkcionisanja poštanskog saobraćaja i kroz poboljšanje kvaliteta, mijenjanjem postojećeg stanja u organizaciji s ciljem uvećanja efektivnosti i efikasnosti svih aktivnosti i procesa, radi postizanja dodatne koristi za organizaciju i za njene korisnike. Međutim, u novom poslovnom okruženju pošte, koje dolazi sa deregulacijom i liberalizacijom, kada ona ulazi u proces neprestanih promjena, mora se uspostaviti *sistem kvaliteta* kroz uspostavljanje i održavanje stanja promjena u organizacionoj strukturi, postupcima, ključnim i poslovnim procesima i resursima radi *upravljanja kvalitetom*. Zato je za poštu krajnji cilj da pristupi *totalnom upravljanju kvalitetom-TQM* koji predstavlja široko standardizovan, savremen menadžment pristup za dostizanje ciljeva kvaliteta. TQM je proces sistema, tačnih, potpunih i neprestanih promjena u upravljanju cijelom kompanijom uz

pomoć kvaliteta u pravcu stalnog poboljšavanja ukupnog poslovanja. TQM je zasnovan na standardima serije ISO 9000 i predstavlja stalan i beskonačan proces unapređivanja ukupnog djelovanja širom kompanije.

Osnovni principi TQM proističu iz njegove definicije i iskazuju se kroz tri procesa:

- proces neprestanog ispunjavanja zahtjeva korisnika, radi postizanja njegovog zadovoljstva (glas korisnika postaje zakon za sve u organizaciji),
- proces neprestanog poboljšavanja cjelokupnog djelovanja u organizaciji,
- proces dugoročnog rasta i razvoja organizacije uz učešće i za dobrobit svih zainteresovanih strana (vlasnika, zaposlenih, društva).

Obezbjedenje kvaliteta zahtijeva odgovarajuću dokumentaciju i odgovarajuće procedure. Prihvatljiva rješenja (uputstva, smjernice, modele) za upravljanje kvalitetom preko sistema kvaliteta dala je serija standarda ISO 9000.

Sistem kvaliteta u poštanskom saobraćaju podrazumijeva utvrđivanje postupaka kojima se određuju zahtjevi za karakteristike svih procesa vršenja usluga, uključujući tu i procese marketinga, projektovanja usluge, vršenja usluga, kao i povratne sprege koje doprinose unapređenju kvaliteta poštanske usluge. To podrazumijeva i ocjene obavljene usluge od strane korisnika i provjera kvaliteta sprovođenja i efikasnosti svih elemenata sistema kvaliteta.[1]

4. ZAKLJUČAK

Poštanski sektor je već duži period suočen sa konkurencijom privatnih prenosioaca a takođe i sa razvojem modernih sredstava prenosa koji smanjuju potrebe stanovništva za klasičnim poštanskim uslugama. Zato je neophodno da pošta osluškuje korisnike i prilagođava se njihovim potrebama i zahtjevima.

Odgovor na ove izazove i alternativa koja pošti osigurava opstanak na tržištu poštanskih usluga i izbori se sa konkurencijom je visok nivo kvaliteta pružanja usluga i primjena savremenih tehnologija.

U strategijama kongresa Svjetskog poštanskog saveza koji su održavani zadnjih dvadesetak godina pitanjima kvaliteta pružanja usluga i osavremenjivanju tehnologije posvećivana je izuzetna pažnja.

U strategiji posljednjeg, XXV kongresa Svjetskog poštanskog saveza, snažno se ističe značaj poboljšanja kvaliteta pružanja usluga i korišćenju savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija. Od četiri osnovna cilja „*Poštanske strategije Doha 2013-2016*“ u prvom cilju predviđeni su programi koji se odnose na poboljšanje opšteg kvaliteta, pouzdanosti i efikasnosti poštanske mreže. Strategija uvjerava da će zadovoljavajući nivo kvaliteta odnosno viši kvalitet usluge uz primjenu savremenih informaciono-komunikacionih tehnologija zadržati povjerenje postojećih i privući nove korisnike. Sve ovo će omogućiti poštanskim operaterima da se izbore sa konkurencijom i opstanu na tržištu poštanskih usluga.

5. LITERATURA

[1] Kujundžić, M.: „Poštanski saobraćaj“, FTN Izdavaštvo, Novi Sad, 2005.

[2] www.upu.int/strategy/doha-postal-strategy/

[3] www.ekip.me/download/Strategija_razvoja_poštanske_djelatnosti, 2008.