



ANALIZA RABATNE POLITIKE HP – HRVATSKE
POŠTE DD. ZA UNIVERZALNU USLUGU

Prosinac, 2017.



SADRŽAJ

1. UVOD.....	5
2. SAŽETAK	7
3. ZAKONSKI I REGULATORNI OKVIR.....	10
3.1. POŠTANSKA DIREKTIVA.....	11
3.2. ZAKON O POŠTANSKIM USLUGAMA.....	12
3.3. NAČELA CIJENA UNIVERZALNE USLUGE.....	13
3.3.1. <i>Transparentnost i nediskriminacija</i>	14
3.3.2. <i>Troškovna usmjerenost</i>	14
3.3.3. <i>Učinkovitost</i>	17
3.3.4. <i>Jedinstvene tarife</i>	18
3.3.5. <i>Pristupačnost cijena</i>	18
4. ANALIZA SADAŠNJEG STANJA HP–HRVATSKE POŠTE D.D.....	20
4.1. POSLOVANJE	20
4.2. FINANCIJSKO STANJE	21
5. ANALIZA POSTOJEĆE RABATNE POLITIKE ZA UNIVERZALNU USLUGU	25
5.1.1. <i>Količinski popust</i>	25
5.1.2. <i>Operativni popust</i>	27
6. PREPORUKE HAKOM-A NA POSTOJEĆU RABATNU POLITIKU.....	34
7. PROCJENA UTJECAJA PREPORUKA HAKOM-A NA HP-POSLOVANJE HRVATSKE POŠTE D.D. I TRŽIŠTE POŠTANSKIH USLUGA RH.....	36
8. POPIS DOKUMENTACIJE.....	38



POPIS PRIKAZA

PRIKAZ 1: KLJUČNI NALAZI I PREPORUKE (KOLIČINSKI POPUST).....	7
PRIKAZ 2: KLJUČNI NALAZI I PREPORUKE (OPERATIVNI POPUSTI).....	8
PRIKAZ 3: STRUKTURA PRIHODA PO USLUGAMA	20
PRIKAZ 4: PREGLED PRIHODA PO USLUGAMA.....	21
PRIKAZ 5: VOLUMEN PRODAJE.....	21
PRIKAZ 6: BILANCA STANJA DRUŠTVA.....	22
PRIKAZ 7: PREGLED ULAGANJA TIJEKOM 2016.....	23
PRIKAZ 8: KOLIČINSKI POPUST NA CIJENU UNIVERZALNE USLUGE PISMOVNE POŠILJKE DO 2 KILOGRAMA	26
PRIKAZ 9: KOLIČINSKI POPUSTI NA CIJENU UNIVERZALNE USLUGE PREPORUČENE POŠILJKE DO 2 KILOGRAMA	27
PRIKAZ 10: KOLIČINSKI POPUSTI ZA KORISNIKE UNIVERZALNE USLUGE KOJI ŠALJU VEĆI BROJ PAKETA	27
PRIKAZ 11: AKTIVNOSTI KOJE KUPAC MOŽE ODRADITI UMJESTO HRVATSKE POŠTE (IZBJEGNUTE AKTIVNOSTI).....	28
PRIKAZ 12: VARIJANTE MJESTA TROŠKA.....	28
PRIKAZ 13: IZRAČUN OPERATIVNOG POPUSTA ZA UNIVERZALNU USLUGU PISMOVNIH POŠILJAKA DO 2 KILOGRAMA.....	31
PRIKAZ 14: KLJUČNI NALAZI PROVEDENE ANALIZE I PREPORUKE	34
PRIKAZ 15: POPIS KORIŠTENE DOKUMENTACIJE.....	38



SKRAĆENICE

CAGR	Prosječna godišnja stopa rasta (<i>Compound Annual Growth rate</i>)
Direktiva, Poštanska direktiva, Treća poštanska direktiva	<p>Direktiva 97/67/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 15. prosinca 1997. o zajedničkim pravilima za razvoj unutarnjeg tržišta poštanskih usluga u Zajednici i poboljšanje kvalitete usluga.</p> <p>Direktiva 2002/39/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 10. lipnja 2002. o izmjeni Direktive 97/67/EZ u vezi s daljnjim otvaranjem tržišta poštanskih usluga u Zajednici,</p> <p>Direktiva 2008/6/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 20. veljače 2008. o izmjeni Direktive 97/67/EZ u pogledu potpunog postizanja unutarnjeg tržišta poštanskih usluga u Zajednici (tzv. Treća poštanska direktiva)</p>
HP	HP-Hrvatska pošta d.d.
EK	Europska Komisija
EUR	Euro
HAKOM, Regulator	Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti
HRK	Hrvatska kuna
n/a	Nije primjenjivo (Not Applicable)
Pravilnik	Pravilnik o obavljanju univerzalne usluge (NN br. 41/13)
ZPU	Zakon o poštanskim uslugama (NN br. 144/12, 153/13 i 78/15)



1. UVOD

Hrvatska regulatorna agencija za mrežne djelatnosti (dalje: HAKOM) je nacionalno regulatorno tijelo za obavljanje regulatornih i drugih poslova u okviru djelokruga i nadležnosti određenih Zakonom o elektroničkim komunikacijama (NN br. 73/08, 90/11, 133/12, 80/13 i 71/14 i 72/17; dalje: ZEK), Zakonom o poštanskim uslugama (NN br. 144/12, 153/13 i 78/15; dalje: ZPU) i Zakonom o regulaciji tržišta željezničkih usluga i zaštiti prava putnika u željezničkom prijevozu (NN 104/17).

Jedan od glavnih ciljeva HAKOM-a u području poštanskih usluga, a imajući u vidu njegovu nadležnost nadzora i regulacije cijena univerzalne usluge, jest osiguranje standarda pri pružanju univerzalne usluge po troškovno opravdanim cijenama putem stvaranja okruženja koje potiče ravnopravno tržišno natjecanje među dionicima na tržištu. Istovremeno, HAKOM potiče investicije u sektoru poštanskih usluga te olakšava ulazak novih dionika na tržište.

HAKOM je u svibnju 2017. započeo projekt analize rabatne politike davatelja univerzalne usluge HP-Hrvatske pošte d.d. (dalje: HP). Cilj projekta je analiza postojeće rabatne politike te izrada preporuka HAKOM-a na postojeću rabatnu politiku. Provedbom ovog projekta HAKOM-u će se omogućiti u području poštanskih usluga provođenje važećeg zakonodavnog okvira koji je u skladu s mjerodavnim europskim zakonodavnim okvirom. Naime, glavna svrha pokretanja ovog projekta je analiza rabatne politike za univerzalnu uslugu kako bi se utvrdilo jesu li popusti koje HP nudi korisnicima poštanskih usluga usmjereni na promicanje djelotvornog i održivog tržišnog natjecanja te na ostvarivanje najvećih pogodnosti za krajnje korisnike usluga.

Ovaj dokument predstavlja izvještaj o analizi postojeće rabatne politike HP-a za univerzalnu uslugu na području Republike Hrvatske (dalje: RH) i podijeljen je u četiri glavne faze projekta:

- Analiza postojećeg stanja HP-a,
- Analiza postojeće rabatne politike HP-a za univerzalnu uslugu,
- Utvrđivanje preporuka na postojeću rabatnu politiku,
- Procjena utjecaja preporuka HAKOM-a na poslovanje HP-a i na tržište poštanskih usluga.



Radi lakšeg korištenja dokument je podijeljen u šest poglavlja:

- **Sažetak:** Pregled ključnih nalaza provedene analize,
- **Zakonski i regulatorni okvir:** Pregled područja koje uređuje opseg rada na projektu na razini zakona i pravilnika u Europskoj uniji (dalje: EU) i RH,
- **Analiza sadašnjeg stanja HP-a:** Kratki pregled financijskog stanja i poslovanja HP-a u razdoblju od 2014. do 2016.,
- **Analiza postojeće rabatne politike:** Pregled ključnih odredbi i kriterija postojeće rabatne politike HP-a za univerzalnu uslugu,
- **Utvrđivanje preporuka na postojeću rabatnu politiku:** Pregled ključnih mjera i preporuka na postojeću rabatnu politiku HP-a za univerzalnu uslugu,
- **Procjena utjecaja preporuka HAKOM-a na poslovanje HP-a i na tržište poštanskih usluga .**



2. SAŽETAK

HP je u svrhu prilagođavanja liberalizaciji tržišta i konkurenciji implementirao rabatnu politiku za univerzalnu uslugu, s ciljem pridobivanja novih i zadržavanja postojećih korisnika. Navedenu rabatnu politiku HP primjenjuje od lipnja 2016.

Cilj projektnog zadatka je analiza rabatne politike HP-a za univerzalnu uslugu na području RH.

Pravo i obveza obavljanja univerzalne usluge na području RH, temeljem ZPU-a, dodijeljeno je HP-u kao jedinom davatelju univerzalne usluge u RH.

Univerzalna usluga je skup poštanskih usluga koje su dostupne svim korisnicima poštanskih usluga na cijelom području RH neovisno o njihovoj zemljopisnoj lokaciji, po pristupačnoj cijeni, kod koje davatelj univerzalne usluge mora osigurati kakvoću obavljanja univerzalne usluge propisane ZPU-om i Pravilnikom o obavljanju univerzalne usluge (NN 41/13; dalje: Pravilnik) putem poštanske mreže davatelja univerzalne usluge.

Ključni nalazi provedene analize postojeće rabatne politike HP-a za univerzalnu uslugu navedeni su kako slijedi:

Prikaz 1: Ključni nalazi i preporuke (količinski popust)

PODRUČJE	NALAZ	MIŠLJENJE (PREPORUKA)
KOLIČINSKI POPUST)	<ul style="list-style-type: none">Izračun količinskih popusta baziran je na uštedama ostvarenim uslijed pretpostavljenog snižavanja cijena i povećanja količina i utemeljen na istraživanju cjenovne elastičnosti kupaca poštanskih usluga provedenog od strane agencije IpsosPlus tijekom 2014.S obzirom da se faktori izračuna ušteda primjenom rabatne politike tijekom razdoblja od objave do danas nisu mijenjali, može se pretpostaviti da su u izračunima korišteni parametri cjenovne elastičnosti iz prijašnjih razdoblja.	<ul style="list-style-type: none">Kretanje cijena na poštanskom tržištu pod utjecajem je brojnih faktora od kojih su najznačajniji struktura troškova davatelja poštanske usluge i cjenovna elastičnost tj. utjecaj substitutnih proizvoda/usluga. Cjenovna elastičnost značajno utječe na politiku određivanja cijena te davatelji poštanskih usluga imaju imperativ kontinuirano pratiti tržišna kretanja i prilagodavati se potrebama klijenata.S obzirom na izrazito značajnu izloženost poštanskog tržišta trendovima (prvenstveno utjecaju substitutnih proizvoda/usluga) koji formiraju potražnju za poštanskim pošiljkama, nužno je osvježiti istraživanje cjenovne elastičnosti kupaca te rabatnu politiku bazirati na



PODRUČJE	NALAZ	MIŠLJENJE (PREPORUKA)
		<p>rezultatima najrecentnijeg (osvježenog) istraživanja cjenovne elastičnosti kupaca.</p> <ul style="list-style-type: none">Preporuka HAKOM-a je da količinski popusti za 2018. budu temeljeni na provedenom istraživanju cjenovne elastičnosti kupaca provedenom u posljednjem kvartalu 2017.

Prikaz 2: Ključni nalazi i preporuke (operativni popust)

PODRUČJE	NALAZ	MIŠLJENJE (PREPORUKA)
OPERATIVNI POPUST	<ul style="list-style-type: none">Izračun operativnog popusta baziran je na uštedama ostvarenim prebacivanjem pojedinih aktivnosti na klijenta po pojedinim zonama prikupa i dostave te izračunat korištenjem podataka iz modela troškovnog računovodstva HP-a za 2014.Ključni ulazni podaci korišteni za izračun raspona operativnog popusta su: (1) prodajna cijena obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu, (2) prosječna cijena obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu (3) prosječni trošak obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu i (4) troškovima pojedinih aktivnosti za običnu poštansku pošiljku do 50g i to prema podacima iz 2014. Dakle, važeća rabatna politika koja je na snazi od 1. lipnja 2016. nije izmijenjena prema recentnim rezultatima modela od troškovnog računovodstva HP-a za 2015 i 2016.S obzirom na ključne ulazne parametre modela, možemo zaključiti kako raspon operativnog popusta odražava efikasnost pružanja usluge HP-a.	<ul style="list-style-type: none">Kako bi rabatna politika i nadalje održavala troškovnu usmjerenost cijena, a uzimajući u obzir korištene parametre modela, potrebno je provesti „update“ izračuna primjenom recentnih rezultata modela troškovnog računovodstva HP-a iz posljednjeg izvještajnog razdoblja koje prethodi primjeni postojeće rabatne politike.Sukladno navedenom, HP bi trebao ažurirati postojeći model prema podacima iz 2017.

Provedbom predloženih preporuka, HAKOM smatra da će se rabatna politika za univerzalnu uslugu nastaviti prilagođavati brojnim promjenama koje su se dogodile u segmentima kako ponude tako i potražnje na vrlo dinamičnom tržištu poštanskih usluga RH.



Predložene preporuke zasnovane su na analizi aktualnih tržišnih kretanja unutar kojih je HP zadržao svoju dominantnu tržišnu poziciju te će se primjenom istih osigurati da cijene univerzalne usluge i nadalje reflektiraju stvarnu razinu troškovne efikasnosti HP-a, pri čemu će i nadalje poštivati zakonski preduvjeti, načela troškovne usmjerenosti i pristupačnost cijena.



3. ZAKONSKI I REGULATORNI OKVIR

Regulatorni okvir predstavlja područje koje uređuje opseg rada na projektu na razini zakona i pravilnika u RH, a koji se odnosi i na direktive te praksu zemalja EU.

RH je sastavni dio jedinstvenog europskog tržišta poštanskih usluga. Tržište poštanskih usluga na razini EU utvrđeno je i uređeno jednom direktivom iz 1997. (dalje: Poštanska direktiva) koja je imala dvije izmjene i dopune 2002. i 2008., s ciljem harmonizacije tržišta poštanskih usluga:

- Direktiva 97/67/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 15. prosinca 1997. o zajedničkim pravilima za razvoj unutarnjeg tržišta Zajednice u području poštanskih usluga i poboljšanju kakvoće poštanskih usluga (Prva poštanska direktiva),
- Direktiva 2002/39/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 10. lipnja 2002., kojom se mijenja Direktiva 97/67/EZ u vezi s daljnjim otvaranjem poštanskih usluga tržišnom natjecanju na razini Zajednice (Druga poštanska direktiva),
- Direktiva 2008/6/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 20. veljače 2008., kojom se mijenja i dopunjuje Direktiva 97/67/EZ u vezi s potpunim razvojem unutarnjeg tržišta poštanskih usluga u Zajednici (Treća poštanska direktiva).

Donošenjem Poštanske direktive stvoren je opći regulatorni okvir zadan osnivačkim ugovorima EU, odnosno njihovim pravilima o unutarnjem tržištu EU, temeljem kojih se reguliraju zajednička pravila za razvoj tržišta poštanskih usluga i poboljšanje kvalitete (kakvoće) usluga.

Poštanska direktiva je pravno obvezujuća za članice EU, ali samo u odnosu na cilj koji je određen u njima, što znači da nije izravno primjenjiva (načelo izravnog učinka), već se radi o smjernicama koje su u određenoj mjeri države članice obveze implementirati u svoje nacionalno zakonodavstvo.

RH je implementirala poštanske direktive u svoje nacionalno zakonodavstvo tako da je važeći ZPU u potpunosti usklađen s Poštanskom direktivom EU. Zakonodavni okvir za obavljanje



poštanskih usluga u RH određen je ZPU-om i podzakonskim propisima, čije donošenje je u nadležnosti Ministarstva mora, prometa i infrastrukture i HAKOM-a.

Pored navedenog zakonodavnog i regulatornog okvira (Direktiva EU i ZPU), na ovaj dokument primjenjiv je i Pravilnik kojim su pored ostalog određena postupanja i za druga pitanja vezana uz obavljanje univerzalne usluge.

U nastavku dajemo kratki pregled odredbi temeljenih pravnih izvora.

3.1. POŠTANSKA DIREKTIVA

Poštanska direktiva u članku 12. određuje kako tarife za svaku od usluga koje ulaze u okvir univerzalne usluge moraju biti u skladu sa sljedećim načelima:

- cijene moraju biti troškovno usmjerene;
- cijene moraju poticati učinkovito pružanje univerzalne usluge;
- cijene moraju biti transparentne i nediskriminirajuće.

Prema istom tom članku 12., politika cijena mora uzeti u obzir i da:

- cijene moraju biti pristupačne i moraju biti takve da svi korisnici, neovisno o zemljopisnoj lokaciji, i u svjetlu specifičnih nacionalnih uvjeta, imaju pristup pruženim uslugama;
- kad god je to neophodne u cilju zaštite javnog interesa, država članica EU-a može odlučiti kako će za jedinstvenu tarifu primijenjivati na cijelom svom teritoriju i/ili u međunarodnom prometu na usluge koje se naplaćuju po komadnoj cijeni (pojedinačne pošiljke, *single piece tariff*) i na druge poštanske proizvode (odredba 38. preambule Treće PD 2008/6/EC). Međutim, primjena jedinstvene tarife ne isključuje pravo davatelja univerzalne usluge da sklapa pojedinačne ugovore o cijenama s korisnicima;
- kad god davatelji univerzalne usluge primijene posebne tarife, primjerice za usluge pružene poslovnim subjektima, korisnicima usluga koji šalju veliki broj pošiljaka (*bulk mailers*) ili konsolidatorima pošte različitih korisnika, moraju primijeniti načela transparentnosti i nediskriminacije i u pogledu



tarifa i u pogledu s njima povezanih uvjeta. Tarife, kao i s njima povezani uvjeti, primjenjuju se kako na odnose između različitih trećih osoba, tako i na odnose između trećih osoba i davatelja univerzalne usluge koji pruža jednakovrijednu uslugu. Bilo koje takve posebne tarife moraju biti dostupne korisnicima, osobito individualnim korisnicima te malim i srednjim poduzećima, koji koriste poštanske usluge pod sličnim uvjetima.

3.2. ZAKON O POŠTANSKIM USLUGAMA

ZPU je implementirao cjenovna načela Poštanske direktive u članku. 45., kojega citiramo kako slijedi:

- „(1) Cijene poštanskih usluga naplaćuju se prema cjeniku poštanskih usluga.*
- (2) Davatelj poštanskih usluga obvezan je cjenik poštanskih usluga dostaviti Agenciji najmanje 15 dana prije početka njegove primjene.*
- (3) Davatelj poštanskih usluga obvezan je javno objaviti pregledan važeći cjenik poštanskih usluga i vidno istaknuti izvadak iz cjenika u prostorima namijenjenima korisnicima poštanskih usluga, te na zahtjev korisnika dati cjenik poštanskih usluga na uvid.*
- (4) Cijene poštanskih usluga ne smiju:*
- 1. sadržavati dodatne iznose koje bi davatelj poštanskih usluga odredio isključivo na temelju svoje značajne tržišne snage na tržištu poštanskih usluga,*
 - 2. određivati se ispod jedinične cijene koštanja s namjerom preuzimanja ili zadržavanja značajne tržišne snage na tržištu poštanskih usluga.*
- (5) Poblize odredbe o načinu i uvjetima plaćanja uređuju se općim uvjetima davatelja poštanskih usluga.“*

Nadalje, člankom. 46. ZPU-a regulirana je cijena univerzalne usluge:

- „(1) Cijena univerzalne usluge mora biti:*



1. jednaka za istovrsne usluge za pismovne pošiljke za sve korisnike poštanskih usluga na cijelom području RH,
2. pristupačna, troškovno usmjerena i poticajna za djelotvorno obavljanje univerzalne usluge,
3. nediskriminirajuća i transparentna.

(2) *Odredba stavka 1. ovoga članka ne isključuje pravo davatelja univerzalne usluge da odobrava popuste korisnicima usluga koji šalju veći broj pošiljaka, uz uvjet da je takav popust određen uvažavajući troškove, predviđen cjenikom univerzalne usluge te da se primjenjuje na jednak način na sve korisnike usluga koji šalju pošiljke pod sličnim uvjetima.*

(3) *Popusti iz stavka 2. ovoga članka ne utječu na povećanje neto troška iz članka 50. ovoga Zakona.*

(4) *Kada davatelj univerzalne usluge, na temelju ugovora iz članka 16. stavka 2. ovoga Zakona, primjenjuje posebne cijene, mora poštivati načela transparentnosti i nediskriminacije u odnosu na cijene i povezane uvjete.*

(5) *Agencija može odlukom u cijelosti ili djelomično izmijeniti ili ukinuti cijene univerzalne usluge prije ili nakon njihove objave, te posebne cijene iz stavka 4. ovoga članka, ako utvrdi da su u suprotnosti s odredbama ovoga Zakona.“*

Dakle, temeljem ZPU-a HAKOM ima pravo izravne intervencije u cijene iz opsega univerzalne usluge. Mehanizam intervencije, odnosno izravne kontrole cijena od strane HAKOM-a u odnosu na ostale poštanske usluge ZPU-om nije predviđen.

Iz zakonskih odredbi proizlazi kako HAKOM ima ovlast kontrolirati cijenu univerzalne usluge prije početka njezine primjene ili nakon njezine primjene, te ukinuti ili izmijeniti cijene ako utvrdi da su one u suprotnosti sa ZPU-om.

3.3. NAČELA CIJENA UNIVERZALNE USLUGE

U skladu s odredbama Direktive i ZPU-a, cijene univerzalne usluge moraju se temeljiti na sljedećim osnovnim načelima:

- transparentnost i nediskriminacija,



- troškovna usmjerenost,
- učinkovitost,
- jedinstvenost tarifa,
- pristupačnost cijena.

Metodologija određivanja regulirane cijene poštanskih usluga treba imati uporište u navedenim načelima. U nastavku se pojašnjava sadržaj pojedinih načela u kontekstu EU prakse.

3.3.1. Transparentnost i nediskriminacija

Davatelji poštanskih usluga koji na tržištu poštanskih usluga imaju jaku tržišnu snagu, uključujući i davatelje univerzalne usluge, imaju mogućnost diskriminirati svoje korisnike – individualne klijente, poslovne subjekte, korisnike usluga koji šalju veći broj pošiljaka (bulk mailers), konsolidatore te druge tipove potrošača. Radi nadzora nad potencijalnom diskriminacijom, obveza davatelja poštanskih usluga na objavljivanje informacije o cijenama i općim uvjetima je komplementarna načelu nediskriminacije.¹

Gotovo polovina nacionalnih regulatornih tijela (dalje: NRA) država članica ne definira kriterije transparentnosti. Međutim, gotovo svi NRA-i država članica EU zahtijevaju javnu objavu cjenika. Većina NRA-a je utvrdila alate za procjenu jesu li cijene nediskriminirajuće. Tako, 18 NRA-a navodi kako oni primjenjuju prethodne (ex ante) mjere za provjeru jesu li cijene sukladne nediskriminatornim načelima, dok njih 14 provodi naknadne (ex post) mjere kontrole.²

3.3.2. Troškovna usmjerenost

Načela transparentnosti i nediskriminacije sama po sebi ne ograničavaju davatelje poštanskih usluga s jakom tržišnom snagom da uspostave pretjerano visoke cijene. Stoga je načelo troškovne usmjerenosti važno i za sprječavanje situacija moguće zlouporabe te za zaštitu interesa potrošača. Dodatno je važno i spriječiti primjenu „predatorskih“ cijena pogubnih za konkurenciju pa tako i tržišno natjecanje.

¹ CERP PL 2009/2 Doc 5, str. 8

² ERGP (14) 22 - draft report - tariff regulation, str. 13.



Nadalje, neuravnotežene strukture cijena nisu održive u smislu tržišnog natjecanja, dok će novi dionici na tržištu općenito ući u one dijelove tržišta gdje su profitne marže najviše.

Neuravnotežene strukture cijena su također neučinkovite jer cijene koje premašuju trošak (*higher-then-cost*) potiču neekonomičan ulazak skupih (*high-cost*) davatelja poštanskih usluga. Cijene niže od troška (*lower-than-cost*) destimuliraju ekonomski ulazak, čak i jeftinih (*low-cost*) davatelja poštanskih usluga.

Pojašnjenje koncepta troškovno usmjerenih cijena koje je dala Europska komisija (dalje: EK) za sektor elektroničkih komunikacija kaže kako „troškovna usmjerenost cijena generalno znači da se cijene prilagođavaju tako da su prihodi u ravnoteži s troškovima” (odluke EK 97/114/EC, 97/310/EC, 97/603/EC i 97/607/EC).

U predmetu *C-55/2006 (OJ C 142, 07.06.2008, str. 3)*, koji se tiče troškova koje treba uzeti u obzir kod utvrđivanja cijena za izdvojeni pristup lokalnoj petlji, prema stavu Nezavisnog odvjetnika (*Advocate General*) (Mišljenje, br. 31) „koncept troškovne usmjerenosti... slijedi iz zahtjeva i jedinstvene primjene prava Zajednice, a također i načela jednakosti, koje je stoga autonomni koncept prava Zajednice koji se mora tumačiti na jedinstven način. Mora se posegnuti za autonomnim i uniformnim tumačenjem ove vrste, uzevši u obzir ne samo uvjete koji tvore predmetni koncept, već također i kontekst odredbe čijih on predstavlja dio te cilj reguliranja u datom slučaju”. Prema toj presudi (§ 69), načelo da cijene treba postaviti na osnovi troškovne usmjerenosti, „...treba shvatiti kao obvezu obaviještenih operatora, tijekom postepenog otvaranja ...tržišta konkurenciji, da odrede cijene sukladno nastalim troškovima..., dok ostvaruju razuman povrat iz tako određenih cijena, a kako bi osigurali dugoročan razvoj i poboljšanje postojeće ... infrastrukture“.

Do danas nije poznata takva vrsta razjašnjenja koja bi se odnosila na poštanske usluge, međutim, uz potrebne prilagodbe ovo gornje tumačenje se može odgovarajuće primijeniti i u području pružanja poštanskih usluga.

Bilješka EK o primjeni pravila o zaštiti tržišnog natjecanja u području poštanskih usluga i na procjenu mjera određenih nacionalnim mjerama koje se odnose na poštanske usluge 98/C39/02 (*OJ C 39, 06.02.1998, str. 2*) navodi da „cijena ponuđenih konkurentskih usluga ... davatelja univerzalne usluge bi trebala, zbog teškoće u raspodjeli zajedničkih troškova, u načelu biti



barem jednaka prosječnim troškovima pružanja usluge. To znači pokrivanje izravnih troškova plus odgovarajućeg udjela zajedničkih i režijskih troškova davatelja poštanskih usluga”.

Uzimajući u obzir prethodne Odluke EK te sudske odluke – na primjer: *odluka 2001/354/EC (OJ L 125, 05.05.2001, str. 27), spojeni predmeti C-83/01 P, C-93/01 P i C-94/01 P (OJ C 200, 23.08.2003, str.4), odluka 2002/753/EC (OJ L 247, 14.09.2002, str. 27)* – iako nisu vezani za definiciju ili tumačenje načela troškovne usmjerenosti cijena, može se zaključiti kako davatelj poštanskih usluga koji posluje u normalnim tržišnim uvjetima treba ustanoviti cijene kako bi barem pokrio varijabilne troškove usluge, odgovarajuće sudjelovanje u fiksnim troškovima koji nastaju zbog korištenja mreže i adekvatan povrat na korišteni kapital.

Regulacija cijene može također imati za cilj zaštitu potrošača ili javnog interesa. Načelo pristupačnosti kojem je svrha osigurati pristupačnost univerzalne usluge, može biti jedan primjer. U tom smislu, Poštanska direktiva predviđa da kada je to nužno iz razloga koji se odnose na javni interes, države članice mogu odlučiti da se primijeni jedinstvena cijena na njihovom cijelom nacionalnom području i/ili u međunarodnom prometu, za usluge koje se naplaćuju po pojedinačnoj pošiljci (*single piece tariff*) te za druge poštanske proizvode. U tom je slučaju mogućnost za unakrsno financiranje (*cross-subsidy*) prihvatljiva, odnosno područja s višim troškom subvencioniraju se iz područja s nižim troškom. Druga je mogućnost unakrsnog financiranja od drugih usluga, no oba slučaja moraju biti u skladu s odredbama Ugovora o EU (*Treaty of the European Union*).³

Situacije koje se tiču primjene načela troškovne usmjerenosti su u EU vrlo heterogene. Većina NRA-a je usvojila neku metodologiju provjere usmjerenosti cijene na troškove te mjeri troškovnu usmjerenost na razini individualnih usluga. Mjerenja na razini tzv. košarice usluge (*basket of service*) ili na razini neke točke individualne cijene (*individual price point*) su također uobičajene. Za ocjenu troškovne usmjerenosti većina NRA-a koristi regulatorna izvješća davatelja univerzalne usluge, dok samo 10 NRA-a koristi financijska izvješća. Razlika između ova dva izvora informacija leži u činjenici da su regulatorna izvješća, u načelu, pripremljena u svrhu regulacije (nadzora), a da su financijska izvješća izrađena za dioničare/članove društva. Većina NRA-a koja ocjenjuju troškovnu usmjerenost ne objavljuju

³ CERP PL 2009/2 Doc 5, str. 9.-10.



rezultate svojih analiza, dok njih 8 navodi kako ne inzistiraju na formalnom testiranju troškovne usmjerenosti.⁴

3.3.3. Učinkovitost

Učinkovitost se može mjeriti na različite načine:

- učinkovitost produktivnosti (*productive efficiency*): zahtijeva da proizvodi i usluge proizvedeni u reguliranoj branši imaju najniži mogući trošak, što osigurava da se oskudni resursi ne koriste uzaludno;
- učinkovitost alokacije (*allocative efficiency*): zahtijeva da se promatrane cijene zasnivaju na budžetiranim troškovima (*underlying costs*) koji zajednica ima u proizvodnji tih proizvoda/usluga, odražavajući time njihovu relativnu oskudnost. Ovo osigurava potrošnju optimalne količine proizvoda ili usluga, u danim uvjetima ponude (troška) i potražnje;
- dinamička učinkovitost (*dynamic efficiency*): zahtijeva da davatelji usluga imaju poticaje za ulaganje u nove vrste učinkovitih tehnologija i resursa i za razvoj odgovarajućih proizvoda i usluga.

Stoga, u idealnoj situaciji, učinkovite cijene na konkurentnim tržištima osiguravaju da potrošači plaćaju stvarnu ekonomsku vrijednost usluga koje kupuju i da se oskudni resursi zajednice koriste što je bolje moguće. Učinkovite cijene bile bi jednake koristi koju potrošači dobivaju od posljednje konzumirane jedinice i trošku proizvodnje te posljednje jedinice, tj. inkrementalni trošak koji je nastao radi neke aktivnosti (*marginal cost*).

Tržište poštanskih usluga razlikuje se od savršeno konkurentnog tržišta kojeg karakteriziraju, primjerice postojanje nekoliko dobavljača i kupaca, ali bez tržišne snage koja bi im omogućila utjecaj na cijene. Davatelji poštanskih usluga obično su mrežni operateri koji pružaju različite usluge.

Cijene poštanskih usluga moraju pokriti varijabilne troškove usluge, plus marža (*mark-up*) za pokrivanje fiksnih troškova usluge i zajedničkih troškova, kao i adekvatan povrat kapitala korištenog za osiguravanje dinamičke učinkovitosti.⁵

⁴ ERGP (14) 22 - draft report - tariff regulation, str. 12.



3.3.4. Jedinstvene tarife

Davatelji poštanskih usluga uobičajeno primjenjuju jedinstvene tarife, čak i kada ne postoji regulatorna obveza u tom smislu.

Izraz “jedinstvena tarifa” može se objasniti na način da se jedinstvene tarife odnose na poštansku cijenu koja, za određeni razred usluga, ne varira prema udaljenosti destinacije premda može varirati ovisno o težini, veličini itd. (*Razvoj regulatornog modela za europske poštanske usluge (The Evolution of the Regulatory Model for European Postal Services)*, WiK-Consult, 2005). Održavanje jedinstvenih tarifa može se zahtijevati radi održavanja jednake mogućnosti svakog pojedinog potrošača da koristi usluge unutar opsega univerzalne usluge, neovisno o udaljenosti ili izoliranosti njegovog prebivališta.

U svakom slučaju, nametanje takvih zahtjeva treba se provesti nakon procjene učinka eventualnih prilagodbi koje davatelj univerzalne usluge može načiniti u isporuci usluga u izoliranim područjima ili u područjima gdje se zaprima mala količina pošiljaka.⁶

3.3.5. Pristupačnost cijena

Pristupačnost cijena je opća karakteristika univerzalne usluge. Sadržaj i kriteriji pristupačnosti cijene nisu definirani u regulativi tog područja na razini EU, već bi ih svaka država članica trebala definirati dinamički i fleksibilno.

Usprkos činjenici da do danas ne postoji usvojeni objektivni standard niti definicija “pristupačnosti”, pristupačnost cijena univerzalne usluge i dalje se može procijeniti temeljem određenih kriterija. Pristupačnost bi se mogla osigurati primjerice povezivanjem promjene razine cijene univerzalne usluge s promjenom indeksa potrošačkih cijena ili s promjenom nekog indeksa promjene troška (regulacija *ograničene cijene - price cap regulation*).

Ključna karakteristika istraživanja pristupačnosti cijene jest analiza i procjena s aspekta korisnika odnosno mogućnost svih korisnika, kako poslovnih subjekata, tako i individualnih potrošača da si priušte usluge po određenim cijenama i po, od njima odabranoj tarifi. Stopa potrošnje može se mjeriti primjerice troškovima koje imaju za poštanske usluge u određenom

⁵ CERP PL 2009/2 Doc 5, str. 10.

⁶ CERP PL 2009/2 Doc 5, str. 10.-11.



vremenskom razdoblju ili po volumenu poštanskih usluga koje neki korisnik koristi. Ovo bi trebalo odražavati različitost mjerenja pristupačnosti, ili po volumenima i individualnim cijenama, ili po angažiranim troškovima.

Tijekom procesa definiranja kriterija za pristupačnost (cijena koje grupe usluga iz opsega univerzalne usluge bi trebale biti pristupačne, odnosno u pogledu kojeg tipa potrošača treba procijeniti pristupačnost), različiti čimbenici se trebaju uzeti u obzir, kao primjerice postojeći sustav formiranja cijene univerzalne usluge, ciljani standardi kvalitete za pružanje univerzalne usluge, radna uspješnost davatelja usluge (*performance*) i drugi društveni i ekonomski aspekti iz regulatornog okvira.

Osim zaštite interesa potrošača, pažnju treba pokloniti i pristupačnosti poštanskih usluga poslovnim korisnicima, a posebice malim i srednjim poduzetnicima.⁷

⁷ CERP PL 2009/2 Doc 5, str. 11.



4. ANALIZA SADAŠNJEG STANJA HP-HRVATSKE POŠTE

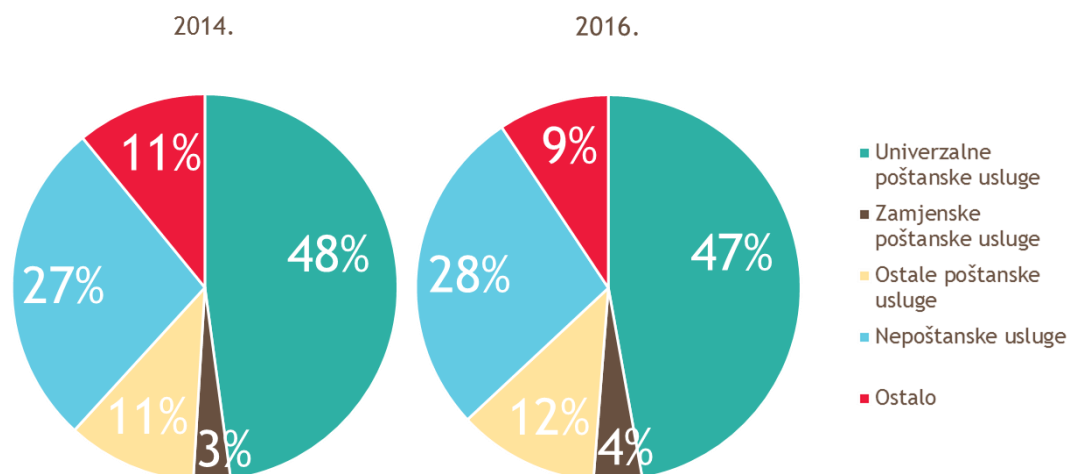
4.1. POSLOVANJE

Ukupni prihodi HP-a tijekom 2016. iznosili su 1,69 mlrd HRK, što je smanjenje za svega 0,3% u odnosu na prethodnu godinu.

HP je tijekom 2016. ostvario 141,2 mil HRK dobiti prije poreza, što je smanje od 24% u odnosu na 2015.

Usporedba strukture prihoda HP-a u 2014. i 2016. prikazana je grafički kako slijedi:

Prikaz 3: Struktura prihoda po uslugama (2014. - 2016.)

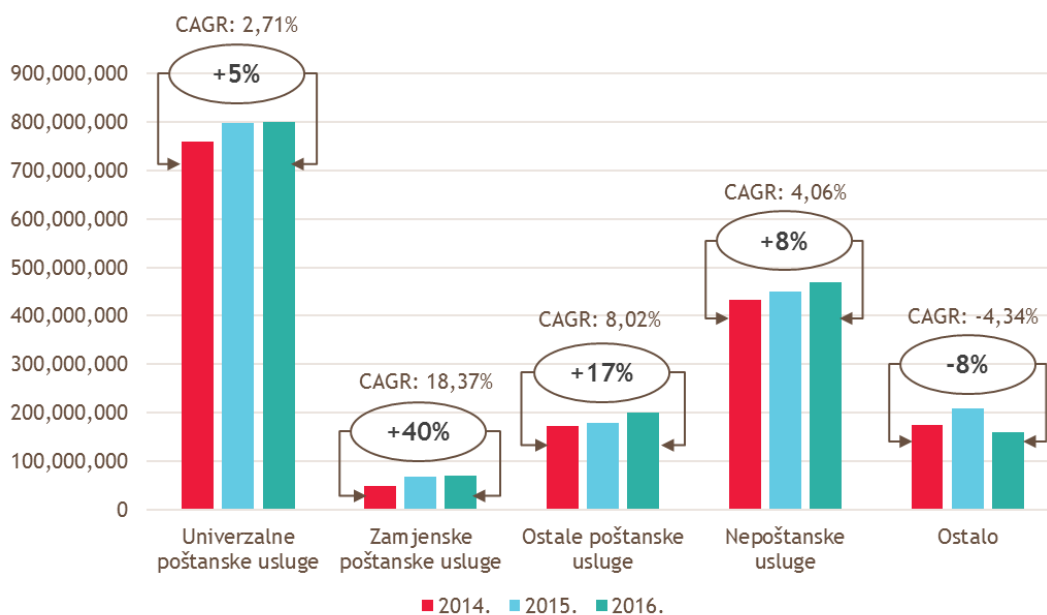


Izvor: Regulatorni izvještaji HP-a

- Ukupan prihod od univerzalne usluge tijekom 2016. iznosio je 801,1 mil HRK čime je ostvaren udio od 47% u ukupnim prihodima HP-a. U razdoblju od 2014. do 2016. prihodi od univerzalne usluge prosječno su imali udio od 47% u ukupnim prihodima HP-a.
- Iz prikazanih grafova vidljivo je kako se struktura prihoda HP-a u razdoblju od 2014. do 2016. nije značajnije mijenjala.



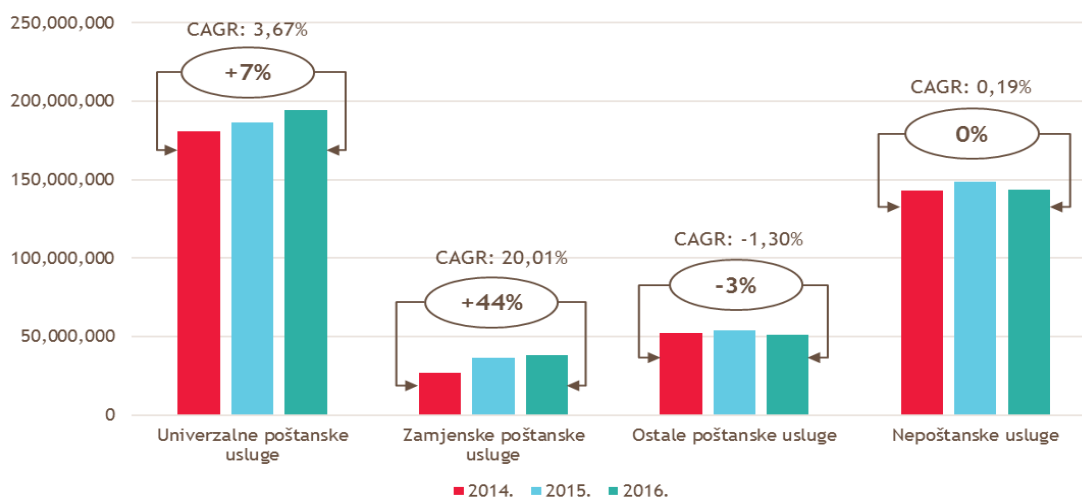
Prikaz 4: Pregled prihoda po uslugama (2014. - 2016.)



Izvor: Regulatorni izvještaji HP-a

- Najznačajniji rast u promatranom razdoblju s prosječnim godišnjim rastom od 18,4% zabilježile su zamjenske poštanske usluge. Ukupan rast u promatranom razdoblju iznosio je 40%. Smanjenje prihoda zabilježeno je jedino u kategoriji ostalo (-8%), a navedeno čine ostale poslovne aktivnosti HP-a.

Prikaz 5: Volumen prodaje (2014. - 2016.)



Izvor: Regulatorni izvještaji HP-a



- Najznačajniji rast volumena (količina) prodaje u promatranom razdoblju zabilježile su zamjenske poštanske usluge s ukupnim rastom od 44%, odnosno prosječnim godišnjim rastom od 20%.

4.2. FINACIJSKO STANJE

Prikaz 6: Bilanca stanja Društva

BILANCA STANJA				
U HRK	31.12.2014.	31.12.2015.	31.12.2016.	CAGR
Dugotrajna nematerijalna imovina	29.771.839	28.277.655	26.816.574	-5%
Dugotrajna materijalna imovina	594.984.424	587.920.290	590.414.421	0%
Dugotrajna financijska imovina	200.743.969	232.205.185	287.075.691	20%
Dugotrajna potraživanja	18.433.417	20.172.087	16.196.088	-6%
Odgođena porezna imovina	40.424.807	35.802.893	27.923.451	-17%
Dugotrajna imovina	884.358.456	904.378.110	948.426.225	4%
Zalihe	28.781.526	32.741.463	34.470.350	9%
Potraživanja	176.859.063	182.282.240	163.784.401	-4%
Kratkotrajna financijska imovina	104.055.212	110.989.164	51.031.608	-30%
Novac	184.003.751	114.669.458	203.761.837	5%
Kratkotrajna imovina	493.699.552	440.682.325	453.048.196	-4%
Plaćeni troškovi budućeg razdoblja i obračunati prihodi	53.859.152	72.066.144	68.968.363	13%
AKTIVA DRUŠTVA	1.431.917.160	1.417.126.579	1.470.442.784	1%
Upisani kapital	952.636.100	952.636.100	952.636.100	0%
Rezerve iz dobiti	79.517.658	79.517.658	79.517.658	0%
Revalorizacijske rezerve	-5.424.156	-373.437	11.035.315	-
Preneseni gubitak	-419.426.877	-476.622.309	-312.704.308	-14%
Dobit poslovne godine	-57.195.432	163.918.001	107.899.295	-
Kapital i rezerve	550.107.293	719.076.013	838.384.060	23%
Rezerviranja	38.899.252	55.666.356	84.826.685	48%
Rezerviranja	38.899.252	55.666.356	84.826.685	48%
Obveze prema povezanim poduzetnicima	68.750.000	0	0	-100%
Obveze za izdane vrijednosne papire	398.707.117	398.958.451	299.393.781	-13%
Ostale dugoročne obveze	7.361.521	6.775.602	6.159.682	-9%
Dugoročne obveze	474.818.638	405.734.053	305.553.463	-20%
Obveze prema povezanim poduzećima	63.317.219	3.145.395	4.166.847	-74%
Obveze prema dobavljačima	53.548.690	60.959.201	61.756.639	7%
Obveze za predujmove	2.165.833	1.909.270	1.705.662	-11%
Ostale kratkoročne obveze	196.319.528	107.497.081	116.727.409	-23%
Kratkoročne obveze	315.351.270	173.510.947	184.356.557	-24%
Odgođeno plaćanje troškova i prihod budućeg razdoblja	52.740.707	63.139.210	57.322.019	4%
PASIVA DRUŠTVA	1.431.917.160	1.417.126.579	1.470.442.784	1%

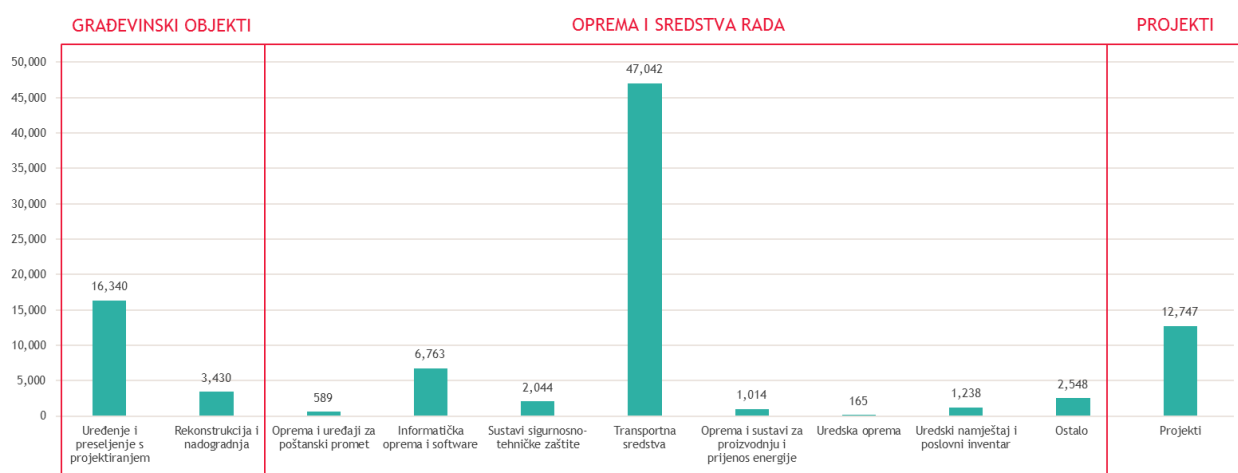
Izvor: HP



Najznačajniji resurs HP-a čini materijalna imovina koja je prosječno imala udio od 41% u ukupnoj imovini. HP je tijekom 2016. investirao ukupno 93,9 mil HRK, od čega se na obnavljanje opreme i sredstava za redovno poslovanje odnosi 61,4 mil HRK (65,4% ukupnih investicija), na ulaganja u projekte 12,7 mil HRK (13,6% ukupnih investicija), a na građevinske objekte 19,8 mil HRK (21,1% ukupnih investicija).

Pregled ulaganja tijekom 2016. grafički je prikazan kako slijedi:

Prikaz 7: Pregled ulaganja tijekom 2016. ('000 HRK)



Izvor: HP

Ključna ulaganja HP-a tijekom 2016.:

- **Nabava transportnih sredstava** – obnova voznog parka predstavljala je 50% ukupnih investicija tijekom 2016. i to kroz nabavu lakodostavnih vozila (18 mil HRK), poluteretnih vozila (14,7 mil HRK), teretnih vozila (5,9 mil HRK), mopeda (5,8 mil HRK), osobnih vozila (2,2 mil HRK) te električnih kolica-trokolica (0,3 mil HRK).
- **Nadogradnja VDI (privatnog oblaka HP-a)** – nabava opreme za virtualizirane šaltere poštanskih ureda (3 mil HRK).
- **STB uređaji** – najam uređaja vezan uz Evo TV uslugu (2,2 mil HRK).
- **Novi sortirni centar** – izgradnja novog sortirnog centra kao jedan od strateških ciljeva HP-a. Faza 1 obuhvaća izgradnju sortirnice s podrškom i visokog regalnog



skladišta, uključujući svu potrebnu komunalnu infrastrukturu i uređenje okoliša za dovođenje objekta u funkciju. Izvođenje radova Faze 1 predviđa se tijekom 2017. i 2018. Faza 2 podrazumijeva izgradnju uredske zgrade i pokrenut će se ovisno o mogućnostima – uloženo 2,1 mil HRK.

- **Nabava mrežne opreme s uslugom implementacije** – u svrhu proširenja infrastrukture za IP telefoniju i prebacivanje određenog broja poštanskih ureda na višu kategoriju mrežnog linka – uloženo 1,7 mil HRK.

Značajnu kategoriju imovine HP-a čini i financijska imovina od koje se najznačajniji dio odnosi na ulaganje u Hrvatsku poštansku banku d.d. (dalje: HPB) (181,5 mil HRK), JP Hrvatske Telekomunikacije d.d. (58,7 mil HRK) te ulaganja u ovisna društva (HP Produkcija d.o.o. i MIPS d.o.o., ukupno 40,7 mil HRK).

Od kratkotrajne financijske imovine potrebno je izdvojiti 50 mil HRK oročenog depozita u HPB-u od 1. rujna 2016. na trajanje od jedne godine uz kamatnu stopu od 1,4%.

HP na 31. prosinca 2016. ima evidentirano 68,9 mil HRK plaćenih troškova budućeg razdoblja i obračunatih prihoda, a navedeno se najvećim dijelom odnosi na ukalkulirane prihode od međunarodnih obračuna (63,9 mil HRK).

Najznačajniju kategoriju obveza čine obveze za izdane dugoročne papire, odnosno izdane obveznice. HP je 10. ožujka 2016. izvršio prijevremeni otkup dijela izdanja obveznica u iznosu od 100 mil HRK. Trošak prijevremenog otkupa iznosio je 5,5% (5,5 mil HRK). Stečena kamata investitorima za iznos prijevremeno otkupljenih obveznica isplaćena je u iznosu od 1,7 mil HRK (ukupna otkupna cijena bila je 107,2%).

Pasivna vremenska razgraničenja na 31. prosinca 2016. iznose 57,3 mil HRK, od čega se 25,8 mil HRK odnosi na prihod budućeg razdoblja, a 31,5 mil HRK na odgođeno plaćanje troškova. Dugoročni dio pasivnih vremenskih razgraničenja odnosi se na prihod budućeg razdoblja, a najvećim dijelom (25,0 mil HRK) odnosi se na odgođeni prihod temeljem državnih subvencija iz prošlosti, odnosno o subvencijama za nabavu dugotrajne materijalne imovine koje se priznaju u prihode u visini amortizacije osnovnih sredstava koja su iz njih financirana.



5. ANALIZA POSTOJEĆE RABATNE POLITIKE ZA UNIVERZALNU USLUGU

Odredbom članka 46. ZPU-a, davatelj univerzalne usluge (HP) ima pravo odobravati popuste korisnicima usluga koji šalju veći broj pošiljaka, uz uvjet da je takav popust određen uvažavajući troškove, predviđen cjenikom univerzalne usluge te da se primjenjuje na jednak način na sve korisnike usluga koji šalju pošiljke pod sličnim uvjetima.

Kada davatelj univerzalne usluge primjenjuje posebne cijene mora poštivati načela transparentnosti i nediskriminacije u odnosu na cijene i povezane uvjete. Sukladno tome, kriteriji za odobravanje količinskih popusta jasno su navedeni u cjeniku poštanskih usluga HP-a.

Rabatna politika HP-a za pošiljke iz univerzalnog područja sastoji se od dva dijela popusta:

- Količinskog popusta,
- Operativnog popusta (popust po aktivnostima).

Ugovoreni popust predstavlja zbroj količinskog popusta i operativnog popusta.

5.1.1. Količinski popust

Količinski popust ostvaruju oni korisnici poštanskih usluga koji šalju veći broj poštanskih pošiljaka do 2 kg i paketa. S korisnicima usluga koji šalju veći broj pošiljaka HP ima sklopljene ugovore o postupanju s navedenim pošiljkama, a popuste prema važećoj rabatnoj politici mogu ostvariti korisnici koji:

- Predaju na otpremu više od 20.000 pismovnih pošiljaka na razini ugovorenog jednogodišnjeg razdoblja,
- Šalju preporučene poštanske pošiljke prema planiranim ukupnim godišnjim količinama od najmanje 3.000.001 pošiljaka,
- Šalju pakete prema mjesečnim iznosima poštarine od najmanje 5.000,00 kn.



POPUST NA CIJENU UNIVERZALNE USLUGE OBIČNE POŠTANSKE POŠILJKE DO 2 KG

Popust na cijenu univerzalne usluge obične poštanske pošiljke do 2 kilograma u unutarnjem poštanskom prometu ostvaruju korisnici s kojima HP ima sklopljen pisani ugovor o postupanju s navedenim pošiljkama, a koji predaju na otpremu iznad 20.000 običnih poštanskih pošiljaka na razini ugovorenog jednogodišnjeg razdoblja.

Važeća rabatna politika HP-a podrazumijeva 16 količinskih razreda kupaca. Količinski razredi i postotak odobrenog popusta po razredu prikazan je kako slijedi:

Prikaz 8: Količinski popust na cijenu univerzalne usluge pismovne pošiljke do 2 kilograma

KOLIČINSKI RAZREDI	OD	DO	POPUST (%)
I	20.001	50.000	0,29%
II	50.001	100.000	0,80%
III	100.001	200.000	1,30%
IV	200.001	400.000	1,90%
V	400.001	600.000	2,40%
VI	600.001	800.000	2,78%
VII	800.001	1.000.000	3,16%
VIII	1.000.001	2.000.000	3,59%
IX	2.000.001	4.000.001	4,47%
X	4.000.001	6.000.000	6,52%
XI	6.000.001	7.000.000	8,43%
XII	7.000.001	8.000.000	9,34%
XIII	8.000.001	10.000.000	10,42%
XIV	10.000.001	12.000.000	11,83%
XV	12.000.001	14.000.000	14,62%
XVI	14.000.001		20,47%

Izvor: HP

Popusti po količinskim razredima izračunati su na temelju istraživanja cjenovne elastičnosti kupaca od strane agencije IpsosPlus, a kao baza za analizu korišteni su:

- korisnici koji šalju više od 20.000 običnih poštanskih pošiljaka mjesečno,
- tržište poštanskih pošiljaka do 50g

Analizom je utvrđeno kako bi padom cijene tržišni udio HP-a značajno porastao, odnosno kako tražena količina te usluge znatno reagira na promjene cijene, čime je zaključeno kako je za navedenu uslugu cjenovna elatičnost kupaca izrazito visoka.



POPUST NA CIJENU UNIVERZALNE USLUGE PREPORUČENIH POŠILJAKA DO 2 KG

Ugovornim korisnicima koji šalju preporučene pošiljke mase do 2 kg odobrava se komercijalni popust prema planiranim ukupnim godišnjim količinama, kako slijedi:

Prikaz 9: Količinski popusti na cijenu univerzalne usluge preporučene pošiljke do 2 kilograma

KOLIČINSKI RAZREDI	OD	DO	POPUST (%)
I	3.000.001	6.000.000	2,00 - 4,00 %
II	6.000.001	9.000.000	4,01 - 5,50 %
III	9.000.001	13.000.000	5,51 - 8,00 %
IV	13.000.001		8,01 - 10,00 %

izvor: HP

POPUST NA CIJENU UNIVERZALNE USLUGE PAKETA

Ugovornim korisnicima koji šalju pakete odobrava se komercijalni popust prema mjesečnim iznosima poštarine kako slijedi:

Prikaz 10: Količinski popusti za korisnike univerzalne usluge koji šalju veći broj paketa

KOLIČINSKI RAZREDI	OD	DO	POPUST (%)
I	5.000	10.000	20,00%
II	10.000	20.000	25,00%
III	preko 20.000		30,00%

Izvor: HP

5.1.2. Operativni popust

Važeća rabatna politika podrazumijeva i operativne popuste, odnosno popuste po aktivnostima.

Raspon operativnog popusta ovisi o:

- A. Aktivnostima koje kupac može odraditi umjesto HP-a (izbjegnute aktivnosti) i
- B. Mjesto troška izbjegnute aktivnosti



Aktivnosti koje kupac može odraditi umjesto HP-a, odnosno izbjegnute aktivnosti su:

Prikaz 11: Aktivnosti koje kupac može odraditi umjesto Hrvatske pošte (izbjegnute aktivnosti)

VRSTA AKTIVNOSTI	OPIS
USMJERAVANJE OTPREMA	Pisma posložena u predajne jedinice, najčešće pravokutne kutije s optimalnim brojem pošiljaka radi lakšeg i bržeg rukovanja
USMJERAVANJE PRIJEDENI PUT	Pisma posložena na način da su odvojena prema tehnološkim kriterijima koji omogućavaju skraćivanje procesa i kontrole pošiljaka prije strojne obrade
USMJERAVANJE PRISPIJEĆE	Pisma posložena na način da su odvojena pisma koja nisu strojno obradiva zbog oblika i volumena - prema brošuri („Preporuke za postupanje s uslugama Hrvatske pošte”)
USMJERAVANJE ZAKLJUČCI	Pisma adresirana prema brošuri („Preporuke za postupanje s uslugama Hrvatske pošte”) i primjena ispravne baze adresa pošiljatelja
USMJERAVANJE RAZRADA/OTPREMA	Pisma sortirana prema poštanskom broju, abecednom redu ulica i „rastućem” kućnom broju
URUČENJE PRIPREMA	Pisma sortirana prema određanim poštanskim središtima (10XXX, 20XXX, 21XXX ...) bez detaljne razrade

Izvor: HP

Definirano je 9 mogućih varijanti mjesta troška izbjegnutih aktivnosti, a iste su navedene kako slijedi:

Prikaz 12: Varijante mjesta troška

VARIJANTE MJESTA TROŠKA	MJESTO PRIJMA	MJESTO URUČENJA
Varijanta 1 (A-A)	Zagreb	Zagreb
Varijanta 2 (A-B)	Zagreb	urbana područja
Varijanta 3 (A-C)	Zagreb	ruralna područja
Varijanta 4 (B-A)	urbana područja	Zagreb
Varijanta 5 (B-B)	urbana područja	urbana područja
Varijanta 6 (B-C)	urbana područja	ruralna područja
Varijanta 7 (C-A)	ruralna područja	Zagreb
Varijanta 8 (C-B)	ruralna područja	urbana područja
Varijanta 9 (C-C)	ruralna područja	ruralna područja

Izvor: HP

Pod mjestom „Zagreb“ smatra se Grad Zagreb i Velika Gorica.

Pod mjestom „urbana područja“ smatraju se mjesta koja sukladno važećim propisima imaju status grada. Pod mjestom „ruralna područja“ smatraju se sve ostale teritorijalne jedinice manje od grada.

ULAZNI PODACI MODELA ZA IZRAČUN OPERATIVNOG POPUSTA HP-a



Raspon operativnog popusta na važećem cjeniku HP-a (od 1. lipnja 2016.) pripremljen je na osnovu modela zasnovanog na financijskim i količinskim podacima HP-a za običnu poštansku pošiljku do 50g u unutarnjem prometu, a svi podaci odnose se na 2014.

S obzirom na navedeno, važno je istaknuti sljedeće ključne ulazne podatke modela:

- Prodajna cijena obične poštanske e pošiljke do 50g u unutarnjem prometu,
- Prosječna cijena obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu i
- Prosječni trošak obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu.

Raspon operativnog popusta prema vrsti aktivnosti koje kupac može odraditi umjesto HP-a i varijantama mjestu troška izračunat je na osnovu tzv. Faktora za popuste, a postupak izračuna faktora za popuste detaljno je objašnjen u nastavku.

Pojašnjenje ključnih koraka izračuna faktora za popuste:

(1) TROŠAK HP-a KADA KUPAC ODRADI SVE AKTIVNOSTI

- Prvi korak za izračun faktora za popustem podrazumijeva identifikaciju troška za HP-a u slučaju kada kupac odradi sve aktivnosti prema kategoriji prijama i dostave u 9 mogućih varijanti.
- Podaci o navedenim troškovima preuzeti su iz ABC troškovnog modela HP-a.

(2) MARŽA NA TROŠAK HP-a

- Drugi korak podrazumijeva izračun marže na trošak HP-a, kao razlike prosječne cijene i prosječnog troška pismovne pošiljke.
- Množenjem izračunate marže na trošak s iznosom troška HP-a kada kupac odradi sve aktivnosti izračunava se nominalni iznos marže na trošak HP-a prema 9 mogućih varijanti prijama i dostave.

(3) TROŠAK + MARŽA HP-a



- Zbrajanjem troška HP-a kada kupac odradi sve aktivnosti i marže na troškove HP-a, dobije se iznos dijela cijene za koji se kupcu ne odobrava popust, odnosno razlika između navedenog iznosa i prodajne cijene predstavlja slobodan prostor za odobravanje popusta kupcu.

(4) POPUST ZA KUPCA

- U skladu s prethodno navedenim, nominalni popust za kupca izračunat je kao razlika između prodajne cijene obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu i troškova HP-a kada kupac odradi sve aktivnosti + marže na trošak HP-a.
- Pokrićem troška HP-a i marže HP-a ostaje prostor do prodajne cijene za odobravanje popusta kupcu.

(5) TROŠAK HP-a KADA KUPAC NE ODRADI NITI JEDNU AKTIVNOST

- Kako bi se mogao izračunati izbjegnuti trošak, potrebno je identificirati iznos troška za HP-a u slučaju kada kupac ne odradi niti jednu od 6 mogućih aktivnosti koje može odraditi umjesto HP-a prema kategoriji prijama i dostave u 9 mogućih varijanti.
- Podaci o navedenim troškovima preuzeti su iz ABC troškovnog modela HP-a.

(6) IZBJEGNUTI TROŠAK

- Razlika između troška HP-a kada kupac odradi sve aktivnosti i troška HP-a kada kupac ne odradi niti jednu aktivnost predstavlja iznos izbjegnutog troška za HP ili iznos odrađenih aktivnosti od strane kupca.

(7) FAKTOR ZA POPUSTE

- Faktor za popuste izračunava se na način da se iznos popusta za kupca podijeli sa iznosom izbjegnutog troška za HP-a.
- Faktor za popuste predstavlja omjer između nominalnog popusta za kupca po jednoj pošiljci i iznosa izbjegnutog troška za HP-a.



IZRAČUN OPERATIVNOG POPUSTA

Prikaz 13: Izračun operativnog popusta za univerzalnu uslugu obične poštanske pošiljke do 2 kg

AKTIVNOST	IZBJEGNUTI TROŠAK ZA HP (1)	FAKTOR ZA POPUSTE (2)	POPUST (NOMINALNO) (3)	PRODAJNA CIJENA (4)	POPUST (%) (5)
USMJERAVANJE OTPREMA					
Varijanta 1 (A-A)	0,015 kn	5,98	0,089 kn	3,10 kn	2,86%
Varijanta 2 (A-B)	0,040 kn	3,88	0,154 kn	3,10 kn	4,96%
Varijanta 3 (A-C)	0,657 kn	0,52	0,342 kn	3,10 kn	11,02%
Varijanta 4 (B-A)	0,015 kn	5,20	0,077 kn	3,10 kn	2,49%
Varijanta 5 (B-B)	0,040 kn	3,34	0,132 kn	3,10 kn	4,27%
Varijanta 6 (B-C)	0,657 kn	0,36	0,233 kn	3,10 kn	7,53%
Varijanta 7 (C-A)	0,015 kn	3,74	0,056 kn	3,10 kn	1,79%
Varijanta 8 (C-B)	0,040 kn	2,32	0,092 kn	3,10 kn	2,97%
Varijanta 9 (C-C)	0,657 kn	0,05	0,030 kn	3,10 kn	0,96%
USMJERAVANJE PRIJEĐENI PUT					
Varijanta 1 (A-A)	0,005 kn	5,98	0,028 kn	3,10 kn	0,90%
Varijanta 2 (A-B)	0,013 kn	3,88	0,050 kn	3,10 kn	1,62%
Varijanta 3 (A-C)	0,103 kn	0,52	0,054 kn	3,10 kn	1,73%
Varijanta 4 (B-A)	0,005 kn	5,20	0,024 kn	3,10 kn	0,78%
Varijanta 5 (B-B)	0,013 kn	3,34	0,043 kn	3,10 kn	1,39%
Varijanta 6 (B-C)	0,103 kn	0,36	0,037 kn	3,10 kn	1,18%
Varijanta 7 (C-A)	0,005 kn	3,74	0,017 kn	3,10 kn	0,56%
Varijanta 8 (C-B)	0,013 kn	2,32	0,030 kn	3,10 kn	0,97%
Varijanta 9 (C-C)	0,103 kn	0,05	0,005 kn	3,10 kn	0,15%
USMJERAVANJE PRISPIJEĆE					
Varijanta 1 (A-A)	0,008 kn	5,98	0,045 kn	3,10 kn	1,46%
Varijanta 2 (A-B)	0,019 kn	3,88	0,074 kn	3,10 kn	2,38%
Varijanta 3 (A-C)	0,004 kn	0,52	0,002 kn	3,10 kn	0,06%
Varijanta 4 (B-A)	0,008 kn	5,20	0,039 kn	3,10 kn	1,27%
Varijanta 5 (B-B)	0,019 kn	3,34	0,064 kn	3,10 kn	2,05%
Varijanta 6 (B-C)	0,004 kn	0,36	0,001 kn	3,10 kn	0,04%
Varijanta 7 (C-A)	0,008 kn	3,74	0,028 kn	3,10 kn	0,92%
Varijanta 8 (C-B)	0,019 kn	2,32	0,044 kn	3,10 kn	1,42%
Varijanta 9 (C-C)	0,004 kn	0,05	0,000 kn	3,10 kn	0,01%
USMJERAVANJE ZAKLJUČCI					
Varijanta 1 (A-A)	0,013 kn	5,98	0,081 kn	3,10 kn	2,60%
Varijanta 2 (A-B)	0,023 kn	3,88	0,089 kn	3,10 kn	2,87%
Varijanta 3 (A-C)	0,215 kn	0,52	0,112 kn	3,10 kn	3,61%
Varijanta 4 (B-A)	0,013 kn	5,20	0,070 kn	3,10 kn	2,26%
Varijanta 5 (B-B)	0,023 kn	3,34	0,076 kn	3,10 kn	2,47%
Varijanta 6 (B-C)	0,215 kn	0,36	0,076 kn	3,10 kn	2,47%
Varijanta 7 (C-A)	0,013 kn	3,74	0,050 kn	3,10 kn	1,63%
Varijanta 8 (C-B)	0,023 kn	2,32	0,053 kn	3,10 kn	1,71%
Varijanta 9 (C-C)	0,215 kn	0,05	0,010 kn	3,10 kn	0,32%
USMJERAVANJE RAZRADA/OTPREMA*					
Varijanta 1 (A-A)	0,063 kn	5,98	0,378 kn	3,10 kn	12,19%
Varijanta 2 (A-B)	0,136 kn	3,88	0,527 kn	3,10 kn	17,00%
Varijanta 3 (A-C)	0,001 kn	0,52	0,000 kn	3,10 kn	0,01%



AKTIVNOST	IZBJEGNUTI TROŠAK ZA HP (1)	FAKTOR ZA POPUSTE (2)	POPUST (NOMINALNO) (3)	PRODAJNA CIJENA (4)	POPUST (%) (5)
Varijanta 4 (B-A)	0,063 kn	5,20	0,329 kn	3,10 kn	10,61%
Varijanta 5 (B-B)	0,136 kn	3,34	0,453 kn	3,10 kn	14,62%
Varijanta 6 (B-C)	0,001 kn	0,36	0,000 kn	3,10 kn	0,01%
Varijanta 7 (C-A)	0,063 kn	3,74	0,237 kn	3,10 kn	7,63%
Varijanta 8 (C-B)	0,136 kn	2,32	0,315 kn	3,10 kn	10,16%
Varijanta 9 (C-C)	0,001 kn	0,05	0,000 kn	3,10 kn	0,00%
URUČENJE PRIPREMA*					
Varijanta 1 (A-A)	0,118 kn	5,98	0,706 kn	3,10 kn	22,79%
Varijanta 2 (A-B)	0,088 kn	3,88	0,341 kn	3,10 kn	10,99%
Varijanta 3 (A-C)	0,066 kn	0,52	0,034 kn	3,10 kn	1,11%
Varijanta 4 (B-A)	0,118 kn	5,20	0,615 kn	3,10 kn	19,83%
Varijanta 5 (B-B)	0,088 kn	3,34	0,293 kn	3,10 kn	9,45%
Varijanta 6 (B-C)	0,066 kn	0,36	0,024 kn	3,10 kn	0,76%
Varijanta 7 (C-A)	0,118 kn	3,74	0,442 kn	3,10 kn	14,26%
Varijanta 8 (C-B)	0,088 kn	2,32	0,204 kn	3,10 kn	6,57%
Varijanta 9 (C-C)	0,066 kn	0,05	0,003 kn	3,10 kn	0,10%

Izvor: HP

*Pravo na popust temeljem aktivnosti „USMJERAVANJE RAZRADA/OTPREMA“ i „URUČENJE PRIPREMA“ ima korisnik koji predaje na otpremu iznad 200.000 univerzalne usluge pismovnih pošiljaka do 2 kilograma u unutarnjem poštanskom prometu na razini ugovorenog jednogodišnjeg razdoblja.

(1) IZBJEGNUTI TROŠAK ZA HP

- Trošak HP-a za aktivnost „Usmjeravanje/otprema“ prema 9 mogućih varijanti prijama i dostave preuzet je iz ABC troškovnog modela HP-a. Navedeni trošak u slučaju kada kupac odradi aktivnost „Usmjeravanje/otprema“ predstavlja izbjegnuti trošak za HP.

(2) FAKTOR ZA POPUSTE

- Kako je prethodno navedeno, faktor za popuste predstavlja omjer između nominalnog popusta za kupca po jednoj pošiljci i iznosa izbjegnutog troška za HP, ovisno o varijanti mjesta nastanka troška.

(3) POPUST (NOMINALNO)

- Množenjem izbjegnutog troška za HP i faktora za popuste dobije se iznos nominalnog popusta za kupca.

(4) PRODAJNA CIJENA



Prodajna cijena obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu HP-a⁸ iznosi 3,10 kn. Cijena nije oporeziva s obzirom da se na univerzalnu uslugu ne obračunava PDV sukladno odredbama Zakona o porezu na dodanu vrijednost (NN br. 73/13, 99/13, 148/13, 153/13, 143/14 i 115/16).

(5) POPUST (%)

- Popust u postotnom iznosu izračunat je kao omjer između popusta u nominalnom iznosu i prodajne cijene obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu.

⁸ Rabatna politika HP-a pripravljena je na osnovi financijskih i količinskih podataka za pismo do 50g u unutarnjem prometu



6. PREPORUKE HAKOM-A NA POSTOJEĆU RABATNU POLITIKU

Ključni nalazi provedene analize postojeće rabatne politike HP-a za univerzalnu uslugu navedeni su kako slijedi:

Prikaz 14: Ključni nalazi provedene analize i preporuke

PODRUČJE	NALAZ	MIŠLJENJE (PREPORUKA)
KOLIČINSKI POPUST	<ul style="list-style-type: none">Izračun količinskih popusta baziran je na uštedama ostvarenim uslijed pretpostavljenog snižavanja cijena i povećanja količina i utemeljen na istraživanju cjenovne elastičnosti kupaca poštanskih usluga provedenog od strane agencije IpsosPlus tijekom 2014..S obzirom da se faktori izračuna ušteda primjenom rabatne politike tijekom razdoblja od objave do danas nisu mijenjali, može se pretpostaviti da su u izračunima korišteni parametri cjenovne elastičnosti iz prijašnjih razdoblja.	<ul style="list-style-type: none">Kretanje cijena na poštanskom tržištu pod utjecajem je brojnih faktora od kojih su najznačajniji struktura troškova davatelja poštanske usluge i cjenovna elastičnost tj. utjecaj substitutnih proizvoda/usluga. Cjenovna elastičnost značajno utječe na politiku određivanja cijena te davatelji poštanskih usluga imaju imperativ kontinuirano pratiti tržišna kretanja i prilagodavati se potrebama klijenata.S obzirom na izrazito značajnu izloženost poštanskog tržišta trendovima (prvenstveno utjecaju substitutnih proizvoda/usluga) koji formiraju potražnju za poštanskim pošiljkama, nužno je osvježiti istraživanje cjenovne elastičnosti kupaca te rabatnu politiku bazirati na rezultatima najrecentijeg (osvježenog) istraživanja cjenovne elastičnosti kupaca.Preporuka HAKOM-a je da količinski popusti za 2018. budu temeljeni na provedenom istraživanju cjenovne elastičnosti kupaca provedenom u posljednjem kvartalu 2017.
OPERATIVNI POPUST	<ul style="list-style-type: none">Izračun operativnog popusta baziran je na uštedama ostvarenim prebacivanjem pojedinih aktivnosti na klijenta po pojedinim zonama prikupa i dostave te izračunat korištenjem podataka iz modela troškovnog računovodstva HP-a za 2014.Ključni ulazni podaci korišteni za izračun raspona operativnog popusta su: (1) prodajna cijena obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu, (2) prosječna cijena obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu	<ul style="list-style-type: none">Kako bi rabatna politika i nadalje održavala troškovnu usmjerenost cijena, a uzimajući u obzir korištene parametre modela, potrebno je provesti „update“ izračuna primjenom recentnih rezultata modela troškovnog računovodstva HP-a iz posljednjeg izvještajnog razdoblja koje prethodi primjeni postojeće rabatne politike.



PODRUČJE	NALAZ	MIŠLJENJE (PREPORUKA)
	<p>(3) prosječni trošak obične poštanske pošiljke do 50g u unutarnjem prometu i</p> <p>4) troškovima pojedinih aktivnosti za običnu poštansku pošiljku do 50g i to prema podacima iz 2014.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Dakle, važeća rabatna politika koja je na snazi od 1. lipnja 2016. nije izmijenjena prema recentnim rezultatima modela odvojenog troškovnog računovodstva HP za 2015 i 2016.▪ S obzirom na ključne ulazne parametre modela, možemo zaključiti kako raspon operativnog popusta odražava efikasnost pružanja usluge HP-a.	<ul style="list-style-type: none">▪ Sukladno navedenome, HP bi trebao ažurirati postojeći model prema podacima iz 2017.



7. PROCJENA UTJECAJA PREPORUKA HAKOM-A NA POSLOVANJE HP-HRVATSKE POŠTE D.D. I TRŽIŠTE POŠTANSKIH USLUGA RH

KOLIČINSKI POPUSTI

Kretanje cijena na poštanskom tržištu pod utjecajem je brojnih faktora od kojih su najznačajniji troškovna efikasnosti davatelja usluge, cjenovna elastičnost, konkurentski pritisak i substitutni proizvodi/usluge.

Cjenovna elastičnost ukazuje kako promjena cijene usluge utječe na potražnju za uslugom, odnosno kako razvojem tržišta i većim izborom zamjenskih/zamjenjivih proizvoda promjene u cijeni imaju veći utjecaj na potražnju. Liberalizacijom tržišta poštanskih usluga, nacionani davatelji poštanskih usluga sve veću pažnju pridavali su potrebama klijenta, a prvenstveno politikama cijena za komercijalne usluge. Dinamika kretanja cijena na hrvatskom tržištu posebno je intenzivna i velikim djelom utječe na ostvarene poslovne rezultate HP-a. Kako bi količinska rabatna politika za univerzalnu uslugu i nadalje bila u skladu sa tržišnim kretanjima i potrebama klijenata, HAKOM je mišljenja kako je istu potrebno prilagoditi na osnovu recentnog istraživanja cjenovne elastičnosti klijenata (kupaca).

OPERATIVNI POPUSTI

Osim s izazovima snažne transformacije tržišta, HP će se u narednom razdoblju suočiti i sa značajnim investicijskim ciklusom u okviru kojeg su planirana visoka kapitalna ulaganja financijskih sredstava u razdoblju od 2017. do 2020., a značajan dio tih ulaganja odnosi se na gradnju novog sortirnog centra na ulazu u Veliku Goricu.

Provedbom planiranih ulaganja očekuje se pozitivan utjecaj na troškove poslovanja prvenstveno kroz povećanje automatizacije operativnih procesa na način da se poveća učinkovitost, optimiziraju poslovni procesi i posljedično smanje troškovi.

S obzirom kako rabatna politika za univerzalnu uslugu podrazumijeva i komponentu operativnih popusta čiji ključni ulazni parametri uzimaju u obzir troškovne parametre pružanja usluge, potrebno je osigurati da rasponi operativnih popusta budu usklađeni s



trenutnom razinom troškovne efikasnosti HP-a. Navedenim preporukama HAKOM-a kako je model postojeće rabatne politike potrebno ažurirati s rezultatima poslovanja u proteklom razdoblju, poštivalo bi se načelo cjenovne politike, koje zahtijeva da cijene univerzalne usluge i dalje budu troškovno usmjerene i pristupačne korisnicima poštanskih usluga.

U ovoj analizi predložene su preporuke HAKOM-a na postojeću rabatne politike za univerzalnu uslugu HP-a koje bi trebale omogućiti kontinuitet prihvatljive cjenovne fleksibilnosti univerzalne usluge, pozitivno utjecati na razvoj tržišta poštanskih usluga RH te osigurati nastavak transparentnosti i bez diskriminacije omogućiti korištenje univerzalne usluge svim korisnicima pod jednakim uvjetima.



8. POPIS DOKUMENTACIJE

U nastavku donosimo popis dokumentacije na temelju koje je pripremljena projektna isporuka:

Prikaz 15: Popis korištene dokumentacije

R.BR.	Dokument
1.	Cjenik poštanskih usluga HP-a u unutarnjem prometu (vrijedi od 01. lipnja 2016.)
2.	Direktiva 97/67/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 15. prosinca 1997. o zajedničkim pravilima za razvoj unutarnjeg tržišta poštanskih usluga u Zajednici i poboljšanje kvalitete usluga. Direktiva 2002/39/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 10. lipnja 2002. o izmjeni Direktive 97/67/EZ u vezi s daljnjim otvaranjem tržišta poštanskih usluga u Zajednici, Direktiva 2008/6/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 20. veljače 2008. o izmjeni Direktive 97/67/EZ u pogledu potpunog postizanja unutarnjeg tržišta poštanskih usluga u Zajednici
3.	ERGP PL (15) 29 - <i>ERGP report on the possible impact of Article 12 application after ECJ C-340/13</i> , dostupno na: http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/15128
4.	Zakon o poštanskim uslugama (NN br. 144/12, 153/13 i 78/15)
5.	Pravilnik o obavljanju univerzalne usluge (NN br. 41/13)
6.	<i>Strategija razvoja tržišta poštanskih usluga u Republici Hrvatskoj do 2020. godine</i> , Deloitte, 2014., objavljena na internetskim stranicama Ministarstva pomorstva, prometa i infrastrukture, poveznica: http://www.mppi.hr/UserDocImages/Strategija_postanske_usluge_RH_v54-listopad.pdf