

Др Свето Пурић, редовни професор
Правни факултет Универзитета у Крагујевцу

УДК: 330.13:656.8

ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ, СТРУКТУРА И НАЧИН ФОРМИРАЊА ЦЕНА ПТТ УСЛУГА*

Резиме

Независно од тога, што као и производи служе задовољењу неких људских потреба, услуге ипак показују нека посебна својства. Те њихове посебне карактеристике креирају и посебне изазове и дају посебне могућности за примену различитих инструмената маркетинг микса. Најчешиће су неодвојиве од њиховог корисника, немогуће их је складиштити (произведено мора бити потрошено), њихова понуда је краткорочно нееластична на тражњу, највећи део њих је неопипљив (често се не виде, не осећају, не чују), непостојане су и не испољавају правилност у пружању, недељиве су и немогуће их је одвојити од онога ко их обавља итд.

Конкуренција и са њом формирање цене у телекомуникацијама јесте са своје стране обележена посебним карактеристикама. Оне се огледају у чињеници да када телекомуникациона компанија изгради сопствену мрежу и инсталације до клијената, она стиче одређену предност у пружању нових додатних услуга. Препродаја у телекомуникацијама је она ситуација у којој конкуренти добијају одређен сервис (услугу) по нижој цени од постојећег оператера и даље је препродају сопственим клијентима. Препродаја услуга сама по себи није изложена конкурентном притиску на цене и услуге јер постојећи оператер може остати незаинтересован.

Кључне речи: монопол, конкуренција, услуге, цене, комуникације, капитал, инвестиције, технологија, стандардни монополи.

* Рад се објављује у оквиру пројекта Правног факултета Универзитета у Крагујевцу: "XXI век – век услуга и Услужног права", бр. 179012, који финансира Министарство за науку и технолошки развој Републике Србије

