

PREGLED KRITERIJUMA ZA EVALUACIJU ZADOVOLJSTVA KORISNIKA USLUGAMA POŠTANSKIH OPERATORA

Branka Dimitrijević, Milica Šelmić, Dragana Macura

Univerzitet u Beogradu - Saobraćajni fakultet

b.dimitrijevic@sf.bg.ac.rs, m.selmic@sf.bg.ac.rs, d.macura@sf.bg.ac.rs

Sadržaj: *Upravljanje zadovoljstvom korisnika u cilju povećanja kvaliteta usluga, neizostavan je segment poslovanja poštanskih operatora. Praćenje kvaliteta usluga je obaveza poštanskih operatora, ali i njihov interes. U ovom radu je prikazan pregled relevantne literature u kojoj su analizirani kriterijumi za evaluaciju zadovoljstva korisnika različitim poštanskim uslugama, u svetu i kod nas. Izbor kriterijuma značajno utiče na dobijanje adekvatnog pokazatelja o zadovoljstvu korisnika, koji je operatorima od velike važnosti u zadržavanju postojećih korisnika, pridobijanju novih i maksimizaciji profita.*

Ključne reči: *zadovoljstvo korisnika, kvalitet usluga, poštanske usluge, poštanski operator.*

1. Uvod

Uspešno poslovanje kompanija u uslužnoj delatnosti podrazumeva ispunjenje brojnih standarda, a između ostalog i stavljanje korisnika usluga u fokus i formiranje poslovne strategije koja je u skladu sa onim što korisnika čini zadovoljnim. Dodatno, kompanije se suočavaju i sa izazovima rastuće konkurenциje i veoma zahtevnog tržišta gde očekivano vreme odgovora na zahteve postaje sve kraće. U industriji prenosa pošiljaka, kvalitet se ne ogleda samo u vremenu koje protekne od predaje do uručenja pošiljke, već i u odnosu prema korisniku i kvalitetu svih segmenata usluge, bilo da se radi o informisanju u vezi sa uslugom, samom pružanju usluge, eventualnom praćenju statusa pošiljke ili pak reagovanju na reklamacije, odnosno primedbe.

Kada se govori o zadovoljstvu korisnika uslugama, potrebno je imati u vidu da operator mora proširiti svoj fokus na više od samog kvaliteta usluga, jer nije dovoljno obezbediti samo njihov visok nivo, već ih je potrebno prilagoditi korisnicima tako da oni budu zadovoljni pruženim uslugama i (p)ostanu lojalni operatoru. Ovaj proces, naročito u uslužnoj industriji, može biti jako kompleksan i neizvestan. Ako se kao cilj operatora postavi maksimizacija broja zadovoljnih i lojalnih korisnika, postavlja se pitanje kako ga ostvariti, odnosno na koji način vršiti istraživanja, merenja i evaluaciju zadovoljstva korisnika uslugama, kako bi mogle biti preduzete odgovarajuće mere i aktivnosti radi dostizanja postavljenog cilja. U tom smislu, jedan od ključnih koraka je odabir

relevantnih kriterijuma i skala na kojima će se oni izražavati. Nadalje, odabir metodologije koja će ih sve uzeti u obzir, uvažavajući i potencijalne razlike u njihovom značaju, predstavlja sledeći korak koji vodi dobijanju pokazatelja zadovoljstva korisnika, u literaturi poznatijeg kao indeks ili stepen zadovoljstva (satisfakcije). U radu je izvršen pregled referentne literature koji može biti od pomoći u formiranju validnog modela, odnosno odabiru adekvatnih kriterijuma koji utiču na zadovoljstvo korisnika poštanskim uslugama.

Rad je koncipiran na sledeći način. Nakon uvoda razmatran je pojam i značaj upravljanja kvalitetom usluga i zadovoljstva korisnika, sa osvrtom na sektor poštanskih usluga. Nakon toga dat je pregled relevantne literature, u pogledu kriterijuma i metoda za ocenu zadovoljstva korisnika. U četvrtom poglavlju dat je pregled istraživanja sprovedenih u ovoj oblasti, u Srbiji. Konačno, u poslednjem poglavlju su data zaključna razmatranja.

2. Upravljanje kvalitetom u funkciji zadovoljstva korisnika

Kvalitet usluge definiše se kao nivo zadovoljenja zahteva korisnika. Zadovoljstvo korisnika predstavlja njihov utisak o stepenu ispunjenosti njihovih zahteva, odnosno korisnici su zadovoljni kada proizvod ili usluga ispunjavaju ili nadmašuju njihova očekivanja. Zadovoljan korisnik je potencijalno i lojaljan korisnik, što je jedan od neophodnih uslova za profitabilno poslovanje, kroz zadržavanje postojećih i osvajanje novih tržišta. U daljem tekstu fokus je na kvalitetu i zadovoljstvu korisnika uslugama.

Indeks ili stepen zadovoljstva korisnika predstavlja meru zadovoljstva korisnika uslugama. Nije moguće govoriti o merenju i praćenju indeksa zadovoljstva korisnika bez sveobuhvatnog sagledavanja atributa usluge, odnosno kriterijuma kvaliteta usluge. Korisnik ove kriterijume kvaliteta ocenjuje i vrednuje na različite načine. Indeks zadovoljstva korisnika zavisi od njihove percepcije odnosa između kvaliteta pružene usluge i očekivanog kvaliteta usluge, po svakom od kriterijuma.

Merenje zadovoljstva korisnika predstavlja obiman i izazovan zadatak kao posledica potrebe za dobijanjem relevantnog uzorka sa jedne strane, kao i nepostojanja standardizovanih referentnih skala za izražavanje kvaliteta usluge, sa druge. Takođe, ovaj postupak može ponekad biti i neprijatan jer iziskuje deranžman i vremenske gubitke korisnika. Bez obzira na to, ukoliko kompanija želi da stekne uvid u zadovoljstvo svojih korisnika, sazna za potencijalne greške i nedostatke vezane za usluge koje pruža ili pak dobije informacije kako da ih unapredi, merenje zadovoljstva korisnika je neophodno. Kvalitet dobijenih informacija zavisi od usvojene metodologije merenja. Te informacije se kroz različite pristupe višekriterijumske analize sintetizuju u indeks zadovoljstva korisnika, čije vrednosti se kreću u definisanom opsegu.

Poštanske usluge obuhvataju univerzalnu poštansku uslugu i sve druge poštanske usluge, uključujući i usluge dodate vrednosti, tj. ekspres ili kurirske poštanske usluge. Liberalizacija tržišta prenosa pošiljaka dovela je do toga da se do nedavno jedini na ovom tržištu, današnji javni poštanski operatori suočavaju sa sve većom i jačom konkurenjom. Ona je, za razliku od Evropske unije gde je tržište potpuno liberalizovano, u Srbiji moguća samo u oblasti nerezervisanih poštanskih usluga, a prisutna u oblasti usluga dodate vrednosti.

Jedna od tekovina poštanske direktive 1997/67/ EZ je uspostavljanje nacionalnih regulatornih tela koja su nadležna za uspostavljanje i praćenje parametara kvaliteta poštanskih usluga. Tako, Regulatorna agencija za elektronske komunikacije i poštanske usluge Republike Srbije (RATEL) propisuje parametre kvaliteta za obavljanje poštanskih usluga, propisuje minimalni kvalitet u obavljanju univerzalne poštanske usluge i prati njihovu primenu [1]. U tom smislu, Upravni odbor RATEL-a doneo je Pravilnik o parametrima kvaliteta za obavljanje poštanskih usluga i minimalnom kvalitetu u obavljanju univerzalne poštanske usluge [2].

Budući da je univerzalna poštanska usluga u Srbiji i dalje u isključivoj nadležnosti JP „Pošta Srbije“, kao javnog poštanskog operatora, istraživanja o zadovoljstvu korisnika i ustanavljanje stepena njihovog zadovoljstva je ograničeno na RATEL i javnog poštanskog operatora i biće posebno analizirani u poglavljiju 4. Sa druge strane ispitivanje zadovoljstva korisnika ekspress ili kurirskim poštanskim uslugama značajno je svim operatorima koji imaju licencu, jer se bore na jedinstvenom tržištu. Interesantno je napomenuti da su ove usluge u 2014. godini ostvarile skoro polovinu ukupnih prihoda od svih poštanskih usluga (47,4%), iako su činile nešto preko 6% od ukupnih poštanskih usluga na tržištu Republike Srbije [3].

3. Zadovoljstvo korisnika poštanskim uslugama dodate vrednosti

Kroz nekoliko istraživanja, koja će u nastavku ovog poglavlja biti prikazana, razmatrani su ustanovljeni kriterijumi za evaluaciju zadovoljstva korisnika poštanskim uslugama dodate vrednosti, kao i pristupi njihovoj daljoj analizi u određivanju indeksa zadovoljstva. Pregled ovih istraživanja ima za cilj da ukaže na njihove sličnosti, odnosno razlike. Detektovanje relevantnih kriterijuma i skala na kojima se izražavaju može biti od koristi operatorima u formiranju nekog budućeg modela ispitivanja zadovoljstva korisnika.

U radu [4], teoretski se razmatra dobijanje indeksa zadovoljstva korisnika ekspress uslugama kroz rešavanje višekriterijumskog problema sa hijerarhijskom strukturom u četiri nivoa, gde je u vrhu hijerarhije sam indeks kao cilj, na drugom hijerarhijskom nivou su grupe opštih kriterijuma (generalni utisak o operatoru u poređenju sa ostalima, doslednost u pružanju usluga, rešavanje žalbi i reklamacija i lojalnost operatoru), na trećem potkriterijumi, a na najnižem hijerarhijskom nivou pitanja u formi ankete kojima se identifikuju njihove vrednosti. Cilj rada je da se predloženim modelom odredi kvantitativna vrednost realnog stanja zadovoljstva korisnika, zahvaljujući kojoj je moguće donositi određene upravljačke akcije, a u cilju povećanja kvaliteta usluga i proširenja tržišta.

U radu [5] izdvojeno je pet najznačajnijih kriterijuma kojima se izražava zadovoljstvo korisnika ekspress uslugama. Autori su analizirajući relevantna istraživanja tržišta raznih uslužnih delatnosti ustanovili da se pet predloženih kriterijuma mogu proglašiti merodavnim u procesu merenja zadovoljstva korisnika, generalno u ovoj oblasti, pa i u merenju zadovoljstva korisnika ekspress dostavom pošiljaka. To su:

- *Dostupnost usluge*: Stepen pristupačnosti mreže operatora i korisničkog servisa.
- *Odziv na zahtev korisnika*: Stepen spremnosti osoblja da pruži adekvatnu uslugu i da reaguje/odgovori na korisničke zahteve.

- *Pouzdanost usluge*: Stepen konzistentnosti u pružanju usluge i poverenja u ispravnost njene realizacije - pošiljke se isporučuju primaocima kojima su i namenjene, bez oštećenja, u dogovoren vreme, poštovanje rok isporuke.
- *Potpunost usluge*: Stepen do koga je kompletna realizacija usluge (po svom završetku) ispunila zahteve korisnika.
- *Profesionalnost usluge*: Stepen profesionalnosti zaposlenih u ličnim kontaktima sa korisnicima, odnosno stepen njihove ljubaznosti, poštovanja i razumevanja korisnika.

Cilj istraživanja [5] je da se utvrdi odnos između pet navedenih kriterijuma i ukupnog zadovoljstva korisnika, kao i pojedinačni značaj svakog od njih, analizom prikupljenih podataka, anketiranjem korisnika. Anketa sadrži četiri grupe pitanja, od čega po dve za korisnike pošiljaoce i korisnike primaoce pošiljaka. Za obe vrste korisnika, prva grupa pitanja bila je posvećena prikupljanju mišljenja i komentara koji služe deskriptivnoj analizi, a druga za prikupljanje informacija u cilju testiranja sledećih hipoteza: hipoteze H1-H5 koje potvrđuju pozitivnu korelaciju svakog od kriterijuma sa ukupnim indeksom zadovoljstva korisnika i hipoteze H6-H15 o međusobnom jednakom značaju svakog od parova kriterijuma kojih ima 10. Osnovanost hipoteza H1-H5 ocenjivana je Pirsonovim koeficijentom korelacijske, a hipoteza H6-H15 t-testom uparenih uzoraka.

Istraživanje je sprovedeno u SAD na uzorku od 716 ispitanika, korisnika usluga sledećih najpopularnijih operatora poštanskih usluga: UPS, FedEx, Poštanska služba Sjedinjenih Američkih Država i Airborne Express. Upitnici su poslati administraciji, koja koristi poštanske usluge, tri studentska kampusa (Lincoln, Omaha i Kearne) Univerziteta u Nebraski i više fakulteta drugih američkih univerziteta.

Konačno, u ovom istraživanju došlo se do zaključka da su svih pet kriterijuma u značajnoj pozitivnoj korelaciji sa ukupnim indeksom zadovoljstva korisnika, kako u prijemu, tako i otpremi pošiljaka. Utvrđeno je da je pouzdanost usluge najvažniji kriterijum, odnosno operatorima se preporučuje permanentno podizanje nivoa usluge u tom smislu. Profesionalnost je najmanje važan kriterijum, međutim to ne znači da je nevažan. Ukoliko postoji visok nivo usluge po svim ostalim kriterijumima tada i on može da odigra značajnu ulogu u zadržavanju postojećih i pridobijanju novih korisnika.

U radu [6] naglašen je značaj zadovoljstva korisnika u jačanju konkurentnosti operatora koji pružaju ekspres usluge na tržištu poštanskih pošiljaka. Cilj istraživanja u ovom radu je razvoj fazi višekriterijumskog modela za ocenu indeksa zadovoljstva korisnika (nazvanog "vrednost za korisnika") uslugama ekspres prenosa pošiljaka koje pružaju tri operatora na Tajvanu (UPS, FedEx i DHL). Zadovoljstvo korisnika je posmatrano iz vizure pošiljaoca (korporativni/biznis korisnici) čije se pošiljke otpremaju vazdužnim transportom u međunarodnom saobraćaju.

Predloženi model obuhvata četiri kriterijuma i 20 potkriterijuma opisanih u nastavku:

- *Usluga*. Iskustvo je pokazalo da vrhunski nivo usluge ne samo da čini korisnike zadovoljnijim, već donosi kompaniji veći profit i značajnije učešće na tržištu. Za evaluaciju ovog kriterijuma korišćeno je pet potkriterijuma: 1) red letenja i frekvencija, 2) raspoloživost kombinovanog transporta, 3) raznolikost usluga sa

dodatom vrednošću, 4) raznovrsnost i prilagođenost objekata i opreme i 5) oslanjanje na marketinške kanale i mreže.

- *Kvalitet.* Obezbeđivanje merljivog kvaliteta je poželjno i prihvatljivo za pošiljaoca jer je tada u mogućnosti da poredi kvalitet usluga svih subjekata na tržištu. Pet potkriterijuma korišćeno je za evaluaciju "kvaliteta": 1) nivo tačnosti, 2) nivo bezbednosti, 3) nivo brzine odgovora, 4) nivo brzine odziva na hitne zahteve i 5) nivo sveobuhvatnosti u poimanju kvaliteta.
- *Troškovi.* Smanjenje troškova omogućava postizanje nižih cena usluga, odnosno predstavlja dobit za korisnika. Pet potkriterijuma korišćenih za evaluaciju "troškova" su: 1) količina tereta, 2) fleksibilnost cena (davanje popusta i sl.), 3) transparentan cenovnik, 4) manji operativni troškovi isporuke i 5) ostali troškovi.
- *Vreme.* Imajući u vidu da se smatra da je vreme novac, trajanje realizacije usluge ekspres prenosa pošiljaka ima značajnu ulogu u tržišnoj utakmici. Pet potkriterijuma korišćenih za evaluaciju ovog kriterijuma su: 1) vreme administrativne obrade zahteva, 2) vreme sakupljanja pošiljaka i zadržavanja u skladištu, 3) tranzitno vreme u vazdušnom transportu, 4) brži obrt kapitala pošiljaoca i 5) vreme potrebno za kopneni transport do i od aerodroma.

Autori ovog rada su se opredelili za fazi AHP (Analytic Hierarchy Process) pristup modeliranju, jer su teoriju fazi skupova smatrali pogodnim alatom za izražavanje nepreciznih lingvističkih iskaza u ocenjivanju operatora prema navedenim potkriterijumima, kao i u proceni važnosti potkriterijuma i kriterijuma. vrednosti koje problema koje karakterišu.

Rezultati istraživanja su pokazali da su kriterijumi po relativnoj važnosti rangirani sledećim redosledom: vreme (0,268), kvalitet (0,257), troškovi (0,246) i usluga (0,229) i da su oni skoro podjednako važni uvoznicima i izvoznicima na Tajvanu koji su učestvovali u anketi. Među potkriterijumima, po važnosti, izdvojili su se sledeći: vreme potrebno za kopneni transport do i od aerodroma, vreme sakupljanja pošiljaka i zadržavanja u skladištu, nivo tačnosti, nivo bezbednosti i brži obrt kapitala pošiljaoca. Konačan rang razmatranih operatora ekspres prenosa pošiljaka ukazuje da FedEx kao prvorangirani svojim korisnicima pruža najveći nivo zadovoljstva.

Za razliku od prethodnih istraživanja koja su analizirala zadovoljstvo korisnika ekspres uslugama, u radu [7] prikazano je empirijsko istraživanje zadovoljstva korisnika kvalitetom kurirskih usluga operatora na Tajvanu i preslikavanje dobijenih zaključaka na operatore u Kini, Japanu i Južnoj Koreji. U istraživanju su učestvovala 372 korisnika popunjavajući anketu.

Autori su oslanjajući se na rade prethodnika izdvojili tri osnovne grupe kriterijuma koje imaju međusoban uticaj i uticaj na zadovoljstvo korisnika: kvalitet usluge, troškovi prelaska kod drugog operatora i lojalnost korisnika. Kvalitet usluge je evaluiran kroz 19 potkriterijuma: veličina opslužnog područja, pravovremenost i pouzdanost u sakupljanju pošiljaka, radno vreme sa korisnicima, isporuka u dogovoren vreme, uslovi plaćanja, lakoća stupanja u kontakt sa operaterom, broj izgubljenih pošiljki, opšti utisak o zaposlenima itd. Korisnici su, koristeći Likertovu skalu (1-7), vrednovali potkriterijume u skladu sa nivoom zadovoljstva tim aspektom usluge. Troškovi prelaska kod drugog odnose se na utrošak vremena, novca i truda povezanog sa menjanjem operatora usluga. Korisnik pre odluke o promeni operatora treba dobro da

proceni ove troškove. Ovi troškovi ocenjivani su, takođe na Likertovoj skali, izražavanjem nivoa saglasnosti sa pet tvrdnji: „trebaće mi puno vremena da promenim operatora“, „koštaće me dosta da promenim operatora“, „moraću da uložim napor i trud da promenim operatora“ itd. Na isti način je ocenjivano pet tvrdnji kojima je opisana lojalnost korisnika: „preporučujem ovu kompaniju kada me pitaju za savet“, „koristiću usluge ove kompanije u budućnosti“, „ova kompanija je moj prvi izbor“, „prepričavao sam pozitivna iskustva sa ovom kompanijom“ i „podstičem druge u korišćenju usluga ove kompanije“.

Istraživanje je pokazalo da prosečna ocena zadovoljstvo korisnika kvalitetom usluge iznosi 5,29, a da tom proseku kao najbolje ocenjeni najviše doprinose sledeći potkriterijumi: veličina opslužnog područja (5,71), broj izgubljenih pošiljaka (5,63), tačnost faktura (5,61) itd. Najslabije ocenjeni potkriterijumi su: konkurenčnost cena (4,64), efikasnost rešavanja žalbi (4,95) i ostvarena vrednost za uložen novac (4,96). Vezano za lojalnost korisnika, u najvećoj meri su se složili sa tvrdnjom „preporučujem ovu kompaniju kada me pitaju za savet“, a u vezi troškova prelaska kod drugog operatora sa tvrdnjom „trebaće mi puno vremena da promenim operatora“.

Ovo istraživanje je obuhvatilo i statističku analizu uzorka u dokazivanju četiri postavljene hipoteze:

- H1: Kvalitet usluge ima uticaj na lojalnost korisnika.
- H2: Kvalitet usluge ima uticaj na troškove prelaska kod drugog operatora.
- H3: Troškovi prelaska kod drugog operatora imaju uticaj na lojalnost korisnika.
- H4: Uticaj između kvaliteta usluge i lojalnosti korisnika se povećava sa porastom troškova prelaska kod drugog operatora.

Sve četiri hipoteze su potvrđene. Iz toga proizilazi da se povećanje zadovoljstva korisnika odražava na povećanje lojalnosti, ali i da podsticanje lojalnosti treba da bude neizostavna aktivnost menadžerskog tima, a jedan od načina je kroz povećanje troškova prelaska kod drugih operatora. Dobijeni rezultati su korisni analiziranim kompanijama koje na osnovu njih mogu dodatno da prilagode svoje usluge identifikovanim zahtevima korisnika. Ovaj višekriterijuski model može biti od značaja i drugim operatorima kurirske usluge u prepoznavanju i oceni svojih snaga i slabosti.

4. Zadovoljstvo korisnika univerzalnom poštanskom uslugom u Srbiji

Merenje zadovoljstva korisnika poštanskom uslugom u Srbiji je uređeno Zakonom o poštanskim uslugama [1]. Naime, u članu 66, stav 1, tačka 1 ovog Zakona definisano je da RATEL „donosi opšte uslove za obavljanje poštanskih usluga, propisuje parametre kvaliteta za obavljanje poštanskih usluga, propisuje minimalni kvalitet u obavljanju univerzalne poštanske usluge i prati njihovu primenu“. Kao što je već navedeno u radu, u skladu sa zakonskom obavezom, RATEL je objavio Pravilnik o parametrima kvaliteta za obavljanje poštanskih usluga i minimalnom kvalitetu u obavljanju univerzalne poštanske usluge [2]. Ovim Pravilnikom su, pre svega, obuhvaćeni parametri kvaliteta koji se odnose na rokove prenosa poštanskih pošiljaka i efikasnost rešavanja reklamacija. U članu 14 Pravilnika je istaknuto da je poštanski operator u obavezi da redovno sačinjava izveštaje o stanju kvaliteta univerzalne poštanske usluge, kao i da ih dostavi RATEL-u i objavi na svom sajtu, najkasnije do 1. aprila tekuće godine za prethodnu godinu. Ukoliko poštanski operator ne ostvari

zahtevani kvalitet usluga, RATEL postupa u skladu sa Zakonom kojim se uređuje obavljanje poštanskih usluga u Republici Srbiji.

U skladu sa prethodno navedenim, a u cilju prikupljanja relevantnih informacija, RATEL već nekoliko godina unazad angažuje agenciju Ninamedia research da izvrši istraživanje o stepenu zadovoljenja potreba korisnika univerzalne poštanske usluge, i to kako među fizičkim, tako i među pravnim licima [8,9]. Metoda sakupljanja podataka je direktno anketiranje ispitanika, tj. intervjuisanje licem u lice, odnosno pozivanje telefonom u slučaju pravnih lica. U 2015. godini, realizovan uzorak je brojao 1204 ispitanika na teritoriji Republike Srbije (bez Kosova i Metohije) u proporciji 60% ruralno, 40% urbano stanovništvo, kada su u pitanju fizička lica. Istraživanje među pravnim licima je obuhvatilo 100 velikih, 35 srednjih i 15 malih preduzeća iz privatnog sektora i 150 pravnih lica na republičkom, regionalnom i lokalnom nivou iz državnog sektora.

Anketa fizičkih lica je obuhvatila sledeće oblasti: značaj poštanskih usluga iz vizure korisnika, učestalost korišćenja poštanskih usluga i način slanja pošiljaka, stepen zadovoljstva poštanskim uslugama, vreme prijema pošiljke, alternativni načini isporuke pošiljaka sa ličnim uručenjem, plaćanje računa i internet, kao i pristupačnost cena poštanskih usluga. Izdvojena grupa pitanja koja se odnose na specifičnosti pružanja usluga u ruralnim sredinama je posebno razmatrana.

Neki od važnijih rezultata ovog obimnog istraživanja, kada je u pitanju značaj kriterijuma za vrednovanje kvaliteta poštanske usluge za fizička lica, su:

- 79,4% građana smatra važnim ili veoma važnim usluge prijema i slanja pošiljaka,
- 85,2% ispitanika se izjasnilo da im je važna brzina dostave poštanskih pošiljaka,
- pravovremeno stizanje neoštećene pošiljke je važno ili veoma važno za 89,7% korisnika,
- jednostavnost slanja je važna ili veoma važna za 80,7% ispitanika.
- 79,8% ispitanika je ocenilo ljubaznost osoblja koje radi na prijemu ili dostavi pošte kao važnu ili veoma važnu,
- 87,1% ispitanika smatra važnom ili veoma važnom cenu usluge,
- 75,4% anketiranih građana prepoznaje kao važnu fleksibilnost tj. spremnost da se izade u susret nekoj specifičnoj potrebi.

Rezultati ispitivanja zadovoljstva korisnika poštanskim uslugama su pokazali da radno vreme pošte odgovara 75,1% građana. Vreme potrebno da građani stignu do najbliže pošte je 6-10 minuta. Prosečna ocena zadovoljstva blizinom pošte je 3,73, na skali 1 do 5 (postoji razlika u zadovoljstvu ispitanika iz urbanih i ruralnih sredina, tako da je više zadovoljnijih ispitanika iz urbanih sredina), a blizinom poštanskog sandučeta je 3,65. Prosečna ocena zadovoljstva blizinom pošte u kojoj se prima pošiljka sa izveštajem o dospeću je 3,73, ponovo sa razlikom u odnosu na tip naselja, gde je više zadovoljnijih u urbanim sredinama [8].

Istraživanje Ninamedia research u 2015. godini izvršeno je i među pravnim licima [9] i obuhvatilo sledeće značajne grupe pitanja: prepoznatljivost poštanskih usluga, korišćenje poštanskih usluga i način slanja pošiljaka, prepoznatljivost poštanskih operatora, upoznatost sa univerzalnom poštanskom uslugom, ugovor sa poštom, stepen zadovoljstva poštanskim uslugama, i stav prema univerzalnoj usluzi.

Najvažniji rezultat ovog istraživanja, a u vezi sa stepenom zadovoljstva korisnika, je da pravna lica dominantno iskazuju potpuno zadovoljstvo procedurom slanja i uručenja svih vrsta pošiljaka. Procenat nezadovoljnih korisnika uslugama JP „Pošta Srbije“ ne prelazi 3% i kao razlozi navode se kašnjenje ili neuručenje poslatih pošiljaka, odnosno oštećenje u transportu primljenih pošiljaka [9].

Na zvaničnom sajtu RATEL-a mogu se naći ovakva istraživanja i za prethodne godine, odnosno za 2010, 2011, 2013 i 2014. godinu [8,9].

U skladu sa Pravilnikom [2], na zvaničnom sajtu JP „Pošta Srbije“ objavljeni su *Izveštaji o stanju kvaliteta univerzalne poštanske usluge* iz 2013, 2014, 2015. i 2016. godine [10]. U ovom izveštaju prikazana je analiza kvaliteta univerzalne poštanske usluge koju sprovodi javni operator, kako iz vizure fizičkih, tako i pravnih lica, i to na osnovu: dostupnosti univerzalne poštanske usluge; brzine i pouzdanosti prenosa pošiljaka; bezbednosti pošiljaka; efikasnosti rešavanja reklamacija; zadovoljstva i informisanosti korisnika usluga; nivoa standardizacije i tipizacije; organizacione klime i zadovoljstva poslom.

Istraživanja stavova korisnika u slučaju fizičkih lica sprovodila su se kroz formu ličnog intervjuja i time se davana prilika korisnicima da brojčano, od 1 do 5, izraze svoje nezadovoljstvo, odnosno zadovoljstvo, po različitim kriterijumima za evaluaciju pismenosnih usluga. Takođe im je data mogućnost komentarisanja ili sugestija o načinu pružanja usluga ili celokupnom poslovanju Pošta Srbije. U istraživanju iz 2016. godine korišćen je statistički uzorak od 660 anketiranih osoba (fizičkih lica). Istraživanje indeksa zadovoljstva kod pravnih lica, osim po veličini uzorka, razlikovalo se od istraživanja sprovedenog sa fizičkim licima i po tome što su korisnici unapred odabrani. Takođe, od učesnika-pravnih lica se tražilo još detaljnije izjašnjavanje o iskustvima u korišćenju pismenosnih usluga, a anketiranje je obavljeno na sastancima u poslovnim prostorijama korisnika.

Među većim brojem kriterijuma kojima je evaluirano zadovoljstvo korisnika javnim poštanskim operatorom u pružanju univerzalne poštanske usluge, u određivanju ukupnog indeksa zadovoljstva učestvovali su: 1) poverenje i pouzdanost, 2) rokovi prenosa poštanskih pošiljaka (brzina), 3) raznovrsnost (asortiman usluga), 4) cene pismenosnih usluga i 5) način pružanja usluge, odnosno ljubaznost i profesionalnost zaposlenih (šalterskih radnika i poštara). Rezultati ovog istraživanja za 2016. godinu su prikazani u Tabelama 1 i 2, za fizička i pravna lica, respektivno, u vidu prosečne ocene zadovoljstva korisnika po svakom od kriterijuma, ponderisanih vrednosti relativnim značajem svakog od kriterijuma i ukupnog indeksa zadovoljstva korisnika.

Tabela 1. Evaluacija zadovoljstva fizičkih lica univerzalnom poštanskom uslugom [10]

Kriterijumi za evaluaciju zadovoljstva	Prosečna ocena ispitanika	Relativni značaj kriterijuma	Ponderisane vrednosti
Pouzdanost	4,57	0,25	1,14
Brzina	4,65	0,10	0,47
Asortiman usluga	4,51	0,20	0,90
Cena	4,07	0,25	1,02
Način pružanja usluge	4,69	0,20	0,94
Ukupno		1,00	4,47

Tabela 2. Evaluacija zadovoljstva pravnih lica univerzalnom poštanskom uslugom [10]

Kriterijumi za evaluaciju zadovoljstva	Prosečna ocena ispitanika	Relativni značaj kriterijuma	Ponderisane vrednosti
Pouzdanost	4,88	0,25	1,22
Brzina	4,87	0,20	0,97
Asortiman usluga	4,82	0,20	0,96
Cena	4,47	0,15	0,67
Način pružanja usluge	4,69	0,20	0,94
Ukupno		1,00	4,76

Kao što se može videti iz Tabela 1 i 2 ukupni indeks zadovoljstva korisnika iznosi 4,47 za fizička lica i 4,76 za pravna. U prvom slučaju je indeks zadovoljstva veći za 0,72, a u drugom slučaju za 1,01, od minimalnog prihvatljivog indeksa zadovoljstva korisnika, propisanog Metodologijom praćenja kvaliteta u poštanskom saobraćaju, koji iznosi 3,75. Najvažniji zaključak ovog izveštaja je da su kvalitet usluga i ostali indeksi zadovoljstva u velikom broju kategorija zabeležili statistički rast u 2016. u odnosu na 2015. godinu. Na osnovu vrednosti ukupnog indeksa zadovoljstva od 2013-2016. godine, prikazanih u Tabeli 3, može se konstatovati da je uzorak vrednosti mali da bi se sa značajnjom pouzdanošću moglo tvrditi da postoji trend rasta rasta indeksa zadovoljstva korisnika.

Tabela 3. Indeksi zadovoljstva fizičkih i pravnih lica od 2013 - 2016. godine [10]

Godina Korisnici	2013	2014	2015	2016
Fizička lica	4,53	4,36	4,45	4,47
Pravna lica	4,37	4,66	4,73	4,76

5. Zaključak

Kvalitet poslovanja poštanskog operatora u funkciji je zadovoljstva korisnika, a ono u funkciji kvaliteta usluge i mnogih drugih relevantnih kriterijuma za određivanje indeksa zadovoljstva korisnika. Dat je pregled radova koji se bave određivanjem indeksa zadovoljstva u poštanskom saobraćaju, sa naglaskom na izdvajanje/kategorizaciju relevantnih kriterijuma, njihovu eventualnu dalju podelu na potkriterijume i ustanovljavanje skala za njihovu evaluaciju. Činjenica je da permanentno praćenje zadovoljstva korisnika i prepoznavanje u skladu sa tim slabosti i prednosti operatora, povećava njegove konkurentске sposobnosti na tržištu, a samim tim i profit. Prikazani modeli se odnose na ispitivanje zadovoljstva korisnika za različite tipove usluga, različite segmente procesa obrade pošiljke itd., ali mnogi generalni principi i ustanovljeni kriterijumi za merenje nivoa usluge su slični kod svih uslužnih delatnosti.

Zahvalnost

Ovaj rad je delimično podržan od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Vlade Republike Srbije, kroz projekte TR36006, TR36022 i TR36002 za period 2011-2017.

Literatura

- [1] Zakon o poštanskim uslugama, Službeni glasnik RS, br. 18/2005, 30/2010 i 62/2014.
- [2] Pravilnik o parametrima kvaliteta za obavljanje poštanskih usluga i minimalnom kvalitetu u obavljanju univerzalne poštanske usluge, Službeni glasnik RS, br. 146/2014 i 98/2017.
- [3] RATEL, *Istraživanje modela univerzalne poštanske usluge*, 2015.
- [4] H. Liu, J. Li, and Y. Ge, "Design of Customer Satisfaction Measurement Index System of EMS Service", *The journal of china universities of posts and telecommunications*, vol.13, 1, pp.109-113, 2006.
- [5] B. Li, M.W. Riley, C-T. Hsieh, "Assessing customer satisfaction in parcel industry: an empirical study among university customers", *International Journal of Services and Standards*, vol.1, 2, pp.172-192, 2004.
- [6] J-F. Ding, W-H. Shyu, C-T. Yeh, P-H. Ting, C-T. Ting, C-P. Lin, C-C. Chou, S-S. Wu, "Assessing customer value for express service providers: An empirical study from shippers' perspective in Taiwan", *Journal of Air Transport Management*, vol.55, pp.203-212, 2016.
- [7] P-F. Chou, C-S. Lu, "Assessing Service Quality, Switching Costs and Customer Loyalty in Home-Delivery Services in Taiwan", *Transport Reviews*, vol.29, 6, pp.741–758, November 2009.
- [8] Ninamedia research, *Stepen zadovoljenja potreba korisnika univerzalne poštanske usluge – fizička lica*, naručilac istraživanja RATEL, 2010, 2011, 2013, 2014, 2015.
- [9] Ninamedia research, *Stepen zadovoljenja potreba korisnika univerzalne poštanske usluge – pravna lica*, naručilac istraživanja RATEL, 2010, 2011, 2013, 2014, 2015.
- [10] Pošta Srbije, *Izveštaji o stanju kvaliteta univerzalne poštanske usluge za 2013, 2014, 2015. i 2016. godinu*, 2013-2016.

Abstract: *Managing customer satisfaction with the aim of increasing level of services represents an essential part of modern postal providers' business. Level of services monitoring is a postal providers' obligation as well as their concern. Relevant literature review that analyzes evaluation criteria for determining customer satisfaction with different postal services, in Serbia and worldwide, is given in this paper. Criteria selection influences strongly obtaining of an adequate customer satisfaction index, which is crucial for providers in retaining existing and acquiring new customers, as well as maximizing their profit.*

Keywords: *customer satisfaction, level of services, postal services, postal provider*

REVIEW OF EVALUATION CRITERIA FOR CUSTOMER SATISFACTION WITH POSTAL PROVIDER SERVICES

Branka Dimitrijević, Milica Šelmić, Dragana Macura