

ODRŽIVOST KONCEPTA POŠTANSKE USLUGE U RURALNIM OBLASTIMA

Dejan Marković¹, Jelena Milutinović², Đorđe Popović³

¹ Univerzitet u Beogradu - Saobraćajni fakultet, mdejan@sf.bg.ac.rs

² Visoka škola strukovnih studija za informacione i komunikacione tehnologije,
jelena.milutinovic@ict.edu.rs

³ Saobraćajni fakultet u Doboju, djpopovic@riteugljjevik.com

Sadržaj: *Održivi razvoj je bitan element poštanskih operacija koji doprinosi poboljšanju poslovne efikasnosti, razvoju novih tržišta i jačanju odnosa sa korisnicima. Kroz implementaciju različitih aktivnosti poštanski sektor podiže svest o socijalnim i zdravstvenim pitanjima i doprinosi borbi protiv isključenosti. Svakodnevne aktivnosti na lokalnom nivou utiču na razvoj, funkcionisanje i održanje lokalnih zajednica i kvalitet života pojedinaca. U radu je predstavljena metoda uslovnog vrednovanja kojom se socijalna vrednost poštanskih usluga i poštanske mreže može kvantifikovati. Takođe je prikazan koncept upitnika koji je primenjen u pilot istraživanju.*

Ključne reči: *socijalna vrednost, poštanske usluge, poštanska mreža, metoda uslovnog vrednovanja*

We touch the souls, the hearts and the minds of every citizen on the globe and that's why #Posts are a trusted brand - #UPU_UN DG (Twitter, UniversalPostalUnion @UPU_UN 4. okt 2016)

1. Uvod

Koncept održivosti je jedna od najznačajnijih odrednica u modernom poslovanju. U skladu sa savremenim shvatanjem koncepta održivog razvoja, održivost u poštanskom saobraćaju podrazumeva sveobuhvatno sagledavanje višedimenzionalnog budućeg razvoja poštanskih operadora gde su istovremeno važni i ekonomski i sociološki i ekološki kontekst. Definisanje ciljeva održivosti na globalnom nivou i njihova primena na regionalnom i lokalnom nivou, zahteva razumevanje, prihvatanje i participaciju, kao društveno odgovornih kompanija, tako i šire društvene zajednice.

U prvom delu rada su predstavljeni Globalni ciljevi održivosti i aktivnosti poštanskog sektora u njihovom ostvarenju. Kroz obavezu pružanja univerzalne poštanske usluge definisana je uloga javnih poštanskih operadora (JPO) i specifična socijalna vrednost poštanskih usluga koju JPO sa svojom infrastrukturom i uslugama predstavljaju, posebno za nerazvijena područja. Zatim je predstavljena metoda uslovnog vrednovanja i

primer upitnika koji je korišćen u pilot istraživanju kvantifikacije socijalne vrednosti poštanskih usluga. U zaključku su dati budući pravci istraživanja.

2. Ciljevi održivog razvoja

Održivi razvoj je jedan od načina da se svet razume kao složena interakcija privrednih, društvenih, ekoloških i političkih sistema. Održivi razvoj je humanistička paradigma egzistencije. Suprotnost mu je sebičnost i kratkoročnost. On podrazumeva način da se definišu ciljevi društva koje dobro funkcioniše i omogućava blagostanje kako sadašnjih, tako i budućih generacija. Održivi razvoj je najveći i najsloženiji izazov s kojim se čovečanstvo ikada suočilo.

Na Samitu o održivom razvoju, koji je održan u septembru 2015. godine, države članice Ujedinjenih nacija usvojile su Program održivog razvoja do 2030. godine, koji sadrži 17 Ciljeva održivog razvoja čiji je osnovni motiv iskorenjivanje siromaštva, neravnopravnosti i nepravde, kao i rešavanje pitanja klimatskih promena do 2030. godine.

Ciljevi održivog razvoja, koji se nazivaju i Globalnim ciljevima, predstavljaju nadogradnju Milenijumskih razvojnih ciljeva - osam ciljeva borbe protiv siromaštva koje se svet obavezao da će postići do 2015. godine. Milenijumski ciljevi, usvojeni 2000. godine, obuhvataju borbu protiv siromaštva, gladi, bolesti, neravnopravnosti polova i obezbeđivanje vode i sanitarnih uslova života.

Globalni ciljevi i širi program održivosti idu mnogo dalje od Milenijumskih ciljeva i bave se osnovnim uzrocima siromaštva i univerzalnom potrebom razvoja na dobrobit svih ljudi. Ovih 17 ciljeva održivog razvoja biće okosnica društvenog i privrednog razvoja do 2030. godine:

- Iskoreniti krajnje siromaštvo svuda i u svim oblicima
- Iskoreniti glad, postići bezbednost hrane, poboljšati ishranu i promovisati održivu poljoprivredu
- Obezbediti zdrav život i promovisati blagostanje za ljude svih generacija
- Obezbediti inkluzivno i kvalitetno obrazovanje i promovisati mogućnosti celoživotnog učenja
- Postići rodnu ravnopravnost i osnaživati sve žene i devojčice
- Obezbediti sanitarne uslove i pristup pijaćoj vodi za sve
- Osigurati pristup dostupnoj, pouzdanoj, održivoj i modernoj energiji za sve
- Promovisati inkluzivan i održiv ekonomski rast, zaposlenost i dostojanstven rad za sve
- Izgraditi prilagodljivu infrastrukturu, promovisati održivu industrijalizaciju i podsticati inovativnost
- Smanjiti nejednakost između i unutar država
- Učiniti gradove i ljudska naselja inkluzivnim, bezbednim, prilagodljivim i održivim
- Obezbediti održive oblike potrošnje i proizvodnje
- Preduzeti hitnu akciju u borbi protiv klimatskih promena i njenih posledica
- Očuvati i održivo koristiti okeane, mora i morske resurse za održiv razvoj
- Održivo upravljati šumama, suzbiti dezertifikaciju, zaustaviti i preokrenuti degradaciju zemljišta i sprečiti uništavanje biodiverziteta



- Promovisati miroljubiva i inkluzivna društva za održivi razvoj, obezbediti pristup pravdi za sve i izgraditi efikasne, pouzdane i inkluzivne institucije na svim nivoima
- Učvrstiti globalno partnerstvo za održivi razvoj [1]

Svetski poštanski savez kao specijalizovana agencija UN ima ključnu ulogu u dostizanju zacrtanih ciljeva kroz integracije, inovacije i inkluziju (Tabela 1).

Tabela 1 Uloga poštanskog sektora i aktivnosti u ostvarenju Ciljeva održivog razvoja

Ciljevi održivog razvoja	Aktivnosti poštanskog sektora i definisani potciljevi
 <p>1 NO POVERTY</p>	<p>Pošta je ključni igrač u programu finansijske inkluzije i upravljanju rizikom od katastrofa Pristup finansijskim uslugama, uključujući mikrofinansiranje Smanjenje ugroženosti prouzrokovane ekonomskim, socijalnim, ekološkim šokovima i katastrofama</p>
 <p>2 ZERO HUNGER</p>	<p>Pošta predstavlja sredstvo infrastrukture za ruralni razvoj Ravnopravan pristup zemljištu, finansijskim uslugama i tržištima Povećanje investicija u ruralnu infrastrukturu uključujući povećanu međunarodnu saradnju</p>
 <p>3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING</p>	<p>Pošte kao mreže socijalne inkluzije Okončanje epidemije zaraznih bolesti uključujući i sidu Postizanje univerzalne zdravstvene zaštite uključujući i zaštitu od finansijskog rizika Jačanje kapaciteta zemalja za upravljanje nacionalnim i globalnim zdravstvenim rizikom</p>
 <p>4 QUALITY EDUCATION</p>	<p>Pošte kao mreže znanja koje omogućavaju disperziju znanja i izgradnju kapaciteta Pristup kvalitetnom osnovnom i srednjem obrazovanju Pristup povoljnom i kvalitetnom tehničkom obrazovanju</p>
 <p>5 GENDER EQUALITY</p>	<p>Pošte kao podstrekači finansijske inkluzije žena Pružanje jednakih prava ženama za pristup ekonomskim resursima i finansijskim uslugama</p>

<p>7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY</p> 	<p>Poštanska mreža kao alat za raspoređivanje obnovljivih izvora energije Omogućavanje pristupa pristupačnim, pouzdanim i modernim energetskekim uslugama Povećanje udela obnovljivih izvora energije u ukupnom energetskekom miksu Promovisanje ulaganja u energetskeku infrastrukturu i tehnologiju</p>
<p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p> 	<p>Poštanski sektor daje značajan doprinos ekonomskom razvoju Postizanje rasta malih i srednjih preduzeća kroz pristup finansijskekim uslugama Povećavanje pristupa korisnicima ka uslugama osiguranja, bankarskekim i finansijskekim uslugama</p>
<p>9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</p> 	<p>Poštanski sektor je nosilac inkluzivnih inovacija Razvijanje kvalitetne, pouzdane, održive i elastične infrastrukture, kako regionalne, tako i prekogranične, u cilju podrške ekonomskom razvoju i stvaranju blagostanja sa fokusom na pravičan, pristupačan i dostupan univerzalni servis Ostvarivanje informacionog društva putem povezivanja, komunikacije i pružanjem vladinih servisa korisnicima kojima usluge nisu bile dostupne Pojednostavljivanje i omogućavanje finansijske, tehnološke i tehničke podrške za nerazvijene oblasti Povećanje pristupa IKT i omogućavanje univerzalnog pristupa internetu za najmanje razvijene zemlje</p>
<p>10 REDUCED INEQUALITIES</p> 	<p>Pošte kao siguran kanal socijalne i ekonomske inkluzije Osnaživanje akcija za socijalnu i finansijsku inkluziju Smanjenje troškova transakcija za doznake migrantima</p>
<p>11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES</p> 	<p>Pošte kao ključna infrastruktura urbanog razvoja i upravljanja rizicima Pristup sigurnom, pristupačnom stanovanju i osnovnim uslugama Poboljšanje inkluzivne i održive urbanizacije Razvoj koncepta adresovanja Smanjenje smrtnosti i ekonomskih gubitaka prouzrokovano katastrofama Povećanje broja gradova i naselja koja imaju razvijene nacionalne planove za upravljanje rizikom od katastrofa gde poštanski sektor ima važnu ulogu</p>

<p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p> 	<p>Pošta kao promoter održive korporativne prakse Podsticanje velikih kompanija da usvoje održivu praksu i integrišu informacije o održivosti u cikluse izveštavanja Promovisanje održive prakse javnih nabavki</p>
<p>13 CLIMATE ACTION</p> 	<p>Poštanski sektor daje ključni doprinos globalnom odgovoru na klimatske promene Povećanje otpornosti i adaptivnosti infrastrukture prema prirodnim katastrofama Integrisanje mera protiv klimatskih promena u nacionalne politike Poboljšanje institucionalnih kapaciteta za ublažavanje klimatskih promena</p>
<p>16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS</p> 	<p>Pošta je tradicionalni kanal komunikacije od poverenja Razvijanje inkluzivnih, efikasnih, odgovornih i transparentnih institucija na svim nivoima Osiguravanje javnog pristupa informacijama i zaštita osnovnih ljudskih prava i sloboda</p>
<p>17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS</p> 	<p>Pošte ostvaruju olakšice u trgovini stvarajući strateška partnerstva Povećanje izvoza zemalja u razvoju Unapređenje globalnog partnerstva za održivi razvoj Podsticanje i promovisanje efikasnog javnog, javno-privatnog partnerstva i civilnog društva Povećanje dostupnosti visokokvalitetnih podataka</p>

Aktivnosti poštanskog sektora na globalnom nivou su definisane strategijom razvoja i preuzetim međunarodnim obavezama. Postavlja se pitanje da li su ove aktivnosti uočljive i prepoznatljive za korisnike poštanskih usluga širom sveta, a posebno u seoskim i nerazvijenim oblastima. Sa druge strane, profitabilno poslovanje poštanskih operatera zahteva redukciju troškova i analizu efikasnosti poslovanja jedinica poštanske mreže. Na koji način korisnici danas vide poštanske usluge i javne poštanske operatore i kako ih vrednuju? Da li korisnici percipiraju javne poštanske operatore opterećene teretom univerzalne poštanske usluge sa svojom infrastrukturom i asortimanom kao podrazumevane ili kao pouzdan kanal koji nosi specifičnu socijalnu vrednost?

3. Socijalna vrednost poštanskih usluga

Identifikacija i kategorizacija socijalne koristi je prvi korak u merenju socijalne vrednosti poštanskih usluga. Socijalna vrednost se stvara kada usluga dovodi do poboljšanja u životima pojedinaca ili celokupnog društva, pa se socijalna vrednost može posmatrati kao „socijalno davanje“ koje dovodi do neke dobrobiti, ali koju je teško kvantifikovati.

U literaturi se može naći nekoliko različitih pristupa prilikom pokušaja kvantifikacije ili preciznog definisanja socijalne vrednosti poštanske mreže i poštanskih usluga. U izveštaju [2] dat je pregled najznačajnijih metoda koje su korišćene do tad za ovu svrhu i identifikovane koristi su svrstane osam kategorija:

- za fizička lica – dostupnost i univerzalnost, tržišne cene različitih usluga, pristup dobrima i servisima za osetljive grupe stanovništva;
- poslovne prednosti;
- bezbednost i sigurnost;
- ekološke prednosti;
- omogućavanje komunikacije sa državnim upravom;
- omogućavanje razmene informacija od značaja;
- ostvarivanje društvenih veza;
- jačanje patriotizma, nacionalne svesti, građanskog ponosa i identiteta zajednice.

Posle završene studije Postal Regulatory Commission je preporučio dodatna istraživanja kako bi kvantifikovala identifikovane koristi. Urađeno je šest studija o različitim aspektima društvene i ekonomske vrednosti poštanskog sistema:

- Doprinos poštanske službe u nacionalnim vanrednim situacijama
- Omogućavanje finansijskih usluga i transfera novca za stanovništvo koje nema mogućnost pristupa bankarskim uslugama
- Merenje koristi od seoskih pošta
- Ekonomski efekti pošta
- Transport i uloga pošte kao cenovnog lidera
- Studija bezbednosti i javne sigurnosti zajednice

3.1. Merenje socijalne vrednosti poštanskih usluga

Postoje dve osnovne grupe tehnika vantržišnog vrednovanja, to su:

- *Tehnike otkrivenih preferencija* kod kojih se preferencije izvode iz stvarnih informacija koje dolaze sa tržišta. U ovu grupu tehnika spadaju:
 - Metod defanzivnog ili zaštitnog ponašanja;
 - Hedonističko određivanje cena;
 - Metod putnih troškova;
 - Metod slučajne korisnosti, ili modelovanja diskretnog izbora.
- *Tehnike iskazanih preferencija* pokušavaju da utvrde preferencije direktno od potrošača, putem korišćenja upitnika. U ovu grupu tehnika spadaju:
 - Metod uslovnog vrednovanja
 - Metod modelovanja hipotetičkog izbora

U istraživanju uslovnog vrednovanja (engl CV - Contingent valuation) pojedinci bivaju direktno pitani o svojoj spremnosti, tj. voljnosti, da plate za neku korist, kao i koliko su spremni da plate da bi izbegli neku štetu. Za procenu ukupne ekonomske vrednosti netržišnih dobara mogu se koristiti dva koncepta:

- WTP (engl. Willingness to pay) – spremnost da se plati za nešto dodatno
- WTA (engl. Willingness to accept) – voljnost da se prihvati kompenzacija da se odrekne nekih prava ili ga izgubi

Situacija koju ispitanik vrednuje je hipotetička, zato se i naziva „uslovnom“, ali od njega se očekuje da pruži odgovor kao da se nalazi u realnoj situaciji na tržištu. Na

tako dobijene rezultate ankete primenjuju se ekonometrijske tehnike, putem kojih se saznaje prosečna ponuđena vrednost, a zatim se vrši ekstrapolacija na celu populaciju.

Različite studije su pokazale da WTA pristupi vode ka višim procenama vrednosti nego korišćenjem WTP pristupa jer, za razliku od WTA, WTP vrednost je ograničena budžetom, kao i da se korisnici teže odriču nekog dobra ili usluge koje su već posedovali nego što su spremni da plate za korišćenje istog dobra ili usluge. Takođe u pilot istraživanjima vezano za poštanske usluge je utvrđeno da je koncept razumevanja WTP u odnosu na WTA mnogo jasniji ispitanicima i da daju realnije odgovore.

Ovaj koncept u naučnim radovima ima značajnu primenu u medicini, farmaciji i zaštiti životne sredine. Neki autori su zauzeli stav da predstavlja dragoceno sredstvo prilikom analize troškova i koristi se za evaluaciju novih usluga jer se relativno lako može utvrditi putem jednostavnog istraživanja. Prvi rad iz ove oblasti je Davis Robert objavio 1963. Godine, dok je početkom devedestih godina prošlog veka došlo do intenzivne primene ove metode. Za 50 godina korišćenja ove metode Carson Richard navodi da je objavljeno oko 7000 naučnih radova i studija iz ove oblasti. Ova metoda je tokom svog dugogodišnjeg korišćenja imala veliki broj i zastupnika i kritičara i ona obuhvata kako „vrednosti korišćenja“, tako i „vrednosti nekorišćenja“, odnosno ukupnu ekonomsku vrednost. Ovakva istraživanja rade se u fazi planiranja što može da utiče na promenu politike u donošenju važne odluke za različite proizvode i usluge. Neki od nedostataka se vezuju za razumevanje hipotetičke situacije i razdavanje mogućeg i realnog scenarija i, iz tog razloga, postavljanje nerealno visoke ili niske cene. Protivnici ove metode se slažu da hipotetičko pitanje daje hipotetički odgovor, a zagovornici da ovaj metod predstavlja dobru polaznu osnovu u analizi nekog konkretnog problema i pogodan je za upoređivanje sa drugim metodama zbog svoje fleksibilnosti.

Metoda WTP je korišćena u nekoliko studija koje su se bavile određivanjem socijalne vrednosti poštanskih usluga u Velikoj Britaniji [2], [3], [4] [6] i Norveškoj [5].

Da bi se dobila vrednost WTP, mogu se koristiti različite metode. CV obuhvata nekoliko metoda procene koji na različite načine ispituju korisnika da vrednuje dobro ili uslugu. U istraživanjima je korišćeno:

- Open-ended CV – ovo je najjednostavnija metoda gde korisnici samostalno određuju vrednost koju su spremni da plate. Obično se postavi skala sa širokim rasponom i dve vrednosti – minimalnom i maksimalnom i korisniku se da kratko uputstvo i usmeri da na skali pokaže maksimalnu vrednost koju je spreman da plati kako bi mogao da koristi određenu uslugu ili dobro
- „Igre nadmetanja“ (bidding games) – u okviru ovog pristupa ispitanicima se u nekoliko iteracija postavljaju („da“ – „ne“) pitanja, s tim da je poslednje pitanje otvorenog tipa, a odnosi se na iznos WTP.
- Sistem platne kartice - (engl. Payment card contingent valuation (PC CV)) nudi korisnicima mogućnost da odaberu maksimalan iznos koji bi mogli da izdvoje od velikog broja ponuđenih vrednosti. Ispitanicima pruža vizuelnu pomoć (u vidu većeg broja novčanih iznosa) što u velikoj meri olakšava proces vrednovanja; postavlja ponude ispitanika u relevantan kontekst i istovremeno izbegava negativan uticaj na ispitanike u smislu davanja početne vrednosti
- Dihotomni (diskretni) izbor (engl. Dichotomous choice CV) je nešto kompleksnija metoda. Ona korisnicima pruža mogućnost da daju dva odgovora – („da“ – „ne“) za ponuđenu vrednost i to je Single bounded dichotomous choice.

Dodatna veća ili manja ponuda se daje ispitaniku u zavisnosti od njegovog odgovora („da“ – „ne“) i to je Double bounded dichotomous choice koji se preferira u istraživanjima jer se kroz takav način ispitivanja dobija više informacija od korisnika

Uobičajena praksa u kreiranju upitnika je da se:

- definiše reprezentativan uzorak
- opiše scenario istraživanja na koji ispitanici treba da odgovore
- prikupe odgovori
- analiziraju podaci
- odredi srednja vrednost (ili medijana) WTP-a analizirane populacije
- izračuna ukupna vrednost multiplikovanjem srednje vrednosti (ili medijane) WTP-a ukupnih jedinica populacije

Jedan od problema koji se javlja prilikom određivanja WTP su tzv. protestni odgovori (situacija u kojoj korisnik kao vrednost WTP zaokruži 0 ili odbije da se izjasni što nije odraz njegove realne procene vrednosti WTP). Ovi odgovori se mogu javiti iz razloga povezanih sa procesom vrednovanja ili kao stvar principa – nezadovoljstva da se plaćaju dobra ili usluge. Da li je odgovor protestni ili ne, može se utvrditi postavljanjem dodatnih pitanja. Prilikom obrade podataka i određivanja vrednosti WTP, protestni odgovori se izostavljaju.

Kroz nekoliko različitih studija je utvrđeno da na vrednost WTP mogu uticati neke karakteristike korisnika (demografske – uzrast, pol, obrazovanje, rasa, bračno stanje, obrazovanje; geografske - geografska lokacija (zemlje, regioni, naselja); psihografske – stil života, status, pripadnost, aktivnosti, interesovanja, stavovi, životni stil, ponašanje; društveno-ekonomske – kupovna moć, štednja...).

4. Pilot-istraživanje

Ispitivanje socijalne vrednosti poštanskih usluga je planirano da se, za stanovnike ruralnih oblasti, izvrši do kraja 2018. godine. Konačan izgled upitnika koji bi ispitanici popunjavali je prošao nekoliko faza. Upitnik se sastoji iz nekoliko celina. U uvodnom delu ispitanicima su date osnovne informacije o svrsi i cilju istraživanja – upoznavanju potreba korisnika, njihovih navika u korišćenju poštanskih usluga i određivanju u kojoj meri su poštanska mreža i poštanske usluge značajne za korisnike u ruralnim oblastima. Planirano je da fizička lica koja popunjavaju upitnik, daju odgovore na nivou domaćinstva.

Ovakav tip istraživanja se može sprovoditi na različite načine – slanjem upitnika poštom ili elektronskom poštom (na internetu) ili intervjuisanjem – telefonski ili licem u lice. Postoje prednosti i mane za svaki od navedenih metoda, ali je ideja autora bila da se kroz pilot-istraživanje ispita razumevanje pitanja i formulacija putem intervjua – licem u lice. Ukoliko bi se ispostavilo da ispitanici razumeju koncept i jednostavno prihvataju formulacije, u glavnom istraživanju zbog dostizanja većeg broja ispitanika i smanjenja troškova koristilo bi se kombinovanje dostave štampanih upitnika domaćinstvima i internet – putem Google forme.

Upitnik ima 21 pitanje i, što je bilo značajno ispitanicima, anoniman je. U okviru pilot-istraživanja ispitano je 36 ispitanika iz različitih kategorija na teritoriji opštine Bajina Bašta u Zlatiborskom okrugu. Prvi deo upitnika je vezan za demografske

kategorije stanovništva (pol, starost, obrazovni status i radni status). U drugom delu upitnika izvršeno je ispitivanje navika korisnika u korišćenju usluga pošte. Zatim je od njih zatraženo da ocene određene kategorije poštanskih usluga, frekvenciju korišćenja i značaj za njih i zajednicu, kao i generalni stav o ulugama pošte i dostupnim alternativama. U centralnom delu upitnika su dovedeni u hipotetičku situaciju gde je od njih traženo da zamisle scenario u kome sadašnja poštanska mreža ne postoji i da ne mogu da realizuju svoju potrebu za poštanskim uslugama. Naglašeno je da se od njih traži da pokušaju da što je moguće realnije sagledaju tu situaciju i odrede iznos koji bi njihovo domaćinstvo bilo spremno da plati na mesečnom nivou u valuti evro (metoda payment card) kako bi poštanski saobraćaj funkcionisao na prethodno definisani način. Ponuđena je skala u rasponu 0-100 za koju su autori smatrali da može da obuhvati sve moguće odgovore koji odgovaraju razmišljanju i realnoj situaciji ispitanika. U poslednjem delu upitnika ispitivana je mobilnost stanovništva, mogućnost i svrha korišćenja interneta, pripadnost osetljivim grupama i podaci vezani za karakteristike domaćinstva – broj članova domaćinstva i ukupni mesečni prihodi.

Ispitanici su se izjasnili da je upitnik jasan, da nisu imali poteškoće u razumevanju formulacija i da nije vremenski zahtevan (oko 10 minuta). Neki od ispitanika su sa područja gde je u relativno bliskom vremenskom periodu zatvorena mesna kancelarija, pa su bili vrlo jasnog stava da im je prisutvo pošte važno što su i kvantifikovali kroz odabir većih iznosa na skali. Takođe vredi istaći da su korisnici izrazili izuzetnu empatiju kroz razumevanje značaja održanja koncepta pružanja poštanskih usluga i koje nisu od velikog značaj za njih lično, ali su ocenili da su one vrlo važne za druge korisnike i društvo u celini. Saradljivost, spremnost da se analiziraju hipotetičke situacije i sagledaju detaljnije pojedini aspekti poštanske usluge i na ovom, relativno malom uzorku, ohrabruju autore u daljem istraživanju koje će biti sprovedeno na široj populaciji.

5. Zaključak

U narednoj fazi glavno istraživanje će biti sprovedeno u selima u Istočnoj i Zapadnoj Srbiji dostavom štampanih upitnika i popunjavanjem online forme upitnika gde je to moguće. Kao izlaz se očekuje detaljnije upoznavanje sa navikama različitih grupa stanovništva u vezi korišćenja poštanskih usluga, ocena njihovog (ne)zadovoljstva različitim aspektima poštanske usluge i pruženim kvalitetom, kao i značajem poštanske infrastrukture za korisnike i društvo u celini. Određivanjem ukupne WTP vrednosti dobija se kvantifikacija socijalne vrednosti poštanske mreže i poštanskih usluga koja je uporediva i može koristiti kao osnov za donošenje važnih odluka u restrukturiranju poštanske mreže i izmeni poslovne politike, gde će se, pored kriterijuma efikasnosti i ekonomičnosti, uvesti i kriterijum uticaja na razvoj i opstanak lokalnih zajednica – kvantifikovana socijalna vrednost.

Literatura

[1] Sustainable Development Solution Network SDSN (2013) An Action agenda for Sustainable Development, Sustainable Development Solution Network, NewYork

- [2] The Urban Institute (2010): A Framework for Considering the Social Value of Postal Services. Final Report for the Postal Regulatory Commission, Washington, DC, February 2, 2010.
- [3] NERA, 2009. The social value of the post office network, Report for Postcomm. http://www.nera.com/67_5515.htm.
- [4] NERA and RAND, 2003. Cost-benefit analysis of rural post office branches, http://www.nera.com/67_4975.htm.
- [5] Henrik Lindhjem, Simon Pedersen, 2011. Should publicly funded postal services be reduced? A cost-benefit analysis of the universal service obligation in Norway, Review of Network Economics, ISSN (Online) 1446-9022, DOI: <https://doi.org/10.1515/1446-9022.1345>.
- [6] UK Government Investments and Department for Business, Energy & Industrial Strategy, 2016, Post Office Network: Social value, Independent study looking at the social value of the Post Office network

Abstract: *Sustainable development is an important element of postal operations which contributes to the improvement of business efficiency, new market development as well as the strengthening of customer relations. Through the implementations of different activities, the postal sector raises the conscience about social and health-related questions and contributes combating exclusion. Everyday activities on the local level influence developing, functioning and sustaining local communities as well as the quality of life of the individuals. Presented in this article is a method of conditional valuing by which the social rate of postal services and postal networks can be quantified. Also shown is the concept of the questionnaire which was used in the pilot stage of the research.*

Keywords: *social value, postal service, postal network, Contingent valuation*

**SUSTAINABILITY OF THE CONCEPT
OF POSTAL SERVICE IN RURAL AREAS**
Dejan Marković, Jelena Milutinović, Đorđe Popović