

ZADOVOLJSTVO KORISNIKA MOBILNIH MREŽA U SRBIJI (REZULTATI ANKETNOG ISTRAŽIVANJA)

SATISFACTION OF USERS OF MOBILE NETWORKS IN SERBIA

Marko Pavlović²³⁰
Milijanka Ratković²³¹
Živan Bajić²³²

DOI: <https://doi.org/10.31410/EMAN.2018.553>

Sadržaj: Telekomunikaciono tržište mobilne telefonije u Srbiji je liberalno i na njemu posluju tri mobilna operatera. Korisnici više nisu vezani samo za jednog operatera, već imaju mogućnost izbora, kod kog operatera žele da koriste usluge. Kako određeni broj korisnika ne bi otišao iz jedne mreže, operateri koriste određene programe kojima nagrađuju svoje verne korisnike. Mobilni operateri koriste i druge marketing aktivnosti kako bi privukli korisnike iz konkurentskih mreža. Kvalitet telekomunikacionih usluga postaje područje istraživanja telekomunikacionih kompanija, kao bitan element konkurentске prednosti. Kako bi zadržali konkurentnost na tržištu Srbije, mobilni operateri moraju da prepoznaju i ispune zahteve svojih korisnika. **Predmet istraživanja ovog rada je:** utvrđivanje zadovoljstva korisnika mobilnih operatera u Srbiji. **Hipoteze:** H₀: Korisnici usluga mobilnih operatera nisu zadovoljni uslugama koje pružaju mobilni operateri u Srbiji. **Posebne hipoteze:** H₁: Kod odabira mobilnog operatera korisnicima je važna mogućnost kupovine željenog mobilnog uređaja- hipoteza nije potvrđena. H₂: Kod odabira mobilnog operatera korisnicima je važna cena usluge- hipoteza je potvrđena. H₃: Kod odabira mobilnog operatera korisnicima je važna brzina interneta koju nudi operater- hipoteza je delimično potvrđena. H₄: Postoje razlike u zadovoljstvu korisnika mobilnih operatera u odnosu na pol, stepen stručne spreme, socijalni status, visinu mesečnih prihoda i mesto prebivališta ispitanika - hipoteza je delimično potvrđena. **Cilj istraživanja:** jeste identifikacija ključnih kriterijuma pri odabiru mobilnog operatera u Srbiji. Dodatni cilj ovog rada jeste otkrivanje mogućnosti unapređenja usluga kao i prikaz nedostataka koje operateri u Srbiji pružaju. U nastavku rada korišćen je upitnik koji sastavljen od strane autora prilagođen za ovo istraživanje. Ukupan broj anketiranih korisnika je 128. Obrada je izvršena pomoću SPSS programa. Prikazanu su rezultati i dalji pravci istraživanja.

Ključne reči: mobilni operateri, zadovoljstvo korisnika, zadržavanje korisnika, kvalitet usluga i cena.

Contents: Mobile telephones telecommunications market in Serbia is liberal and three mobile operators do business on it. Users are no longer connected to just one operator, but they have the possibility of choice, what operator they would like to use services from. To prevent a certain number of users from leaving from one network, operators use certain programs by which they reward their loyal users. Mobile operators use other marketing activities in order to attract users from competitive networks. Quality of telecommunications services is becoming the area of research of telecommunications companies, as an important element of competitive advantage. In order to remain competitive on the market of Serbia, mobile operators have to recognize and meet the requirements of their users. The subject of research of this study is:

²³⁰ Univerzitet Union Nikola Tesla, Staro Sajmište 29, Beograd, Srbija

²³¹ Univerzitet Union Nikola Tesla, Staro Sajmište 29, Beograd, Srbija

²³² Univerzitet Privredna Akademija Novi Sad, Cvećarska 2, Srbija

Establishing customer satisfaction of users of mobile operators. Hypotheses: H0: Users of mobile operators services are not satisfied with services mobile operators in Serbia provide. Special hypotheses: H1 With the choice of mobile operators, a possibility of buying a desired mobile telephone is important for users- the hypothesis has not been confirmed, H2. With the selection of mobile operator, what is important for users is the price of service- the hypothesis has been confirmed. H3 With the choice of mobile operators, what is important for users is the speed of the internet the operator offers – the hypotheses is partially confirmed. H4 There are differences in satisfaction of users of mobile operators in relation to gender, degree of education, social status, the amount of monthly income and the place of residence of the examinee – the hypothesis is partially confirmed. The aim of the research: is identification of key criteria at the choice of mobile operators in Serbia. An additional aim of this study is discovering the possibilities of improvement of services as well as demonstration of shortcomings operators provide in Serbia. In continuation of this study, a questionnaire has been composed by the authors and adjusted to this research. The total number of questioned users is 128. Processing has been done with the assistance of the SPSS program. Results have been demonstrated including the further directions of research.

Key words: *mobile operators, customer satisfaction, keeping users, quality of services and prices.*

1. UVOD

Uključenje novih tehnologija u različitim područjima poslovanja je postalo imperativ u današnjem okruženju [12]. U Srbiji imamo tri mobilna operatera - MTS, Telenor i VIP. Svedoci smo da se broj korisnika mobilnih mreža zadnjih desetak godina povećao. Telekomunikacioni operatori se danas suočavaju sa vrlo velikom konkurencijom, eksplozijom kapaciteta infrastrukture, zahtevima koje postavlja Internet saobraćaj, mogućnostima velikog broja servisa i stalno rastućim zahtevima korisnika [9]. Mobilni operateri u Srbiji trude se da svakodnevno pružaju i poboljšaju usluge. Nije dovoljno korisniku omogućiti samo kupovinu novog uređaja po povoljnim uslovima, već je potrebno pružiti i internet pristup u svim delovima zemlje.

Razvoj dugoročnih odnosa sa potrošačima podrazumeva stalnu interakciju između potrošača i preduzeća, i na bazi dobijenih informacija, prilagođavanje ponude. Nove korisnike telekomunikacione kompanije u Srbiji moraju pretvoriti u lojalne, ali to zahteva dosta vremena i uloženog truda.

Ukoliko uporedimo tržište telekomunikacija pre dvadesetak godina sa sadašnjim, možemo videti da je to jedna od najbrže rastućih industrija. Danas je nezamislivo da postoje pojedinci koji ne koriste mobilnu tehnologiju. Tržište telekomunikacija je bitan segment svake države i često se shvata kao snaga razvoja, te je samim tim njegova uloga naglašena [5]. Telekomunikacione mreže danas povezuju sve zemlje sveta zahvaljujući novoj savremenoj tehnologiji. Pokazatelji razvijenosti telekomunikacionog tržišta zasnivaju se na metodologiji koja se primenjuje u Evropskoj uniji i mogu se kategorizovati u nekoliko grupa: finansijski pokazatelji, pokazatelji rasprostranjenosti mreža i usluga, broj operatera i pružaoca usluga, mogućnost odabira operatera ili pružaoca usluga, pokazatelji primene novih tehnologija [6].

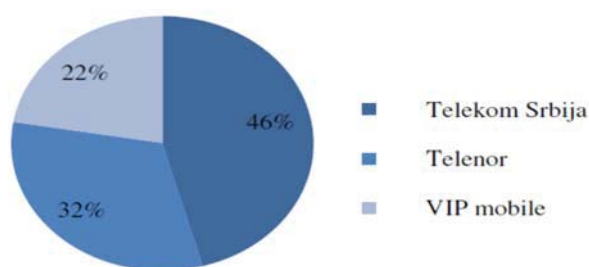
Mobilni operateri koji posluju u konkurentskom tržišnom okruženju koje karakterišu procesi liberalizacije i globalizacije, nužno se moraju suočavati sa problematikom kvaliteta usluga, a

zadovoljstvo korisnika usluga postaje jedan od preduslova, ne samo rasta profitabilnosti nego i opstanka kompanije na tržištu [1]. Konkurentni operateri pored pružanja kvaliteta usluge, korisniku moraju pružiti i veće zadovoljstvo prilikom korišćenja njihovih usluga. Zadovoljni korisnici postaju lojalni i na taj način mobilni operateri postižu sigurniji i bolji rezultat poslovanja.

Kompanija "Telekom Srbija" osnovana je 1997. godine u postupku restrukturiranja PTT sistema. Karakteriše je trend rasta i razvoja, briga o korisnicima, kvalitet usluge kao i širok asortiman IT usluga [2]. Broj korisnika mobilnog telefona u EU je mnogo veći od broja fiksnih priključaka, s obzirom na to da 93% domaćinstva ima mobilni telefon [10]. Situacija u ostalim evropskim zemljama je više od 90% domaćinstva poseduje mobilni telefon, sa izuzetkom su Bugarska i Grčka gde je taj procenat zanemarujući u odnosu na EU. Ukupan broj korisnika mobilne telefonije u Telekomu Srbija u 2016. godini bio je 5,9 miliona [11]. Od toga broj prepaid korisnika iznosi 3,2 miliona i čini 57% ukupnog broja korisnika, dok broj postpaid korisnika iznosi 2,8 miliona i učestvuje sa 43% u ukupnom broju korisnika [11].

Drugi operater, Telenor, čije je glavno sedište u Norveškoj, osnovan 1994. godine pod imenom Mobtel u Srbiji, kao preduzeće BK Trejd iz Moskve sa vlasništvom 51% kapitala BK i JP PTT saobraćaja Srbije 49% [3].

Prikaz tržišnog učešća operatera prema broju korisnika u 2016. godini



Izvor: Ratel

Pojavom konkurencije, marketinški alati dobijaju na većem značaju. Polako se prihvata koncept marketing odnosa između kupca i prodavca. Marketing kao poslovna strategija sadrži niz aktivnosti koje omogućavaju uspešno približavanje kompanija tržištu, a sve to radi zadovoljavanja potreba korisnika. To se pre svega odnosi na identifikaciju potreba korisnika, razvoj usluga, zadovoljenje potreba korisnika, utvrđivanje cena, distribucija usluga i komunikacija sa tržištem [5]. Marketing je danas važan za mobilne operatere i ne može se smatrati samo jednom od funkcija, već je on sveukupan deo poslovanja, sa krajnjim ciljem zadržavanja i pridobijanja novih korisnika. Marketing menadžment se smatra umetnošću i naukom izbora ciljnih tržišta i sposobnošću pridobijanja, zadržavanja i povećanja broja kupaca putem stvaranja, isporuke i komuniciranja superiorne vrednosti za kupce [7]. Istraživanje marketinga reaguje na problem, ili na određenu priliku, što ovaj proces svrstava u reaktivne, za razliku od marketing informacionog sistema koji kontinuirano prikuplja, obrađuje, analizira i distribuira podatke, u cilju sprečavanja problema, ili smanjenja efekata određene neželjene situacije [8]. CRM treba da svaku komunikaciju i interakciju sa korisnikom, i dobijene informacije iskoristi kako bi u pravom trenutku ponudio odgovarajući proizvod ili uslugu. Savremeni procesi, ogromna konkurencija i smanjena kupovna moć ukazuju na mogućnost pada prihoda mobilnih operatera ne samo u Srbiji već i u okruženju. Težnja za održivim nivoom profitabilnosti generiše konstantne zahteve za smanjenjem troškova što može imati negativne posledice po kvalitet usluga. Upravo iz navedenog dolazimo do značaja CRM. Naime, CRM je

sredstvo koji će omogućiti da se u datim okolnostima stabilizuju prihodi i smanje troškovi. Drugim rečima, CRM je poslovna strategija dizajnirana sa ciljem da smanji troškove poslovanja i poveća profitabilnost koja se oslanja na povećanje lojalnosti korisnika.

2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA I UZORAK ISPITANIKA

Hipoteze istraživanja

U skladu sa ciljevima istraživanja koji proističu iz teorijskih postavki rada, ali i u skladu sa prethodnim istraživanjima na temu zadovoljstva korisnika komercijalnim uslugama, između ostalog i zadovoljstva korisnika usluga mobilnih operatera, formulirana je jedna **opšta hipoteza** i pet posebnih:

H₀: Korisnici usluga mobilnih operatera nisu zadovoljni uslugama koje pružaju mobilni operateri u Srbiji.

Posebne hipoteze:

H₁. Kod odabira mobilnog operatera korisnicima je važna mogućnost kupovine željenog mobilnog uređaja- hipoteza nije potvrđena.

H₂. Kod odabira mobilnog operatera korisnicima je važna cena usluge- hipoteza je potvrđena.

H₃. Kod odabira mobilnog operatera korisnicima je važna brzina internet koju nudi operater- hipoteza je delimično potvrđena.

H₄. Postoje razlike u zadovoljstvu korisnika mobilnih operatera u odnosu na pol, stepen stručne spreme, socijalni status, visinu mesečnih prihoda i mesto prebivališta ispitanika- hipoteza je delimično potvrđena.

Ograničenja pri istraživanju: prosleđeno je više od 1500 e-mailova. Pojedini ispitanici nisu popunili upitnik do kraja, a pojedini ispitanici su se izjasnili da nemaju dovoljno vremena. Nisi ispitivani ispitanici sa osnovnom i srednjom školom i ako su oni korisnici. Nije reprezentativan uzorak korisnika VIP mreže svega 9,4%. Ukupan broj ispitanika su doktori nauka jer su takvi ispitanici spremni da učestvuju u istraživanju za razliku od drugih pa je i za očekivati da je u rasponu zarade i njihova plata veća.

Varijable u istraživanju

Zavisna varijabla:

- Zadovoljstvo korisnika uslugama mobilnih operatera (ZUMO)

Msc Marko Pavlović, dipl.ecc

Rođen 1982. godine u Beogradu. Završio

Fakultet za Uslužni biznis 2006. godine a 2008.

godine master studije na Spoljnotrovinskom

fakultetu u Novom Sadu. Takođe završio je i

Ekonomski fakultet smer: marketing, menadžment i preduzetništvo. 2017. godine

završio master studije na Fakultetu za ekonomiju i inženjerski menadžment u Novom

Sadu, smer poslovna ekonomija. Treća je godina doktorskih studija Univerziteta Union

Nikola Tesla iz Beograda, gde je prijavljena doktorska teza pod nazivom: "Istraživanje

zadovoljstva individualnih korisnika bankarskih usluga u razvijenim zemljama i

mogućnosti unapređenja u Srbiji "

Zaposlen je u Pošti Srbije od 2001. godine na poslovima glavnog saradnika u Službi za

usluge prodaju i marketing. Do sada ima preko trideset naučnih radova. Tri školske

godine biran i radio kao asistent na Fakultetu za ekonomiju i inženjerski menadžment iz

Novog Sada.

Oblast istraživanja: marketing, penzijski fondovi, menadžment ljudskih resursa, bankarstvo i odnosi sa kupcima.



Nezavisne varijable:

- Vrsta mobilne mreže (Telekom (MTS), Telenor, VIP).
- Dužina korišćenja usluga mobilnog operatera (1-6 meseci, 6-12 meseci, 1-2 godine, duže od 2 godine).
- Da li ispitanici koriste usluge drugog mobilnog operatera (Da, Ne).
- Da li su ispitanici menjali svog primarnog mobilnog operatera (Jednom, Dva i više puta, Nisam menjao/la).
- Razlozi menjanja mobilnog operatera (Previsoka cena, Loša pokrivenost mrežom, Nezadovoljstvo pruženom uslugom...).
- Da li ispitanici smatraju da je potreban još neki mobilni operater u Srbiji (Da, Ne, Nisam siguran/a).

Sociodemografske varijable:

- Pol, Stručna sprema ispitanika, Socijalni status, Visina mesečnih prihoda i Mesto prebivališta ispitanika.

Uzorak istraživanja

Ukupan uzorak istraživanja čini 128 ispitanika, oba pola, korisnika usluga mobilnih mreža u Srbiji. Istraživanje je sprovedeno u periodu od početka decembra 2017. godine - do prve polovine januara 2018.godine, na taj način što je ispitanicima putem i-mejla poslat upit za učestvovanje u istraživanju uz objašnjenje u koju svrhu se vrši istraživanje, kao napomenu da su svi dobijeni podaci anonimni i da će biti korišćeni isključivo u cilju ovog istraživanja.

Prema polu ispitanika uzorka je približno ujednačen. Naime, od 128 ispitanika, 68 (53,1%) čine ispitanici ženskog pola a 60 (46,9%) čine ispitanici muškog pola (Tabela 1).

Tabela 1. Struktura uzorka prema polu ispitanika

Pol	F	%
Ženski	68	53,1
Muški	60	46,9
Ukupno (Σ)	128	100,0

Kada je u pitanju stručna sprema ispitanika (Tabela 2), najviše ispitanika u uzorku ima zvanje doktor nauka (46,9%). Zatim po brojnosti slede ispitanici sa završenim fakultetom (28,1%) i ispitanici sa zvanjem master/magistar (21,3%). Najmanje ispitanika iz istraživanja ima više ili visoko obrazovanje (3,1%) a u istraživanju nisu zastupljeni ispitanici sa osnovnim i srednjim obrazovanjem.

Tabela 2. Struktura uzorka prema stručnoj spremi ispitanika

Stručna sprema	f	%
Viša/Visoka	4	3,1
Fakultet	36	28,1
Master/Magistar	28	21,9
Doktor nauka	60	46,9
Ukupno (Σ)	128	100,0

U odnosu na socijalni status ispitanika (Tabela 3), uzorak je neujednačen. Najveći deo ispitanika obuhvaćenih ovim istraživanjem je u radnom odnosu (93,8%). Znatno manji procenat

ispitanika je nezaposleno (3,1%) ili studira (3,1%). Istraživanjem nisu obuhvaćene druge kategorije socijalnog statusa - penzioner, poljoprivrednik..

Tabela 3. Struktura uzorka prema socijalnom statusu ispitanika

Socijalni status	f	%
Zaposlen/a	120	93,8
Nezaposlen/a	4	3,1
Student	4	3,1
Ukupno (Σ)	128	100,0

Kada je u pitanju struktura uzorka prema visini mesečnih prihoda ispitanika (Tabela 4), najveći deo ispitanika, nešto više od trećine uzorka, ima mesečne prihode preko 65.000 rsd (37,5%). Na drugom mestu po brojnosti nalaze se ispitanici sa prihodima od 50-65.000 rsd (21,9%) a u znatno manjem procentu su zastupljeni ispitanici sa nižim prihodima, od 25-50.000 rsd (3,1%) i do 25.000 rsd (3,1%). Pored toga, približno jedna trećina uzorka ne želi da otkrije visinu svojih mesečnih prihoda (34,4%).

Tabela 4. Struktura uzorka prema visini mesečnih prihoda ispitanika

Mesečni prihodi	f	%
do 25.000 rsd	4	3,1
25-50.000 rsd	4	3,1
50-65.000 rsd	28	21,9
Više od 65.000 rsd	48	37,5
Ne želim reći	44	34,4
Ukupno (Σ)	128	100,0

U odnosu na mesto prebivališta ispitanika (tabela 5), najviše ispitanika u istraživanju ima prebivalište u regionu Vojvodine (37,5%). Pored toga, 28,1% ispitanika je iz Južnog regiona a 15,6% iz regiona Beograda. U znatno manjem procentu su zastupljeni ispitanici iz Zapadnog regiona (6,3%), Centralnog regiona (6,3) i regiona Kosova i Metohije (6,3%). Istraživanjem nisu obuhvaćeni ispitanici iz Istočnog regiona Srbije.

Tabela 5. Struktura uzorka prema mestu prebivališta ispitanika

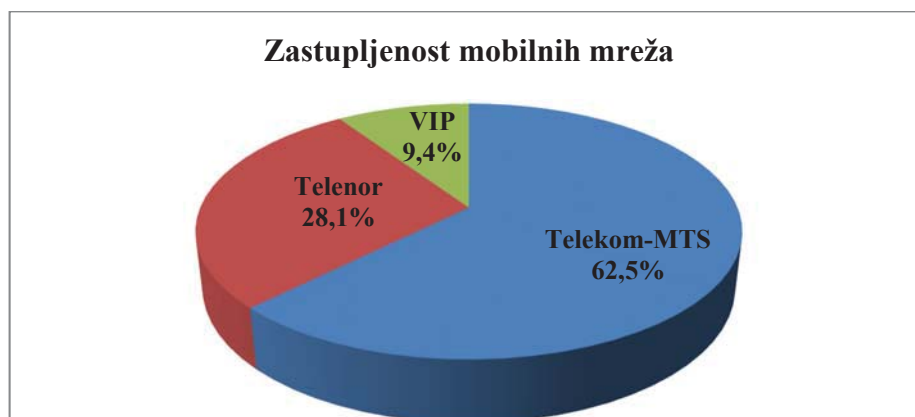
Prebivalište	f	%
Vojvodina	48	37,5
Beograd	20	15,6
Zapadni region	8	6,3
Centralni region	8	6,3
Južni region	36	28,1
Kosovo i Metohija	8	6,3
Ukupno (Σ)	128	100,0

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Mobilne mreže

Kada je u pitanju zastupljenost mobilnih operatera u Srbiji, od 128 ispitanika koji su obuhvaćeni istraživanjem (Grafikon 1), nešto manje od dve trećine koristi usluge Telekom-a -MTS-a

(62,3%). Na drugom mestu po zastupljenosti nalazi se Telenor mobilna mreža, koju koristi 28,1% ispitanika a ispitanici najmanje koriste VIP mobilnu mrežu (9,4%).



Grafikon 1. Zastupljenost mobilnih operatera

U odnosu na dužinu korišćenje usluga određenog mobilnog operatera (Tabela 1), ubedljivo najviše ispitanika koristi usluge svog mobilnog operatera duže od dve godine (93,8%). U znatno manjem procentu ispitanici koriste usluge svog mobilnog operatera od 1 do 2 godine (3,1%) ili od 1 do 6 meseci (3,1%). Ovakav rezultat ukazuje na to da kada se korisnici usluga mobilnih operatera u Srbiji odluče za nekog od operatera to uglavnom podrazumeva dugoročnu posvećenost.

Tabela 1. Dužina korišćenja usluga trenutnog mobilnog operatera

Dužina korišćenja usluga MO	f	%
1 do 6 meseci	4	3,1
1 do 2 godine	4	3,1
2 godine i više	120	93,8
Ukupno (Σ)	128	100,0

Kada je u pitanju korišćenje usluga još nekog od mobilnih operatera pored svog primarnog, najveći deo ispitanika ne koristi usluge drugih mobilnih operatera (81,3%) a znatno manji procenat ispitanika koristi i usluge drugih mobilnih operatera (18,8%) (Tabela 2). Ovaj nalaz u skladu je sa nalazom iz prethodne tabele (Tabela 1) i ukazuje na dugoročnu posvećenost koju korisnici usluga gaje prema svojim mobilnim operaterima. Podatak da jedan deo ispitanika (18,7%) ipak koristi i usluge drugih operatera ne mora da ukazuje na to da postoji nezadovoljstvo, već se druga mreža koristi iz praktičnih razloga (npr. službeni telefon).

Tabela 2. Usluge drugog mobilnog operatera

Drugi MO	f	%
Da	24	18,7
Ne	104	81,3
Ukupno (Σ)	128	100,0

U tabeli 3 dat je prikaz strukture odgovora ispitanika u odnosu na to da li, i ako jesu koliko puta su ispitanici menjali mobilne operatore. Dobijeni nalaz u skladu je sa prethodnim nalazima i pokazuje da veći deo uzorka nije menjalo svog primarnog mobilnog operatera (68,8%). Pored

toga jedna četvrtina ispitanika (25,0%) je svog mobilnog operatera menjala jednom a samo 6,3% ispitanika je svog mobilnog operatera menjala dva ili više puta.

Tabela 3. Menjanje mobilnog operatera

Menjanje MO	f	%
Da, jednom	32	25,0
Da, dva i više puta	8	6,3
Nisam menjao/la	88	68,8
Ukupno (Σ)	128	100,0

Kada su u pitanju razlozi za promenu mobilne mreže (Tabela 4), od ukupno 56 ispitanika koji su dali odgovor na ovo pitanje, po 14,3% ispitanika je kao razlog navelo *Previsoku cenu* ili *Nezadovoljstvo pruženom uslugom* a 7,1% ispitanika je kao razlog navela *Lošu pokrivenost mrežom*. Najveći deo uzorka, više od polovine, odabralo je odgovor *Drugo* (Tabela 4).

Tabela 4. Razlozi menjanja mobilnog operatera

Razlozi menjanja MO	f	%
Previsoka cena	8	14,3
Loša pokrivenost mrežom	4	7,1
Nezadovoljstvo pruženom uslugom	8	14,3
Drugo	36	64,3
Ukupno (Σ)	56	100,0

Pored toga, nešto više od polovine uzorka (59,4%) ispitanika izjavilo je da je u Srbiji potreban još neki mobilni operater u cilju poboljšanja cene i kvaliteta usluga a 21,9% ispitanika nije sigurno. Protiv uvođenja još jednog mobilnog operatera u ponudu mobilnih mreža u Srbiji bilo je 18,8% (Tabela 5).

Tabela 5. Da li je u Srbiji potreban još koji mobilni operater

Novi MO u Srbiji	f	%
Da	76	59,4
Ne	24	18,8
Nisam siguran/a	28	21,9
Ukupno (Σ)	128	100,0

Pouzdanost instrumenta

U cilju sprovođenja istraživanja kreiran je upitnik kojim se meri zadovoljstvo ispitanika uslugama mobilnih operatera u Srbiji (ZUMO). Upitnik se sastoji od 11 tvrdnji, tipa Likerta, sa rasponom odgovora od 1- uopšte se ne slažem do 5- u potpunosti se slažem. Veći skor na upitniku označava veće zadovoljstvo ispitanika uslugama mobilnih operatera u Srbiji.

Pre prikaza rezultata dobijenih primenom upitnika ZUMO, potrebno je izvršiti proveru pouzdanosti upitnika korišćenjem Kronbahovog alfa koeficijeta (α). Rezultati istraživanja pokazali su visoku pouzdanost upitnika (Tabela 6). Dobijen je Kronbahov alfa koeficijent $\alpha=0,852$.

Tabela 6. Pouzdanost instrumenta

Upitnik	Kronbahov alfa koeficijet (α)	Broj tvrdnji (N)
ZUMO	0,852	11

Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera

Rezultati istraživanja pokazali su da kada je u pitanju zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u Srbiji, mereno upitnikom ZUMO, na nivou celokupnog uzorka (N=128) postoji visoko, iznad prosečno zadovoljstvo. Prosek skorova na upitniku je AS=3,70, SD=0,780, empirijski raspon dobijenih odgovora kreće se od minimalnih 1 do maksimalnih 5 (Tabela 7).

Tabela 7. Izraženost zadovoljstva uslugama mobilnih operatera

Upitnik	MIN	MAX	AS	SD
ZUMO	1	5	3,70	0,780

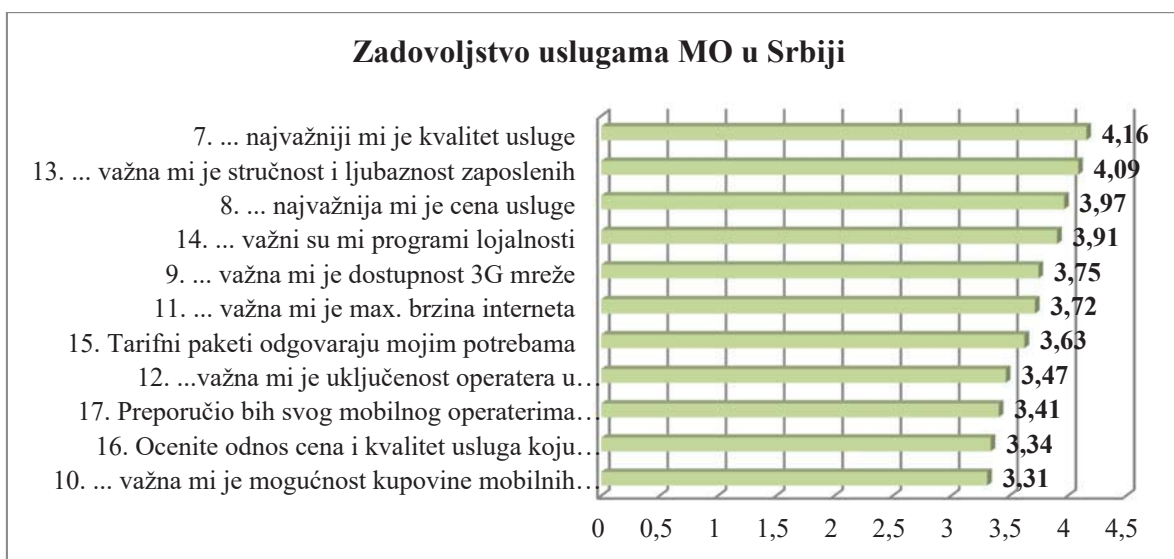
Gledano u odnosu na teorijski raspon upitnika (1 do 5), na uzorku ispitanika u ovom istraživanju postoji iznad prosečno zadovoljstvo uslugama koje nude mobilni operateri u Srbiji. Na nivou pojedinih ajtema upitnika (Tabela 8), najveća izraženost dobijena je na ajtemima 7. *Kod odabira mobilnog operatera najvažniji mi je kvalitet usluge* (AS=4,16, SD=1,068) i 13. *Kod odabira mobilnog operatera važna mi je stručnost i ljubaznost zaposlenih* (AS=4,09, SD=1,264).

Tabela 8. Izraženost skorova na ajtemima upitnika ZUMO

Tvrdnja (ajtem)	AS	SD
7. Kod odabira mobilnog operatera najvažniji mi je kvalitet usluge	4,16	1,068
8. Kod odabira mobilnog operatera najvažnija mi je cena usluge	3,97	1,108
9. Kod odabira mobilnog operatera važna mi je dostupnost 3G mreže	3,75	1,255
10. Kod odabira mobilnog operatera važna mi je mogućnost kupovine mobilnih uređaja po povoljnim cenama	3,31	1,385
11. Kod odabira mobilnog operatera važna mi je max. brzina interneta	3,72	1,357
12. Kod odabira mobilnog operatera važna mi je uključenost operatera u programe društveno odgovornog poslovanja	3,47	1,279
13. Kod odabira mobilnog operatera važna mi je stručnost i ljubaznost zaposlenih	4,09	1,264
14. Kod odabira mobilnog operatera važni su mi programi lojalnosti	3,91	1,289
15. Tarifni paketi odgovaraju mojim potrebama	3,63	1,322
16. Ocenite odnos cena i kvalitet usluga koju dobijate	3,34	1,023
17. Preporučio bih svog mobilnog operaterima drugima	3,41	1,090

Na trećem mestu po izraženosti nalazi se tvrdnja 8. *Kod odabira mobilnog operatera najvažnija mi je cena usluge* (AS=3,97, SD=1,108) a na šestom mestu odnosno na samoj sredini raspona odgovora ispitanika nalazi se tvrdnja 11. *Kod odabira mobilnog operatera važna mi je max. brzina interneta* (AS=3,72, SD=1,357) (Grafikon 2).

Najmanja izraženost dobijena je na ajtemu 10. *Kod odabira mobilnog operatera važna mi je mogućnost kupovine mobilnih uređaja po povoljnim cenama* (AS=3,31, SD=1,385) ali je i izraženost na ovoj tvrdnji daleko iznad teorijskog proseka (1-5).



Grafikon 2. Najvažniji aspekti usluga mobilnih operatera

Odnos zavisne i nezavisnih varijabli

Kada je u pitanju odnos zadovoljstva korisnika uslugama mobilnih operatera (ZUMO) u odnosu na vrstu mreže koju ispitanici koriste (Tabela 9), najveće zadovoljstvo dobijeno je kod korisnika Telenor mobilne mreže (AS=4,07, SD=0,304), zatim kod ispitanika koji koriste Telekom (MTS) mobilnu mrežu (AS=3,67, SD=0,842) a ubedljivo najmanje zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera dobijena je kod ispitanika koji koriste VIP mobilnu mrežu (AS=2,85, SD=0,627). Iako je kod ovih ispitanika dobijena najmanja izraženost, ovaj skor nalazi se iznad teorijskog proseka upitnika (1 do 5) pa možemo reći da su i ispitanici koji koriste VIP zadovoljni uslugama ali u znatno manjoj meri nego ispitanici koji koriste druge mobilne operatere.

Milijanka Ratković je redovni profesor na Fakultetu za poslovne studije i pravo, Univerziteta „UNION – Nikola Tesla“ u Beogradu i na Fakultetu za sportski menadžment, Univerziteta Donja Gorica u Podgorici.



Predaje predmete Marketing, Ponašanje potrošača i Marketing u sportu. Autor je preko sedamdeset članaka u domaćim i međunarodnim časopisima, zbornicima radova, uključujući poglavlja u monografijama i monografske publikacije kao i recenzent više naučnih časopisa kako u Srbiji tako i van.

Tabela 9. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od vrste mobilne mreže

Vrsta mreže	N	AS	SD	F	p
Telekom- MTS	80	3,67	0,842	13,497	0,000**
Telenor	36	4,07	0,304		
VIP	12	2,85	0,627		

$df=2$; $p<0,01$ **;

Proverom značajnosti dobijenih razlika u izraženosti zadovoljstva ispitanika uslugama mobilnih operatera (Tabela 9), dobijena je statistički značajna razlika ($F=13,497$, $p=0,000$). Dobijena razlike značajna je na nivou $p<0,01$ a naknadna analiza pokazala je da ispitanici koji koriste VIP mobilnu mrežu imaju značajno niže zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u odnosu na ispitanike koji koriste Telenor i Telekom (MTS) mobilne mreže. Razlika postoji i kod ispitanika MTS mreže koji imaju značajno niže skorove u odnosu na ispitanike koji koriste Telenor mobilnu mrežu.

Tabela 10. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od dužine korišćenja mreže

Dužina korišćenja	N	AS	SD	F	p
1 do 6 meseci	4	3,18	0,000	3,282	0,041*
1 do 2 godine	4	2,91	0,000		
> 2 godine	120	3,75	0,786		

$df=2$; $p<0,05$ *;

Kada je u pitanju zadovoljstvo korisnika usluga mobilnih operatera u odnosu na dužinu korišćenja usluga trenutnog mobilnog operatera (Tabela 10), dobijena je statistički značajna razlika u izraženosti zadovoljstva ispitanika ($F=3,282$, $p=0,041$). U pitanju je razlika značajna na nivou $p<0,05$ a naknadna analiza pokazala je da ispitanici koji koriste usluge mobilnog operatera duže od dve godine pokazuju značajno veće zadovoljstvo tim uslugama u odnosu na ispitanike koji usluge koriste od 1 do 2 godine. Ovakav nalaz treba pažljivo tumačiti i generalisati jer u kategorijama od 1 do 6 meseci i od 1 do 2 godine imamo samo 4 ispitanika a standardna devijacija je 0,000.

Tabela 11. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od koriste još nekog operatera

Drugi operater	N	AS	SD	t	p
Da	24	3,50	1,205	-1,431	0,155
Ne	104	3,75	0,644		

$df=128$;

U odnosu na to da li ispitanici koriste usluge još nekog mobilnog operatera ili ne nije dobijena statistički značajna razlika u izraženosti skorova na skali ZUMO ($t=-1,431$, $p=0,155$) (Tabela 11). Nešto veća izraženost dobijena je kod ispitanika koji ne koriste usluge drugih operatera ($AS=3,75$, $SD=0,644$) a manja kod ispitanika koji koriste i usluge drugih mobilnih operatera ($AS=3,50$, $SD=1,205$).

Tabela 12. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od toga da li su ispitanici menjali MO

Menjanje MO	N	AS	SD	F	p
Da, jednom	32	3,39	1,105	12,539	0,000**
Da, dva i više puta	8	2,82	0,097		
Nisam menjao/la	88	3,90	0,551		

$df=2$; $p<0,01$ **;

Kada je u pitanju zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u odnosu na to da li su ispitanici do sada menjali svog primarnog mobilnog operatera ili ne (Tabela 12), dobijena je visoka,

statistički značajna razlika u izraženost skorova na skali ZUMO ($F=12,539$, $p=0,000$). Razlika je značajna na nivou $p<0,01$ a naknadna analiza pokazala je da ispitanici koji nisu menjali mobilnog operatera imaju značajno veće zadovoljstvo uslugama u odnosu na ispitanike koji su primarnog operatera menjali jednom ili dva ili više puta. Takođe, značajna razlika postoji i kod ispitanika koji su mobilnog operatera menjali jednom u odnosu na ispitanike koji su mobilnog operatera menjali dva ili više puta. Nameće se zaključak da su ispitanici koji su više puta menjali mobilnog operatera (dva i više puta) ujedno i najmanje zadovoljni uslugama trenutnog mobilnog operatera.

Tabela 13. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od razloga za menjanje MO

Menjanje MO	N	AS	SD	F	p
Previsoka cena	8	2,95	0,243	4,805	0,005**
Loša pokrivenost mrežom	4	4,73	0,000		
Nezadovoljstvo pruženom uslugom	8	2,91	0,777		
Drugo	36	3,72	1,083		

$df=3$; $p<0,01$ **;

Statistički značajna razlika u zadovoljstvu uslugama koje pružaju mobilni operateri u Srbiji, dobijena je i u odnosu na to koji su bili razlozi ispitanika za menjanje mobilne mreže ($F=4,805$, $SD=0,005$). Dobijena razlika je visoka i značajna na nivou $p<0,01$ (Tabela 13) a naknadna analiza pokazala je da ispitanici koji su kao razlog za menjanje mobilnog operatera naveli Lošu pokrivenost mrežom imaju značajno veće skorova na skali ZUMO u odnosu na ispitanike koji su kao razlog naveli Previsoku cenu usluga, Nezadovoljstvo pruženom uslugom ili neki Drugi razlog. Ovaj nalaz treba pažljivo generalizovati i tumačiti jer u kategoriji Loša pokrivenost mrežom ima samo 4 ispitanika a SD je 0,000. Pored toga, ispitanici koji su kao razlog naveli nešto Drugo, imaju značajno više skorove u odnosu na ispitanike koji su kao razlog naveli Previsoku cenu usluga i Nezadovoljstvo pruženom uslugom.

Tabela 14. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od toga da li je potreban još neki MO

Potreban još neki MO	N	AS	SD	F	p
Da	76	3,72	0,858	1,660	0,194
Ne	24	3,47	0,810		
Nisam siguran/a	28	3,86	0,428		

$df=2$;

Kada je u pitanju mišljenje ispitanika da li je potreban još neki mobilni operater u Srbiji u cilju konkurentnosti cena i kvaliteta usluga (Tabela 14) nisu dobijene statistički značajne razlike u izraženosti skorova na upitniku ZUMO ($F=1,660$, $p=0,194$). Najveća izraženost zadovoljstva uslugama mobilnih operatera dobijena je kod ispitanika koji nisu sigurni da li je potreban još neki operater ($AS=3,86$, $SD=0,428$), zatim kod ispitanika koji imaju pozitivno mišljenje ($AS=3,72$, $SD=0,858$) a najmanja izraženost na skali ZUMO dobijena je kod ispitanika koji imaju negativno mišljenje ($AS=3,47$, $SD=0,801$).

Odnos zavisne i sociodemografskih varijabli

Pored prikazivanja odnosa zavisne i nezavisnih varijabli u istraživanju, radi boljeg razumevanja istraživane tematike ispitan je i odnos zadovoljstva uslugama mobilnih operatera i sociodemografskih varijabli (pol, stepen stručne spreme, socijalni status...). Kada je u pitanju pol ispitanika (Tabela 14) dobijena je statistički značajna razlika ($t=-2,596$, $p=0,011$). Razlika je značajna na nivou $p<0,05$ i ukazuje da ispitanici muškog pola ($AS=3,89$, $SD=0,520$) imaju značajno veće zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u odnosu na ispitanike ženskog pola koji su manje zadovoljni uslugama MO ($AS=3,54$, $SD=0,926$).

Tabela 14. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od pola ispitanika

Pol	N	AS	SD	t	p
Ženski	68	3,54	0,926	-2,596	0,011*
Muški	60	3,89	0,520		

$df=128$; $p<0,05$ *;

U odnosu na stepen stručne spreme ispitanika (Tabela 15) nisu dobijene statistički značajne razlike u izraženosti skorova na upitniku ZUMO ($F=0,355$, $p=0,786$). Najveća izraženost na skali zadovoljstva ispitanika uslugama mobilnih operatera dobijena je kod ispitanika koji su završili višu ili visoku školu ($AS=4,00$, $SD=0,00$), zatim kod ispitanika sa zvanjem master/magistar ($AS=3,78$, $SD=1,128$) a zatim kod ispitanika sa završenim fakultetom ($AS=3,70$, $SD=0,796$). Najmanji skor na skali ZUMO dobijena je kod ispitanika koji imaju zvanje doktor nauka ($AS=3,65$, $SD=0,584$). Kao što je već pomenuto u pitanju su minimalne razlike u izraženosti skorova koje nisu pokazale statističku značajnost.

Tabela 15. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od obrazovanja ispitanika

Stepen stručne spreme	N	AS	SD	F	p
Viša/Visoka	4	4,00	0,000	0,355	0,786
Fakultet	36	3,70	0,796		
Master/Magistar	28	3,78	1,128		
Doktor nauka	60	3,65	0,584		

$df=3$;

Kada je u pitanju socijalni status ispitanika (Tabela 16), dobijena je visoka statistički značajna razlika u izraženosti zadovoljstva uslugama mobilnih operatera ($F=57,141$, $p=0,000$). Dobijeni nalaz treba posmatrati obazrivo ako se ima u vidu da postoji neujednačenost u strukturi uzorka prema socijalnom statusu ispitanika (93,8% ispitanika je zaposleno). Naknadna analiza pokazala je da ispitanici koji su zaposleni pokazuju značajno veće zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera kako u odnosu na nezaposlene ispitanike, tako i u odnosu na studente. Takođe, ispitanici koji studiraju imaju značajno veće zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u odnosu na nezaposlene osobe.

Tabela 16. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od socijalnog statusa ispitanika

Socijalni status	N	AS	SD	F	p
Zaposlen/a	120	3,84	0,582	57,141	0,000**
Nezaposlen/a	4	1,18	0,000		
Student	4	2,18	0,000		

$df=2$; $p<0,01$ **;

U odnosu na visinu mesečnih prihoda ispitanika (Tabela 17), dobijena je visoka statistički značajna razlika u izraženosti zadovoljstva uslugama mobilnih operatera ($F=5,536$, $p=0,000$). Dobijena razlika je značajna na nivou $p<0,01$ a naknadna analiza pokazala je da ispitanici koji nisu želeli da otkriju visinu svojih mesečnih prihoda imaju značajno niže skorove od ispitanika sa prihodima od 50-65.000 rsd i preko 65.000 rsd. Takođe, značajna razlika dobijena je i kod ispitanika sa prihodima preko 65.000 rsd koji imaju značajno veće skorove u odnosu na ispitanika sa prihodima od 50-65.000 rsd.

Tabela 17. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od visine mesečnih prihoda ispitanika

Mesečni prihodi	N	AS	SD	F	p
do 25.000 rsd	4	3,64	0,000	5,536	0,000**
25-50.000 rsd	4	4,00	0,000		
50-65.000 rsd	28	4,16	0,463		
Više od 65.000 rsd	48	3,75	0,688		
Ne želim reći	44	3,35	0,934		

$df=4$; $p<0,01$ **;

Kada je u pitanju mesto prebivališta ispitanika (Tabela 18), nisu dobijene statistički značajne razlike u izražesnosti zadovoljstva uslugama mobilnih operatera ($F=0,642$, $p=0,668$). Najveća izraženost dobijena je kod ispitanika iz Beograda ($AS=3,82$, $SD=1,001$) i iz Vojvodine ($AS=3,79$, $SD=0,936$) a najmanja izraženost na skali ZUMO dobijena je kod ispitanika koji imaju prebivalište na Kosovu i Metohiji ($AS=3,36$, $SD=0,000$). Kao što je već pomenuto, u pitanju su minimalne razlike u izraženosti koje nisu pokazale statističku značajnost.

Tabela 18. Zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u zavisnosti od mesta prebivališta ispitanika

Mesto prebivališta	N	AS	SD	F	p
Vojvodina	48	3,79	0,936	0,642	0,668
Beograd	20	3,82	1,001		
Zapadni region	8	3,50	0,632		
Centralni region	8	3,73	0,000		
Južni region	36	3,65	0,592		
Kosovo i Metohija	8	3,36	0,000		

$df=5$;

4. DISKUSIJA REZULTATA I ZAKLJUČAK

Cilj ovog istraživanja bio je da se ispita zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u Srbiji, kao i pojedini aspekti tih usluga. Rezultati istraživanja pre svega, pokazali su da najveći deo ispitanika koristi usluge Telekom (MTS) mobilne mreže, zatim usluge Telenor mobilne mreže, dok najmanji procenat ispitanika koristi usluge VIP-a. Pored toga, najveći procenat ispitanika koristi usluge svoje primarne mreže duže od dve godine i ne koristi pored svoje mobilne mreže usluge drugih mobilnih operatera. Takođe, više od polovine ispitanika nikada nije menjalo svoju mobilnu mrežu.

Rezultati istraživanja pokazuju i da ispitanici koji su menjali svoju mobilnu mrežu kao najvažniji razlog za odabir druge mreže, navode Cene usluga MO i Nezadovoljstvo pruženim uslugama. Pored toga, nešto više od polovine ispitanika smatra da bi bilo dobro da se u Srbiji ponudi mogućnost odabira još neke mobilne mreže koja bi uticala na cenu i kvalitet ponude usluga.

Kada je u pitanju samo zadovoljstvo ispitanika uslugama mobilnih operatera u Srbiji (ZUMO), može se reći da na uzorku od 128 ispitanika postoji iznad prosečno zadovoljstvo ako se ima u vidu teorijski raspon skale (1 do 5). Najveća izraženost dobijena je za tvrdnje *Kod odabira mobilnog operatera najvažniji mi je kvalitet usluge i Kod odabira mobilnog operatera važna mi je stručnost i ljubaznost zaposlenih*. Na trećem mestu po izraženosti nalazi se tvrdnja *Kod odabira mobilnog operatera najvažnija mi je cena usluge* a na šestom mestu odnosno na samoj sredini raspona odgovora ispitanika nalazi se tvrdnja *Kod odabira mobilnog operatera važna mi je max. brzina interneta*. Najmanja izraženost dobijena je na ajtemu *Kod odabira mobilnog operatera važna mi je mogućnost kupovine mobilnih uređaja po povoljnim cenama* ali je i izraženost na ovoj tvrdnji daleko iznad teorijskog proseka (1-5).

Kada je u pitanju odnos zavisne i nezavisnih varijabli u istraživanju, statistički značajne razlike u izraženosti skorova na skali ZUMO dobijene su u odnosu na vrstu mreže koju ispitanici koriste, dužinu korišćenja primarne mreže, da li su ispitanici menjali svog primarnog MO, kao i u odnosu na razloge za promenu mobilnog operatera. U odnosu na vrstu mreže, najveće zadovoljstvo dobijeno je kod korisnika Telenor mobilne mreže, zatim kod ispitanika koji koriste Telekom (MTS) mobilnu mrežu a ubedljivo najmanje zadovoljstvo uslugama mobilnog operatera dobijena je kod ispitanika koji koriste VIP mobilnu mrežu. Proverom značajnosti dobijenih razlika u izraženosti zadovoljstva ispitanika uslugama mobilnih operatera dobijena je statistički značajna razlika koja ukazuje da ispitanici koji koriste VIP mobilnu mrežu imaju značajno niže zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera u odnosu na ispitanike koji koriste Telenor i Telekom (MTS) mobilne mreže. Takođe, ispitanici iz MTS mobilne mreže imaju značajno niže skorove u odnosu na ispitanike koji koriste Telenor mobilnu mrežu. Kada je u pitanju dužina korišćenja mobilnog operatera dokazano je da ispitanici koji koriste usluge mobilnog operatera duže od dve godine pokazuju značajno veće zadovoljstvo tim uslugama u odnosu na ispitanike koji usluge koriste od 1 do 2 godine. U odnosu na to da li su ispitanici menjali svog MO ili ne, rezultati istraživanja pokazali su da ispitanici koji nisu menjali mobilnog operatera imaju značajno veće zadovoljstvo uslugama u odnosu na ispitanike koji su primarnog operatera menjali jednom ili dva ili više puta. Takođe, značajna razlika postoji i kod ispitanika koji su mobilnog operatera menjali jednom u odnosu na ispitanike koji su mobilnog operatera menjali dva ili više puta. Nameće se zaključak da su ispitanici koji su više puta menjali mobilnog operatera (dva i više puta) ujedno i najmanje zadovoljni uslugama trenutnog mobilnog operatera. A kada su u pitanju razlozi za promenu mobilne mreže, pokazano je da

*Msc Živan Bajić, dipl.ecc
Rođen 1982. godine u
Šapcu. Završio Fakultet
za poslovne studije
Megatrend 2006. godine
u Beogradu a 2011.
godine master studije na
Univerzitetu Privredna
akademija Novi Sad, na*



*Fakultetu za ekonomiju i inženjerski
menadžment. Trenutno je student treće godine
doktorskih studija na Fakultetu za ekonomiju
i inženjerski menadžment u Novom Sadu, gde
priprema doktorsku tezu. Zaposlen je u Banci
Poštanskoj štedionici a.d. Beograd na mestu
direktora Filijale Šabac.*

*Učestvovao je na više međunarodnih
konferencija i objavio naučne radove na
vodećim časopisima.*

*Oblast istraživanja: bankarstvo, finansije,
finansijska tržišta, menadžment, menadžment
ljudskih resursa, odnosi sa kupcima.*

ispitanici koji su kao razlog za manjanje mobilnog operatera naveli Lošu pokrivenost mrežom imaju značajno veće skorova na skali ZUMO u odnosu na ispitanike koji su kao razlog naveli Previsoku cenu usluga, Nezadovoljstvo pruženom uslugom ili neki Drugi razlog.

U odnosu na sociodemografske karakteristike ispitanika značajne razlike u izraženosti zadovoljstva ispitanika uslugama mobilnih operatera u Srbiji (ZUMO) dobijene su u odnosu na pol ispitanika, socijalni status i visinu mesečnih prihoda. Rezultati istraživanja pokazali su da ispitanici muškog pola pokazuju značajno veće zadovoljstvo uslugama mobilnih operatera nego ispitanici ženskog pola. Takođe, zaposleni ispitanici imaju značajno veće skorove na skali ZUMO kako u odnosu na nezaposlene ispitanike, tako i u odnosu na studente. Pored toga, odnosu na visinu mesečnih prihoda ispitanika dokazano je da ispitanici koji nisu želeli da otkriju visinu svojih mesečnih prihoda imaju značajno niže skorove od ispitanika sa prihodima od 50-65.000 rsd i preko 65.000 rsd a značajna razlika dobijena je i kod ispitanika sa prihodima preko 65.000 rsd koji imaju značajno veće skorove u odnosu na ispitanika sa prihodima od 50-65.000 rsd.

H: Korisnici usluga mobilnih operatera nisu zadovoljni uslugama koje pružaju mobilni operateri u Srbiji- hipoteza nije potvrđena.

H₁.Kod odabira mobilnog operatera korisnicima je važna mogućnost kupovine željenog mobilnog uređaja- hipoteza nije potvrđena.

H₂. Kod odabira mobilnog operatera korisnicima je važna cena usluge- hipoteza je potvrđena.

H₃. Kod odabira mobilnog operatera korisnicima je važna brzina interneta koju nudi operater- hipoteza je delimično potvrđena.

H₄. Postoje razlike u zadovoljstvu korisnika mobilnih operatera u odnosu na pol, stepen stručne spreme, socijalni status, visinu mesečnih prihoda i mesto prebivališta ispitanika- hipoteza je delimično potvrđena.

LITERATURA

- [1] Kuč, H., & Kuć, A., (2013) *Uticaj dimenzija kvalitete usluga na zadovoljstvo korisnika usluga*, 8. Naučno-stručni skup sa međunarodnim učešćem "KVALITET 2013", Neum, B&H, 06.-08. Juni 2013. pp. 91-96.
- [2] Stevanović, M., & Zarić, Lj., (2015) *Kvalitet ponude fiksnih operatera telekomunikacionih organizacija u Srbiji*, Trendovi u poslovanju, pp.19-28.
- [3] Jeremić, N., & Selim, L., (2015) Privatizacija preduzeća za telekomunikacije Telekom Srbija ad Beograd u svetlu sumnje u efikasno korporativno upravljanje, Finz, pp. 148-154. DOI: 10.15308/finiz-2015-148-154
- [4] Vasiljev, S., (2008), *Marketing principi*, Novi Sad, pp. 28.
- [5] Kotler F., & Keler K.L.(2006) *Marketing menadžment*, Data status, Beograd, str. 6.
- [6] Sabolić, D., (2007) *Tržišna snaga u telekomunikacijama*, Kigen, Zagreb, pp. 18.
- [7] Bažant, A., Car, Ž., Jevtić, D., Ježić, G., Kunstić, M., Lovrek, I., Katijašević, M., Mikec, B., & Skučir, Z., (2007) *Telekomunikacije-tehnologijai i tržište*, Elemnet, Zagreb, pp. 458.
- [8] Ratković, M., Grubić, G., & Tasić. (2011) „*Dobri odnosi sa kupcima kao faktor konkurentske prednosti*“, Zbornik radova: Upravljanje kvalitetom i pouzdanošću ICDQM-2011, Beograd, pp.180-185.;
- [9] Jungić, Ž., & Gospić, N., (2003) *Tehnike analize o ponašanju korisnika telekomunikacionih usluga*, INFOTEH-JAHORINA, pp.107-110.
- [10] Pregled tržišta telekomunikacionih i poštanskih usluga u Republici Srbiji u 2016. Godini. Ratel, 2017. Godina.

- [11] Konsolidovani godišnji izveštaj o poslovanju Telekoma Srbije za 2016. godinu. Preuzeto sa sajta: <https://www.mts.rs/otelekomu/poslovanje/pokazatelji-poslovanja/izvestavanje> ,
- [12]Ratković, M., & Đorđević, G. (2010). Distribucija u okruženju interneta i novih tehnologija. *Ekonomika*, 56(2), 38-48.