

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med splošno javnostjo

November 2012

Naročnik:

Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije
Stegne 7, p. p. 418
1001 Ljubljana

Izvajalec:

Episcenter d.o.o.
Bravničarjeva ulica 13
1000 Ljubljana

VSEBINA

1. POVZETEK

2. PODATKI O RAZISKAVI

- CILJI RAZISKAVE IN METODOLOGIJA
- STRUKTURA VZORCA

3. REZULTATI RAZISKAVE

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

POVZETEK (I/III)

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med splošno javnostjo predstavlja kontinuirano merjenje zadovoljstva od leta 2007 dalje. V podjetju Episcenter smo med 25. oktobrom in 7. novembrom s CATI metodo anketirali 707 polnoletnih prebivalcev Slovenije. V nadaljevanju po posameznih vsebinskih sklopih povzemamo ključne ugotovitve.

• ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV

- ✓ Večina anketirancev (41 %) pisemske pošiljke preko poštних nabiralnikov oddaja manj kot enkrat mesečno.
- ✓ Glede na pretekla merjenja, se povečuje delež tistih, ki menijo, da je zmanjševanje poštних nabiralnikov upravičeno v primeru majhnega števila pošiljk (tako meni 44 %, lani 33 %). Večina (79 %) sicer ni opazila, da so ponekod ukinili nekatere poštne nabiralnike.

• OBISK POŠTE

- ✓ Pošto večina anketirancev obiskuje enkrat (32 %) ali dva do trikrat (30 %) na mesec. V primerjavi s preteklimi merjenji se je zmanjšal delež tistih, ki pošto obiskujejo manj kot enkrat mesečno (16 %, lani 22 %).
- ✓ Dve tretjini anketirancev obiskuje vedno isto pošto, za večino (79 %) je glavni razlog za to predvsem lokacija. Sicer se je letos nekoliko povečal delež tistih, ki ne obiskujejo vedno iste pošte (34%, lani 28 %).
- ✓ V povprečju anketiranci ocenjujejo, da je pošta ustrezno blizu njihovem domu (M=3,44). Glede na pretekla merjenja se zmanjšuje delež tistih, ki ocenjujejo, da je pošta daleč oz. zelo daleč njihovem domu.
- ✓ Anketiranci so zaznali spremenjen delovni čas poš; v primerjavi s preteklimi merjenji se je letos povečal delež tistih, ki menijo, da obratovalni čas poš ni ustrezen (26 %, v preteklih letih se je delež teh gibal med 11 in 15 %)
- ✓ Še največ anketirancev ob obisku pošte tudi letos opravi plačilni promet (62 %), sledi sprejem (38 %) ali oddaja (33 %) priporočene ali vrednostne pošiljke. V primerjavi s preteklimi leti je zaznati največji upad pri nakupu znamk (13%, lani 39 %) ter oddaji voščilnic (5 %, lani 26 %).
- ✓ Glede hitrosti opravljanja storitev na pošti so anketiranci izrazili zadovoljstvo (M=4,14), stopnja zadovoljstva je primerljiva s preteklimi merjenji.
- ✓ Naklonjenih prodaji poštних storitev tudi preko pogodbenih partnerjev oziroma franšiz je 44 % anketirancev.

POVZETEK (II/III)

• ODDAJA IN PREJEM PISEMskih POŠILJK IN PAKETOV

- ✓ Zaradi elektronske pošte se vse bolj zmanjšuje uporaba klasičnih poštnih storitev; letos 51 % navaja, da zaradi e-pošte manj uporabljajo klasične poštnne storitve (lani 46 %).
- ✓ Tretjina anketirancev v povprečju mesečno odda 1-2 pismi, več kot 2 pismi odda 31 % anketirancev. Po drugi strani se zmanjšuje delež anketirancev, ki mesečno prejmejo več kot 15 pisem (21 %, lani 26 %, leta 2007 31 %) in povečuje delež anketirancev, ki prejmejo 1-9 naslovljenih pisem mesečno (49 %, lani 44 %, leta 2007 39 %).
- ✓ Glede oddaje in prejema paketov v primerjavi s predhodnim merjenjem ni večjih sprememb. Večina na letni ravni ne odda nobenega paketa nad 10 kg (91 %), več kot 1 paket pod 10 kg pa na letni ravni odda 36 % anketirancev.

• PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA

- ✓ Cena prenosa standardnega pisma je večini anketirancem tudi letos nepoznana, pravilno ceno je navedlo le 5 % anketirancev (lani 3 %).
- ✓ Cena (0,27 €) za prenos navadnega pisma se sicer večini anketirancev zdi ustrezna (67 %), v primerjavi s preteklim merjenjem, se je povečal delež tistih, ki menijo, da je poceni (17 %, lani 9 %).
- ✓ Iz leta v leto se zmanjšuje delež anketirancev, ki navajajo, da je predpisan rok za prenos navadnega pisma en dan (33 %, lani 42 %, leta 2007 49 %). Tudi letos je sicer mnenje glede tega, ali bi pismo vedno moralo prispeti naslednji delovni dan deljeno; 45 % jih meni da bi vedno moralo prispeti naslednji delovni dan, 55 % pa da včasih oz. da ni nujno.
- ✓ Čas pismošne na dom, kot ustrezen ocenjuje večina (88 %). Se je pa povečal delež anketirancev, ki menijo, da bi bila smiselna dostava pošiljk na dom tudi ob sobotah (52 %), v preteklih merjenjih je delež teh sicer iz leta v leto upadal (leta 2007 45 %, lani 27 %).

POVZETEK (III/III)

• UPORABA STORITEV DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV

- ✓ Druge izvajalce poštних storitev, poleg Pošte Slovenije, uporablja 15 % anketirancev, kar je nekoliko manj kot pretekla leta.
- ✓ Ob tokratnem merjenju je več anketirancev odprtih za možnost zamenjave izvajalca poštних storitev, glavni dejavnik, ki bi lahko vplival na zamenjavo pa je predvsem cena (25 %, lani 14 %).
- ✓ Med anketiranci, ki so že uporabili storitve drugih izvajalcev poštних storitev jih vse več uporablja DHL Express (47 %, lani 40 %, leta 2007 25 %), zmanjšuje pa se uporaba storitev ponudnika TNT Express (6 %, lani 9 %, leta 2007 29 %). Letos je med ostalimi ponudniki prvič Doortodoor, katerega storitev je uporabilo 18 % anketirancev.
- ✓ Storitve drugih izvajalcev anketiranci uporabi predvsem zaradi hitrosti (42 %) oziroma nujnosti (22 %) prenosa. Letos je med razlogi za uporabo storitev drugih ponudnikov več anketirancev navedlo tudi nižjo ceno (17 %, lani 7 %).

• ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

- ✓ Podobno kot v preteklih letih, večina (86 %, lani 83 %) ne uporablja nalepke, ki prepoveduje vstavljanje nenaslovljenih reklamnih sporočil v nabiralnik.
- ✓ Od prvega merjenja se zmanjšuje tudi delež anketirancev, za katere so nenaslovljena reklamna sporočila, ki jih prejmejo v nabiralnik moteča (30 %, lani 37 %, leta 2007 40 %).

2. PODATKI O RAZISKAVI

- CILJI RAZISKAVE IN METODOLOGIJA
- STRUKTURA VZORCA

CILJI IN METODOLOGIJA

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med splošno javnostjo predstavlja kontinuirano merjenje zadovoljstva od leta 2007 dalje. Tudi letošnja je zastavljena na način in v obliki kot je bilo že izvedeno v preteklih merjenjih, z namenom ustrezne primerjave s predhodnimi merjenji. Namen raziskave o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med splošno javnostjo je ugotoviti:

- ✓ obseg uporabe poštnih storitev,
- ✓ zadovoljstvo s kakovostjo poštnih storitev in
- ✓ poznavanje konkurenčnih ponudnikov poštnih storitev.

Metoda zbiranja podatkov: CATI metoda (računalniško podprto telefonsko anketiranje)

Vzorčni okvir: Telefonski imenik Slovenije (seznam mobilnih in stacionarnih telefonskih števil)

Način vzorčenja: verjetnostno, dvostopenjsko, na prvi stopnji izbor gospodinjstva, na drugi stopnji izbor ciljne osebe

Ciljna oseba: polnoletni prebivalec RS

Vprašalnik standardiziran z večino vprašanj zaprtega tipa, povprečna dolžina vprašalnika: 8 minut

Vzorec: reprezentativen glede na merjene demografske spremenljivke, naknadno korigiran s pomočjo uteži na demografskih spremenljivkah (spol, starost, izobrazba)

Velikost realiziranega vzorca: n=707

Obdobje anketiranja 25. oktober - 9. november 2012

STRUKTURA VZORCA

N=707

		frekvenca	odstotek
Spol	moški	321	45,4
	ženski	386	54,6
Starost	do 24 let	66	9,4
	25 do 34 let	140	19,8
	35 do 44 let	124	17,5
	45 do 54 let	119	16,8
	55 do 64 let	106	15,0
	65 let ali več	152	21,5
Izobrazba	osnovna šola ali manj	149	21,1
	poklicna (2-3 letna)	153	21,6
	srednja (4 letna)	256	36,1
	višja oz. visoka ali več	149	21,1
Zaposlitveni status	samozaposlen	31	4,3
	zaposlen	288	40,7
	brezposeln	72	10,3
	upokojenec	245	34,7
	dijak, študent	59	8,4
	drugo	12	1,6
Osebni neto mesečni dohodek	do 400 €	155	21,9
	nad 400 € do 800 €	250	35,4
	nad 800 do 1.200 €	136	19,3
	nad 1.200 €	66	9,3
	nimam dohodkov ne želim odgovoriti	61 38	8,7 5,4

		frekvenca	odstotek
Tip kraja	podeželje	306	43,3
	kraj, manjše mesto	208	29,4
	mesto	107	15,2
	LJ/MB	86	12,1
Statistična regija	Pomurska	34	4,8
	Podravska	88	12,4
	Koroška	36	5,1
	Savinjska	91	12,8
	Zasavska	26	3,6
	Spodnje-posavska	26	3,7
	Dolenjska	53	7,5
	Osrednjeslovenska	153	21,6
	Gorenjska	85	12,0
Notranjsko-kraška	46	6,6	
Goriška	49	7,0	
Obalno-kraška	20	2,8	
Dostop do interneta	Da	536	75,9
	Ne	170	24,1

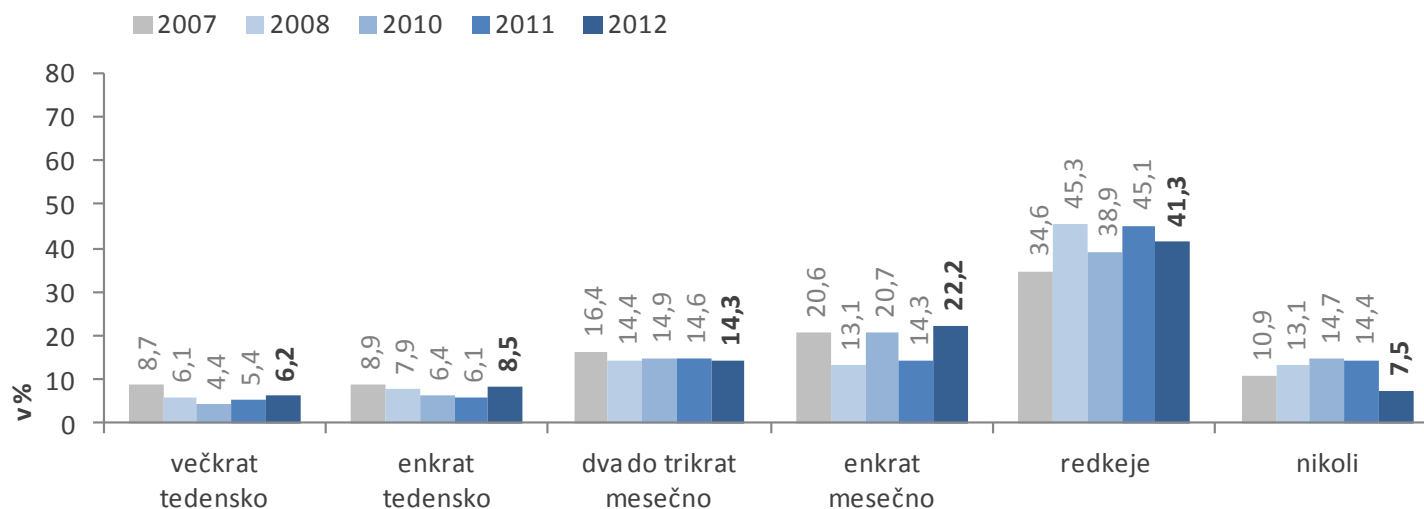
3. REZULTATI

V nadaljevanju predstavljamo rezultate tokratnega merjenja, ki smo ga izvedli v agenciji Episcenter. Rezultati vključujejo tudi primerjavo rezultatov predhodnih merjenj, ki jih je med leti 2007 in 2011 izvedla agencija Ninamedia.

- **ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV**
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

KAKO POGOSTO ODDAJATE POŠTO PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV?

Osnova: vsi, n=707

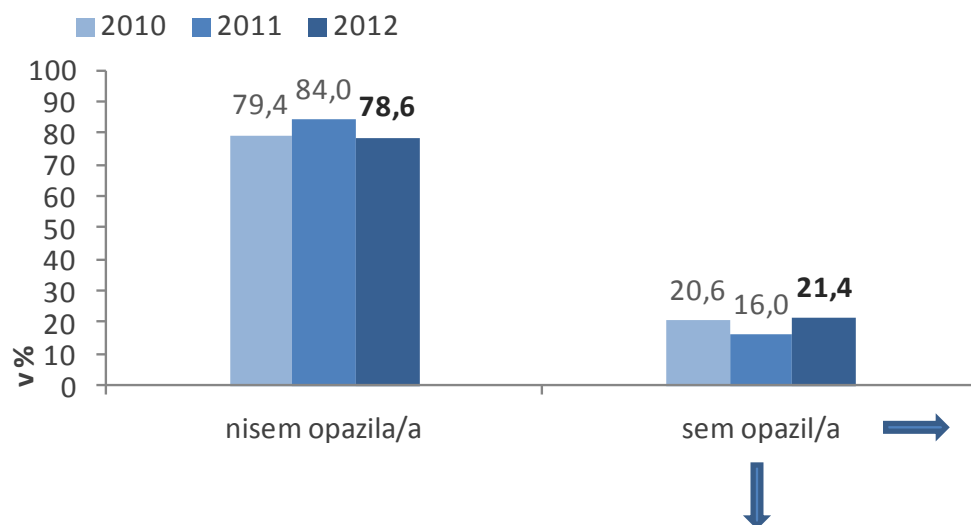


Večina anketirancev (41 %) pisemske pošiljke preko poštnih nabiralnikov oddaja manj kot enkrat mesečno. Glede na pretekla merjenja je letos opaziti manjši delež anketirancev, ki pravijo, da pošte preko nabiralnikov ne oddajo nikoli.

Med anketiranci, ki pošte preko poštnih nabiralnikov ne oddajajo je sicer značilno več starejših nad 65 let oziroma upokojevcev.

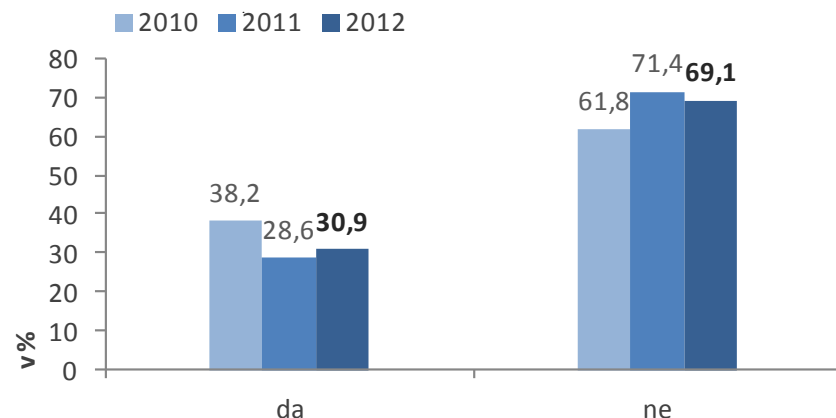
ALI STE OPAZILI, DA SO PONEKOD UKINILI NEKATERE POŠTNE NABIRALNIKE?

Osnova: vsi, n=707



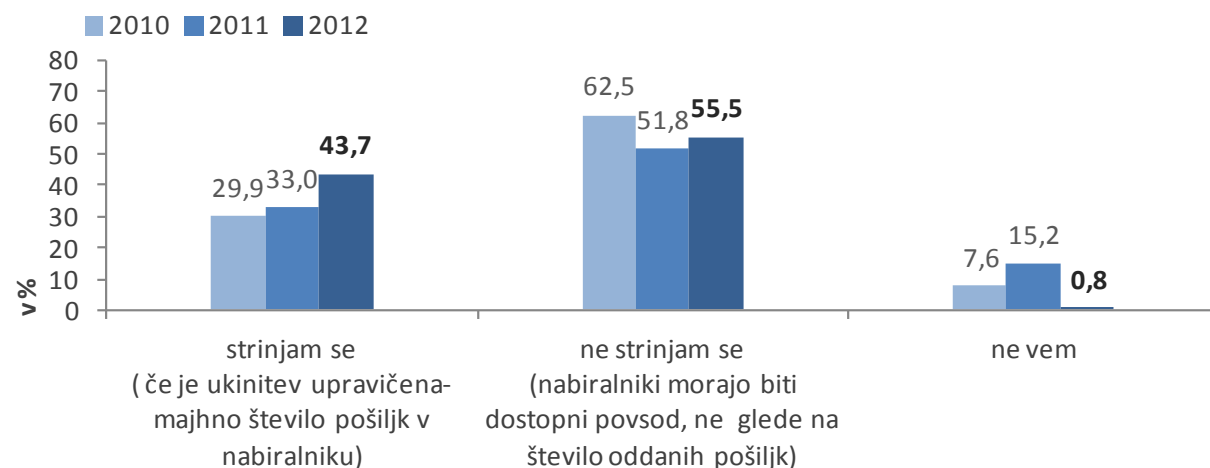
ALI SE VAM JE MORDA ZGODILO, DA SO UKINILI VAŠ NAJBЛИŽJI POŠTNI NABIRALNIK?

Osnova: tisti, ki so opazili, da so nabiralniki ponekod umaknjeni, n=152



KAKŠNO JE VAŠE MNENJE GLEDE ZMANJŠEVANJA ŠTEVILA POŠTNIH NABIRALNIKOV?

Osnova: tisti, ki so opazili, da so nabiralniki ponekod umaknjeni, n=152

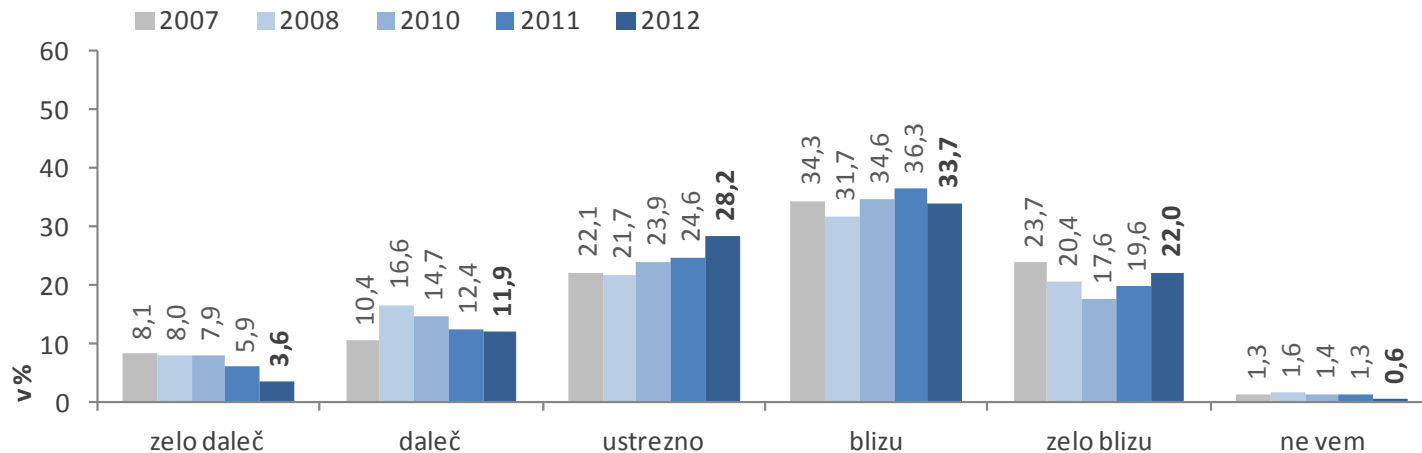


Večina anketirancev ni opazila, da so ponekod ukinitvev nekatere poštne nabiralnike. Sicer 31 % anketirancev, ki so ukinitvev opazili, navaja, da so ukinitvev njihov najbližji nabiralnik.

Med tistimi, ki so ukinitvev nekaterih nabiralnikov opazili pa se, glede na pretekla merjenja, povečuje delež tistih, ki menijo, da je zmanjševanje poštne nabiralnikov v primeru majhnega števila pošiljk upravičeno. Proti ukinitvi so v večji meri tisti, ki ne opažajo manjše uporabe klasičnih poštne storitev zaradi uporabe e-pošte (proti je 65 %).

KAKO BI OCENILI ODDALJENOST VAŠEGA NAJBLIŽJEGA POŠTNEGA NABIRALNIKA OD VAŠEGA DOMA?

Osnova: vsi, n=707



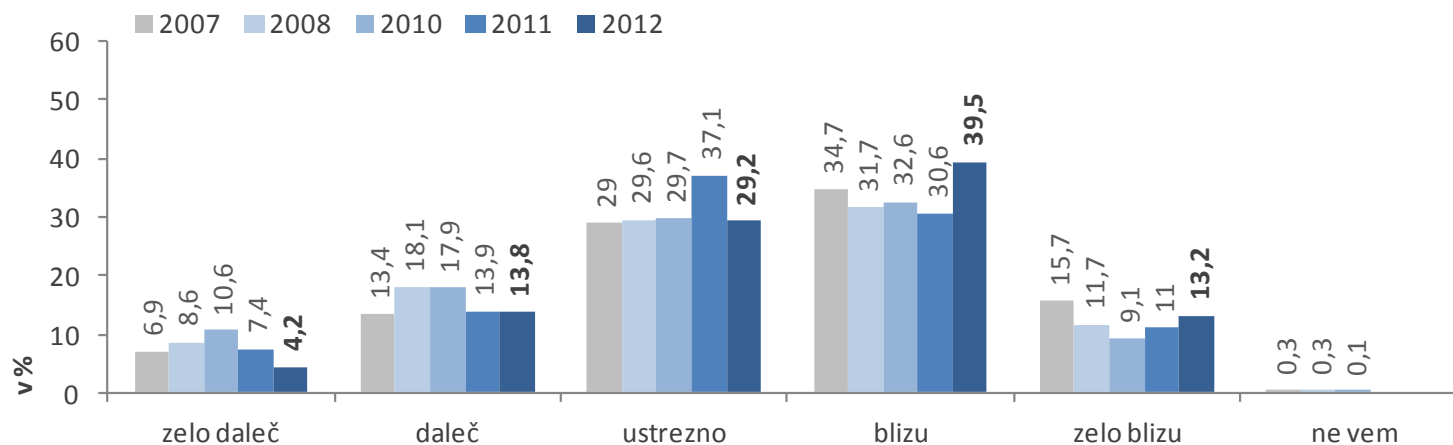
Čeprav se ukinjajo nekateri poštni nabiralniki, se iz leta v leto povečuje delež anketirancev, ki menijo, da je oddaljenost najbližjega nabiralnika od njihovega doma ustrezna, oziroma zmanjšuje delež tistih, ki menijo, da so poštni nabiralniki od njihovega doma daleč oziroma zelo daleč. Povprečna vrednost za oceno oddaljenosti nabiralnikov od njihovega doma je na petstopenjski lestvici 3,59, kar pomeni, da anketiranci v povprečju menijo, da so nabiralniki ustrezno blizu.

Ustreznost oddaljenosti nabiralnikov od doma v povprečju bolje ocenjujejo anketiranci z višjo izobrazbo ($M=3,73$) ter prebivalci Ljubljane oziroma Maribora ($M=3,99$).

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- **OBISK POŠTNE ENOTE**
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

KAKO BI OCENILI ODDALJENOST VAŠE NAJBLIŽJE POŠTE OD VAŠEGA DOMA?

Osnova: vsi, n=707

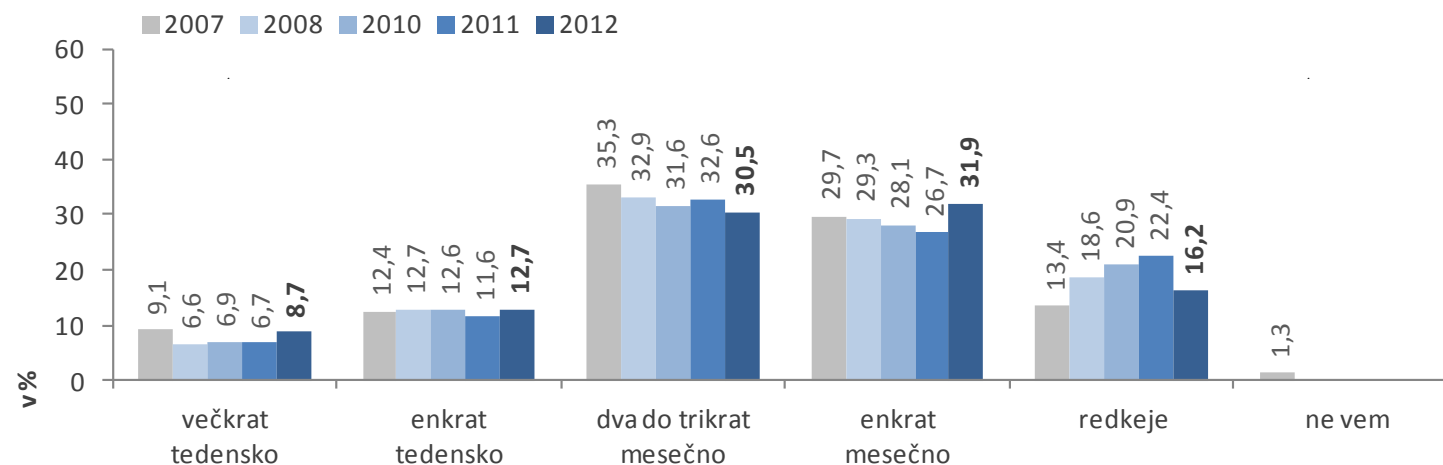


V povprečju anketiranci ocenjujejo, da je pošta ustrezno blizu njihovemu domu (M=3,44). Glede na pretekla merjenja se zmanjšuje delež tistih, ki ocenjujejo, da je pošta daleč oz. zelo daleč njihovemu domu ter ponovno povečuje delež tistih, ki ocenjujejo, da je pošta zelo blizu njihovemu domu.

Oddaljenost pošte od doma sicer nekoliko slabše ocenjujejo anketiranci stari med 55 in 64 let (M=3,2), najmanj izobraženi (M=3,26) ter anketiranci s podeželja (M=3,11).

KAKO POGOSTO OBIŠČETE POŠTO?

Osnova: vsi, n=707

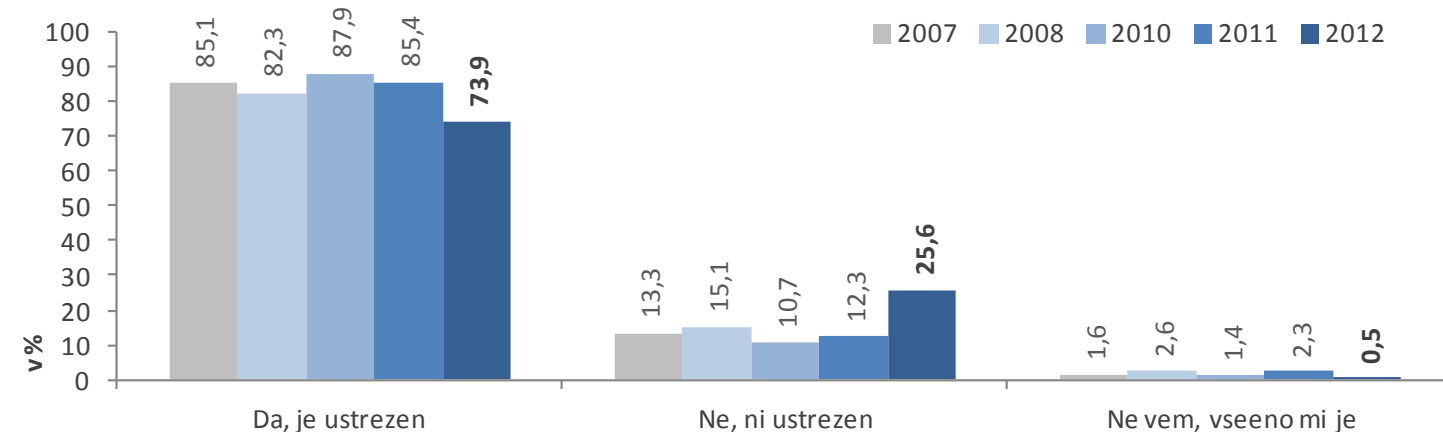


V primerjavi s preteklimi merjenji se je zmanjšal delež tistih, ki pošto obiskujejo manj kot enkrat mesečno (16 %, lani 22 %).

Pošto redkeje obiskujejo predvsem anketiranci, ki zaradi e-pošte manj uporabljajo klasične poštne storitve.

ALI SE VAM ZDI OBRATOVALNI ČAS POŠT (POŠTNIH ENOT), KI JIH OBIŠKUJETE, USTREZEN?

Osnova: vsi, n=707

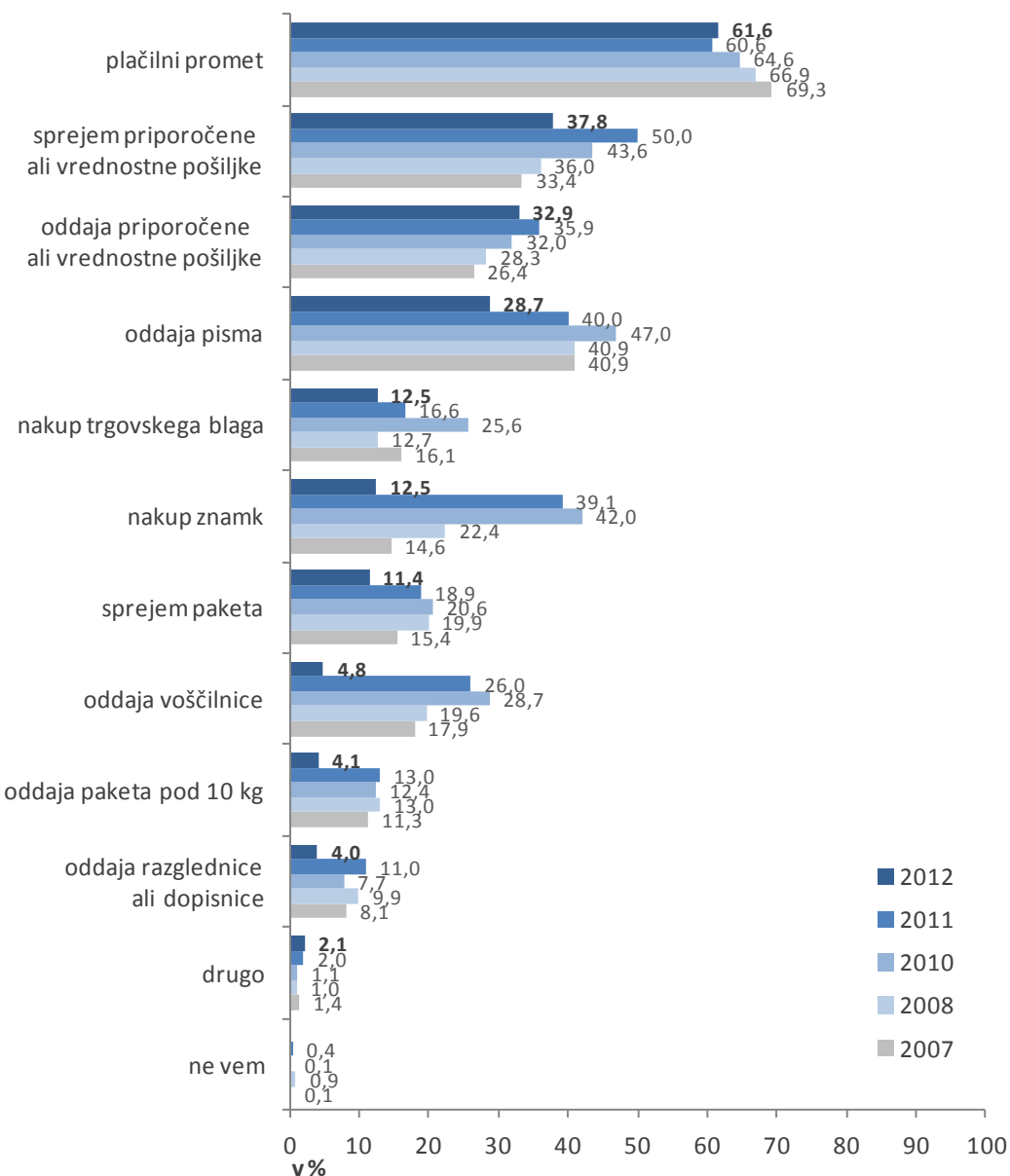


V primerjavi s preteklimi merjenji se je letos povečal delež tistih, ki menijo, da obratovalni čas pošt ni ustrezen, tako letos meni 26 % anketirancev, lani 12 %).

Obratovalni čas kot ustrezen v večji meri ocenjujejo upokojenci (82 %), kot neustrezen pa dijaki in študentje (37 %).

KATERE STORITVE OBIČAJNO OPRAVITE OB OBISKU POŠTE?

Osnova: vsi, n=707



Še največ anketirancev ob obisku pošte tudi letos opravi plačilni promet (62 %), sledi sprejem (38 %) ali oddaja (33 %) priporočene ali vrednostne pošiljke. V primerjavi s preteklimi leti je zaznati največji upad pri nakupu znamk (13%, lani 39 %) ter oddaji voščilnic (5 %, lani 26 %).

Plačilni promet v večji meri izvajajo ženske, starejši od 55 let, upokojenci, manj izobraženi, podeželja ter anketiranci, ki doma nimajo dostopa do interneta.

Pisma, razglednice, dopisnice in voščilnice v večji meri oddajajo ženske. Razglednice in voščilnice v večji meri oddajajo tudi starejši od 65 let oz. upokojenci.

Priporočene oz. vrednostne pošiljke v večji meri oddajajo mladi do 34 let oziroma dijaki in študentje ter tisti višjo izobrazbo.

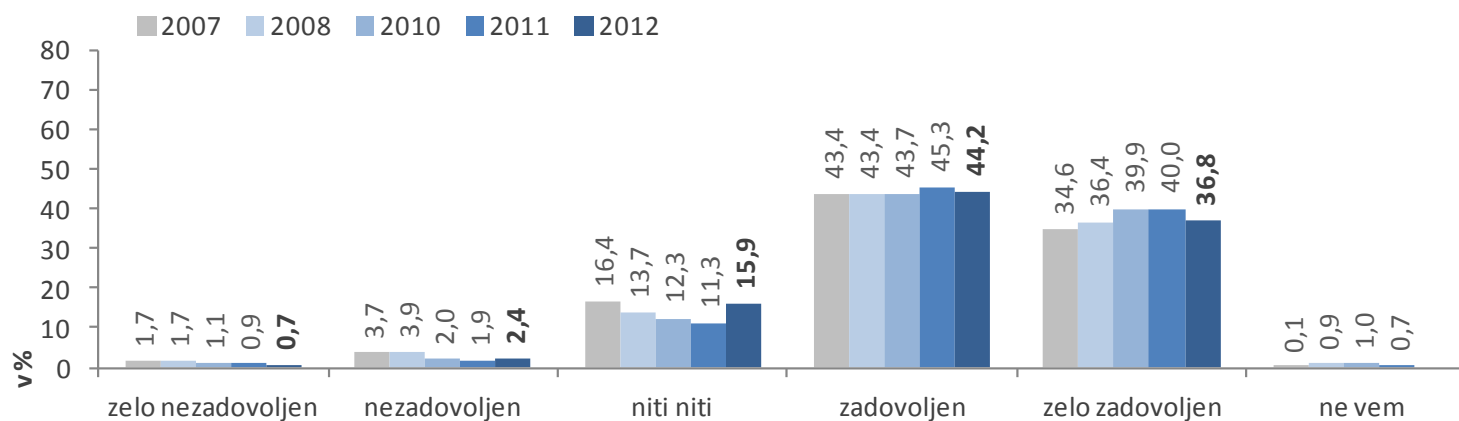
Pakete v večji meri sprejemajo moški, anketiranci stari med 35 in 44 let, srednje izobraženi ter zaposleni in prebivalci mest.

Trgovsko blago na poštah v večji meri kupujejo ženske, starejši od 65 let oziroma upokojenci, tisti s poklicno izobrazbo.

Znamke v večji meri prav tako kupujejo ženske, starejši od 65 let, upokojenci pa tudi dijaki in študentje.

OCENITE VAŠE ZADOVOLJSTVO S HITROSTJO OPRAVLJANJA STORITEV NA POŠTAH?

Osnova: vsi, n=707

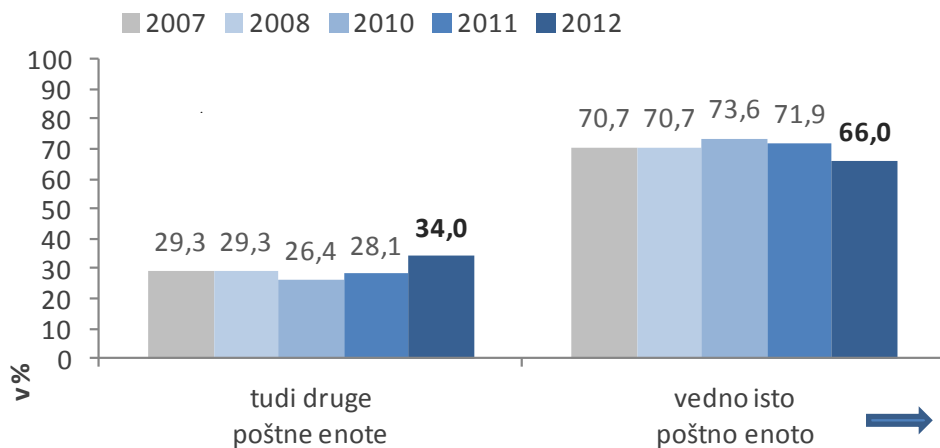


Glede hitrosti opravljanja storitev na pošti so anketiranci izrazili zadovoljstvo ($M=4,14$), zadovoljnih je 81 % anketirancev, od tega 37 % zelo zadovoljnih. Stopnja zadovoljstva je primerljiva s preteklimi merjenji.

S hitrostjo so v povprečju bolj zadovoljni starejši od 65 let ($M=4,47$), manj, a še vedno zadovoljni so mlajši od 45 let ($M=3,9$). Stopnja zadovoljstva s hitrostjo opravljanja storitev na poštah upada z višjo izobrazbo; v povprečju so najbolj zadovoljni najmanj izobraženi ($M=4,32$), najmanj pa višje oziroma visoko izobraženi ($M=3,94$). Sicer so v povprečju s hitrostjo še najmanj zadovoljni dijaki oziroma študentje ($M=3,85$).

ALI OBISKUJETE VEDNO ISTO POŠTO ALI VEČ RAZLIČNIH POŠTNIH ENOT?

Osnova: vsi, n=707



V primerjavi s preteklimi merjenji se je letos nekoliko povečal delež tistih, ki ne obiskujejo vedno iste poštne enote.

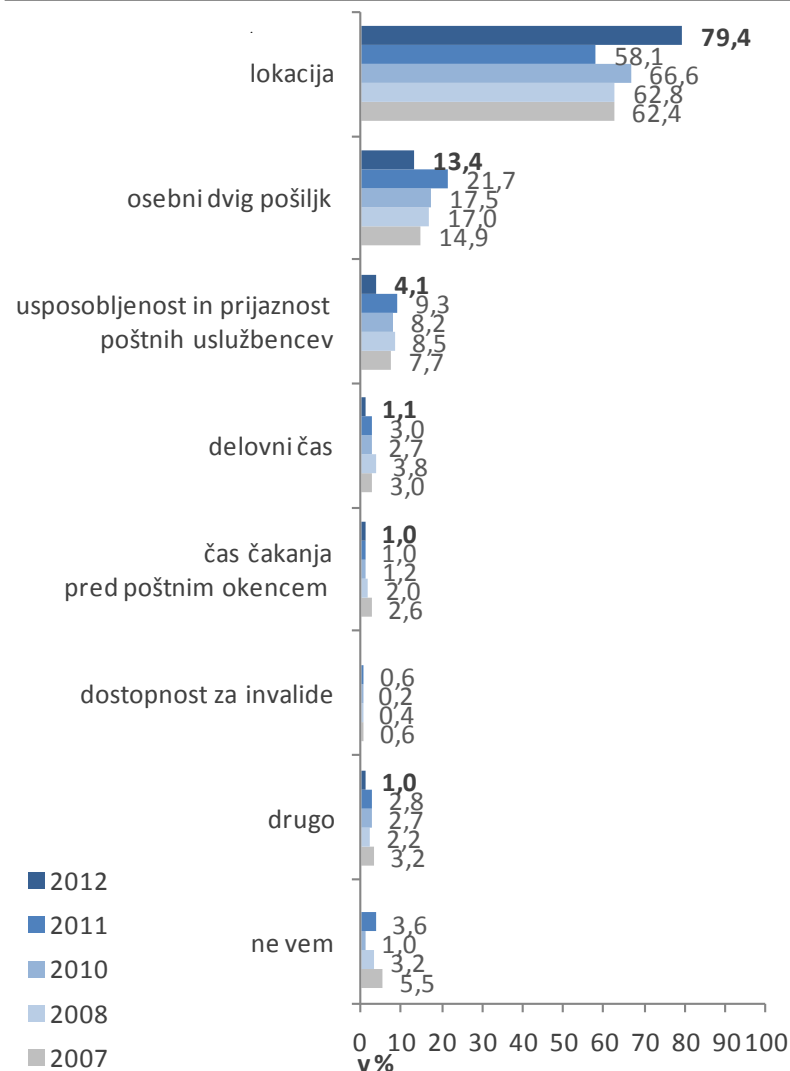
Dve tretjini anketirancev sicer še vedno obiskuje vedno isto poštno enoto. Večina teh (79 %) kot glavni razlog za obisk vedno iste pošte navaja lokacijo.

Med tistimi, ki obiskujejo vedno iste poštne enote, je značilno več starih med 45 in 64 let, nižje izobraženih, brezposelnih in upokoencev, prebivalcev, ki živijo v manjših mestih oziroma krajih, ter tistih, ki doma nimajo dostopa do interneta.

Starejši kot razlog, da obiskujejo vedno isto poštno enoto v večji meri navajajo usposobljeno in prijaznost uslužbencev.

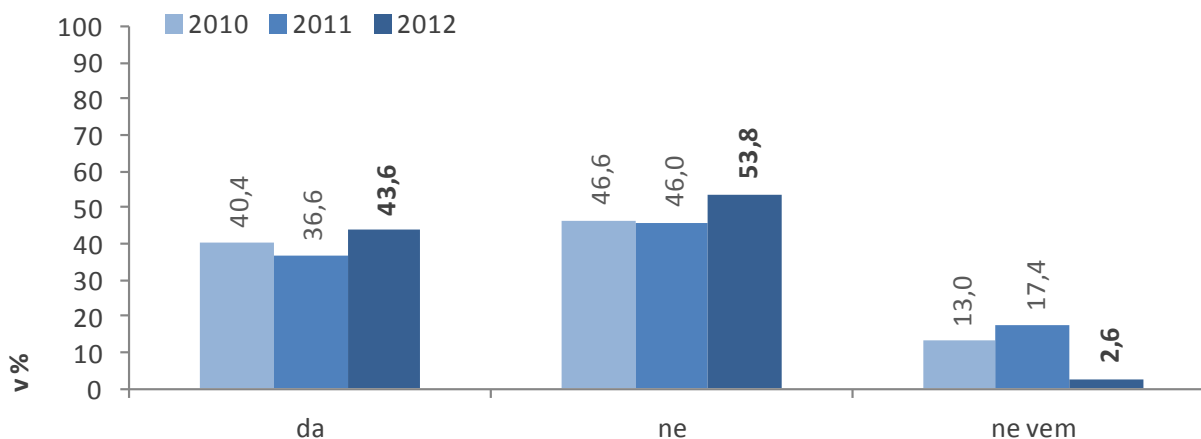
KAJ JE NAJPOMEMBNEJŠI RAZLOG, DA OBISKUJETE IZBRANO POŠTO?

Osnova: tisti, ki so opazili, da so nabiralniki ponekod umaknjeni, n=466



ALI MENITE, DA BI POŠTA SLOVENIJE SVOJE STORITVE LAHKO PRODAJALA NE SAMO V SVOJIH POSLOVNIH PROSTORIH IN S SVOJIMI USLUŽBENCI, AMPAK TUDI PREKO POGODBENIH PARTNERJEV OZ. FRANŠIZ (NPR. ZNOTRAJ ZASEBNIH TRGOVIN, LOKALOV, TRAFIK...)?

Osnova: vsi, n=707



V primerjavi s preteklimi merjenji je letos manjši delež neopredeljenih anketirancev glede prodaje poštne storitve tudi preko pogodbenih partnerjev oziroma franšiz.

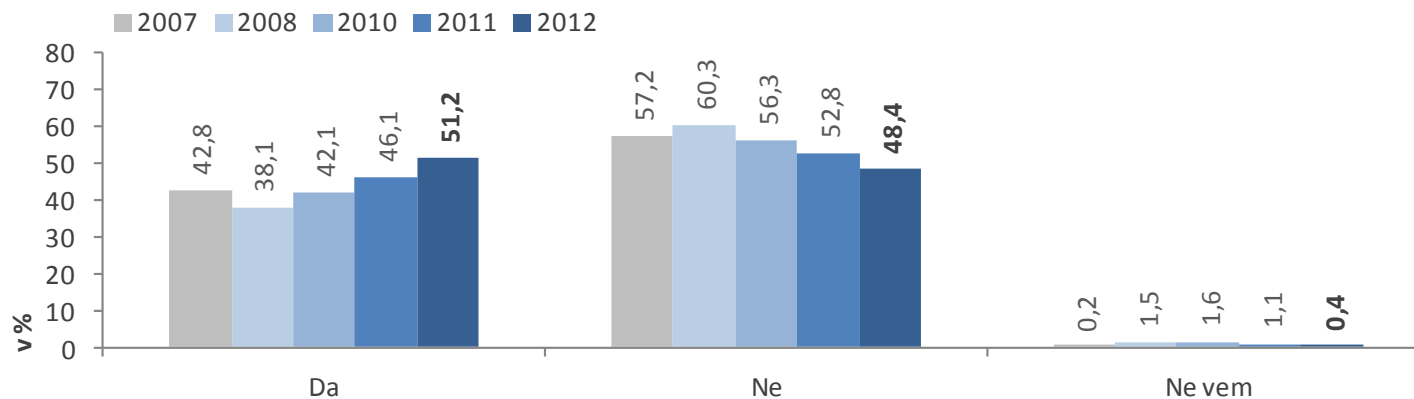
Prodaji poštne storitve preko franšiz je letos sicer naklonjenih 44 %, nenaklonjenih pa 54 % anketirancev.

Prodaji poštne storitve preko franšiz so v večji meri naklonjeni mladi med 25 in 34 let, višje izobraženi, zaposleni, prebivalci Osrednjeslovenske regije. Manj naklonjeni pa so starejši oziroma upokojeanci ter tisti z najnižjo stopnjo izobrazbe.

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- **ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV**
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

ALI ZARADI ELEKTRONSKE POŠTE MANJ UPORABLJATE KLASIČNE POŠTNE STORITVE?

Osnova: uporabniki interneta, n=536

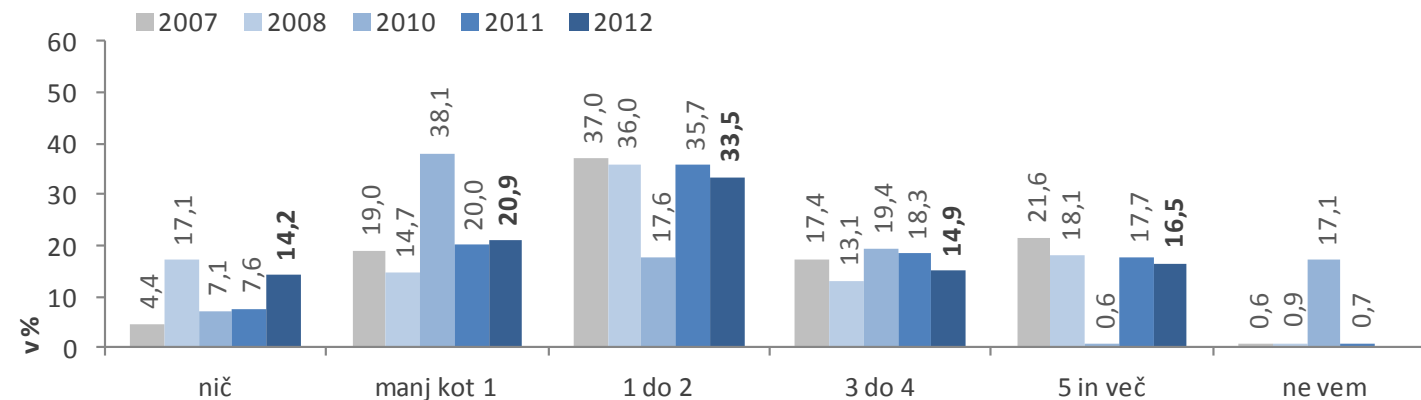


Zaradi elektronske pošte se vse bolj zmanjšuje uporaba klasičnih poštnih storitev.

Letos 51 % navaja, da zaradi e-pošte manj uporabljajo klasične poštno storitve (lani 46 %).

KOLIKO PISEM V POVPREČJU ODDATE MESEČNO?

Osnova: vsi, n=707

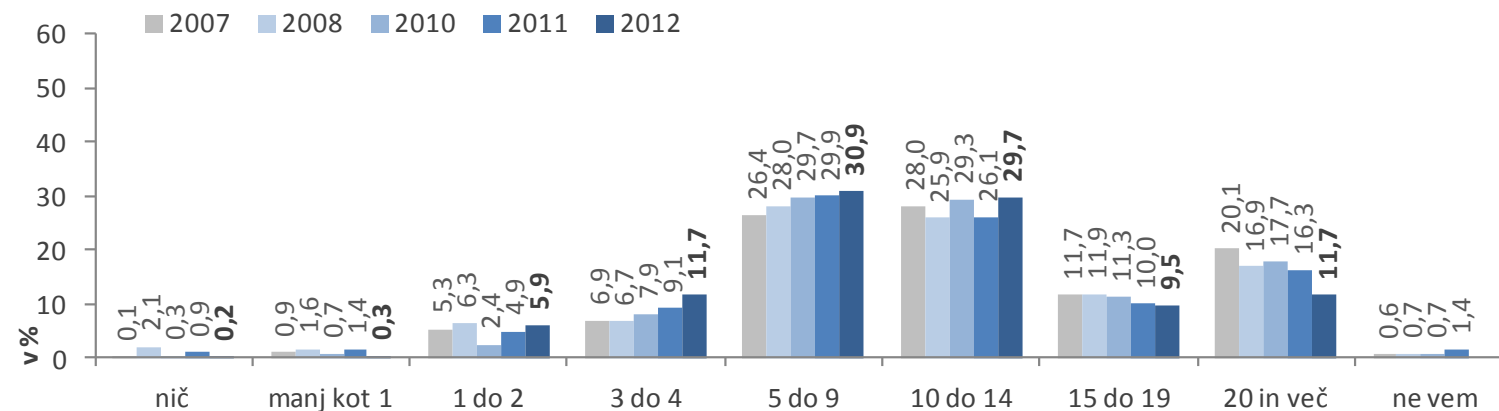


Tretjina anketirancev v povprečju mesečno odda 1-2 pismi, več kot 2 pismi odda 31 % anketirancev.

IN KOLIKO PISEM V POVPREČJU PREJMETE MESEČNO?

(NASLOVLJENA PISMA OSEBNO NA VAŠE IME (TUDI RAČUNI, POLOŽNICE, RAZGLIEDNICE, DOPISNICE..))

Osnova: vsi, n=707

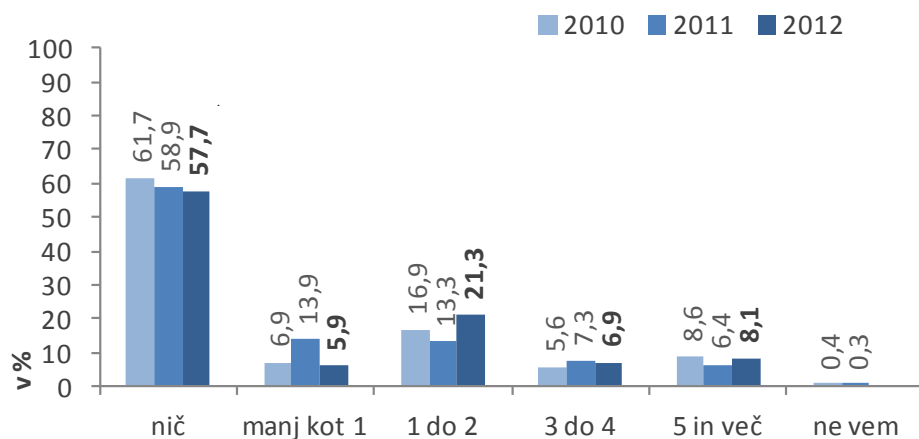


V primerjavi s preteklimi merjenji se zmanjšuje delež anketirancev, ki mesečno prejmejo več kot 15 pisem (21 %, lani 26 %, leta 2007 31 %) in povečuje delež anketirancev, ki prejmejo 1-9 naslovljenih pisem mesečno (49 %, lani 44 %, leta 2007 39 %).

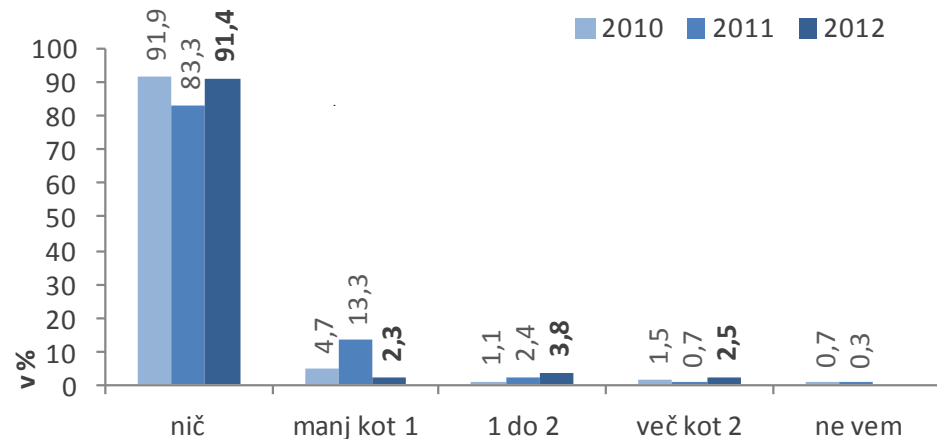
KOLIKO PAKETOV V POVPREČJU ODDATE LETNO?

Osnova: vsi, n=707

POD 10 KG



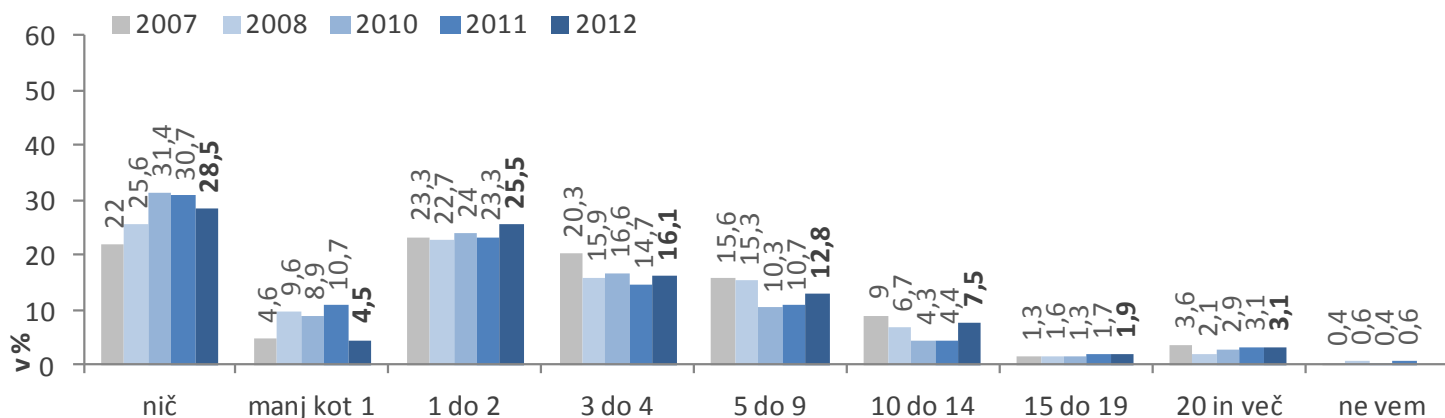
NAD 10 KG



KOLIKO PAKETOV V POVPREČJU PREJMETE LETNO, OSEBNO VI?

(NASLOVLJENE PAKETE OSEBNO NA VAŠE IME.)

Osnova: vsi, n=707



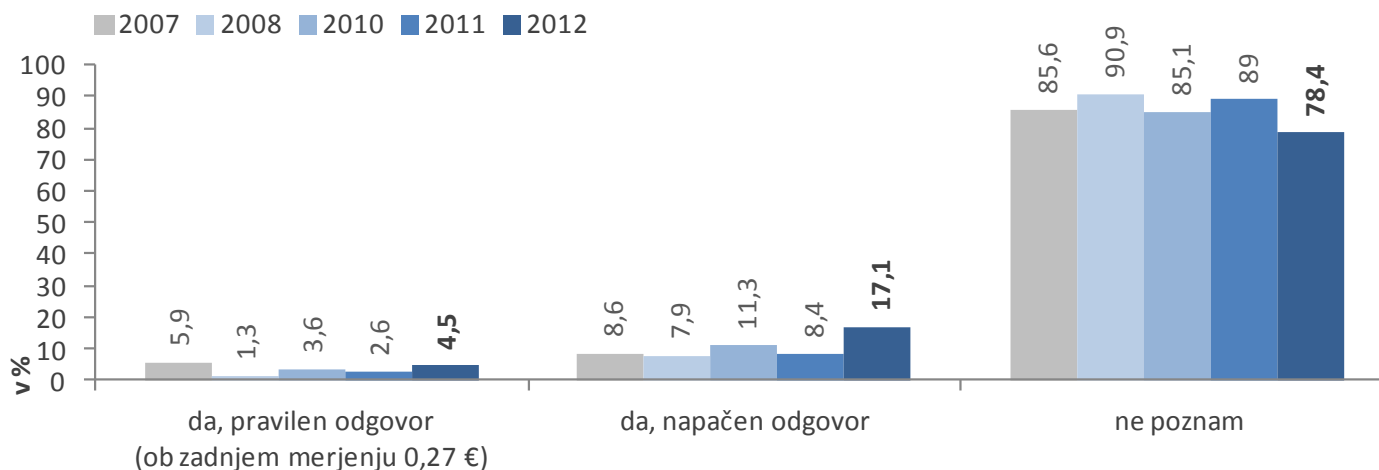
Glede oddaje in prejema paketov v primerjavi s predhodnim merjenjem ni večjih sprememb.

Večina na letni ravni ne odda nobenega paketa nad 10 kg (91 %), več kot 1 paket pod 10 kg pa na letni ravni odda 36 % anketirancev.

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- **PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA**
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

ALI POZNATE CENO PRENOSA STANDARDNEGA PISMA- ZNAMKA A?

Osnova: vsi, n=707

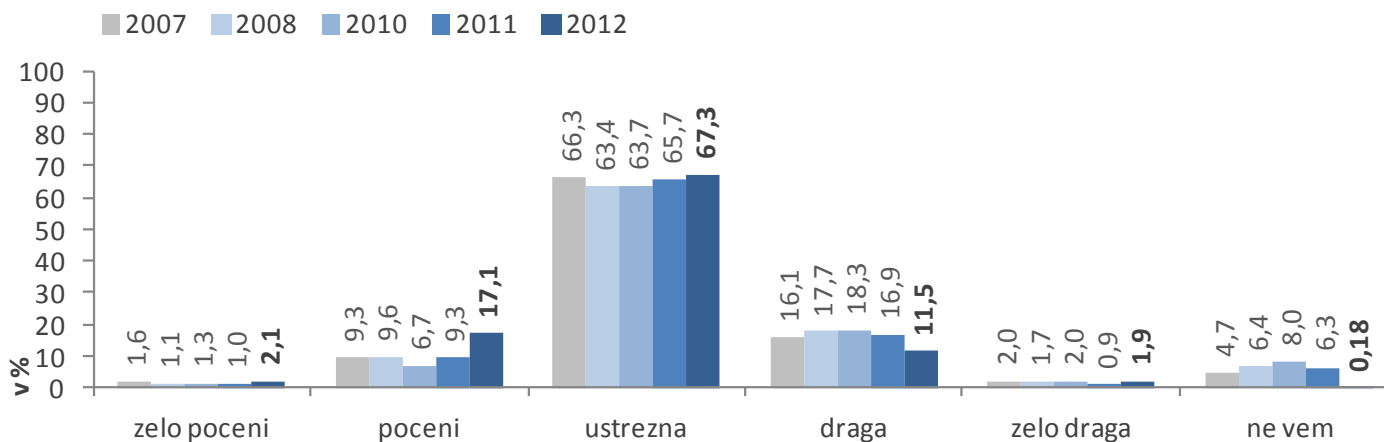


Cena prenosa standardnega pisma je večini anketirancem tudi letos nepoznana, pravilno ceno je navedlo le 5 % anketirancev (lani 3 %).

Cena prenosa standardnega pisma je v večji meri poznana starim med 35 in 44 let.

KAKŠNA SE VAM ZDI CENA 0,27 EUR ZA PRENOS NAVADNEGA PISMA – ZNAMKA A?

Osnova: vsi, n=707

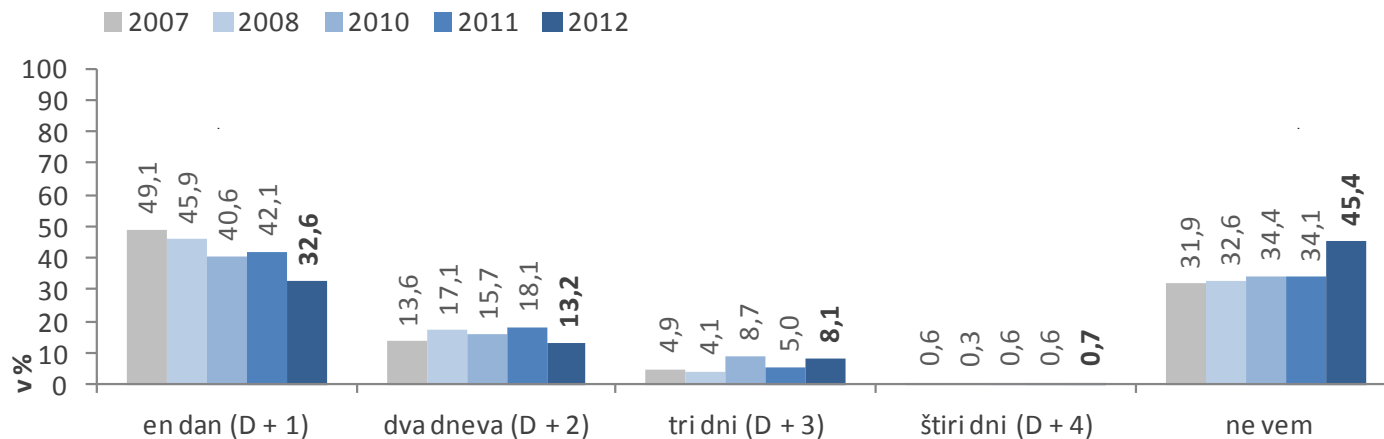


Cena (0,27 €) za prenos navadnega pisma se večini anketirancev zdi ustrezna (67 %). V primerjavi s preteklim merjenjem, se je povečal delež tistih, ki se jim zdi poceni (17 %, lani 9 %).

V povprečju se cena nekoliko bolj ugodna zdi prebivalcem mest, starim 25-34 let ter starim med 45-54 let ter moškimi.

ALI VESTE, KAKŠEN JE PREDPISAN ČAS PRENOSA NAVADNEGA PISMA?

Osnova: vsi, n=707

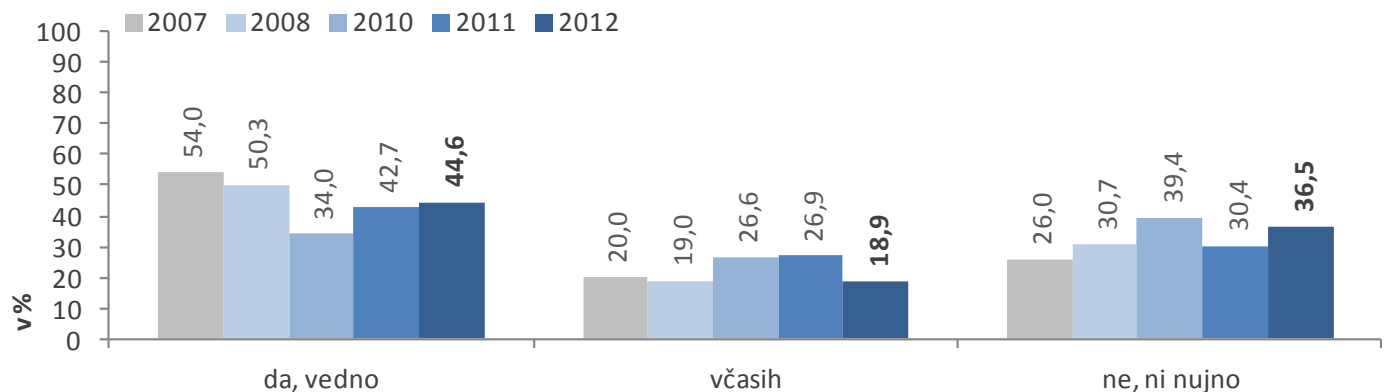


Iz leta v leto se zmanjšuje delež anketirancev, ki navajajo, da je predpisan rok za prenos navadnega pisma en dan (33 %, lani 42 %, leta 2007 49 %).

Odgovor *En dan* v večji meri navajajo ženske ter anketiranci s končano srednješolsko izobrazbo.

ALI SE VAM ZDI NUJNO, DA BI MORALO PISMO PRISPETI DO NASLOVNIKA NASLEDNJI DELOVNI DAN, KOT JE BILO ODDANO?

Osnova: vsi, n=707

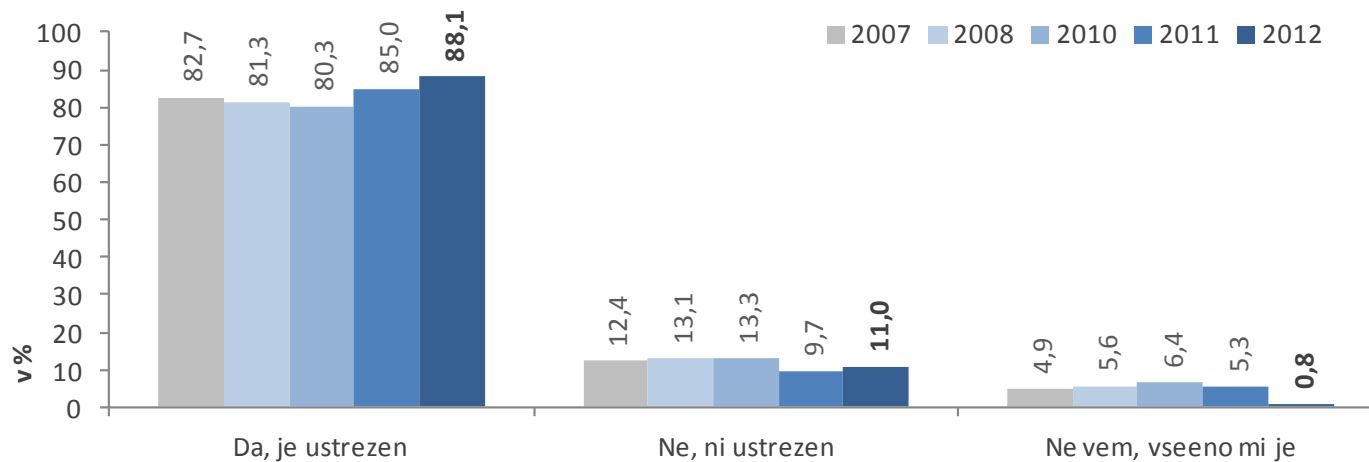


Mnenje glede tega, ali bi pismo vedno moralo prispeti naslednji delovni dan je deljeno; 45 % jih meni da bi vedno moralo prispeti naslednji delovni dan, 55 % pa da včasih oz. da ni nujno.

Med tistimi, ki menijo, da bi pismo vedno moralo prispeti naslednji dan je večji delež višje oziroma visoko izobraženih.

ALI SE VAM ZDI ČAS PRIHODA PISMONOŠE NA VAŠ DOM USTREZEN?

Osnova: vsi, n=707

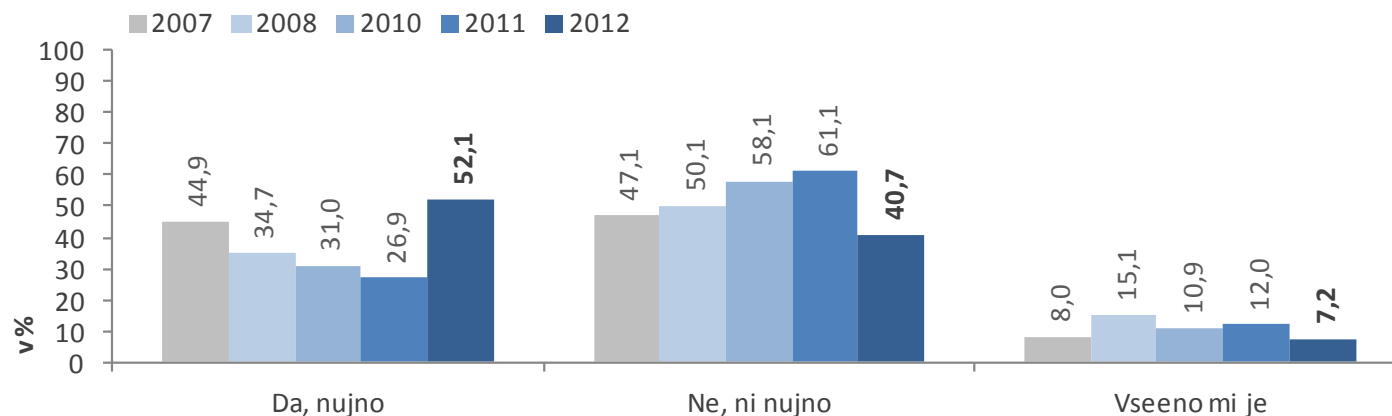


Čas pismoše na dom, kot ustrezen ocenjuje večina (88 %), kar je nekoliko več kot v preteklih letih.

S časom prihoda pismoše na njihov dom so v večji meri zadovoljni anketiranci stari med 45 in 65 let, najnižje izobraženi ter tisti, ki živijo na podeželju.

ALI SE VAM ZDI SMISELNA DOSTAVA POŠTNIH POŠILJK NA DOM OB SOBOTAH ?

Osnova: vsi, n=707

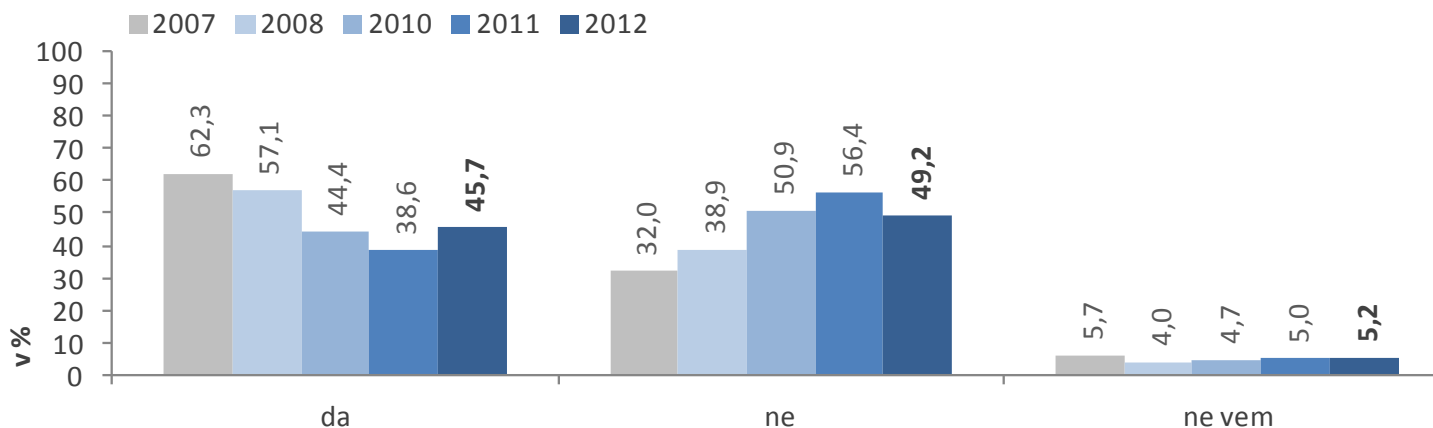


Glede na pretekla leta, se je povečal delež anketirancev, ki menijo, da je dostava pošiljk na dom tudi ob sobotah smiselna (52 %). Delež teh se je sicer, v preteklih letih konstantno nižal.

Med anketiranci, ki menijo, da je dostava ob sobotah nujna, je značilno več mladih, starih do 24 let, dijakov oz. študentov, srednje izobraženih ter prebivalcev mest.

ALI IMATE PRI VAS DOSTAVO POŠTNIH POŠILJK NA DOM OB SOBOTAH?

Osnova: vsi, n=707

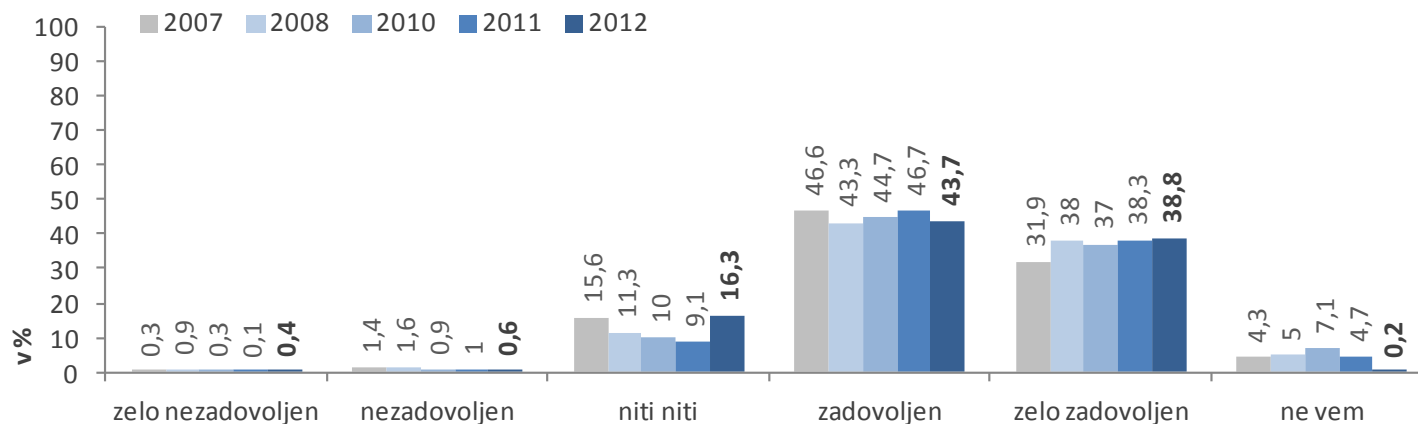


Med anketiranci, ki navajajo, da imajo pri njih dostavo pošiljk na dom ob sobotah je značilno več moških, brezposelnih ter prebivalcev krajev in večjih mest, Ljubljane oziroma Maribora.

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- **OCENA KAKOVOSTI STORITEV**
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

OCENITE VAŠE ZADOVOLJSTVO Z DOSTOPNOSTJO POTREBNIH INFORMACIJ NA POŠTI (POŠTNIH ENOTAH)?

Osnova: vsi, n=707



Tudi letos se kaže zadovoljstvo z dostopnostjo potrebnih informacij na pošti, povprečna ocena je 4,2.

Višjo stopnjo zadovoljstva z dostopnostjo informacij v povprečju izkazujejo ženske, starejši od 65 let oziroma upokojenci ter brezposelni.

ZAKAJ NISTE ZADOVOLJNI Z DOSTOPNOSTJO INFORMACIJ? KATERE INFORMACIJE POGREŠATE?

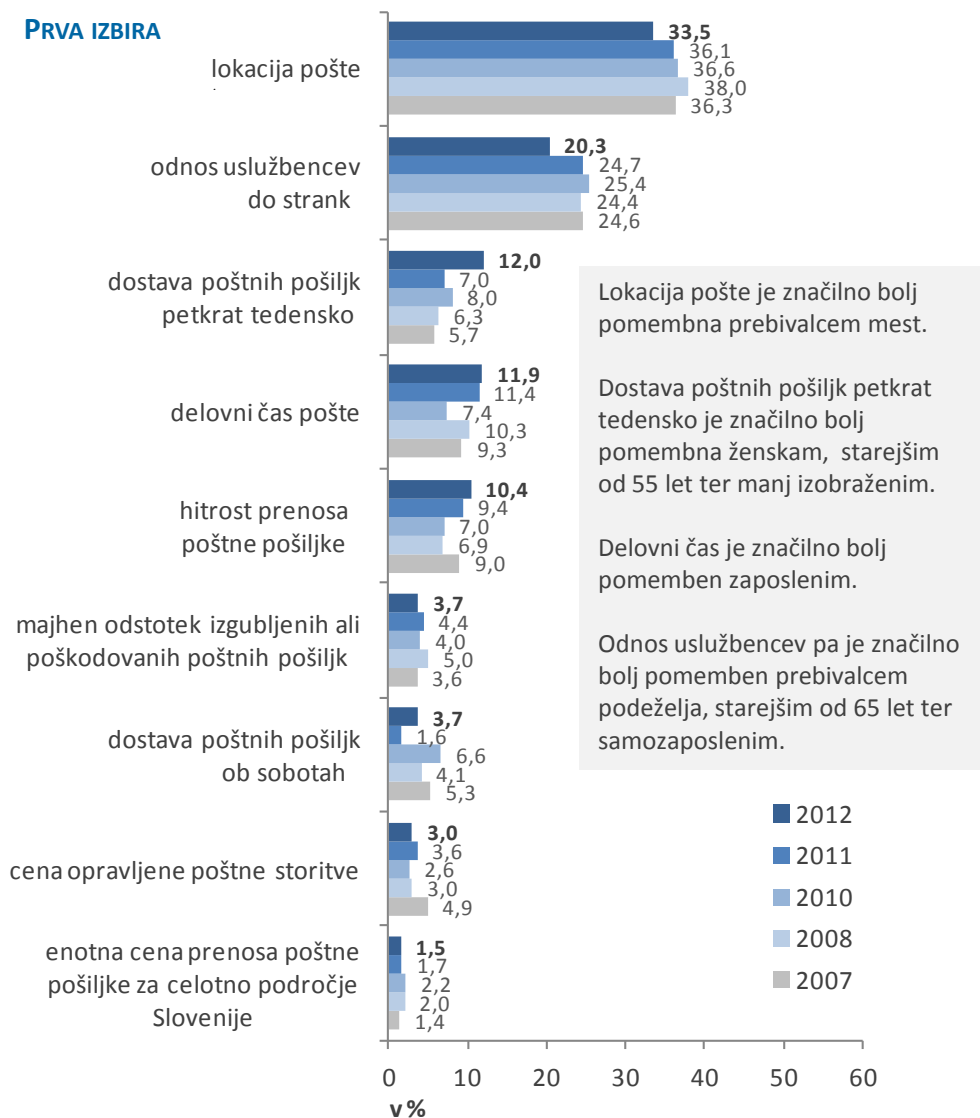
Osnova: tisti, ki so izrazili nezadovoljstvo z dostopnostjo potrebnih informacij na pošti, n=7

- bolj natančne inf o času dostave..
- imenik, poštna številke
- informacije o nakazilih
- ne morem poiskati informacij zaradi neustreznega odpiralnega časa pošte
- provizija pri plačevanju s plačilno kartico
- sprememba delovnega časa..niso nas prej obvestili
- vljudnost

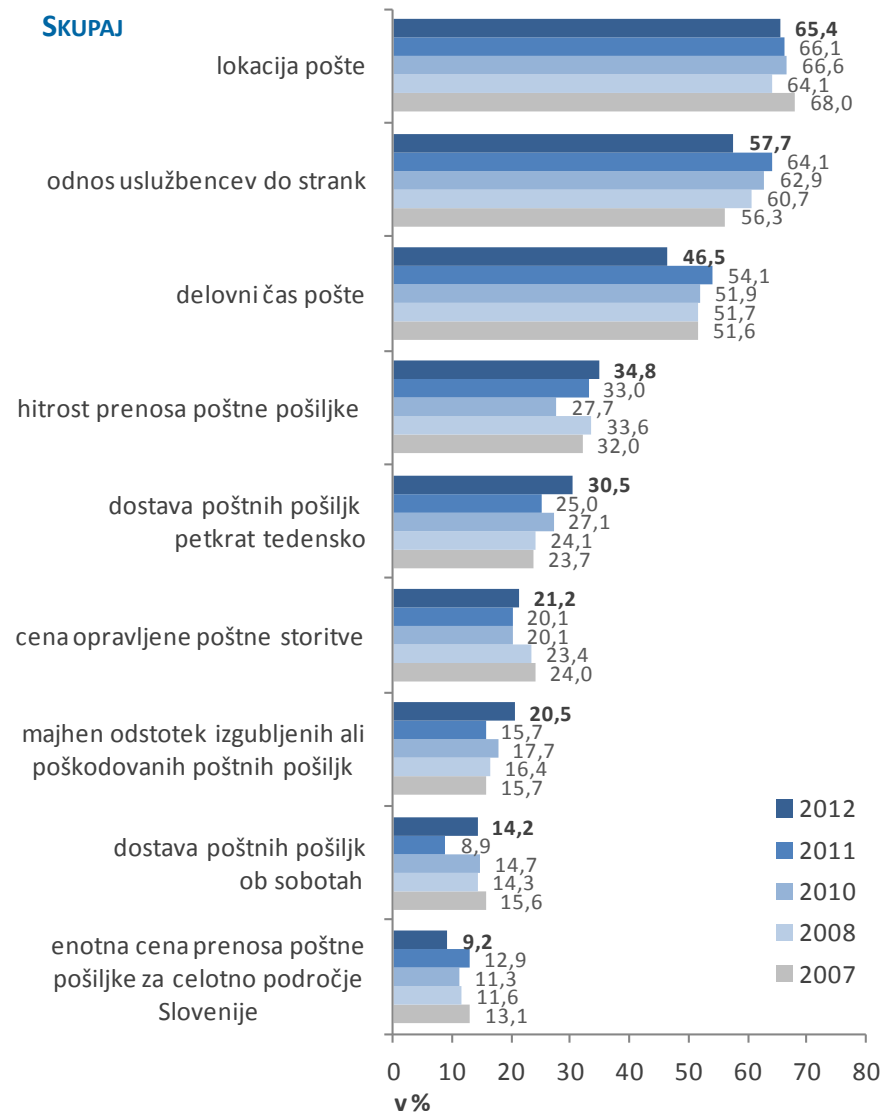
NAVEDLI VAM BOMO NEKAJ DEJAVNIKOV KAKOVOSTI POŠTNE STORITVE, VI PA IZMED VSEH DEJAVNIKOV IZBERITE TRI, KI SO ZA VAS NAJPOMEMBNEJŠI.

Osnova: vsi, n=707 | Anketiranci so najprej navedli tisti dejavnik, ki je za njih najpomembnejši (prva izbira) ter nato še drugega in tretjega.

PRVA IZBIRA

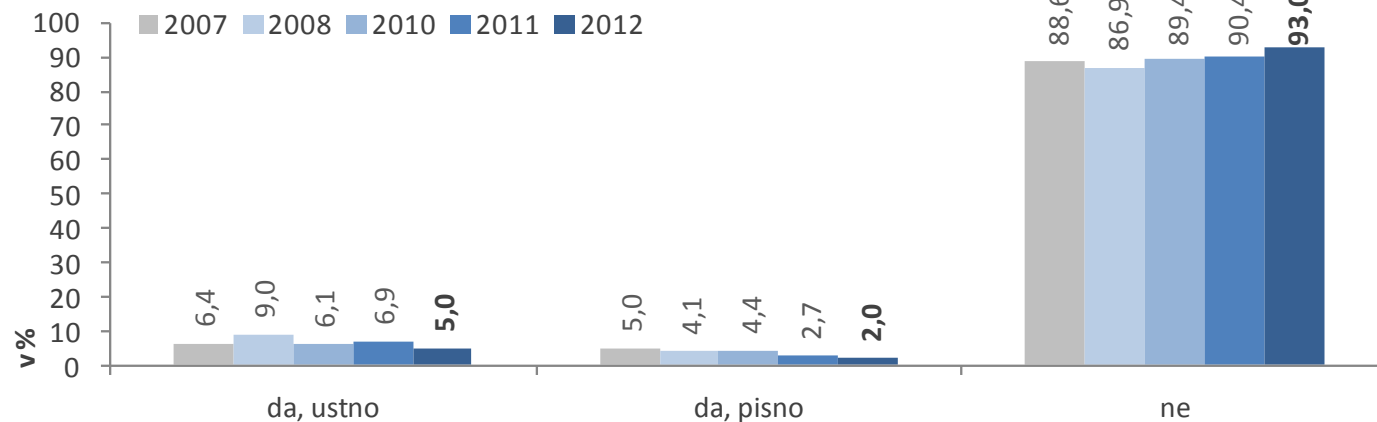


SKUPAJ



ALI STE ŽE KDAJ VLOŽILI KAKŠNO PRITOŽBO ZARADI NEZADOVOLJSTVA Z OPRAVLJENO POŠTNO STORITVIJO?

Osnova: vsi, n=707

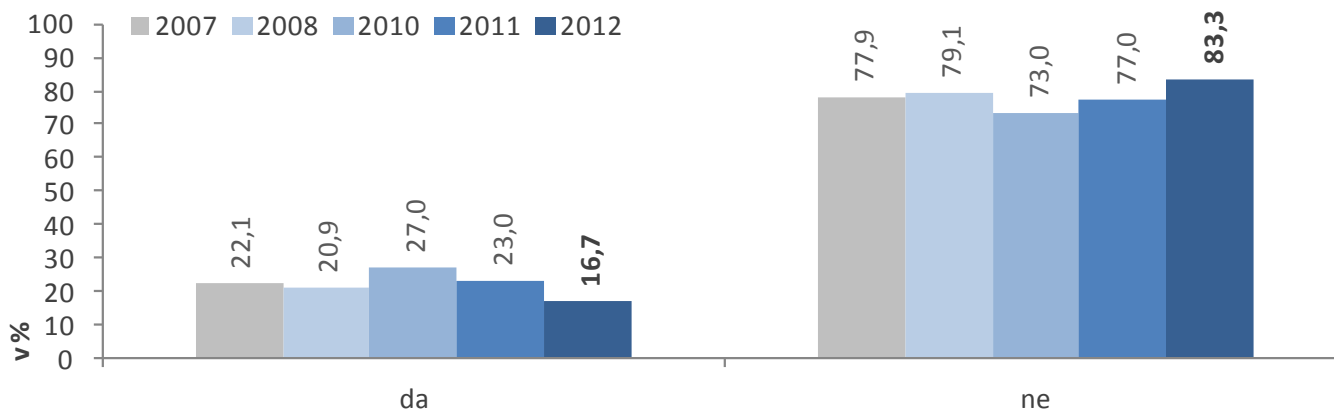


Z leti se nekoliko zmanjšuje število vloženih pritožb zaradi nezadovoljstva z opravljeno pošto storitvijo (7 %, lani 10 %).

Med tistimi, ki so se že kdaj ustno pritožili zaradi nezadovoljstva je značilno več mladih do 24 let (10 %).

ALI STE SEZNANJENI S PRITOŽBENIM POSTOPKOM IN MOŽNIMI ODŠKODNINAMI V PRIMERU POŠKODOVANIH POŠILJK, UNIČENJA, PREKORAČITVE ROKA PRENOSA IPD.?

Osnova: vsi, n=707



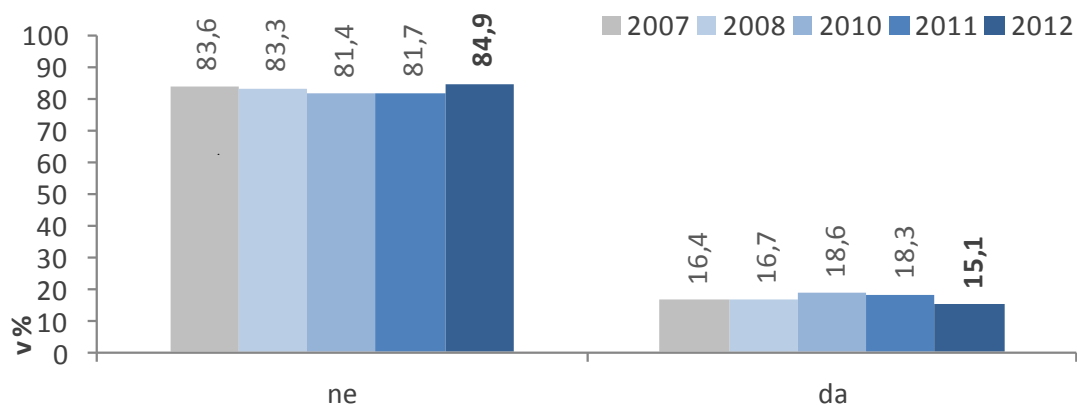
S pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami je letos seznanjenih manj anketirancev (17 %, lani 23 %).

S pritožbenim postopkom so sicer v večji meri seznanjeni prebivalci mest (25 %).

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- **UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV**
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

ALI STE POLEG POŠTE SLOVENIJE ŽE UPORABILI STORITVE ŠE KAKŠNEGA DRUGEGA IZVAJALCA POŠTNIH STORITEV?

Osnova: vsi, n=707



Druge izvajalce poštних storitev, poleg Pošte Slovenije, uporablja 15 % anketirancev, kar je nekoliko manj kot pretekla leta.

Med uporabniki poštних storitev drugih izvajalcev je značilno več moških, višje oziroma visoko izobraženih, starih med 25 in 44 let, zaposlenih ter prebivalcev Osrednjeslovenske regije.

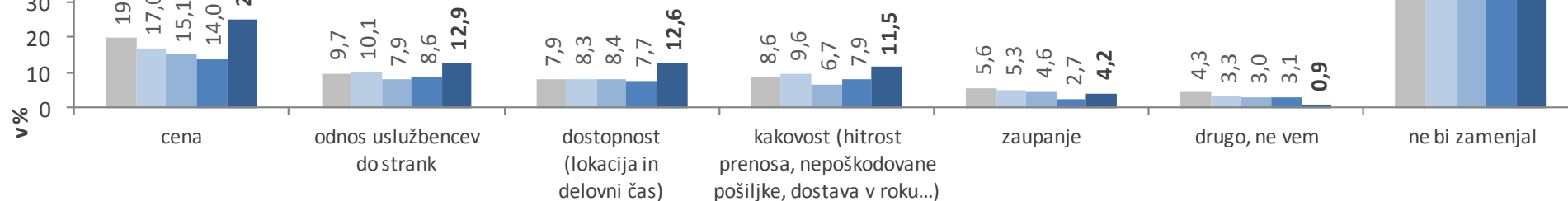
NAVEDLI VAM BOMO NEKAJ DEJAVNIKOV, VI PA POVEJTE, KATERI IZMED NJIH, BI PO VAŠEM MNENJU LAHKO VPLIVAL NA VAS, DA BI ZAMENJALI IZVAJALCA POŠTNIH STORITEV?

Osnova: vsi, n=707

Glede na pretekla merjenja je letos več anketirancev odprtih za možnost zamenjave izvajalca poštних storitev.

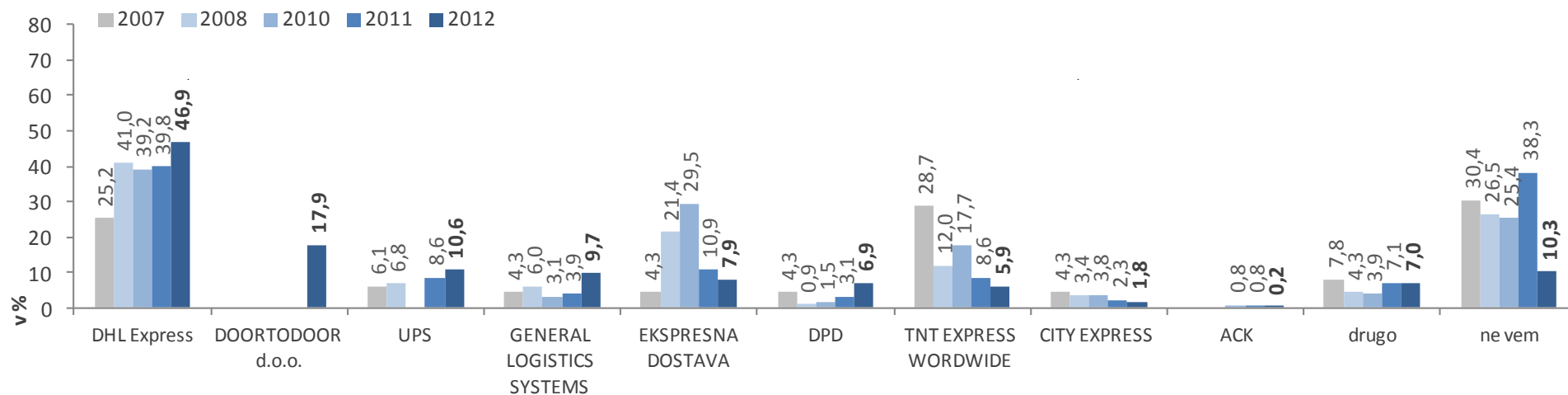
Glavni dejavnik, ki bi lahko vplival na zamenjavo je predvsem cena storitev, značilno bolj za mlade med 25 in 34 let ter zaposlene. Kakovost storitev je v večji meri pomembna za višje oz. visoko izobražene, stare 25-34 let, dijake oz. študente ter brezposelne. Tudi dostopnost kot vpliven dejavnik v večji meri navajajo zaposleni ter dijaki in študentje.

Med tistimi, ki ponudnika ne bi menjali je značilno več starih nad 55 let, nižje izobraženih, ter upokojevcev.



STORITVE KATEREGA IZVAJALCA POŠTNIH STORITEV STE ŽE UPORABILI POLEG POŠTE SLOVENIJE?

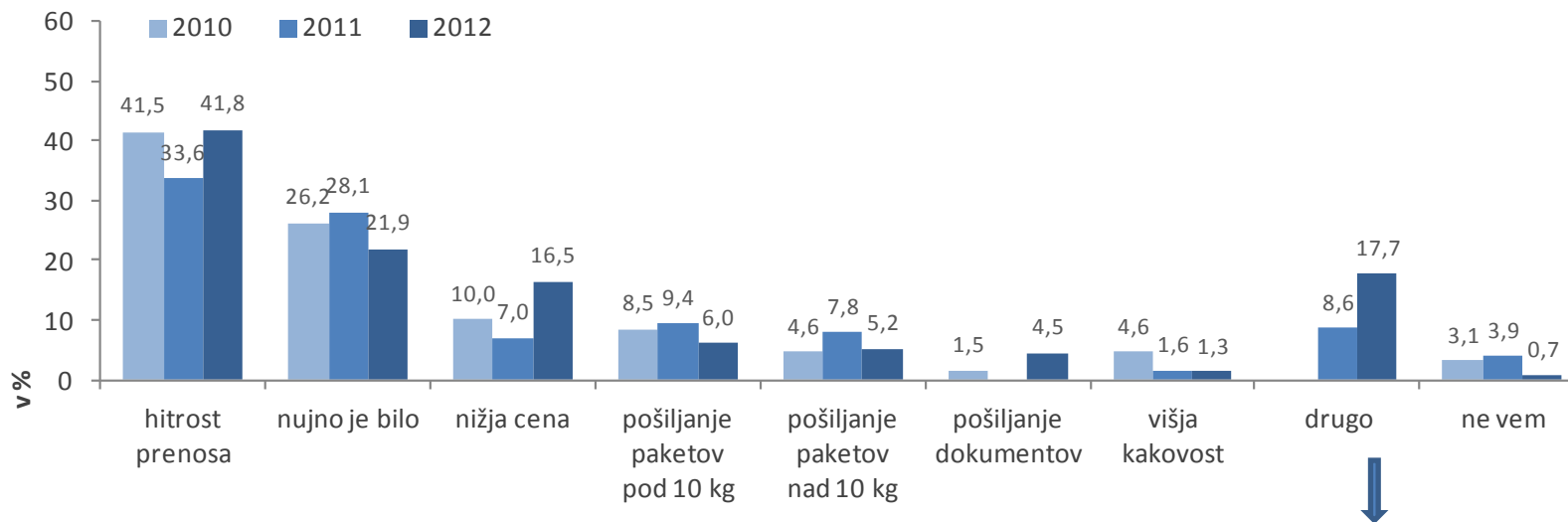
Osnova: uporabniki storitev drugih izvajalcev, n=107 | Možnih je bilo več odgovorov.



Med anketiranci, ki so že uporabili storitve drugih izvajalcev poštних storitev jih vse več uporablja storitve DHL Express, zmanjšuje pa se uporaba storitev ponudnika TNT Express. Letos je med ostalimi ponudniki prvič Doortodoor.

ZAKAJ STE UPORABILI STORITVE DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV?

Osnova: uporabniki storitev drugih izvajalcev, n=107 | Možnih je bilo več odgovorov.



Storitve drugih izvajalcev anketiranci uporabi predvsem zaradi hitrosti prenosa (42 %) oziroma nujnosti (22 %) prenosa.

Hitrost prenosa je bila v večji meri razlog za anketirane stare med 35 in 44 let, nujnost pošiljke pa za anketirance stare med 25 in 34 let.

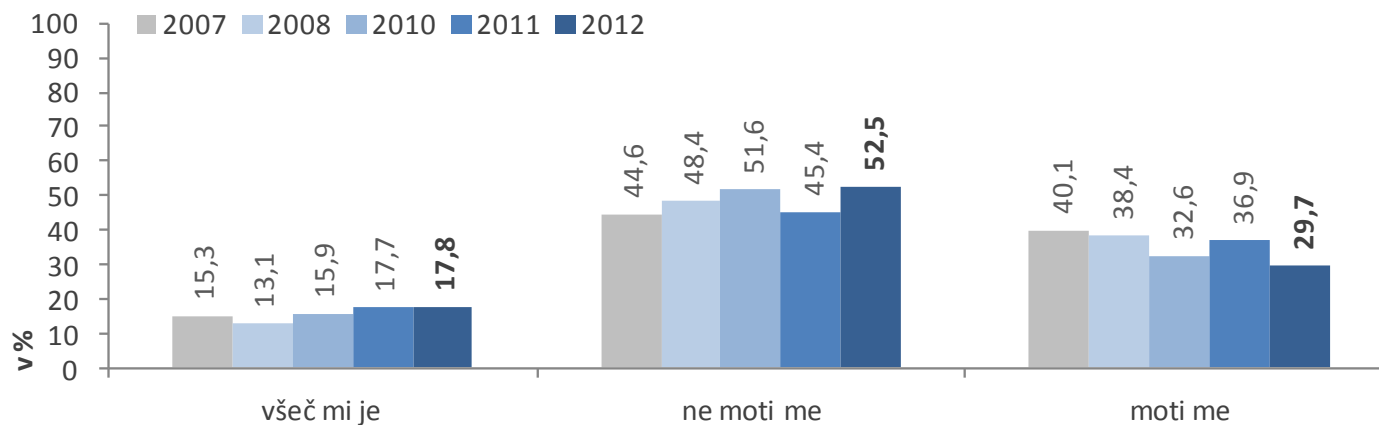
Letos je med razlogi za uporabo storitev drugih ponudnikov več anketirancev navedlo tudi nižjo ceno (17 %, lani 7 %).

- internetna trgovina
- kupil izdelek na GLS, zaradi reklamacije na izdelek so omogočili zastoj poslati izdelek na popravilo
- naročila preko interneta
- ni provizije
- pogodbe so bile sklenjene z drugimi izvajalci
- pošiljatelj je imel pogodbo z njimi in je bila to edina možnost
- slučajno
- tujina
- zaradi dogovora s prejemnikom.
- zaradi zahtev, ki jih imajo, da mora biti embalaža v rjavem papirju, da more biti trak, itd. torej druge ne zahtevajo toliko.
- zaradi zaposlitve v tujini

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- **ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL**

KAJ MENITE O PREJEMANJU NENASLOVLJENIH OGLAŠEVALSKIH, MARKETIŠKIH IN DRUGIH REKLAMNIH SPOROČIL NA DOM?

Osnova: vsi, n=707

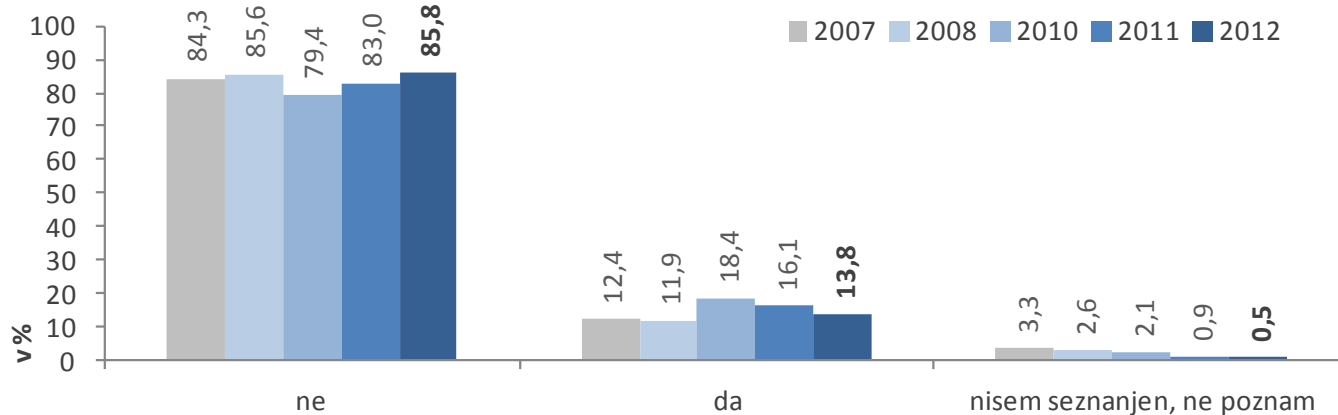


Od prvega merjenja se zmanjšuje delež anketirancev, za katere so nenaslovljena reklamna sporočila, ki jih prejmejo v nabiralnik moteča.

Sicer pa so nenaslovljena reklamna sporočila v večji meri všeč ženskam ter brezposelnim.

ALI UPORABLJATE RUMENO NALEPKO, KI PREPOVEDUJE VSTAVLJANJE NENASLOVLJENIH OGLAŠEVALSKIH, MARKETIŠKIH IN DRUGIH REKLAMNIH SPOROČIL V VAŠ NABIRALNIK?

Osnova: vsi, n=707



Zadnja tri leta se znižuje delež anketirancev, ki uporabljajo rumeno nalepko.

Rumeno nalepko sicer v večji meri uporabljajo dijaki in študentje, starejši od 65 let, višje oziroma visoko izobraženi ter prebivalci večjih mest, Ljubljane oziroma Maribora.

Pri svojem delu upoštevamo standarde in merila svetovnega združenja trženjskih in javnomnenjskih raziskovalcev ICC/ESOMAR (*International Code on Market and Social Research*), katerega člani smo.



Episcenter d.o.o. | www.episcenter.si

t: 1 470 26 00

e: info@episcenter.si | mojca.tisu@episcenter.si