

RAZISKAVA O ZADOVOLJSTVU S POŠTNIMI STORITVAMI MED POSLOVNO JAVNOSTJO

Poročilo raziskave


GfK Slovenija
September 2016



Vsebina poročila



KLIKNI NA **ŽELJENI ZAVIHEK** ZA HITER DOSTOP

KLIKNI NA  **AKOS** ZA VRNITEV V OSNOVNI MENU

OSNOVNI PODATKI O RAZISKAVI

O raziskavi

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med poslovno javnostjo se izvaja od leta 2007 dalje. Njen namen je spremljanje trenda uporabe poštnih storitev, zadovoljstva uporabnikov s ceno in roki prenosa, kakovostjo poštnih storitev itd.



V letošnjem merjenju se je spremenila struktura vzorca, tako da je velikost podjetij v vzorcu proporcionalna glede na dejansko strukturo v bazi IPIS*.

*IPIS je podatkovni vir populacije poslovnih enot v Republiki Sloveniji, ki omogoča pregled populacije po nekaterih vnaprej določenih karakteristikah podjetij.

Zbiranje podatkov



- Telefonsko anketiranje (CATI)

Čas anketiranja



- 19.9.-23.9.2016

Ciljna oseba



- Skrbnik pogodbe, vodja vložišča ali direktor

Struktura vzorca



- 309 podjetij
- Kvotni vzorec glede na velikost podjetja, struktura proporcionalna glede na IPIS

KLJUČNE UGOTOVITVE

KLJUČNE UGOTOVITVE 1/2



Naslovljena **navadna** in **standardna pisma v notranjem prometu** so najpriljubljenejše vrste pošilk med podjetji v Sloveniji. Podjetja v mesecu dni po Sloveniji pošljejo v povprečju 167 navadnih in 157 standardnih pisem. Priporočena in vrednostna pisma ter paketi so redkejši, prvih se mesečno po Sloveniji pošlje povprečno 25, drugih pa 6 (do 10 kg) oz. 2 (nad 10 kg).

Čezmejno pošiljanje pošte je med podjetji redkejše kot pošiljanje pošte po Sloveniji. Mesečno podjetja v tujino pošljejo povprečno 21 navadnih pisem, 17 standardnih pisem, 3 priporočena ali vrednostna pisma, 2 paketa do 10 kg in 1 paket nad 10 kg.



Dobra polovica podjetij pošto **oddaja v prostorih pošt**, v 28 % pa pošto poberejo v njihovih poslovnih prostorih. Slednje je najbolj značilno za velika podjetja (69 %).

V **poslovnih prostorih** večine podjetij, ne glede na velikost, poteka tudi **sprejem** pošilk.

Pri dobri polovici podjetij je uporaba poštnih storitev **upadla na račun uporabe elektronske pošte**, v povprečju za 17 %.



Cena za prenos standardnega pisma je **spreljemljiva** za 76 % vprašanih podjetij. Večina podjetij plačuje ceno **brez popusta**.

Kar 89 % podjetij meni, da bi morale pošiljke prispeti **naslednji delovni dan**, v še večji meri (96 %) pa se jim zdi smiselno imeti dostavo **5 delovnih dni v tednu**. Dobrih 70 % meni, da **sobotna dostava pošte ni potrebna**. Tudi sicer ima to urejeno le 17 % podjetij, ki v soboto najpogosteje prejemajo pakete in pisma.

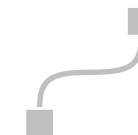


KLJUČNE UGOTOVITVE 2/2



Podjetja so večinoma zelo **zadovoljna** s storitvami Pošte Slovenije, povprečno zadovoljstvo znaša 4,4 (na lestvici 1 – zelo nezadovoljen, 5 – zelo zadovoljen).

Po mnenju večine vprašanih je **zanesljiv prenos pošte** najpomembnejši pokazatelj kakovosti (92 % zelo pomembno). Sledita mu zaupanje v ponudnika (81 % zelo pomembno) in odnos uslužbencev (81 % zelo pomembno).



Večina podjetij (83 %) se še **nikoli ni pritožila**, opazimo pa lahko, da so se velika podjetja pogosteje pritožila kot srednja in manjša (37 % pritožb velikih podjetij, 17 % pritožb srednjih podjetij in 14 % pritožb malih podjetij).

Pošta Slovenije je **glavni izvajalec** poštnih storitev za 88 % podjetij, za polovico pa je **tudi edini**, ku so ga v zadnjem letu uporabili. Med drugimi izvajalci je najpogostejši **DHL Ekspres** (27 %), ki mu sledita TNT (18 %) in GLS (13 %). Največ različnih izvajalcev so uporabila velika podjetja.

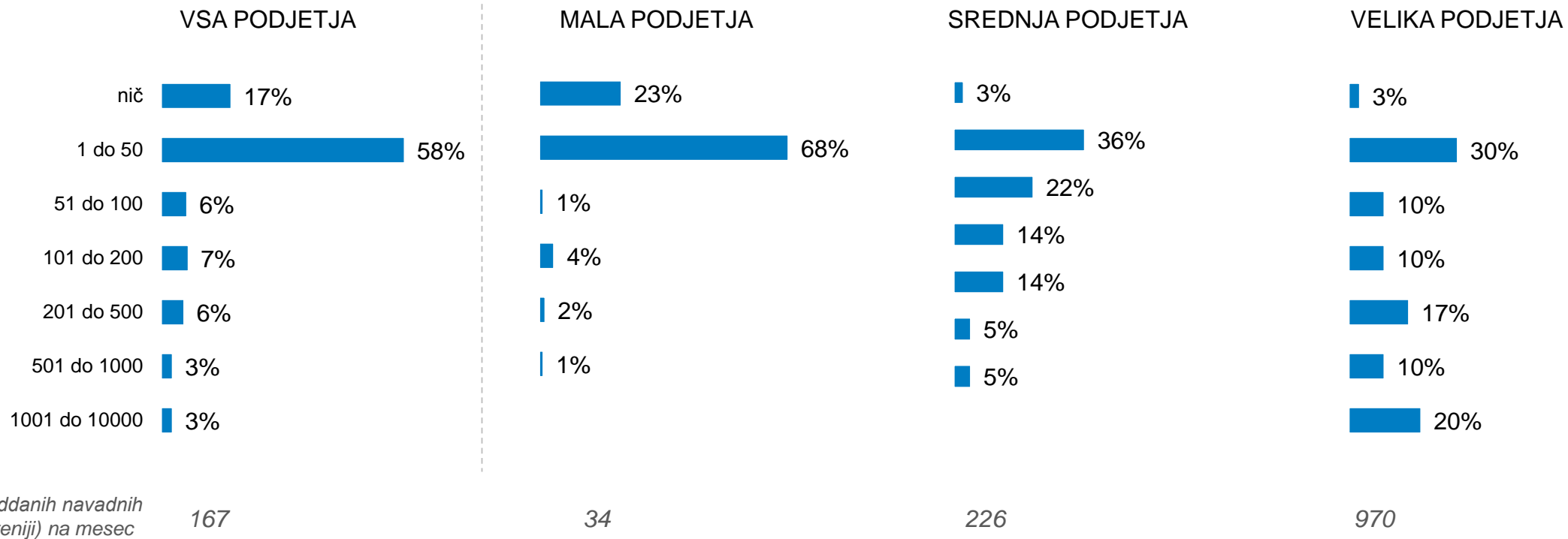


Kakovost in **cena** sta s 43 % in 40 % največkrat navedena razloga za zamenjavo Pošte Slovenije kot izvajalca poštnih storitev, medtem ko **polovica podjetij ne vidi nobenih ovir za zamenjavo**. Več podjetij bi **raje plačalo višjo ceno za višjo kakovost** poštnih storitev, kakor obratno.

REZULTATI

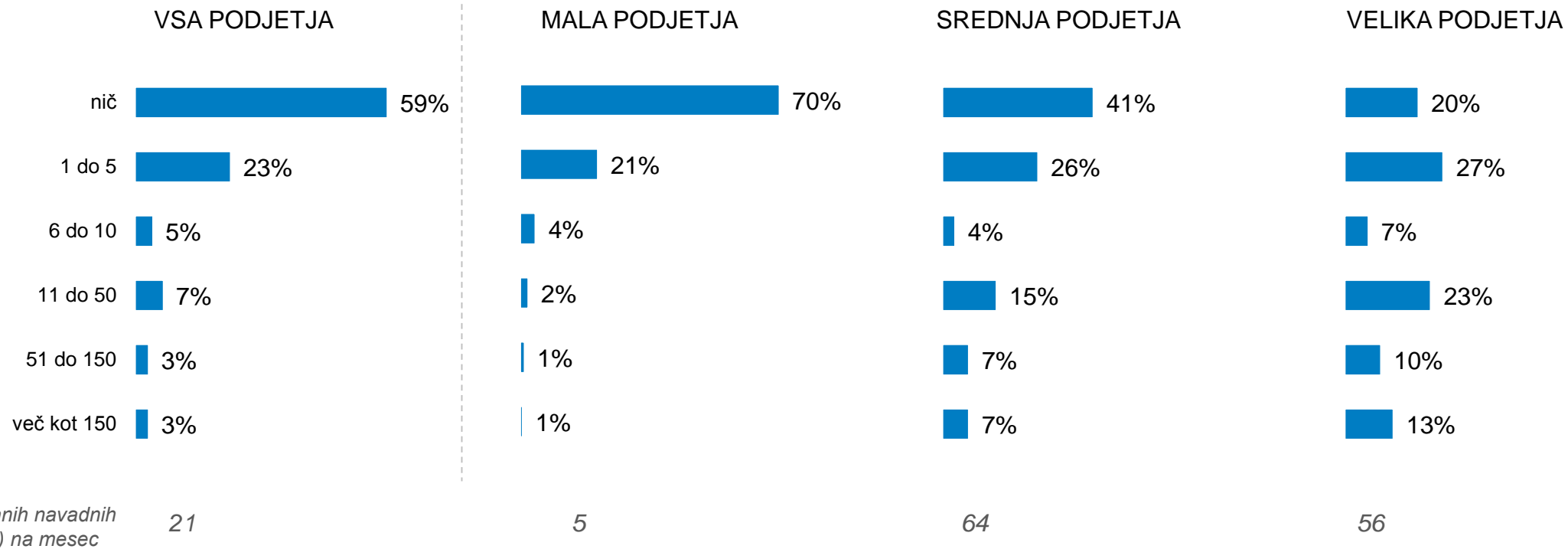
1. ODDAJA IN PREJEM PISEM IN PAKETOV

ŠTEVILO ODDANIH NAVADNIH PISEM (PO SLOVENIJI) NA MESEC



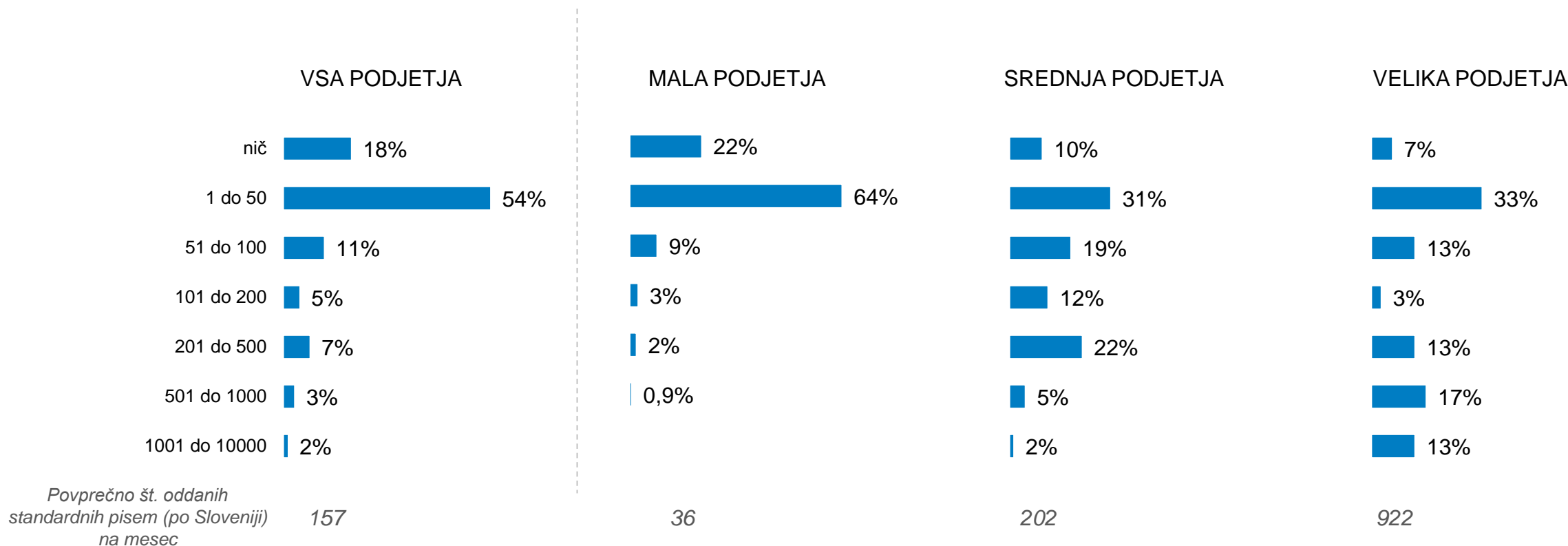
Podjetja na mesec večinoma pošljejo od 1 do 50 navadnih pisem po Sloveniji. Največ navadnih pisem oddajo velika podjetja, v povprečju 970.

ŠTEVILO ODDANIH NAVADNIH PISEM (ČEZMEJNO) NA MESEC



Večina podjetij mesečno v tujino ne pošilja navadnih pisem, kar še posebej velja za mala podjetja. V povprečju sicer podjetja pošljejo 21 navadnih pisem.

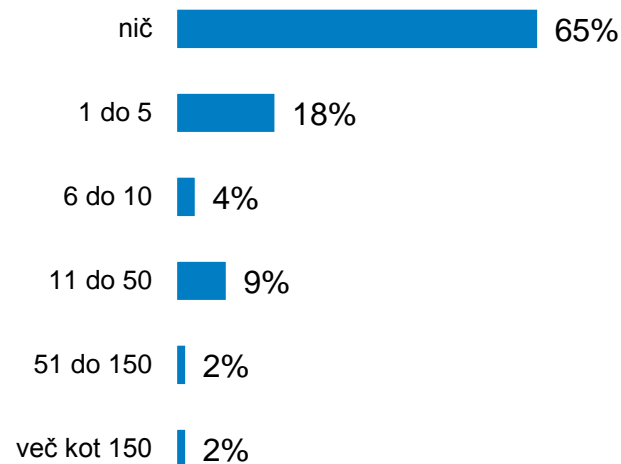
ŠTEVILO ODDANIH STANDARDNIH PISEM (PO SLOVENIJI) NA MESEC



Največ podjetij mesečno pošlje do 50 standardnih pisem znotraj Slovenije (54 %). Podobno kot za navadna pisma tudi za standardna velja, da se povprečno število oddanih standardnih pisem viša z velikostjo podjetja.

ŠTEVILO ODDANIH STANDARDNIH PISEM (ČEZMEJNO) NA MESEC

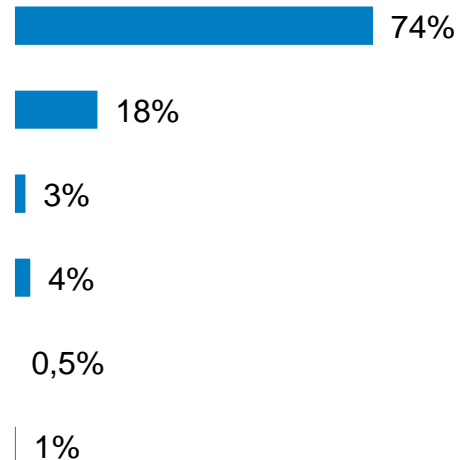
VSA PODJETJA



Povprečno št. oddanih standardnih pisem (čezmejno) na mesec

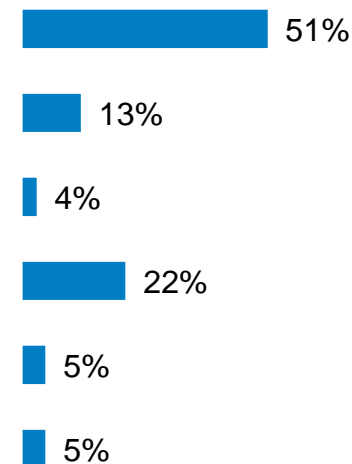
17

MALA PODJETJA



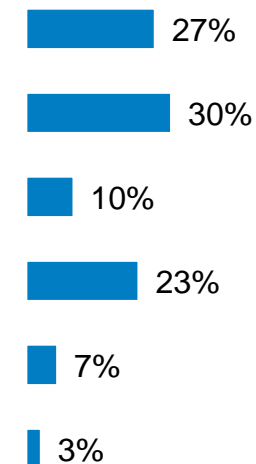
9

SREDNJA PODJETJA



40

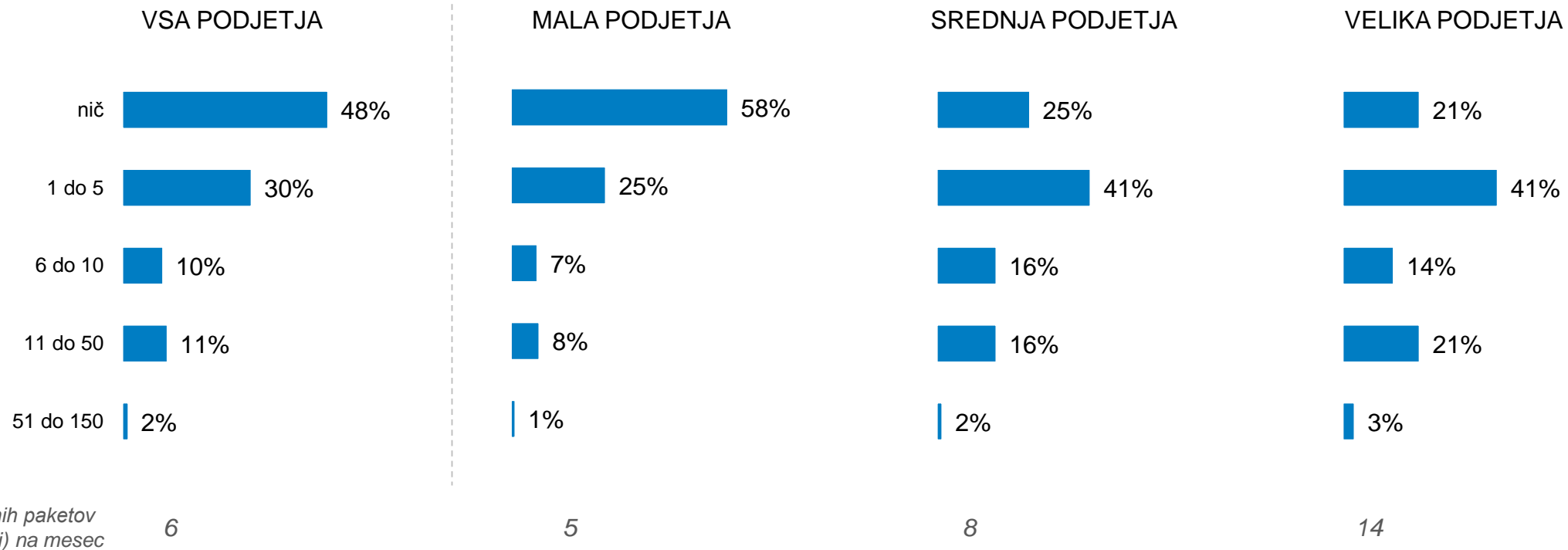
VELIKA PODJETJA



29

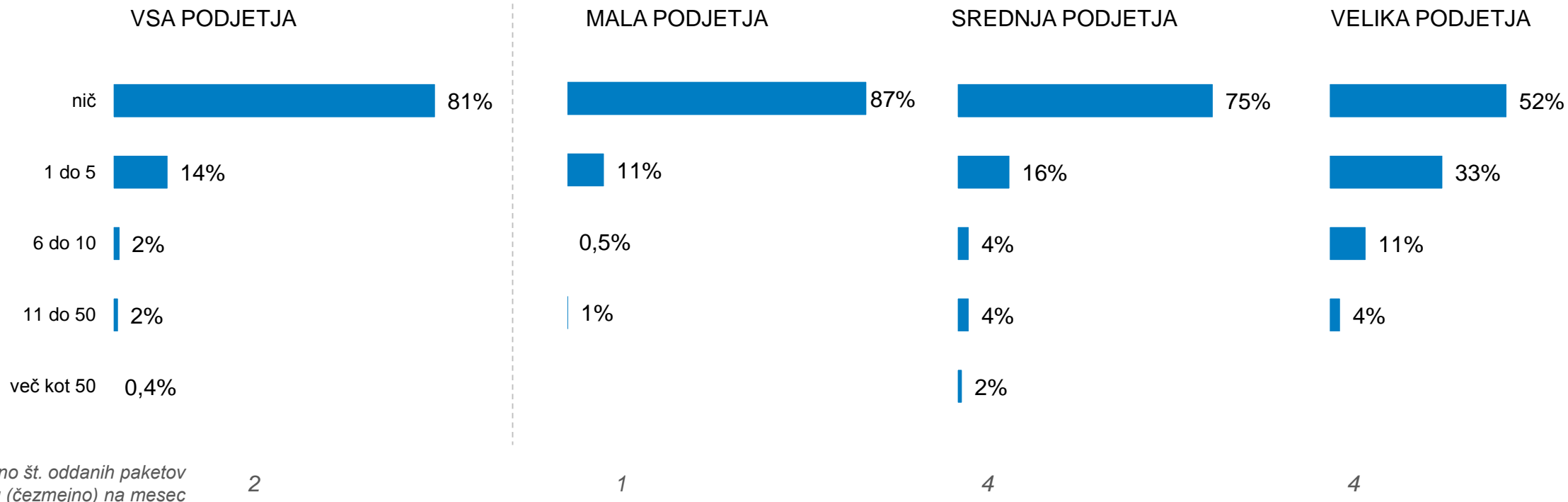
Pošiljanje standardnih pisem v tujino je nekoliko redkejše kot pošiljanje navadnih pisem. Podjetja jih v povprečju na mesec pošljejo 17.

ŠTEVILO ODDANIH PAKETOV DO 10 KG (PO SLOVENIJI) NA MESEC



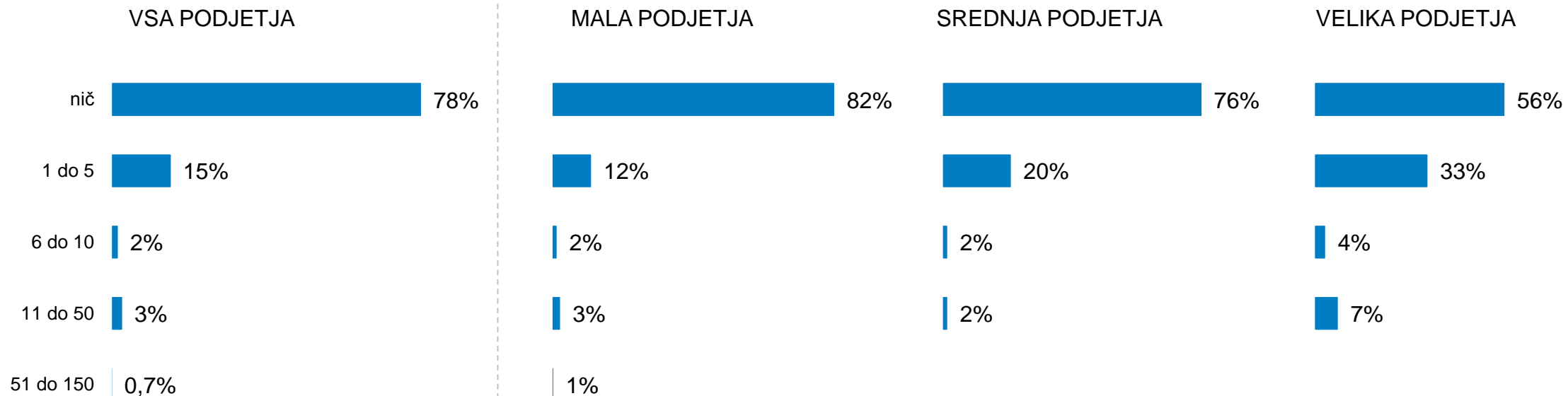
Skoraj polovica podjetij ne pošlje nobenega paketa do 10 kg mesečno, slaba tretjina pa po Sloveniji na mesec pošlje od 1 do 5 paketov, lažjih od 10 kg.

ŠTEVILO ODDANIH PAKETOV DO 10 KG (ČEZMEJNO) NA MESEC



Pakete, lažje od 10 kg, podjetja redkeje pošiljajo v tujino, kar 81 % podjetij na mesec ne pošlje nobenega takšnega paketa čezmejno.

ŠTEVILO ODDANIH PAKETOV NAD 10 KG (PO SLOVENIJI) NA MESEC



Povprečno št. oddanih paketov nad 10 kg (po Sloveniji) na mesec **2**

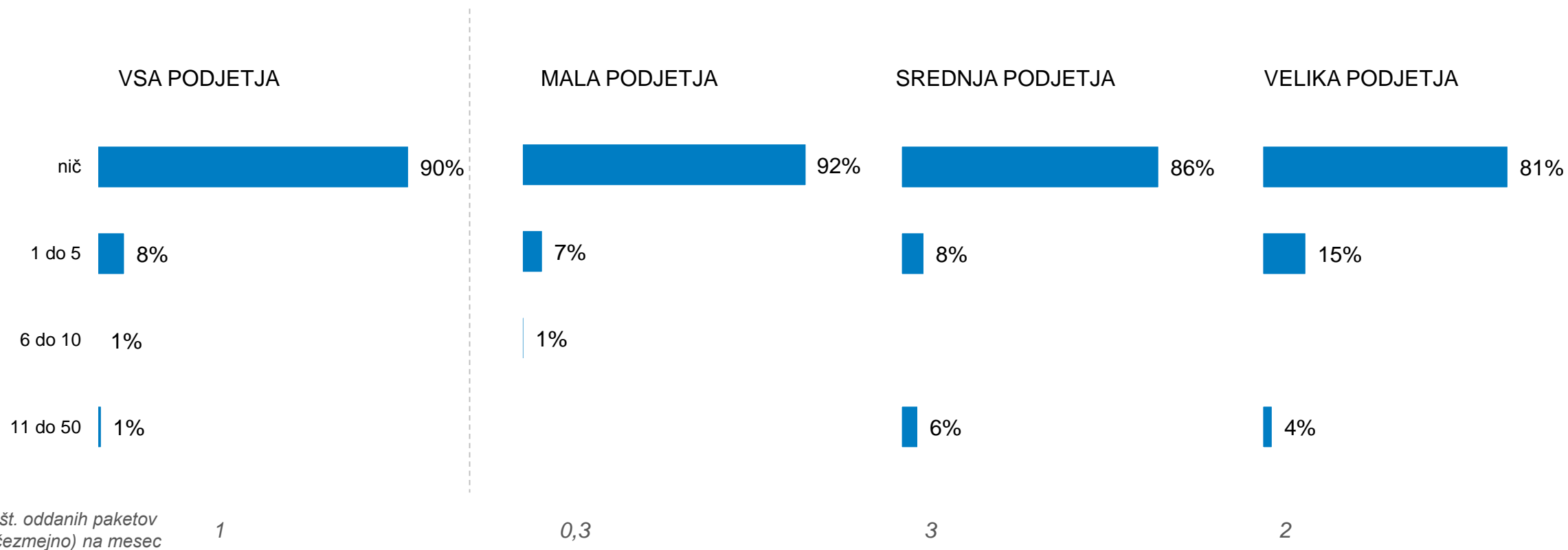
2

1

4

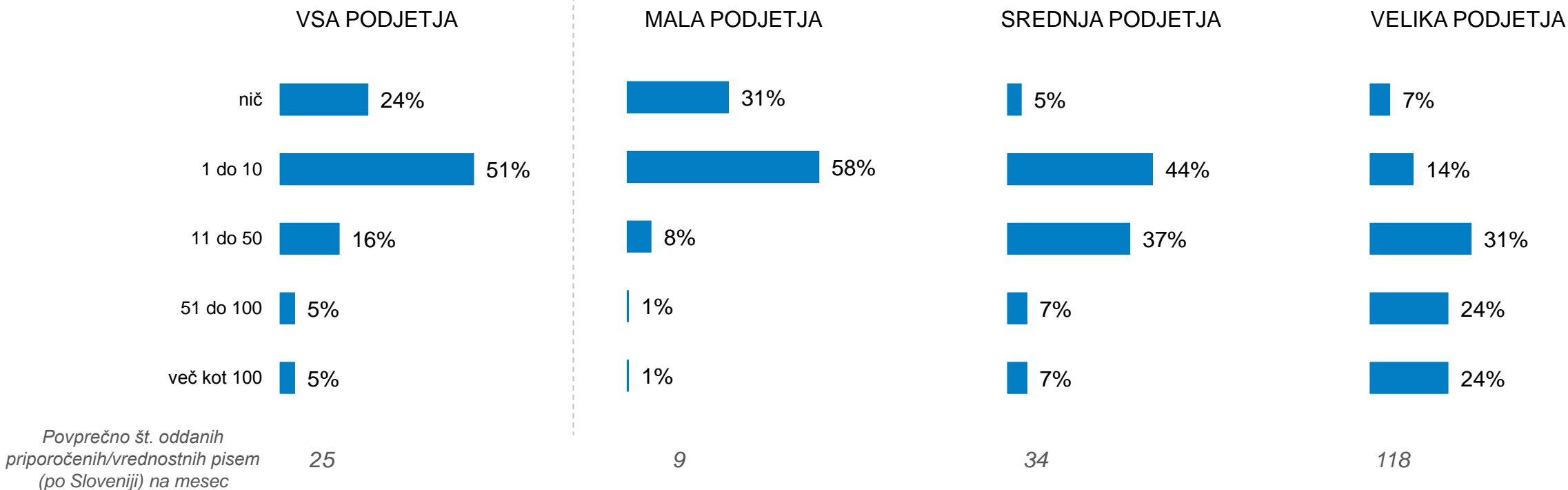
Večina podjetij na mesečni ravni po Sloveniji ne pošilja paketov nad 10 kg. Še najpogosteje jih pošiljajo velika podjetja, ki v 44 % pošljejo najmanj 1 paket, težji od 10 kg, na mesec po Sloveniji.

ŠTEVILO ODDANIH PAKETOV NAD 10 KG (ČEZMEJNO) NA MESEC



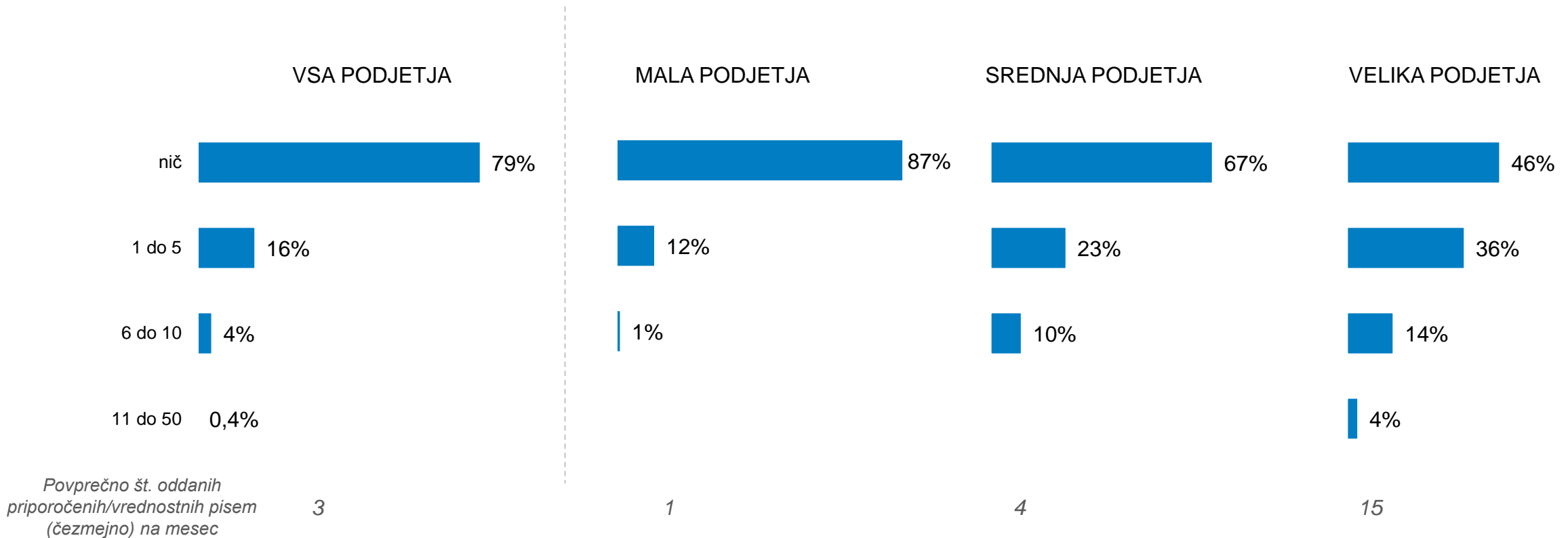
Podjetja paketov, težjih od 10 kg, tudi čezmejno ne pošiljajo pogosto. Podjetij, ki mesečno oddajo vsaj en tak paket, je 10 %.

ŠTEVILO ODDANIH PRIPOROČENIH IN VREDNOSTNIH PISEM (PO SLOVENIJI) NA MESEC



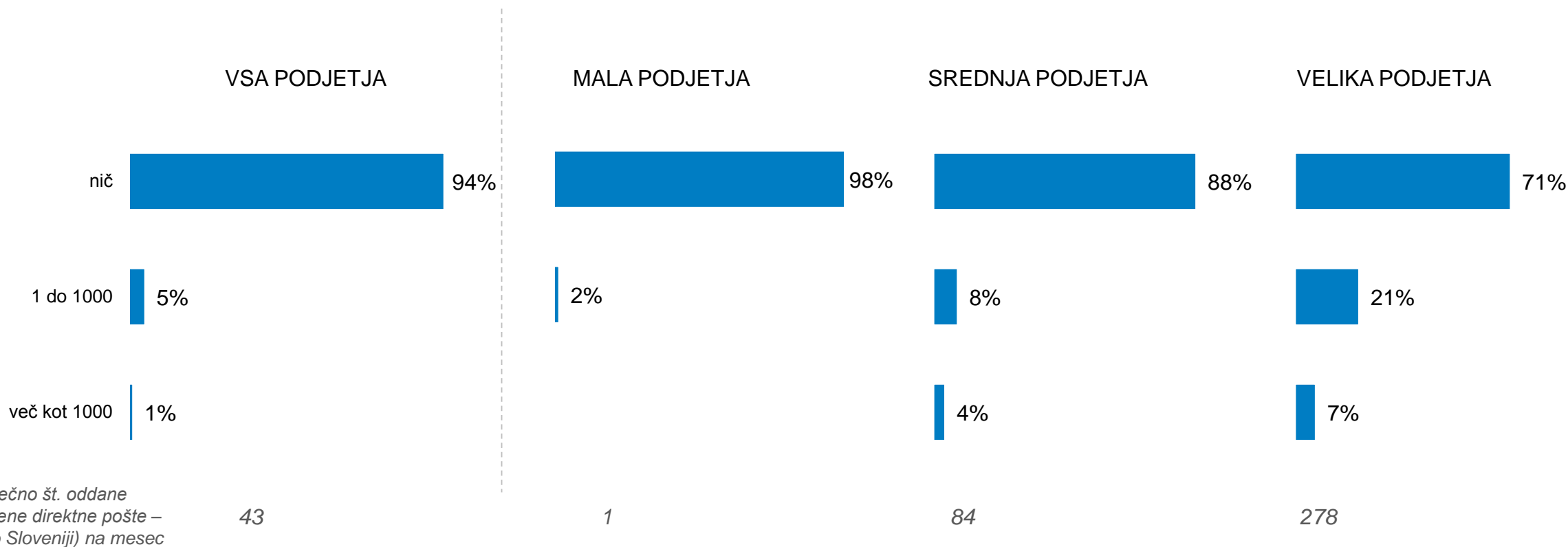
Polovica podjetij mesečno po Sloveniji pošlje od 1 do 10 priporočenih in vrednostnih pisem. V največji meri jih pošiljajo velika podjetja, kar 48 % pošlje po Sloveniji več kot 50 priporočenih ali vrednostnih pisem na mesec.

ŠTEVILO ODDANIH PRIPOROČENIH IN VREDNOSTNIH PISEM (ČEZMEJNO) NA MESEC



Priporočena ali vrednostna pisma v tujino so manj pogosta, večina podjetij mesečno ne pošlje nobenega takega pisma.

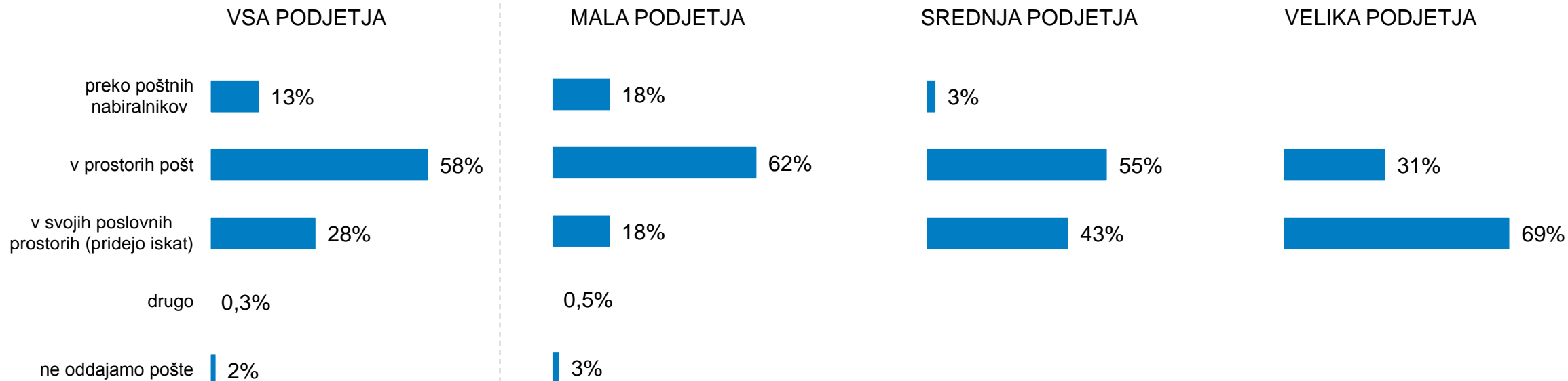
ŠTEVILO ODDANE NENASLOVLJENE DIREKTNE POŠTE - REKLAM (PO SLOVENIJI) NA MESEC



Delež poslani nenaslovljene direktne pošte po Sloveniji na mesec je majhen. Še največ jo pošiljajo velika podjetja, petina pošlje do 1000 nenaslovljenih direktnih pošiljk na mesec, še 7 % pa več kot 1000.

NAČIN ODDAJE POŠTNE POŠILJKE

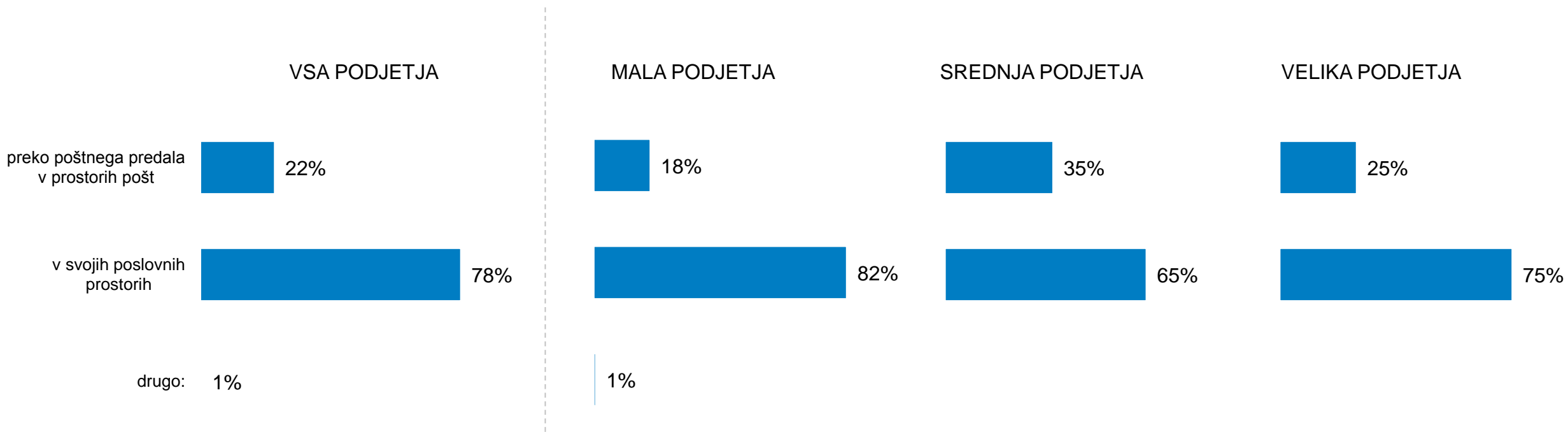
Na kakšen način oddajate poštne pošiljke?



Mala podjetja po večini oddajajo pošto v prostorih pošt (62 %), redkeje pa prek poštних nabiralnikov (18 %) in v svojih poslovnih prostorih (18 %). Pri srednje velikih in velikih podjetjih oddaje preko poštних nabiralnikov skoraj ne zaznamo več. Velika podjetja so najbolj naklonjena oddaji poštne pošiljke v svojih poslovnih prostorih (69 %).

NAČIN SPREJEMA POŠTNIH POŠILJK

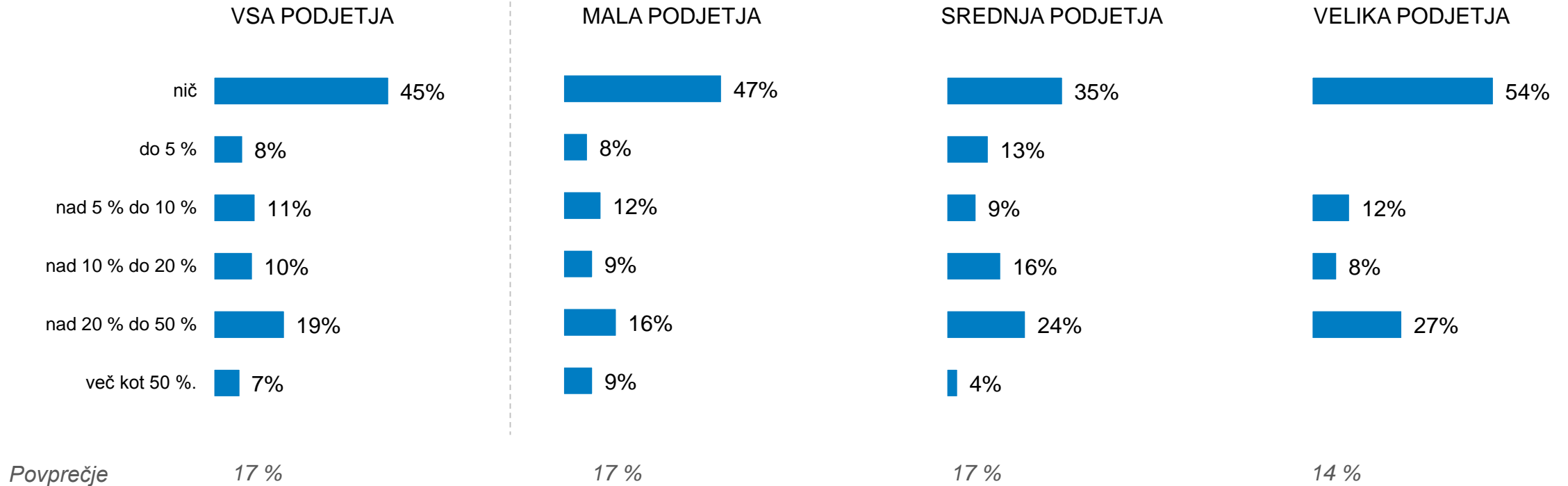
Na kakšen način sprejemate poštne pošiljke?



Večina podjetij (78 %) sprejema poštne pošiljke v svojih poslovnih prostorih. Med malimi podjetji je takih 82 % med srednjimi 65 %, med velikimi pa 75 %.

UPAD POŠTNIH STORITEV NA RAČUN INTERNETA IN ELEKTRONSKE POŠTE

Za koliko odstotkov je v zadnjem letu pri vašem podjetju upadla uporaba poštних storitev, ki ste jih zamenjali z uporabo interneta in elektronske pošte?

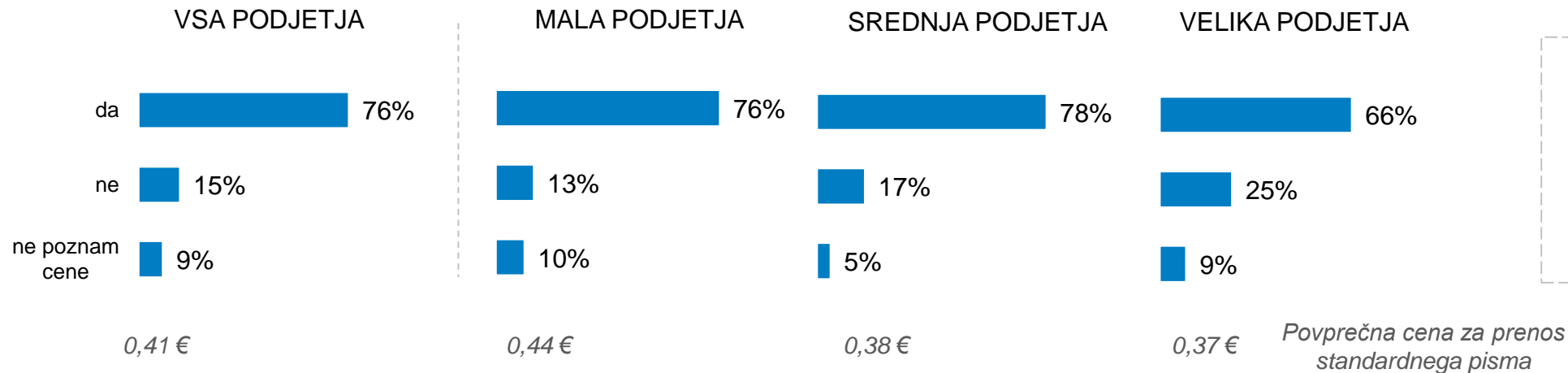


Pri dobri polovici podjetij je uporaba poštних storitev upadla na račun uporabe elektronske pošte, v povprečju za 17 %.

2. CENA PRENOSA

CENA PRENOSA

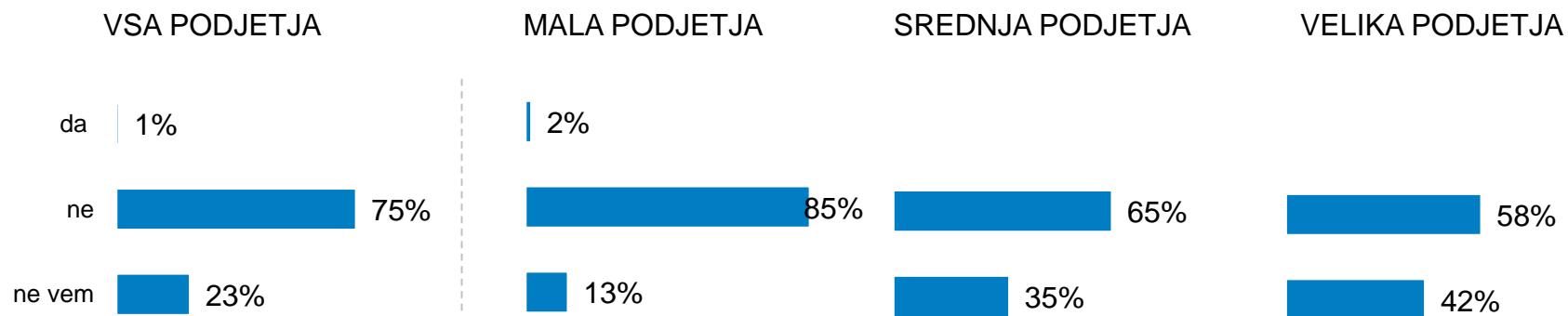
Ali se vam zdi cena, ki jo vaše podjetje plačuje za prenos standardnega pisma, sprejemljiva?



Večini podjetij se zdi cena prenosa standardnega pisma sprejemljiva, nekoliko odstopajo le velika podjetja, pri kateri je četrtna takih, ki se jim cena ne zdi sprejemljiva.

N=309 | N (mala podjetja)=206 | N (srednja podjetja)=57 | N (velika podjetja)=29

Je to cena s popustom?



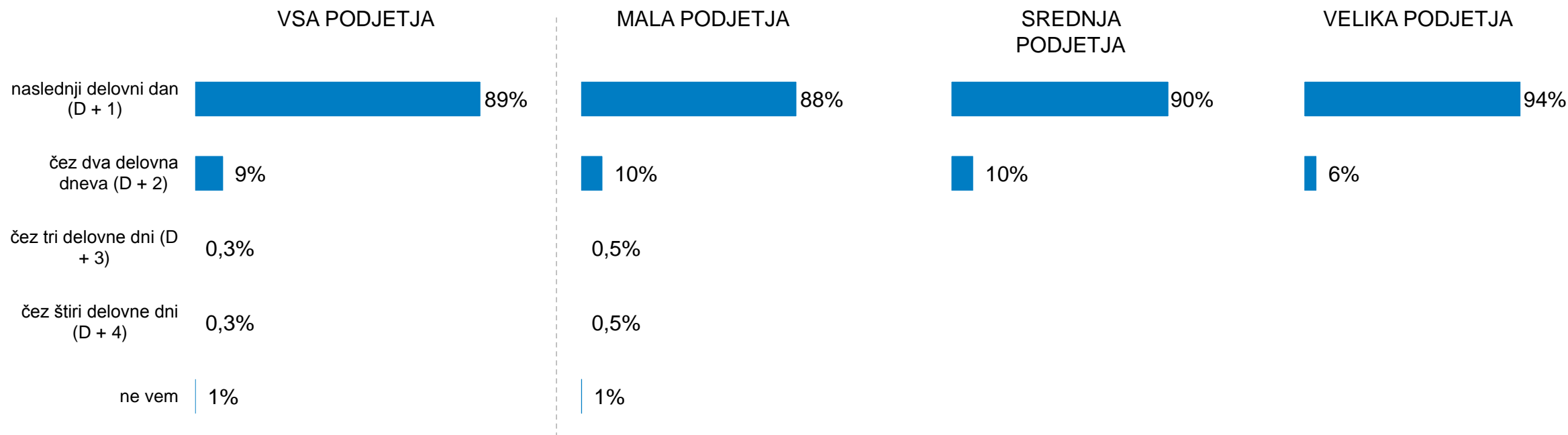
Pri večini podjetij (75 %) gre za ceno brez popusta.

Anketiranci, ki so navedli ceno | N=81 | N (mala podjetja)=46 | N (srednja podjetja)=23 | N (velika podjetja)=12

3. PERCEPCIJA ROKOV PRENOSA

ROK DOSTAVE PISMA

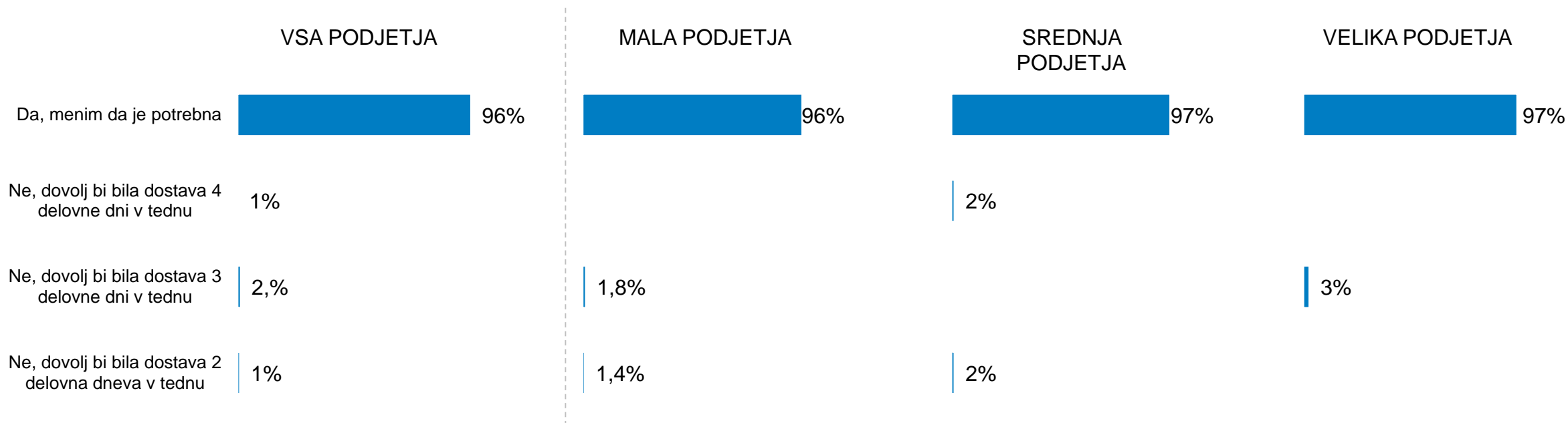
Kaj menite, v koliko dneh po oddaji bi morala Pošta Slovenije dostaviti pismo do naslovnika?



Večina podjetij se strinja, da bi Pošta Slovenije morala dostaviti pismo naslednji delovni dan (89 %).

DOSTAVA POŠILJK 5 DELOVNIH DNI V TEDNU

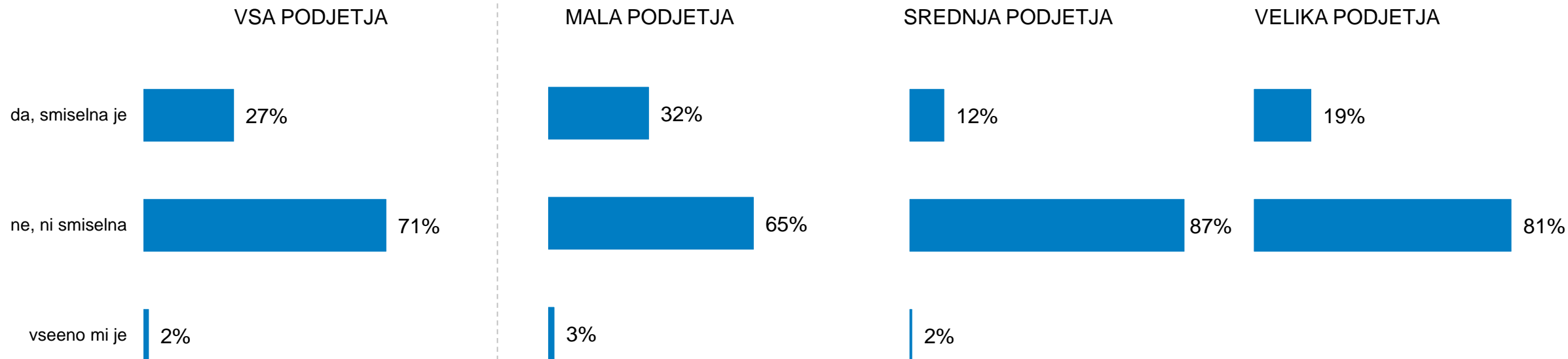
Ali je po vašem mnenju potrebna dostava poštних pošiljk vseh 5 delovnih dni v tednu, torej od ponedeljka do petka?



Anketirana podjetja se strinjajo tudi glede tega, da je dostava pošiljk potrebna vseh 5 delovnih dni v tednu.

SOBOTNE DOSTAVE 1/2

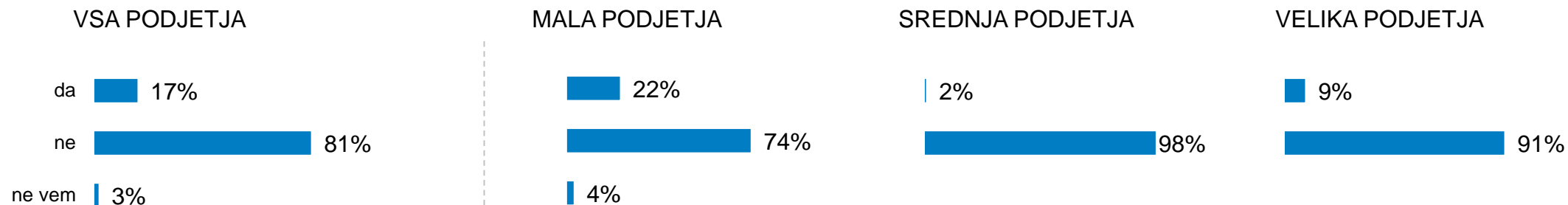
Ali se vam zdi smiselna dostava poštinih pošilk v vaše poslovne prostore ob sobotah?



Dobrih 70 % meni, da dostava pošte v soboto ni smiselna.

SOBOTNE DOSTAVE 2/2

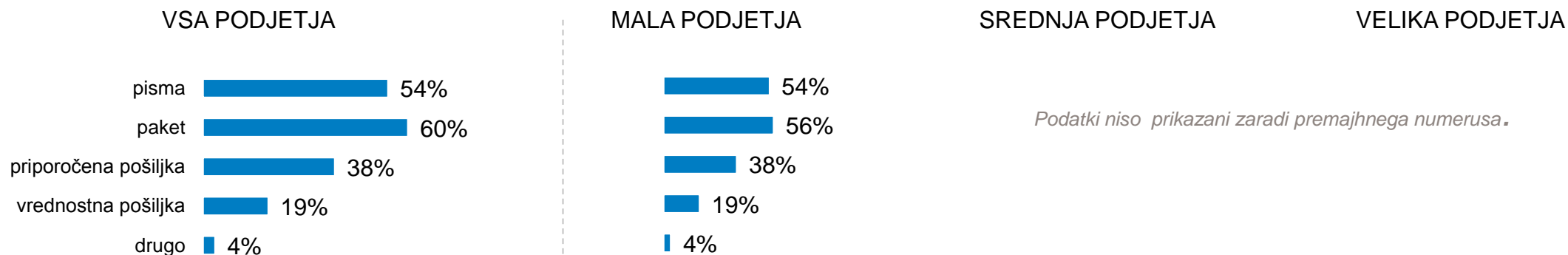
Ali imate dostavo poštnih pošiljk v vaše poslovne prostore ob sobotah?



Podjetja večinoma nimajo sobotne dostave pošte. Še največ se je poslužujejo mala podjetja (22 %).

N=309 | N (mala podjetja)=206 | N (srednja podjetja)=57 | N (velika podjetja)=29

Dostavo katerih pošiljk pa imate v vaše poslovne prostore ob sobotah? (možnih več odgovorov)



Podatki niso prikazani zaradi premajhnega numerusa.

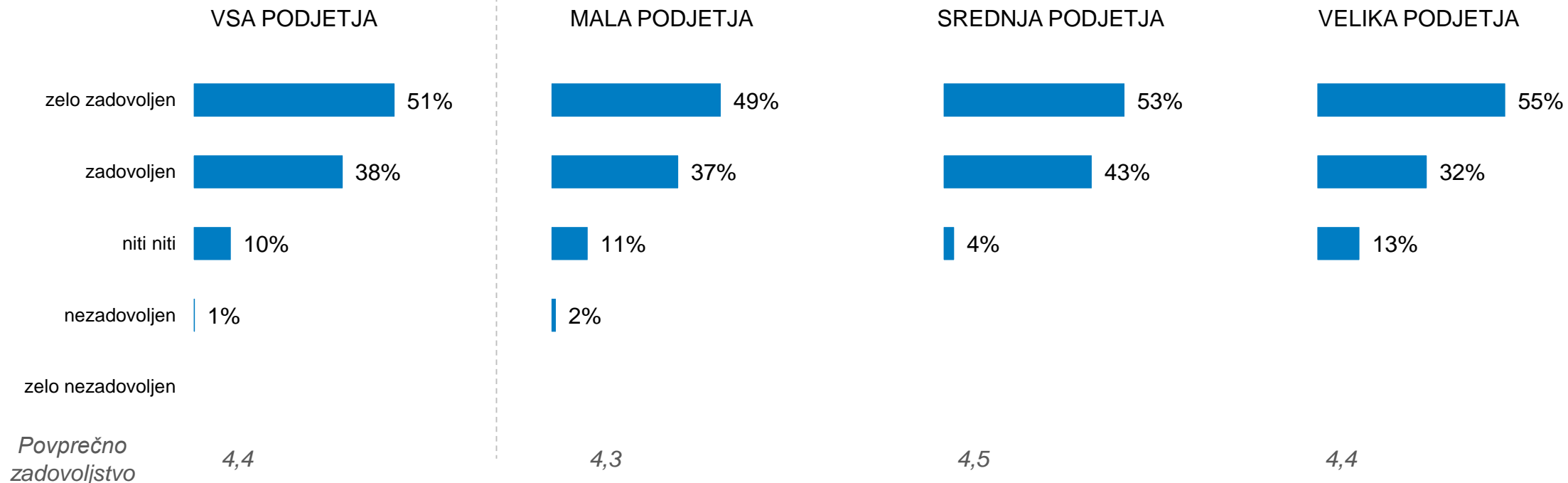
Podjetja, ki v soboto prejmejo pošto, večinoma prejmejo pisma in/ali pakete, 38 % prejme priporočene pošiljke, vrednostne pošiljke pa prejme petina podjetij.

Podjetja, ki imajo dostavo pošiljk ob sobotah | N=52 | N (mala podjetja)=48 | N (srednja podjetja)=1 | N (velika podjetja)=3!

4. KAKOVOST STORITEV

ZADOVOLJSTVO S STORITVAMI POŠTE SLOVENIJE

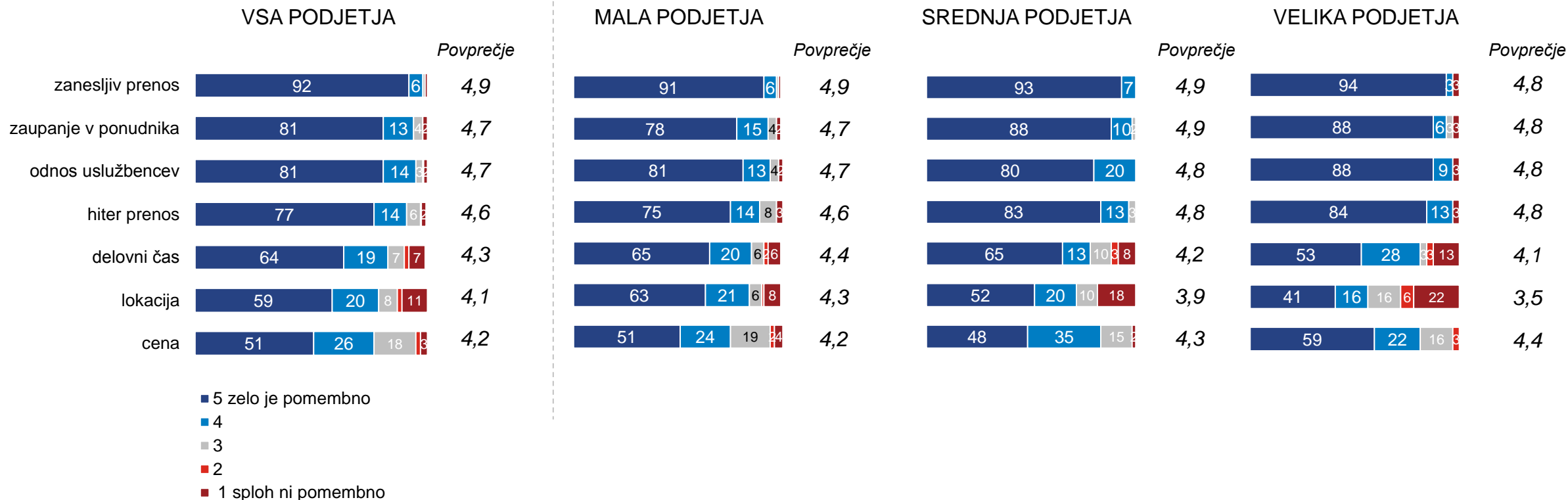
Na petstopenjski lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni zelo nezadovoljen, 5 pa zelo zadovoljen, ocenite vaše zadovoljstvo s storitvami Pošte Slovenije?



Podjetja so večinoma zelo zadovoljna s storitvami Pošte Slovenije, nezadovoljnih je le 1 % podjetij. Najvišje povprečno zadovoljstvo je sicer opaziti pri srednjih podjetjih (4,5 na lestvici od 1 do 5).

POMEMBNOST DEJAVNIKOV KAKOVOSTI

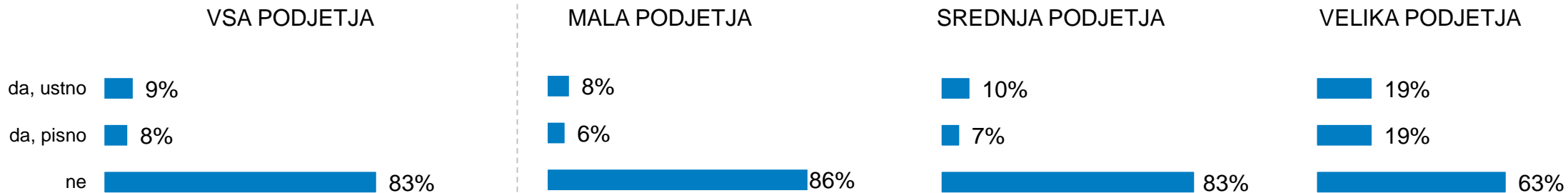
Kako ocenjujete pomembnost naslednjih dejavnikov kakovosti?



Po mnenju anketiranih podjetij je večina omenjenih dejavnikov kakovosti (zelo) pomembnih. Najpomembnejši dejavnik kakovosti je zanesljivost prenosa, s čimer se strinja večina podjetij, ne glede na velikost. Med najmanj pomembnimi dejavniki kakovosti pa sta cena in lokacija.

PRITOŽBE

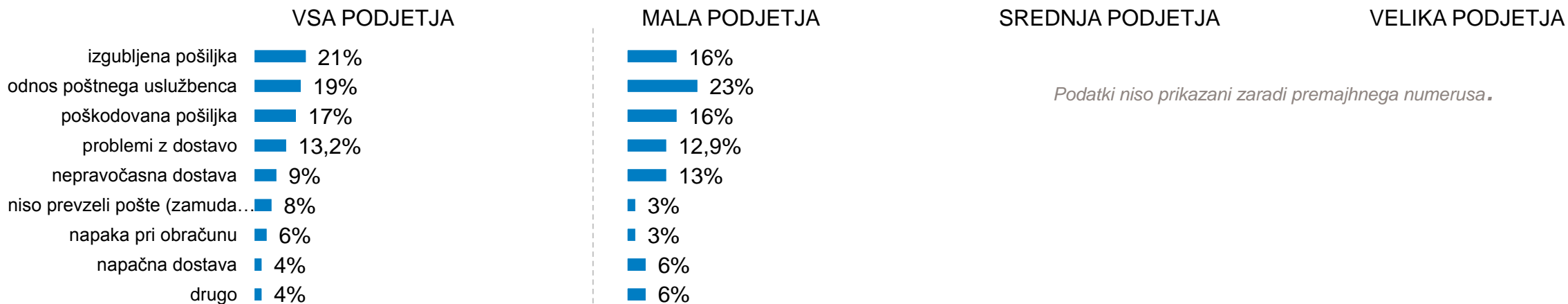
Ali ste že kdaj vložili kakšno pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno pošno storitvijo?



N=309 | N (mala podjetja)=206 | N (srednja podjetja)=57 | N (velika podjetja)=29

Večina podjetij ni še nikoli vložila pritožbe zaradi nezadovoljstva z opravljenimi poštnimi storitvami. Če pogledamo podjetja glede na velikost, pa vidimo, da so velika podjetja pogosteje vložila pritožbo, kot mala ali srednja. Trije najpogostejši vzroki pritožbe so odnos poštnega uslužbenca, poškodovana pošiljka in problemi z dostavo.

Kaj je bil razlog za pritožbo?

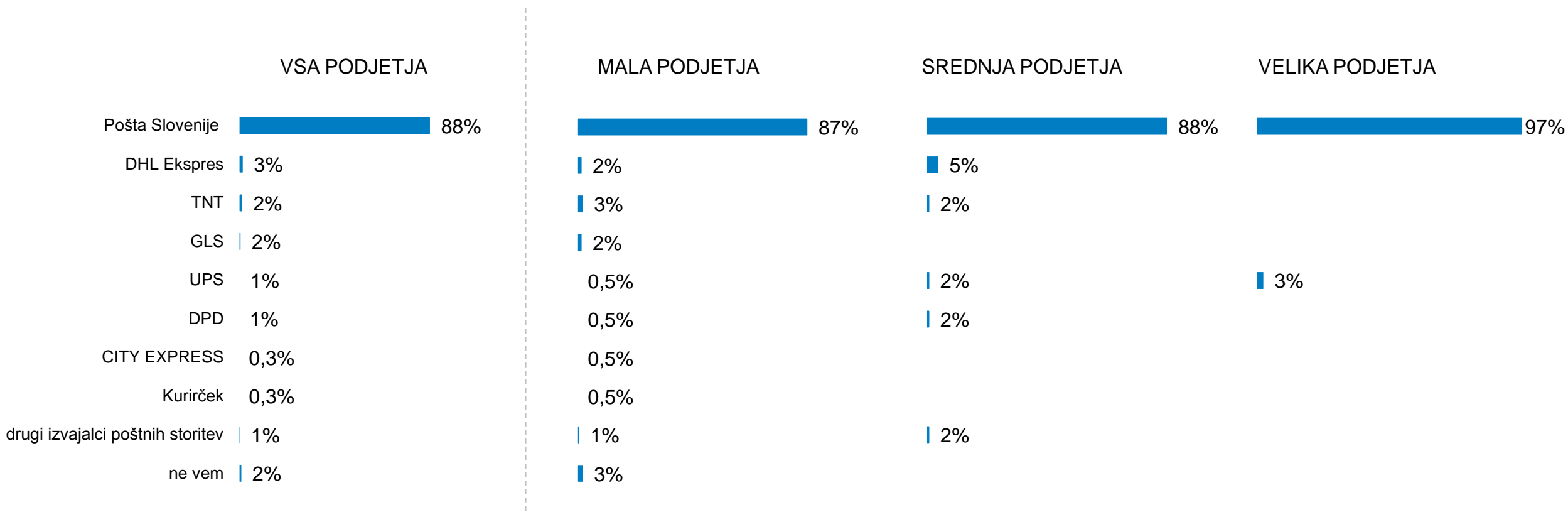


Podjetja, ki so že vložila pritožbo | N=53 | N (mala podjetja)=31 | N (srednja podjetja)=10 | N (velika podjetja)=12

5. UPORABA STORITEV IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV

IZVAJALCI POŠTNIH STORITEV 1/2

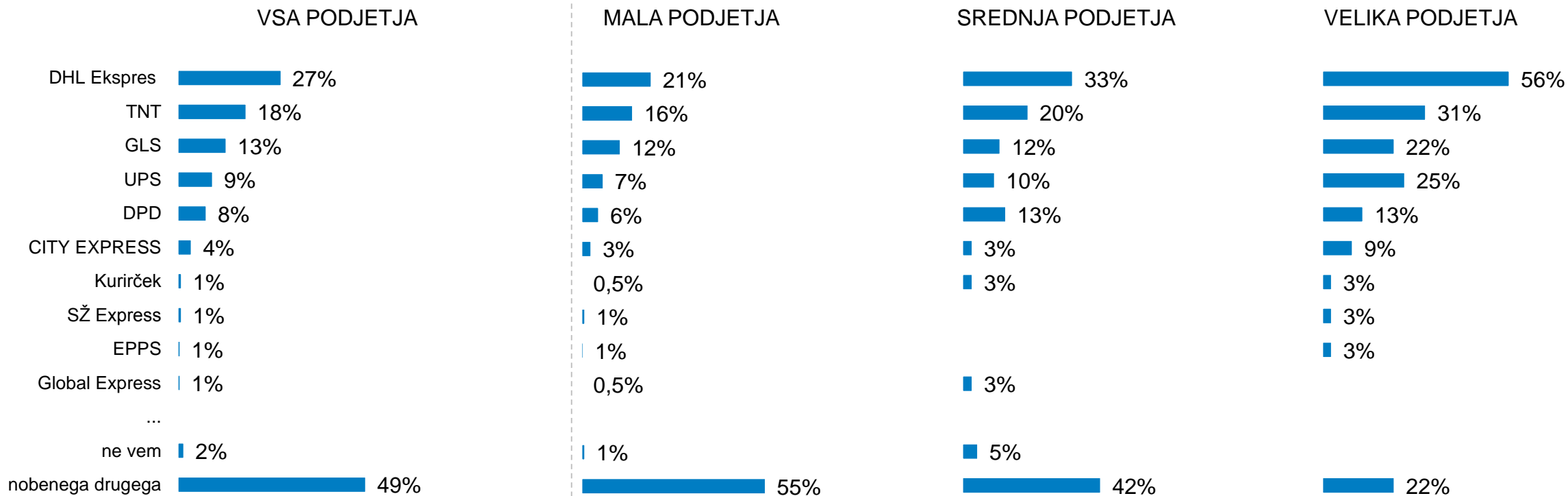
Preko katerega izvajalca se v zadnjem letu opravili največ prenosov?



Daleč najpriljubljenejši izvajalec poštних storitev je Pošta Slovenije, z 88 % deležem med vsemi podjetji in kar 97 % deležem med velikimi podjetji.

IZVAJALCI POŠTNIH STORITEV 2/2

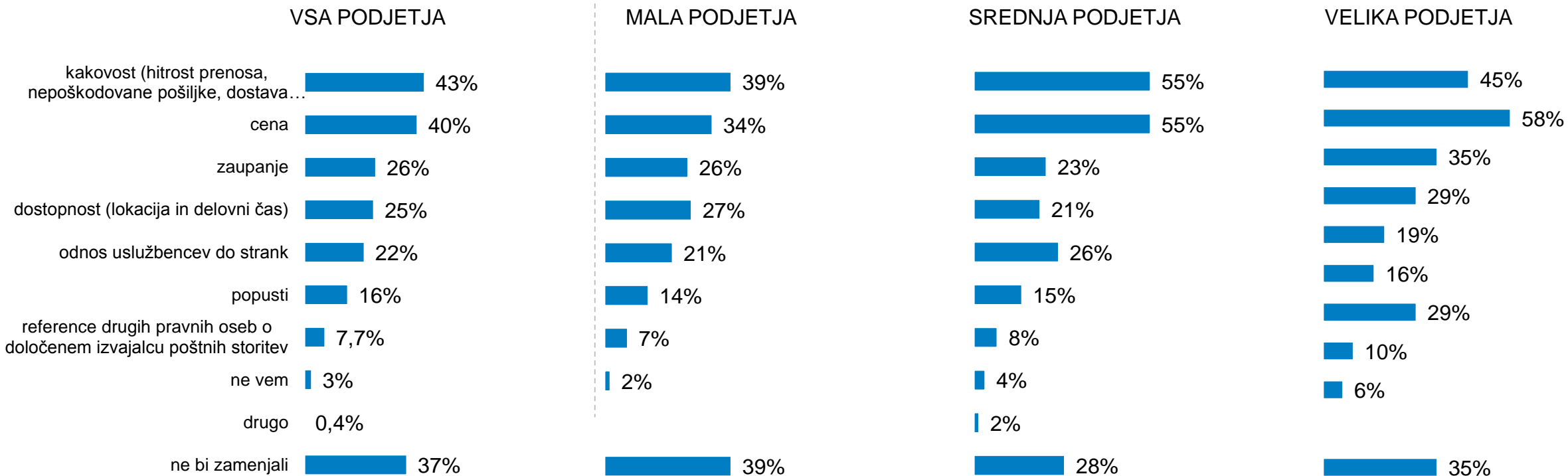
Katere izvajalce poštних storitev ste v vašem podjetju v zadnjem letu še uporabljali poleg Pošte Slovenije?



Približno polovica podjetij je v zadnjem letu pošto pošiljala le preko Pošte Slovenije. Med ostalimi ponudniki se je najpogosteje pojavil DHL, pa tudi TNT in GLS. Največ različnih ponudnikov poštних storitev so uporabila velika podjetja.

RAZLOGI ZA ZAMENJAVO PS KOT IZVAJALCA POŠTNIH STORITEV

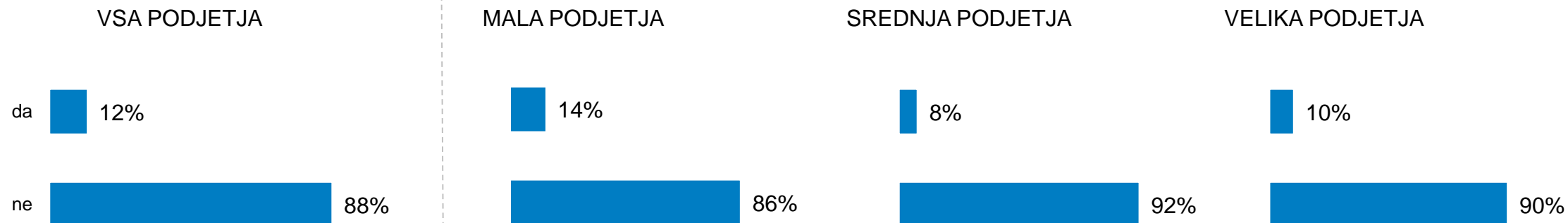
Navedla vam bom nekaj dejavnikov, vi pa povejte, kateri izmed njih bi po vašem mnenju lahko vplival na vaše podjetje, da bi zamenjali izvajalca poštних storitev, torej Pošto Slovenije?



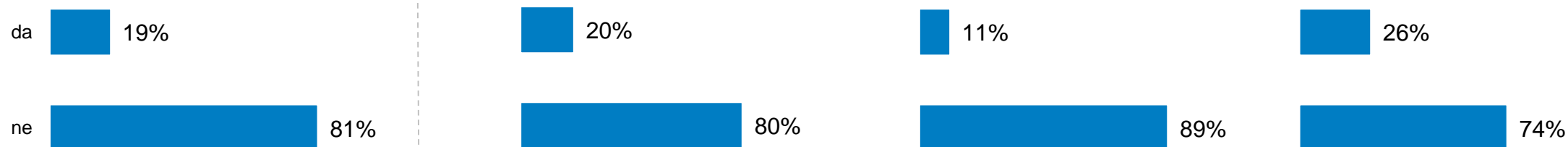
Glavni razlog za zamenjavo Pošte Slovenije kot glavnega izvajalca poštних storitev je kakovost storitev (43 %), ki ji takoj sledi cena (40 %). S tem se strinjajo tako mala kot srednja podjetja, velika podjetja pa nekoliko večjo težo kot kakovosti pripisujejo ceni. Približno četrtnina vseh podjetij je navedla še zaupanje oz. pomankanje le tega ter dostopnost (lokacija in delovni čas).

ZAMENJAVA PONUDNIKA POŠTNIH STORITEV

Ali bi bili pripravljeni zamenjati ponudnika poštних storitev v primeru, da bi ponudil **nižjo ceno in nižjo kakovost**?



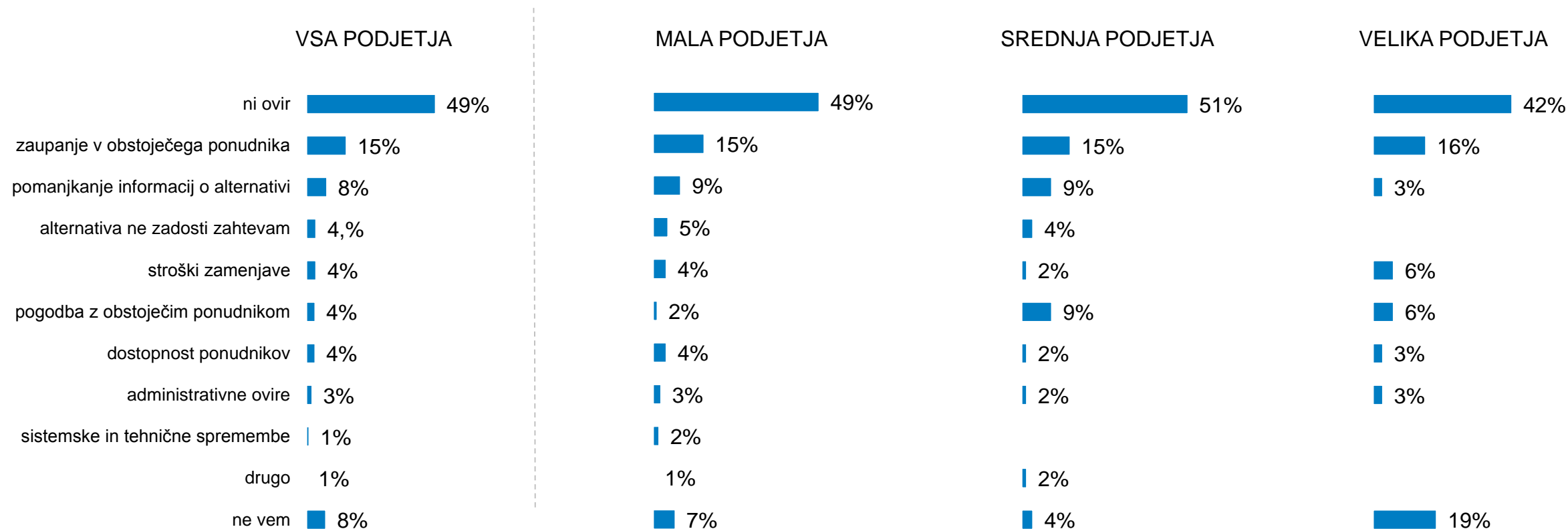
Ali bi bili pripravljeni zamenjati ponudnika poštних storitev v primeru, da bi ponudil **višjo ceno in višjo kakovost**?



Več podjetij je pripravljeno menjati ponudnika, ki bi ponudil višjo ceno za višjo kakovost (19 %), kakor nižjo ceno za nižjo kakovost (12 %).

OVIRE ZA ZAMENJAVO PS KOT PONUDNIKA POŠTNIH STORITEV

Kje vidite ovire za zamenjavo obstoječega ponudnika poštних storitev, torej Pošte Slovenije?



Skoraj polovica podjetij ne vidi ovir pri zamenjavi Pošte Slovenije kot njihovega ponudnika poštних storitev. Največkrat omenjena ovira za zamenjavo je sicer zaupanje v trenutnega ponudnika poštних storitev, torej Pošto Slovenije.

PRILOGA

STRUKTURA VZORCA

		Vzorec (N=309)	
		N	%
Velikost podjetja	do 50 zaposlenih (malo podjetje)	217	70
	nad 50 do 200 zaposlenih (srednje podjetje)	60	19
	več kot 200 zaposlenih (veliko podjetje)	32	10
Regija	SV Slovenija	61	20
	Savinjska	36	12
	JV Slovenija	34	11
	Osrednjeslovenksa	101	33
	Gorenjske	32	10
	Primorska	45	15

HVALA!

Gašper Stanovnik
Consultant | Technology
GfK Slovenija
gasper.stanovnik@gfk.com

Tina Česnik
Research Assistant | Consumer Experiences
GfK Slovenija
tina.cesnik@gfk.com