

Poročilo

Raziskava o zadovoljstvu s poštnimi storitvami med splošno javnostjo

oktober 2015

Naročnik:
Agencija za komunikacijska
omrežja in storitve
Republike Slovenije
Stegne 7
1001 Ljubljana

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



episcenter

Osnovne informacije o raziskavi

22.-28. oktober 2015

časovni okvir zbiranja podatkov

CATI

metoda zbiranja podatkov

TIS (mobilne in stacionarne št.)

vzorčni okvir

Polnoletni prebivalec RS

ciljna oseba

n=712

velikost realiziranega vzorca

Reprezentativen, utežen glede na spol, starost, izobrazbo, regijo in tip kraja
značilnost vzorca*

*struktura vzorca je razvidna iz priloge

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami

med splošno javnostjo predstavlja kontinuirano merjenje zadovoljstva od leta 2007 dalje.

Vsebina

- Obisk pošte (pogostost, razlog, zadovoljstvo...)
- Odnos do pogodbenih pošt
- Oddaja in sprejem pošiljk (način, pogostost, vrsta pošiljk...)
- Zadovoljstvo s ceno in roki prenosa
- Kakovost storitev (pomembnost dejavnikov, reklamacije)
- Uporaba rumene nalepke
- Uporaba storitev drugih izvajalcev poštних storitev

Namen

- Spremljanje trenda uporabe poštних storitev, zadovoljstva uporabnikov s cenami, roki prenosa, kakovostjo poštних storitev, izračun indeksa zadovoljstva.

Povzetek I/II

Vrednost indeksa zadovoljstva je 79,5, kar kaže na zadovoljstvo uporabnikov univerzalne poštne storitve.

Pošto 1-3 krat mesečno obišče 60 % vprašanih. Dolgoročni trend pogostosti obiska pošte ostaja razmeroma stabilen. Dve tretjini anketirancev obiskuje vedno isto poštno enoto, glavni razlog za to je lokacija.

Obratovalni čas pošt je ustrezen za dve tretjini anketirancev. Večina na pošti opravlja predvsem denarne storitve oz. plačilni promet. V zadnjih treh letih je opaziti rahlo negativen trend sprejemanja priporočenih ali vrednostnih pošilk ter oddaje pisem.

Večina (69 %) je naklonjena pogodbenim poštam. Manj naklonjeni so tisti, ki živijo v krajih, kjer so pogodbene pošte že vpeljali.

9 pisem mesečno anketiranci v povprečju prejmejo, pošljejo pa 3 pisma mesečno.

5 paketov letno anketiranci v povprečju prejmejo, pošljejo pa 2 paketa pod 10 kg in manj kot 1 paket nad 10 kg.

Skoraj petina ne oddaja pošte preko poštних nabiralnikov. Delež teh je letos izrazito večji kot pretekla leta.

Večina opaža, da zaradi e-pošte manj uporabljajo poštne storitve. Delež teh se konstantno povečuje.

Povzetek II/II

Le 1 % zna navesti ceno za prenos standardnega pisma (0,36 €). Od leta 2012 je opaziti trend rasti cen ter obenem negativni trend deleža tistih, ki so s ceno seznanjeni.

D+1 bi moral biti rok za prenos pisma. Tako meni 63 % vprašanih. Delež teh, ki menijo, da bi moralo pismo do naslovnika dospeti naslednji delovni dan se je povečal.

Potrebna je dostava vseh 5 delovnih dni v tednu. Tako meni 93 % vprašanih. Delež teh se je povečal. Mnenje glede smiselnosti dostave pošilk ob sobotah je deljeno, obenem se nadaljuje dolgoročni negativni trend sobotne dostave poštnih pošilk.

Lokacija pošte je glavni oz. najpomembnejši dejavnik kakovosti, sledi odnos uslužbencev in delovni čas. Od leta 2013 je opaziti rahel negativni trend deleža tistih, ki lokacijo pošte uvrščajo med tri najpomembnejše dejavnike kakovosti

S pritožbenim postopkom je seznanjenih 19 % vprašanih. Dolgoročni trend kaže na ustaljen delež tistih, ki so že kdaj vložili ustno ali pisno pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno storitvijo (8 %).

Večina (86 %) rumene nalepke še vedno ne uporablja. Med tistimi, ki jih reklame motijo, rumeno nalepko uporablja le 55 % anketirancev.

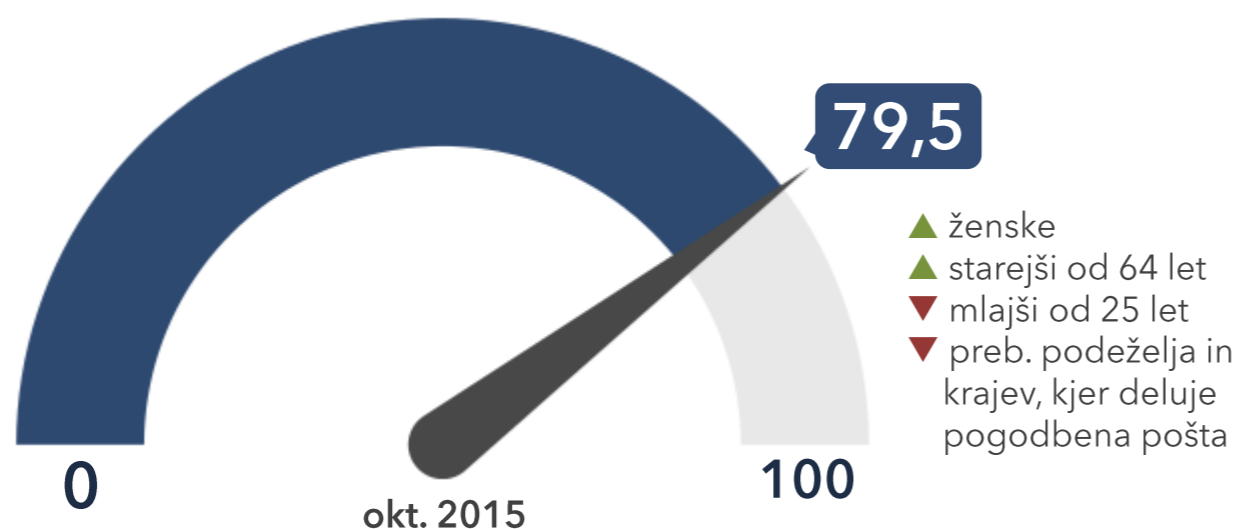
Storitve drugih izvajalcev (poleg Pošte Slovenije) je v zadnjem letu uporabilo 18 % anketirancev. Med njimi, jih je največ uporabilo storitve DHL (46 %) in GLS (44 %). Glavna razloga za uporabo drugih izvajalcev sta nujnost in hitrost prenosa.

Cena tudi letos ostaja glavni razlog, ki bi lahko vplival na menjavo ponudnika med tistimi, ki uporabljajo samo storitve Pošte Slovenije.

Kazalo vsebine

1. Indeks zadovoljstva
2. Obisk pošte
3. Pogodbene pošte
4. Oddaja in sprejem pošilk
5. Cene in roki prenosa
6. Kakovost in pritožbe
7. Reklamna sporočila in rumena nalepka
8. Uporaba storitev drugih izvajalcev

Vrednost indeksa zadovoljstva z univerzalno poštno storitvijo je 79,5.



Indeks zadovoljstva je izračunan na osnovi povprečnih ocen zadovoljstva z naslednjimi elementi univerzalne poštne storitve:

- poštne storitve na splošno,
- obratovalni čas pošte,
- bližina pošte,
- bližina poštnega nabiralnika,
- cena za prenos pisma (znamka A),
- pogostost dostave poštne pošiljke,
- ustreznost postopkov reševanja reklamacij in ugovorov.

Indeks predstavlja skupno povprečje povprečnih ocen zadovoljstva posameznih elementov. Vrednost indeksa je zaradi nazornejšje predstavitve preoblikovana na lestvico 0 -100 (Sploh nisem zadovoljen - Zelo sem zadovoljen).

Indeks zadovoljstva glede na regijo:



Vrednost indeksa zadovoljstva je 79,5, kar kaže na zadovoljstvo uporabnikov univerzalne poštne storitve.

Bolj zadovoljne so ženske in starejši uporabniki, manj pa mladi in prebivalci podeželja ter krajev, kjer delujejo pogodbene pošte.

Kazalo vsebine

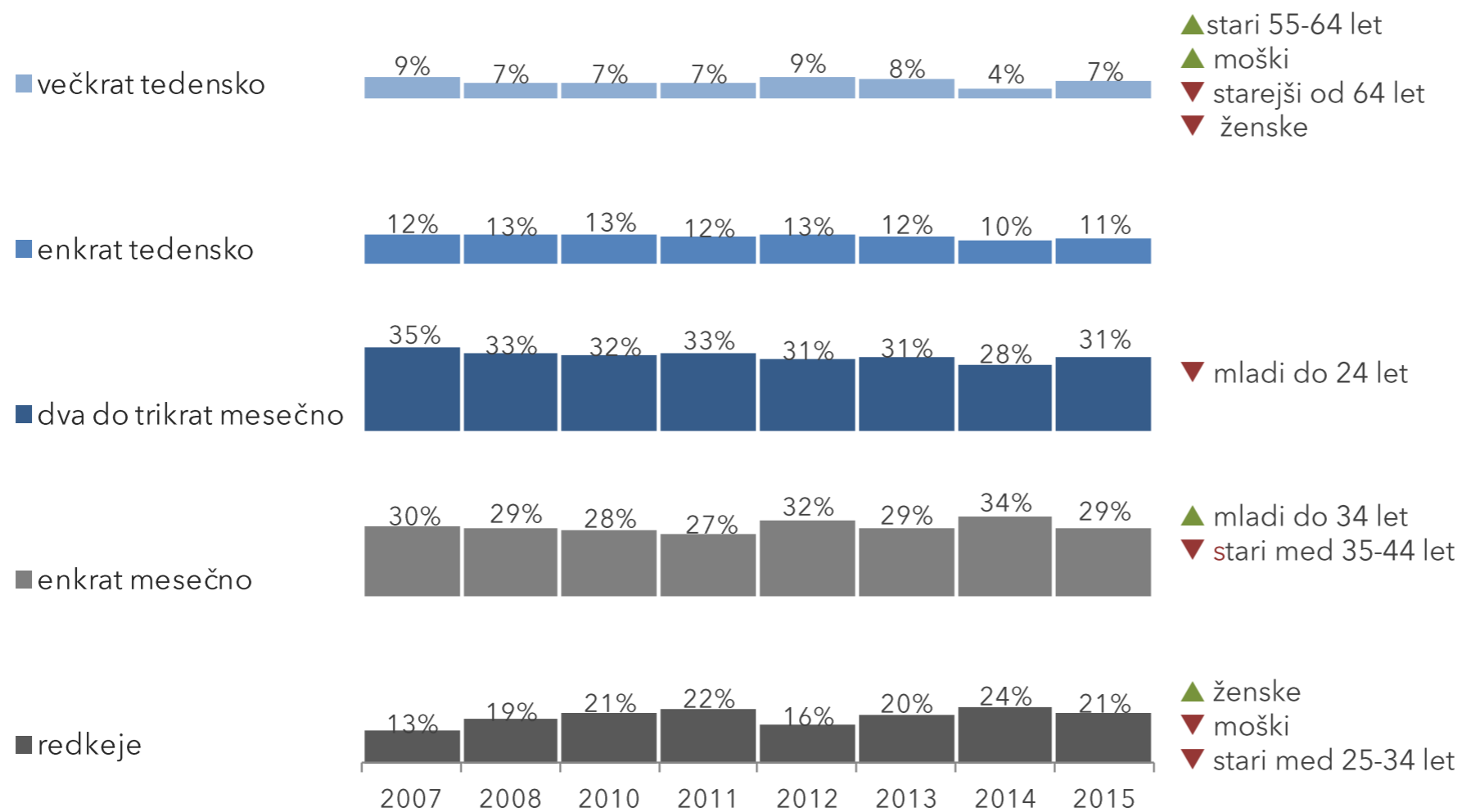
1. Indeks zadovoljstva
2. Obisk pošte
3. Pogodbene pošte
4. Oddaja in sprejem pošilk
5. Cene in roki prenosa
6. Kakovost in pritožbe
7. Reklamna sporočila in rumena nalepka
8. Uporaba storitev drugih izvajalcev

 Zaradi zaokroževanja vsota deležev ponekod presega 100%.

Pošto več kot enkrat mesečno obiše 49 % anketirancev, 7 % večkrat tedensko.



Kako pogosto obiščete pošto?



Episcenter | oktober 2015, n=712

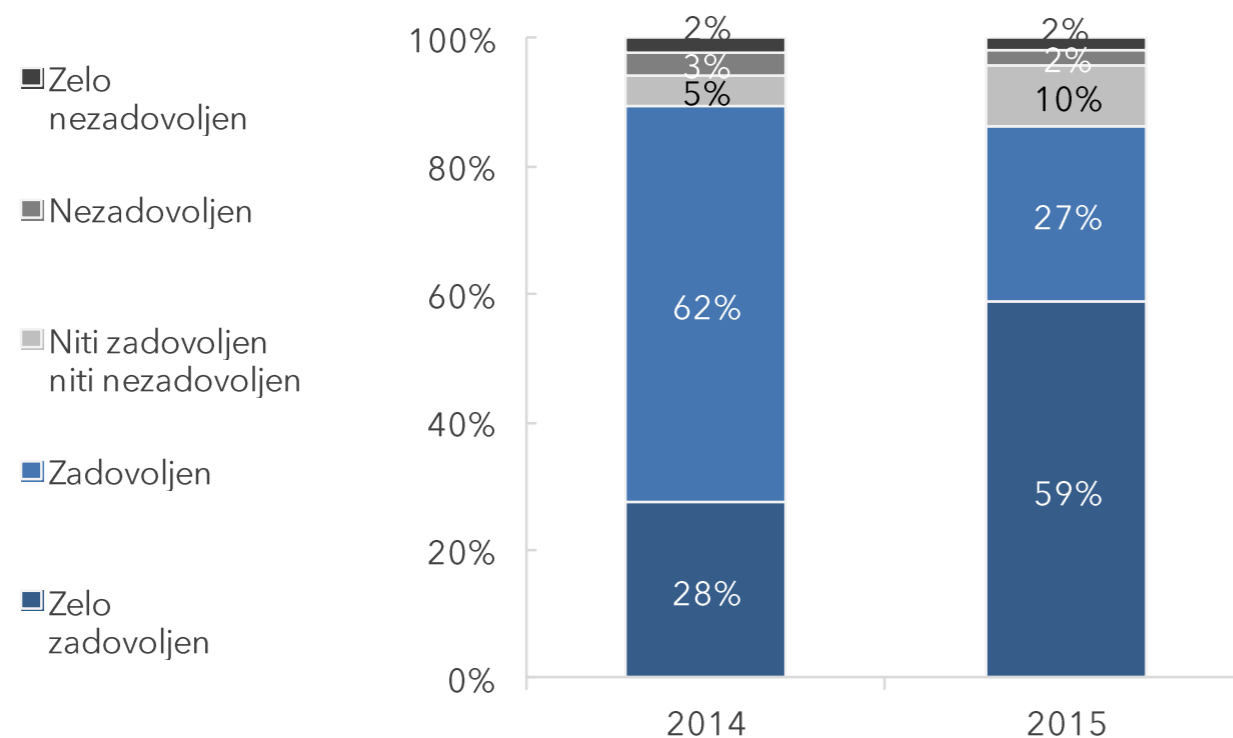
Dolgoročni trend pogostosti obiska pošte ostaja razmeroma stabilen. Največji delež vprašanih pošto obiše bodisi enkrat bodisi dva do trikrat mesečno.

Med tistimi, ki pošto obišejo manj kot enkrat mesečno, je značilno večji delež žensk. Med tistimi, ki pošto obiskujejo večkrat tedensko pa značilno večji delež moških.

Velika večina (86 %) izraža zadovoljstvo z oddaljenostjo najbližje pošte od njihovega doma.



Kako zadovoljni ste z oddaljenostjo vaše najbližje pošte od vašega doma?

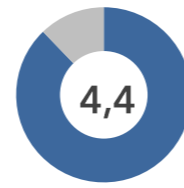
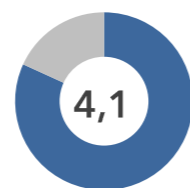


Ob tokratnem merjenju so bili anketiranci manj kritični do oddaljenosti najbližje pošte od njihovega doma. Večina anketirancev, je namreč dejala, da so zelo zadovoljni. Posledično je glede na lansko merjenje višja tudi povprečna ocena zadovoljstva.

Povprečna ocena zadovoljstva je sicer značilno nižja med anketiranci, ki bivajo na podeželju ter med mladimi.

Povprečna ocena

1- Zelo nezadovoljen
5- Zelo zadovoljen



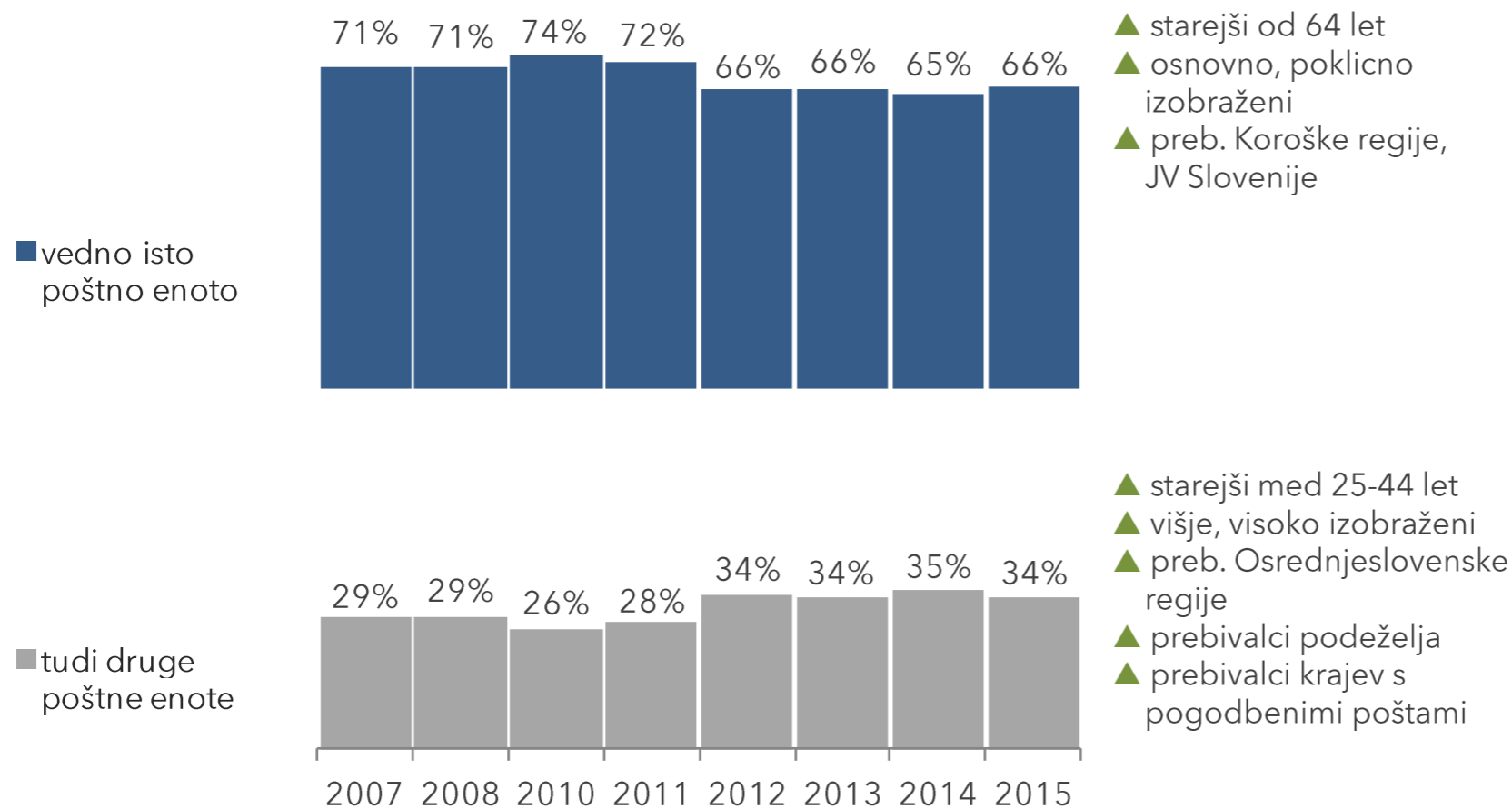
- ▲ stari med 45-54
- ▼ mladi do 24 let
- ▼ podeželje

Episcenter | oktober 2015, n=712

Vedno isto pošto obiskuje dve tretjini anketirancev.



Ali obiskujete vedno isto pošto ali več različnih poštnih enot?



Dolgoročni trend obiska vedno iste pošte ostaja stabilen. Vedno isto poštno enoto obiskuje dve tretjini anketirancev.

Delež tistih, ki navadno obiskujejo več različnih poštnih enot je značilno večji med prebivalci krajev, v katerih delujejo pogodbene pošte, med prebivalci podeželja in med prebivalci Osrednjeslovenske regije.

Episcenter | oktober 2015,
n=712

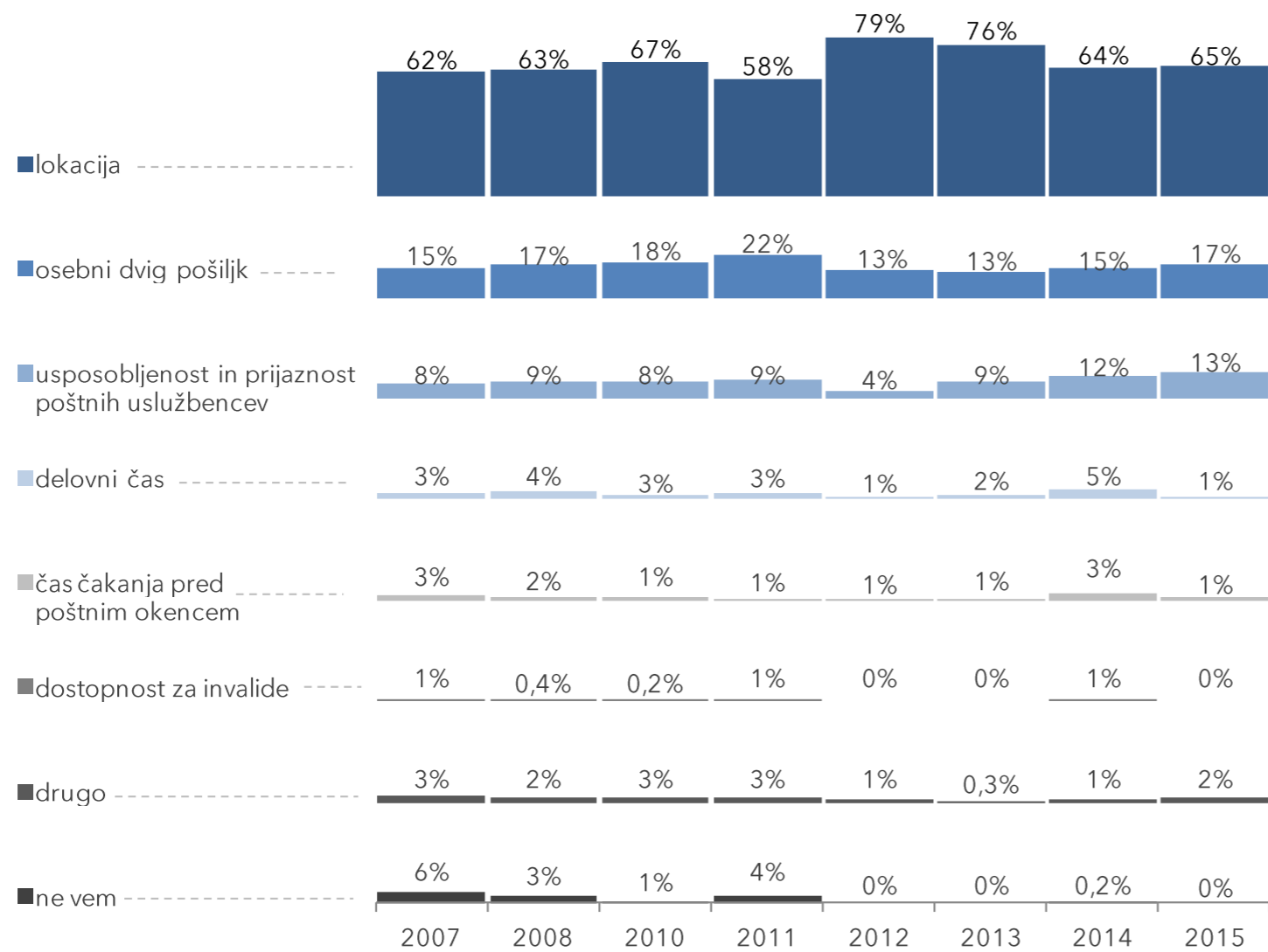
Večina kot najpogostejši razlog za obisk vedno iste pošte tudi letos navaja lokacijo (65 %).



Kaj je najpomembnejši razlog, da obiskujete izbrano pošto?



Na vprašanje so odgovarjali le tisti, ki obiskujejo vedno isto pošto enoto.



▼ mladi do 24 let
▼ preb. Osrednjeslovenska regije

Približno dve tretjini anketirancev kot najpogostejši razlog za obisk vedno iste pošte tudi letos navaja lokacijo. Se pa od leta 2012 dalje povečuje delež tistih, ki kot razlog navajajo osebni dvig in tistih, ki navajajo usposobljenost in prijaznost uslužbencev.

Da je lokacija najpomembnejši razlog za obisk pošte v značilno manjši meri, navajajo mladi do 24 let in prebivalci Osrednjeslovenske regije.

Episcenter | oktober 2015, n=473

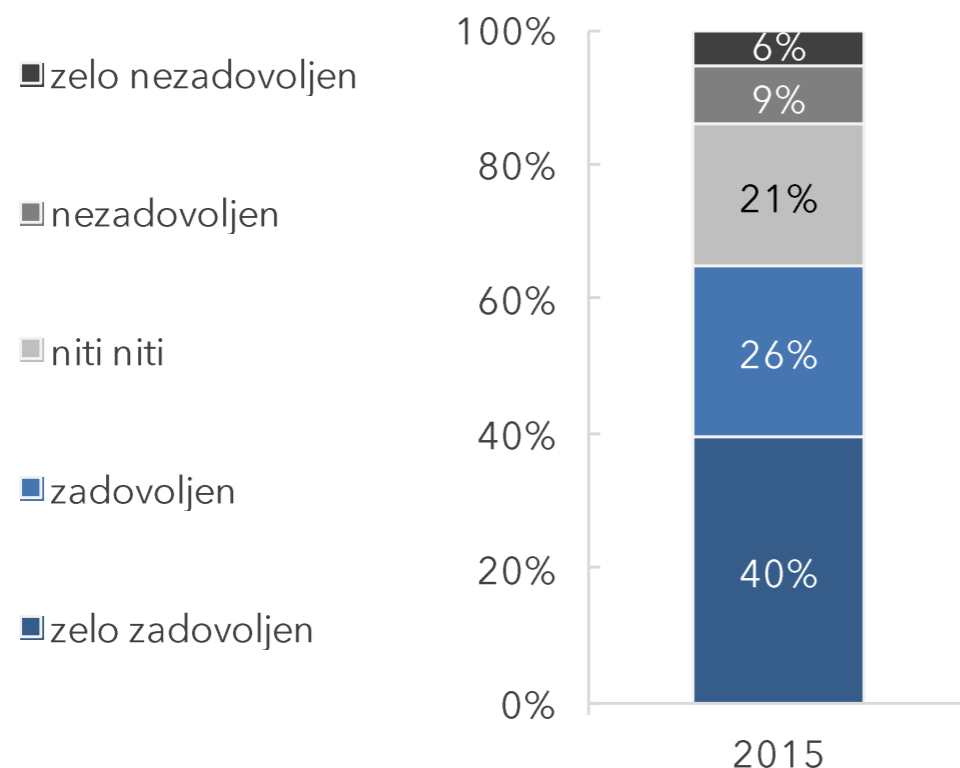
Z obratovalnim časom pošt oziroma poštnih enot je zadovoljnih 66 % anketirancev.



V kolikšni meri ste zadovoljni z obratovalnim časom pošt (oz. poštnih enot), ki jih obiskujete?



V predhodnih merjenjih smo spraševali po oceni ustreznosti obratovalnega časa.

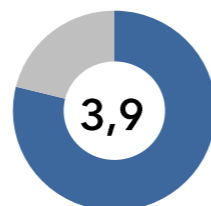


Z obratovalnim časom pošt oziroma poštnih enot je zadovoljnih 66 % anketirancev. Povprečna ocena zadovoljstva na pet-stopenjski lestvici znaša 3,9.

Z obratovalnim časom poštnih enot so v povprečju značilno manj zadovoljni prebivalci, ki imajo v svojem kraju pogodbeno pošto.

Povprečna ocena

1- Zelo nezadovoljen
5- Zelo zadovoljen



- ▲ prebivalci večjih krajev, mest
- ▼ preb. krajev, kjer imajo pogodbeno pošto

Episcenter | oktober 2015, n=712

Tudi ob tokratnem merjenju na pošti večina opravlja predvsem denarne storitve oz. plačilni promet (62 %).

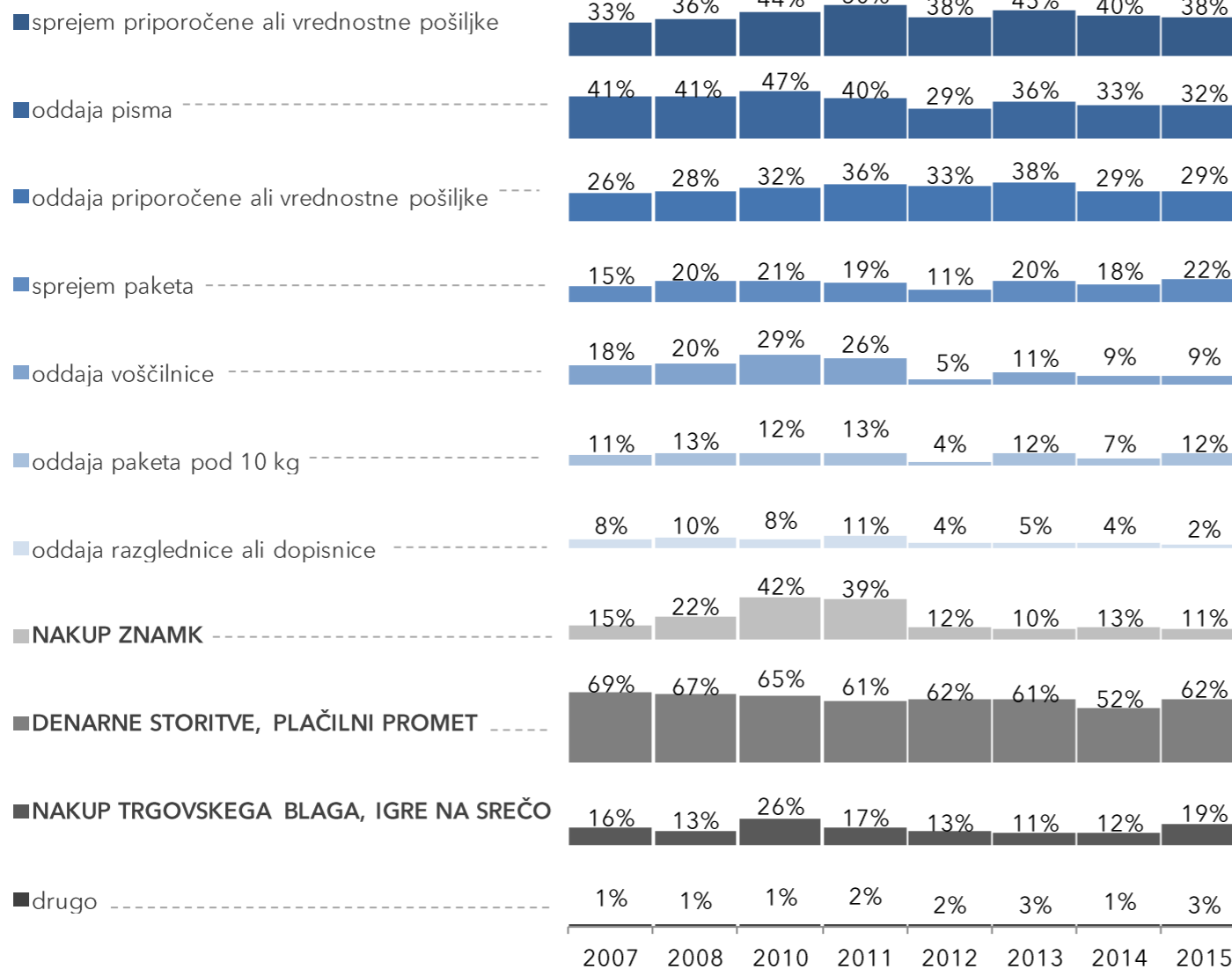


Katere storitve običajno opravite ob obisku pošte?



Anketiranci so lahko navedli več odgovorov.

POŠTNE STORITVE



▲ stari med 35-54 let
▲ srednje in višje/visoko izobraženi
▼ preb. podeželja

▲ ženske in višje
▲ visoko izobraženi

▲ mladi do 34 let
▲ višje/visoko izobraženi
▼ starejši od 54 let
▼ osnovno izobraženi

▲ manj izobraženi
▲ preb. podeželja

▲ starejši od 54 let
▲ ženske, osnovno izobraženi
▼ mlajši od 35 let
▼ moški

V zadnjih treh letih je opaziti rahlo negativen trend sprejemanja priporočenih ali vrednostnih pošiljk ter oddaje pisem.

Sicer večina na pošti še vedno opravlja storitve plačilnega prometa (62 %). V značilno večji meri te storitve opravljajo manj izobraženi in prebivalci podeželja.

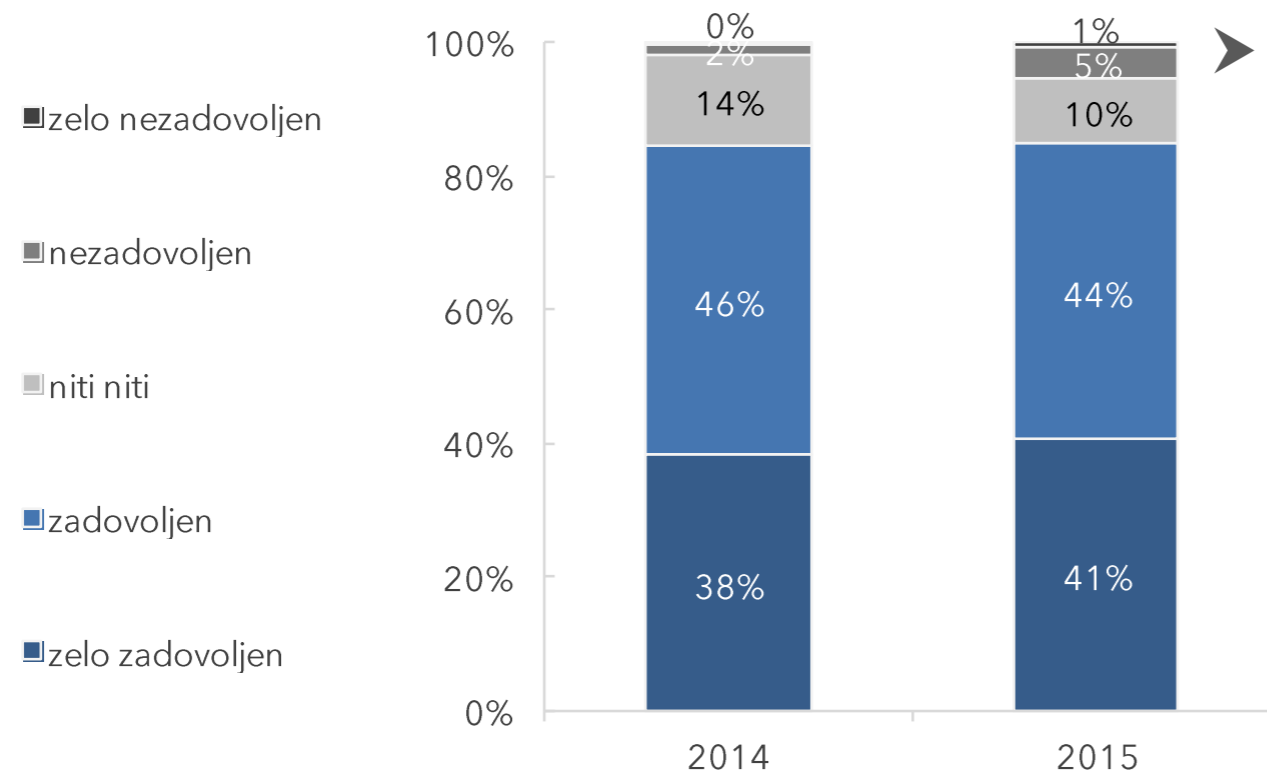
Zadovoljstvo s poštnimi storitvami na splošno izraža 85 % anketirancev.



Kako bi ocenili vaše splošno zadovoljstvo s poštnimi storitvami?



Na vprašanje o razlogih za nezadovoljstvo so odgovarjali le tisti, ki so izrazili nezadovoljstvo.

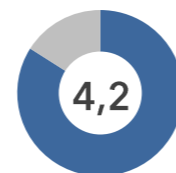
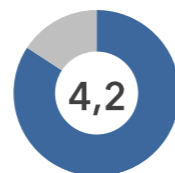


Kaj pa je razlog za vaše nezadovoljstvo? (okt. 2015 n=38)	%
počasnost, odnos uslužbencev	32%
krajši obratovalni čas	17%
problemi z dostavo (neredna, neustrezna...)	14%
podražitev cen	10%
postaja trgovina	8%
zastarelost postopkov	7%
drugo	6%
pogodbene pošte (ni zasebnosti)	5%

Povprečna ocena zadovoljstva s poštnimi storitvami na pet-stopenjski lestvici znaša 4,2. Med 6 % tistih, ki so izrazili nezadovoljstvo, jih kot razlog največji delež vprašanih navaja počasnost oziroma odnos poštних uslužbencev.

Povprečna ocena

1- Zelo nezadovoljen
5- Zelo zadovoljen



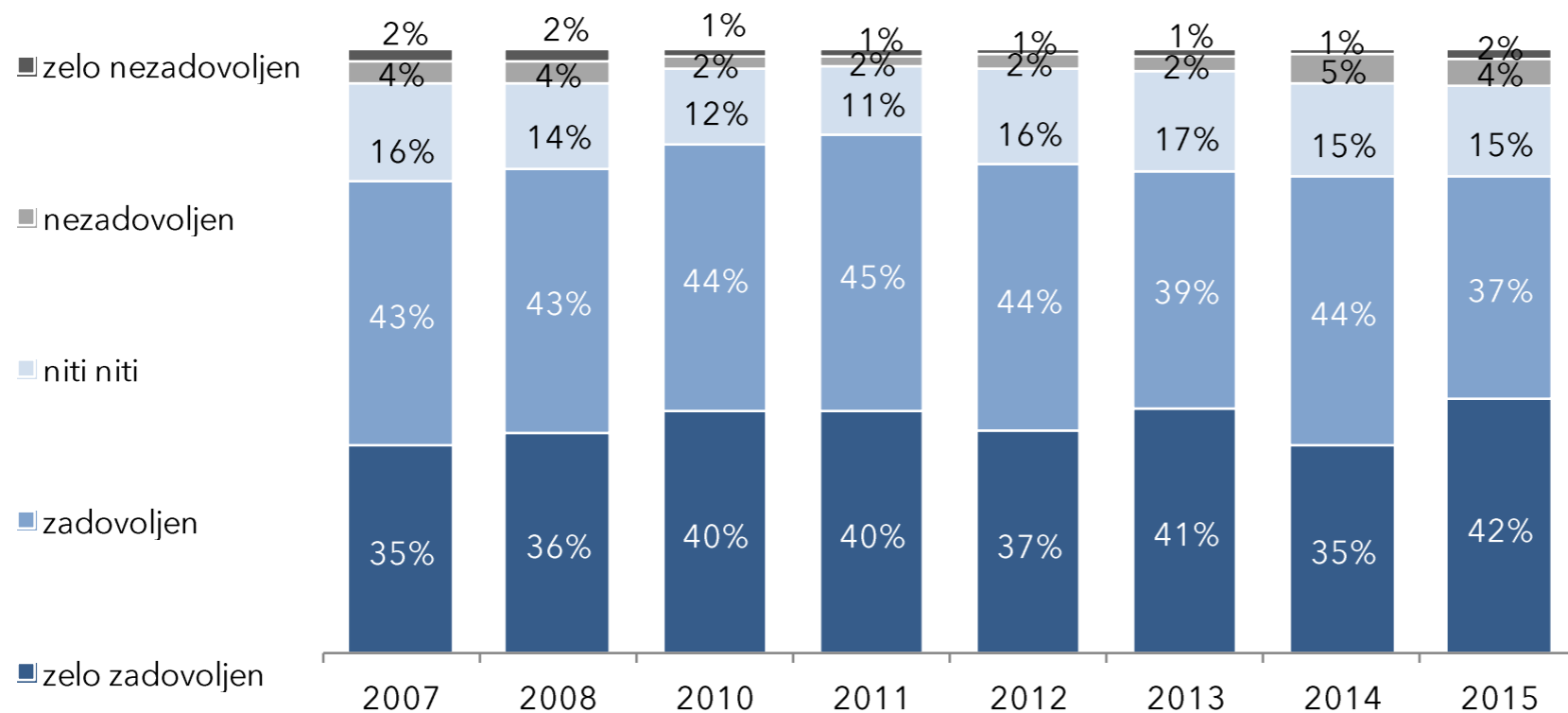
- ▲ osnovno izobraženi
- ▲ starejši od 64 let
- ▼ preb. krajev, kjer imajo pogodbeno pošto

Episcenter | oktober 2015, n=712

Delež tistih, ki so izrazili zadovoljstvo s hitrostjo opravljanja storitev ostaja enak lanskemu (79 %).



Zadovoljstvo s hitrostjo opravljanja storitev na poštah



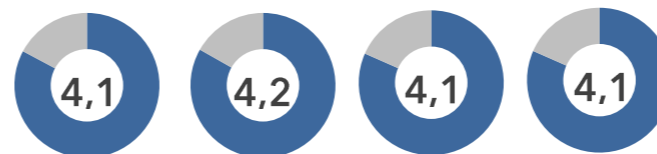
Delež anketiranih, ki izražajo zadovoljstvo s hitrostjo opravljanja storitev se od leta 2012 giblje okoli 80 %.

Povprečna ocena zadovoljstva na pet-stopenjski lestvici je 4,1. Nadpovprečno zadovoljstvo s hitrostjo opravljanja storitev se sicer kaže med manj izobraženimi in starimi nad 64 let.

Povprečna ocena

1- Zelo nezadovoljen
5- Zelo zadovoljen

----- ni podatka -----



▲ nižje izobraženi
▲ starejši od 64 let

Episcenter | oktober 2015, n=712

Kazalo vsebine

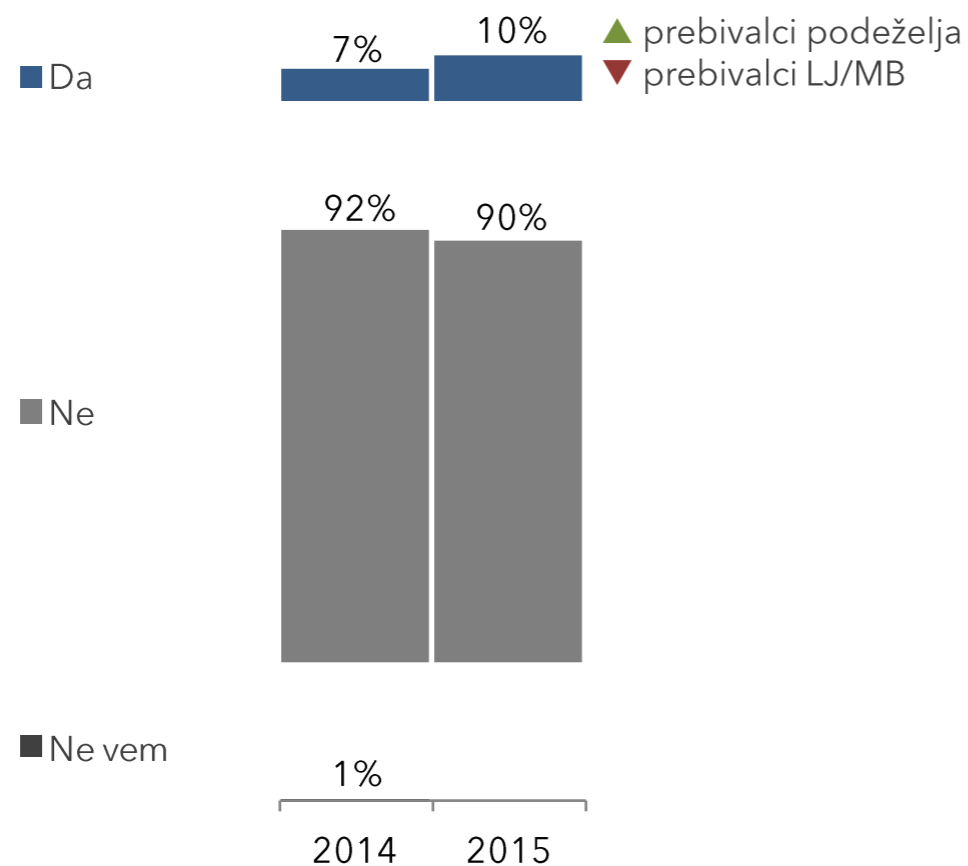
1. Indeks zadovoljstva
2. Obisk pošte
3. Pogodbene pošte
4. Oddaja in sprejem pošiljk
5. Cene in roki prenosa
6. Kakovost in pritožbe
7. Reklamna sporočila in rumena nalepka
8. Uporaba storitev drugih izvajalcev

 Zaradi zaokroževanja vsota deležev ponekod presega 100%.

Vse več anketirancev opaža vzpostavitev pogodbene pošte v svojem kraju.



Ali je morda v vašem kraju prišlo do tega, da so zaprli pošto ter jo prestavili v zasebno trgovino, lokal, trafiko ali bencinsko črpalko?



S povečevanjem števila pogodbenih pošt po Sloveniji se povečuje tudi delež tistih, ki so dejali, da je v njihovem kraju prišlo do tega, da so zaprli pošto ter jo prestavili v trgovino, lokal, trafiko ipd.

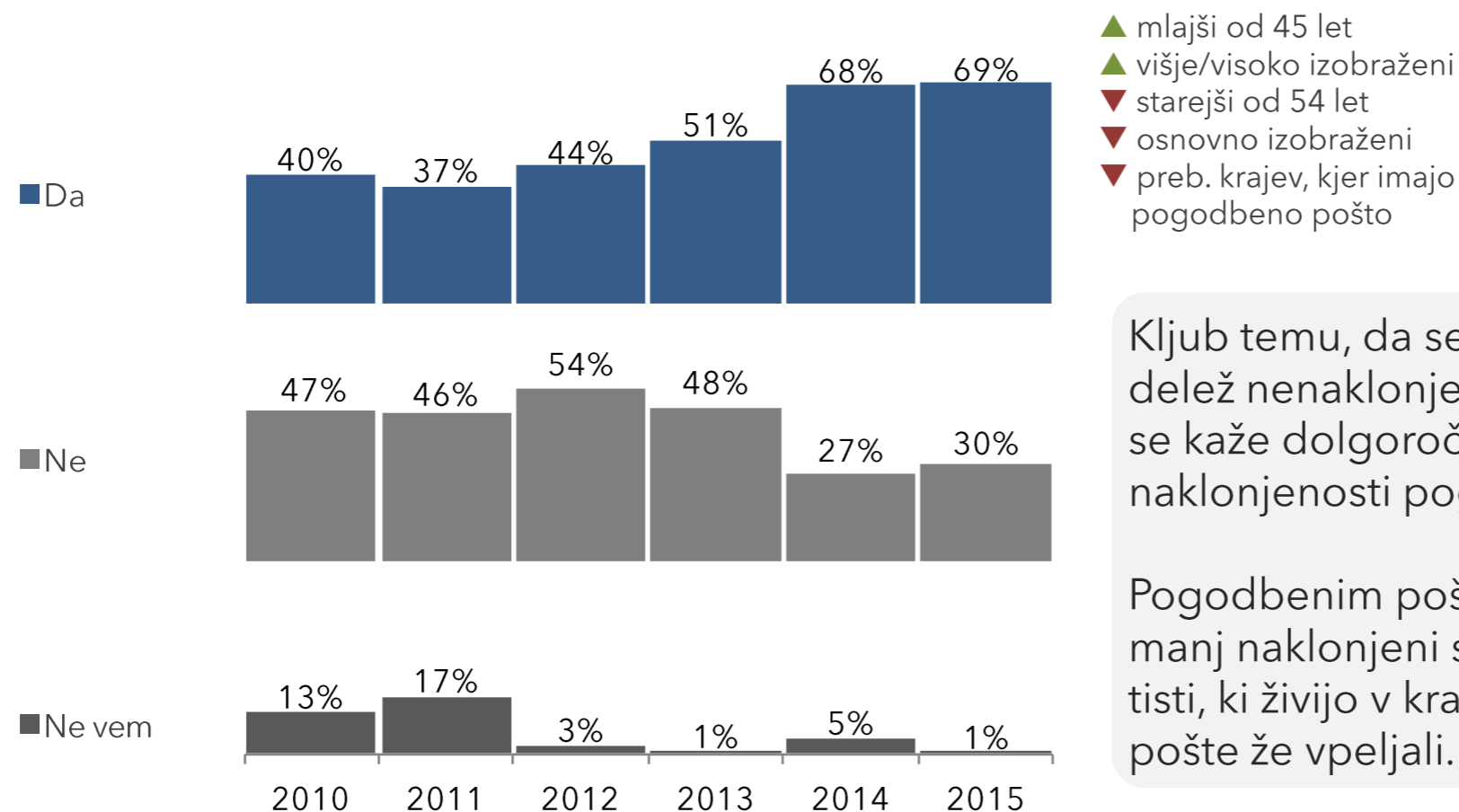
Značilno večji delež tistih, ki opažajo vzpostavitev pogodbene pošte v svojem kraju je med prebivalci podeželja.

Episcenter | oktober 2015, n=712

Nekaj manj kot tretjini anketirancev se ne zdi primerno, da Pošta Slovenije svoje storitve prodaja v franšizah.



Ali se vam zdi primerno, da Pošta Slovenije svoje storitve prodaja tudi preko pogodbenih partnerjev oz. franšiz, npr. znotraj zasebnih trgovin, lokalov, trafik, bencinskih črpalk...)?



Kljub temu, da se je letos nekoliko povečal delež nenaklonjenih pogodbenim poštam, se kaže dolgoročno pozitiven trend naklonjenosti pogodbenim poštam.

Pogodbenim poštam oz. franšizam so sicer manj naklonjeni starejši, nižje izobraženi ter tisti, ki živijo v krajih, kjer so pogodbene pošte že vpeljali.

Episcenter | oktober 2015, n=712

Kazalo vsebine

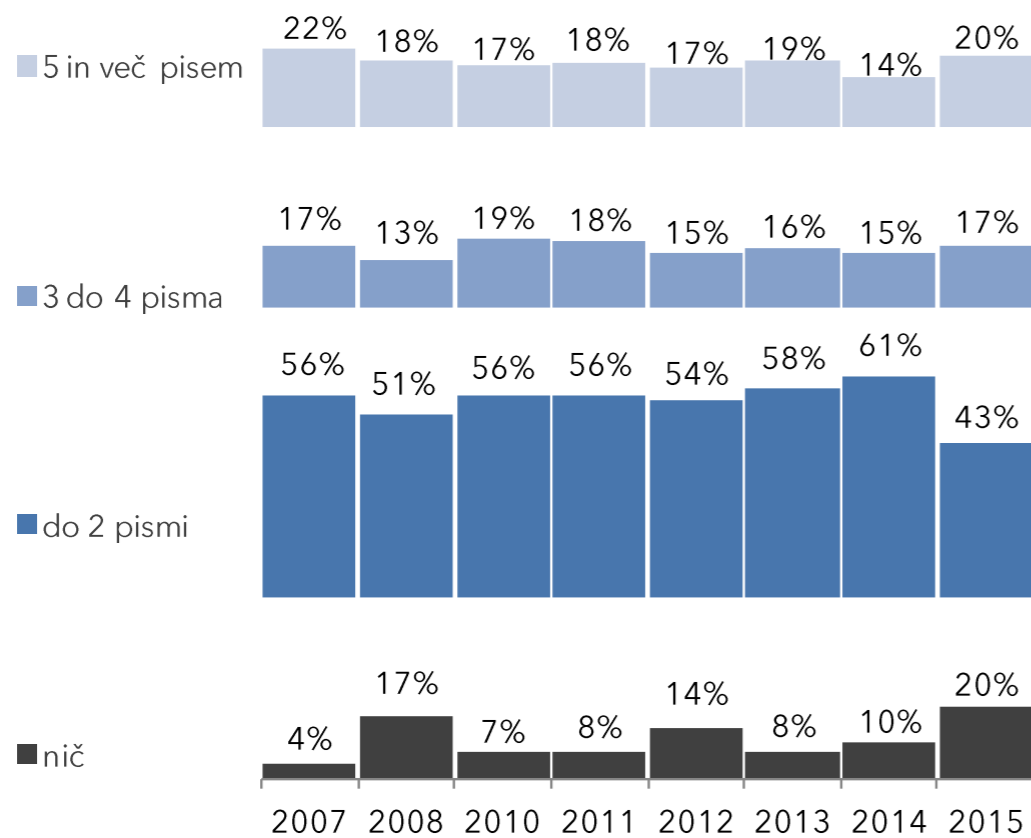
1. Indeks zadovoljstva
2. Obisk pošte
3. Pogodbene pošte
4. Oddaja in sprejem pošilk
5. Cene in roki prenosa
6. Kakovost in pritožbe
7. Reklamna sporočila in rumena nalepka
8. Uporaba storitev drugih izvajalcev

 Zaradi zaokroževanja vsota deležev ponekod presega 100%.

Anketiranci v povprečju pošljejo 3 pisma na mesec.



Koliko pisem v povprečju oddate mesečno?



Povprečje:

--- ni podatka---

3

- ▲ prebivalci Notranjsko-kraške regije
- ▲ prebivalci Jugovzhodne Slovenije
- ▼ prebivalci Gorenjske regije.



Z namenom izračuna povprečja, je bilo vprašanje tokrat prvič odprtega tipa. Odgovore smo razvrstili skladno s kategorijami prehodnih merenj, pri čemer smo kategoriji '1-2' in 'manj kot 1' združili v kategorijo 'do 2 pismi'. Pri slednji kategoriji in kategoriji 'nič' opozarjamo na pazljivost pri interpretaciji, ko gre za primerjavo s preteklimi merjenji.

Največji delež anketirancev mesečno odda do 2 pismi (43 %). Petina jih odda vsaj 5 pisem, petina pa nobenega.

V povprečju značilno manj pisem oddajo na Gorenjskem, značilno več pa v Notranjsko-kraški regiji in Jugovzhodni Sloveniji.

Episcenter | oktober 2015, n=712

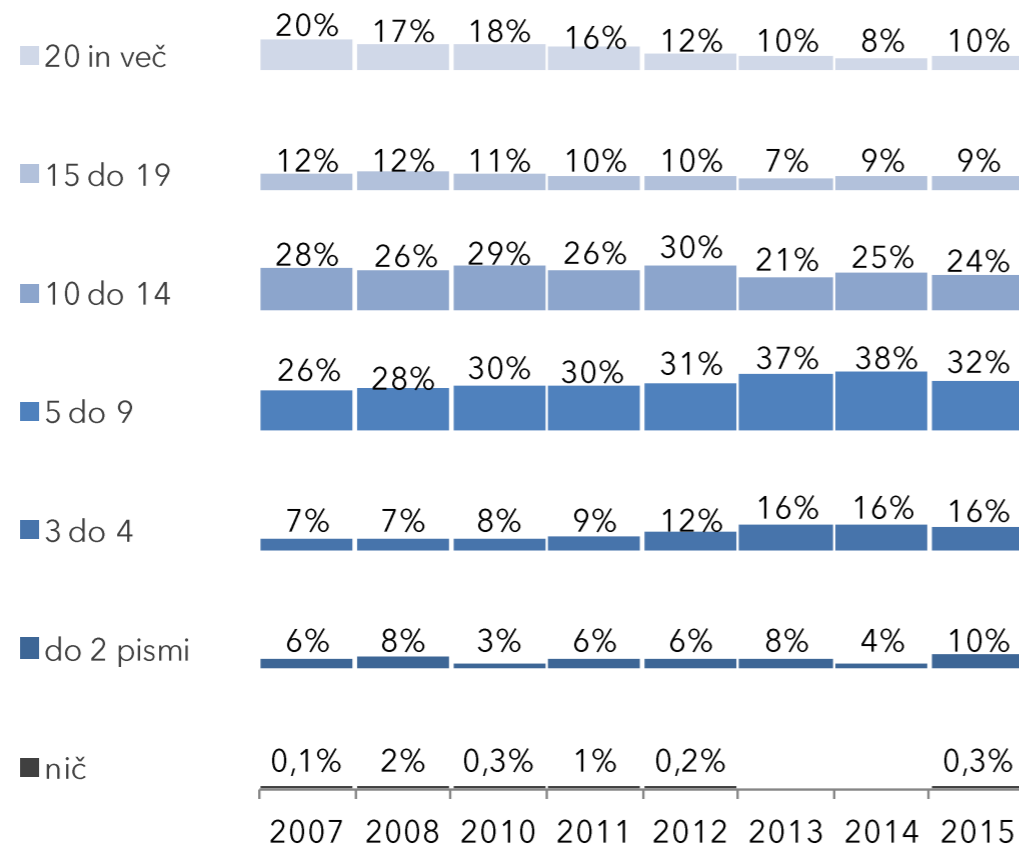
Op: na sliki ne prikazujemo deleža za "ne vem".

Posledično je pri nekaterih merjenjih vsota prikazanih deležev manjša od 100%. Razlika do 100 % tako predstavlja delež neopredeljenih.

Anketiranci v povprečju prejmejo 9 pisem mesečno.



Koliko pisem v povprečju prejmete mesečno?



Povprečje:

--- ni podatka---

9

▲ prebivalci Notranjsko-kraške regije
▼ prebivalci Gorenjske regije.



Z namenom izračuna povprečja, je bilo vprašanje tokrat prvič odprtega tipa. Odgovore smo razvrstili skladno s kategorijami prehodnih merjenj, pri čemer smo kategoriji '1-2' in 'manj kot 1' združili v kategorijo 'do 2 pismi'. Pri slednji kategoriji in kategoriji 'nič' opozarjamo na pazljivost pri interpretaciji, ko gre za primerjavo s preteklimi merjenji.

Največ, približno tretjina anketirancev mesečno prejme 5-9 pisem. Četrtnina mesečno prejme 10-14 pisem.

V povprečju značilno manj pisem prejmejo na Gorenjskem, značilno več pa v Notranjsko-kraški regiji.

Episcenter | oktober 2015, n=712

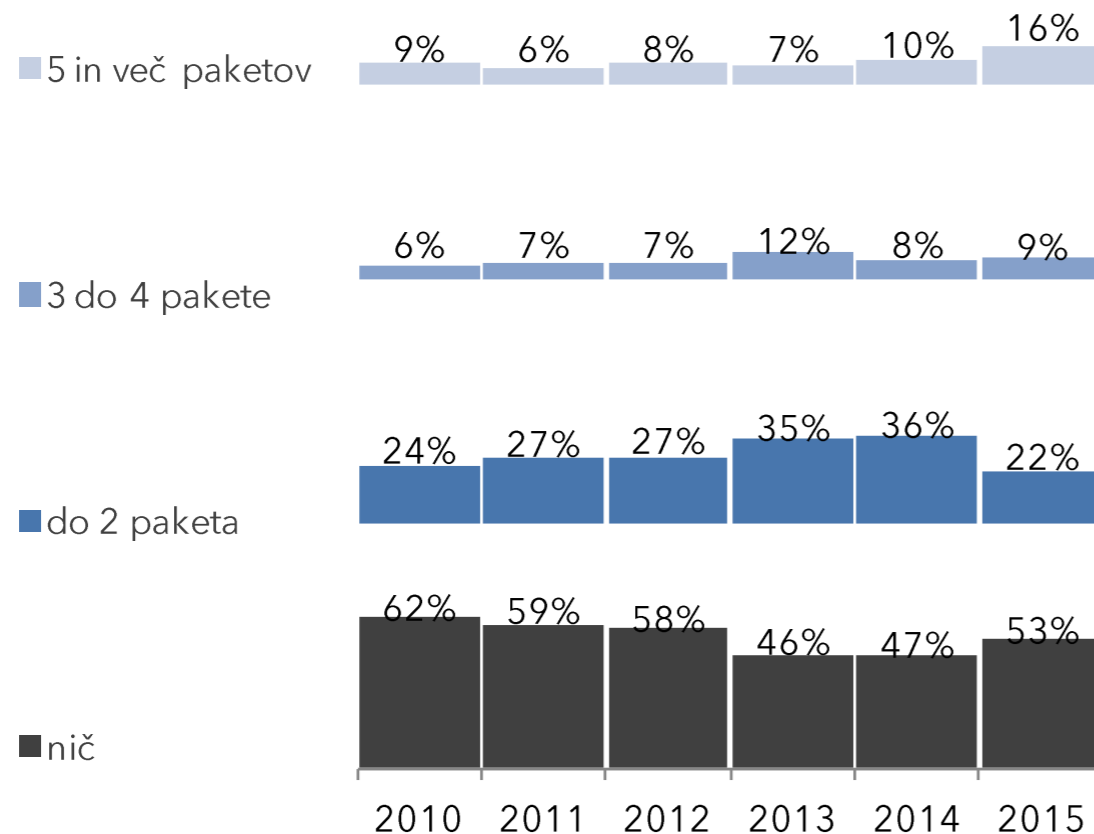
Op: na sliki ne prikazujemo deleža za "ne vem".

Posledično je pri nekaterih merjenjih vsota prikazanih deležev manjša od 100%. Razlika do 100 % tako predstavlja delež neopredeljenih.

Anketiranci letno v povprečju pošljejo 2 paketa pod 10kg.



Koliko paketov pod 10 kg v povprečju oddate letno?



Povprečje:

--- ni podatka---

2

▲ preb. z višjo, visoko izobrazbo
▼ preb. z osnovno izobrazbo



Z namenom izračuna povprečja, je bilo vprašanje tokrat prvič odprtega tipa. Odgovore smo razvrstili skladno s kategorijami prehodnih merjenj, pri čemer smo kategoriji '1-2' in 'manj kot 1' združili v kategorijo 'do 2 paketa'. Pri slednji kategoriji in kategoriji 'nič' opozarjamo na pazljivost pri interpretaciji, ko gre za primerjavo s preteklimi merjenji.

Večina (53 %) letno ne odda nobenega paketa pod 10 kg.

V povprečju značilno več paketov do 10 kg pošljejo višje oziroma visoko izobraženi, značilno manj pa tisti z najnižjo stopnjo izobrazbe.

Episcenter | oktober 2015, n=712

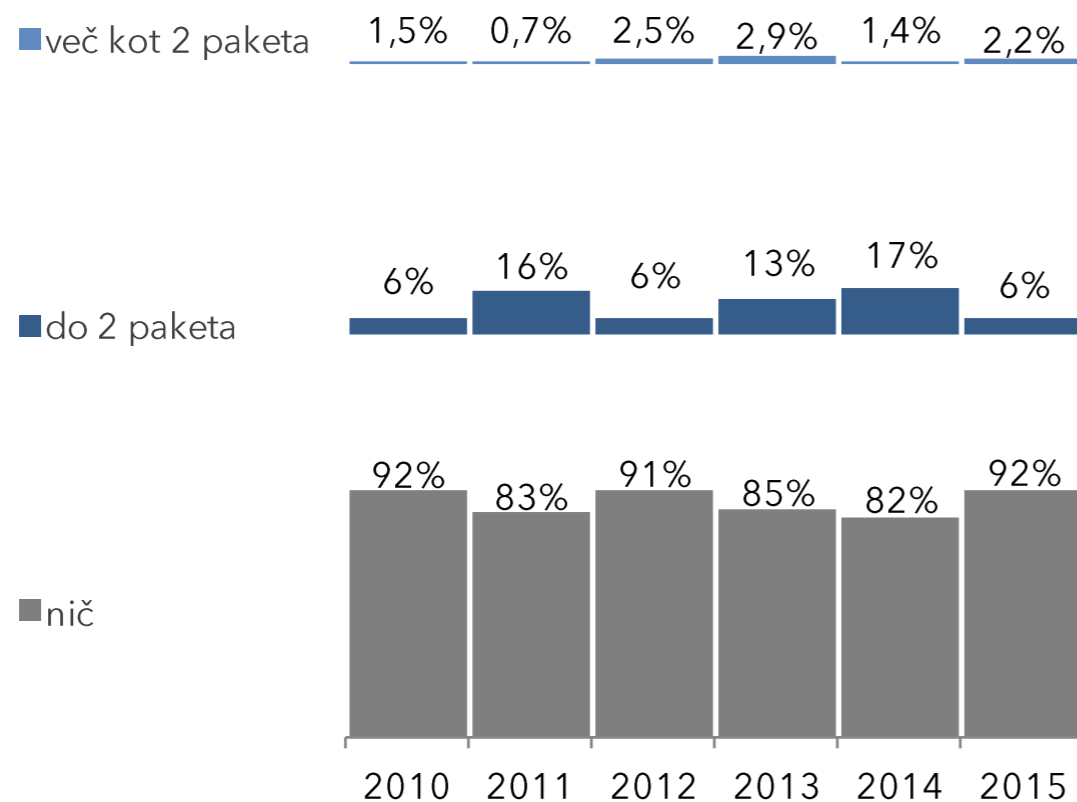
Op: na sliki ne prikazujemo deleža za "ne vem".

Posledično je pri nekaterih merjenjih vsota prikazanih deležev manjša od 100%. Razlika do 100 % tako predstavlja delež neopredeljenih.

Anketiranci v povprečju letno oddajo manj kot 1 paket nad 10 kg.



Koliko paketov nad 10 kg v povprečju oddate letno?



Povprečje:

---- ni podatka---

| 0,2

▲ moški
▼ ženske



Z namenom izračuna povprečja, je bilo vprašanje tokrat prvič odprtega tipa. Odgovore smo razvrstili skladno s kategorijami prehodnih merjenj, pri čemer smo kategoriji '1-2' in 'manj kot 1' združili v kategorijo 'do 2 paketa'. Pri slednji kategoriji in kategoriji 'nič' opozarjamo na pazljivost pri interpretaciji, ko gre za primerjavo s preteklimi merjenji.

Večina (92 %) letno ne odda nobenega paketa nad 10 kg.

V povprečju značilno več paketov nad 10 kg pošljejo moški.

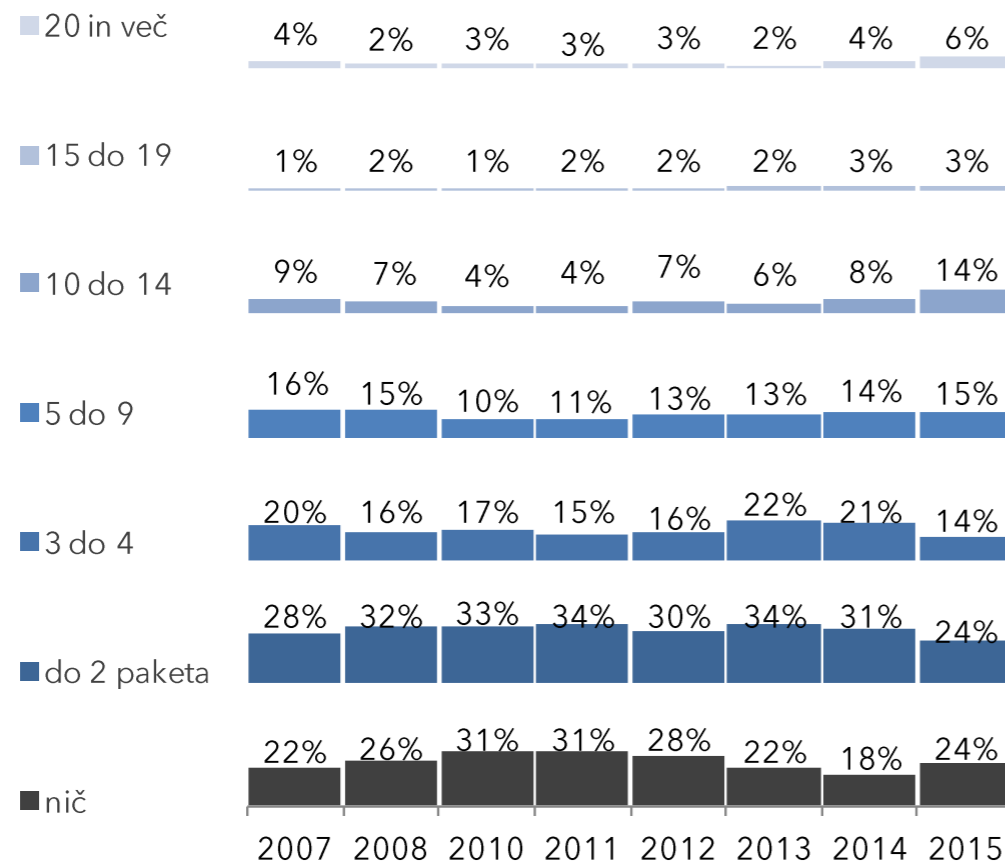
Episcenter | oktober 2015, n=712

Op: na sliki ne prikazujemo deleža za "ne vem".

Posledično je pri nekaterih merjenjih vsota prikazanih deležev manjša od 100%.
Razlika do 100 % tako predstavlja delež neopredeljenih.

Anketiranci v povprečju prejmejo 5 paketov letno.

Koliko paketov v povprečju prejmete letno?



Povprečje: | --- ni podatka--- | 5

▲ preb. z višjo, visoko izobrazbo
▼ preb. z osnovno izobrazbo

i Z namenom izračuna povprečja, je bilo vprašanje tokrat prvič odprtega tipa. Odgovore smo razvrstili skladno s kategorijami prehodnih merenj, pri čemer smo kategoriji '1-2' in 'manj kot 1' združili v kategorijo 'do 2 paketa'. Pri slednji kategoriji in kategoriji 'nič' opozarjamo na pazljivost pri interpretaciji, ko gre za primerjavo s preteklimi merjenji.

Četrtnina v povprečju prejme do 2 paketa letno, četrtnina pa nobenega. Zadnja tri merjenja raste delež tistih, ki prejmejo vsaj 10 paketov mesečno.

V povprečju značilno več paketov prejmejo višje oziroma visoko izobraženi, značilno manj pa tisti z najnižjo stopnjo izobrazbe.

Episcenter | oktober 2015, n=712

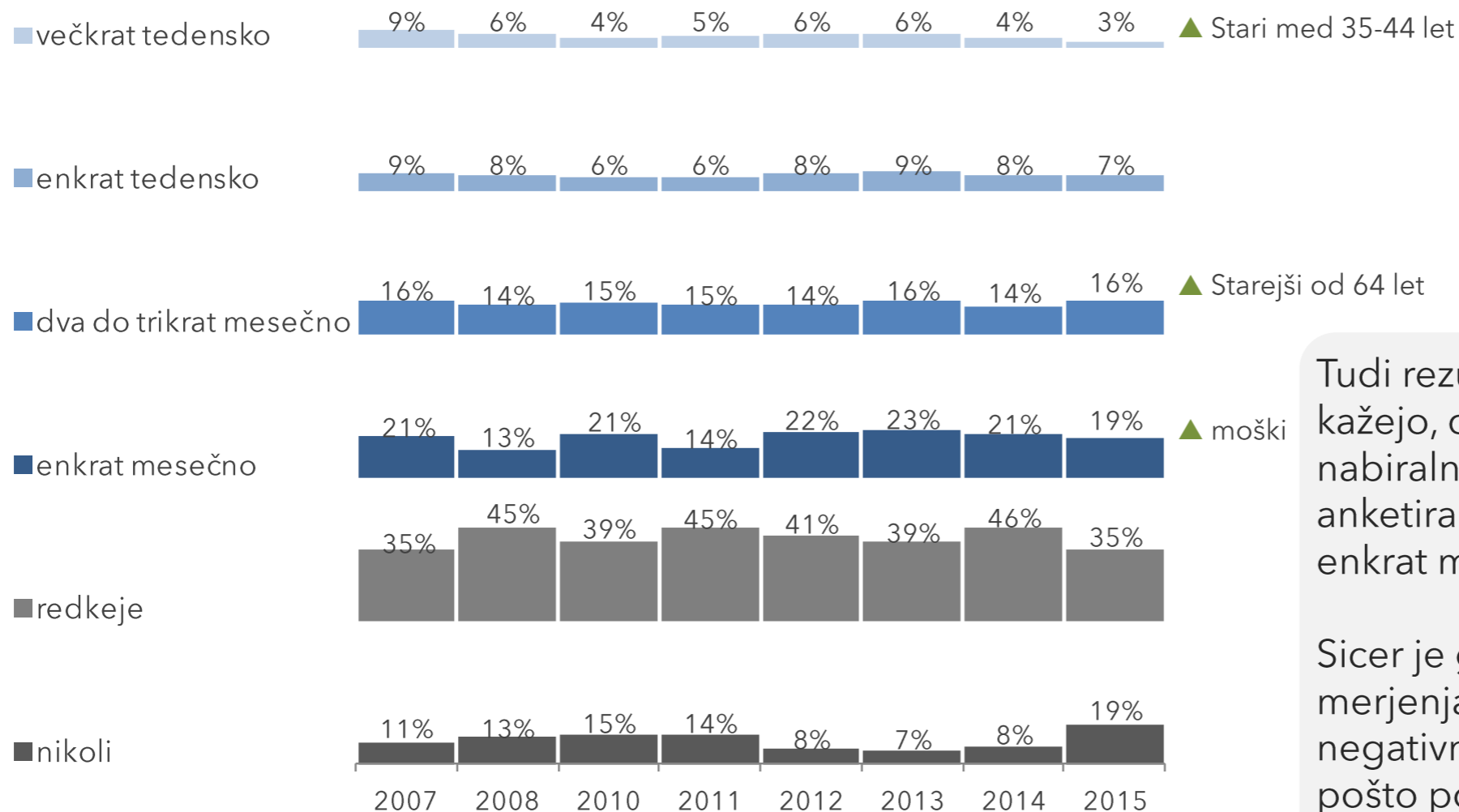
Op: na sliki ne prikazujemo deleža za "ne vem".

Posledično je pri nekaterih merjenjih vsota prikazanih deležev manjša od 100%. Razlika do 100 % tako predstavlja delež neopredeljenih.

Letos je izrazito večji delež anketirancev (19 %), ki pošte preko poštних nabiralnikov ne oddajajo.



Kako pogosto oddajate pošto preko poštних nabiralnikov?



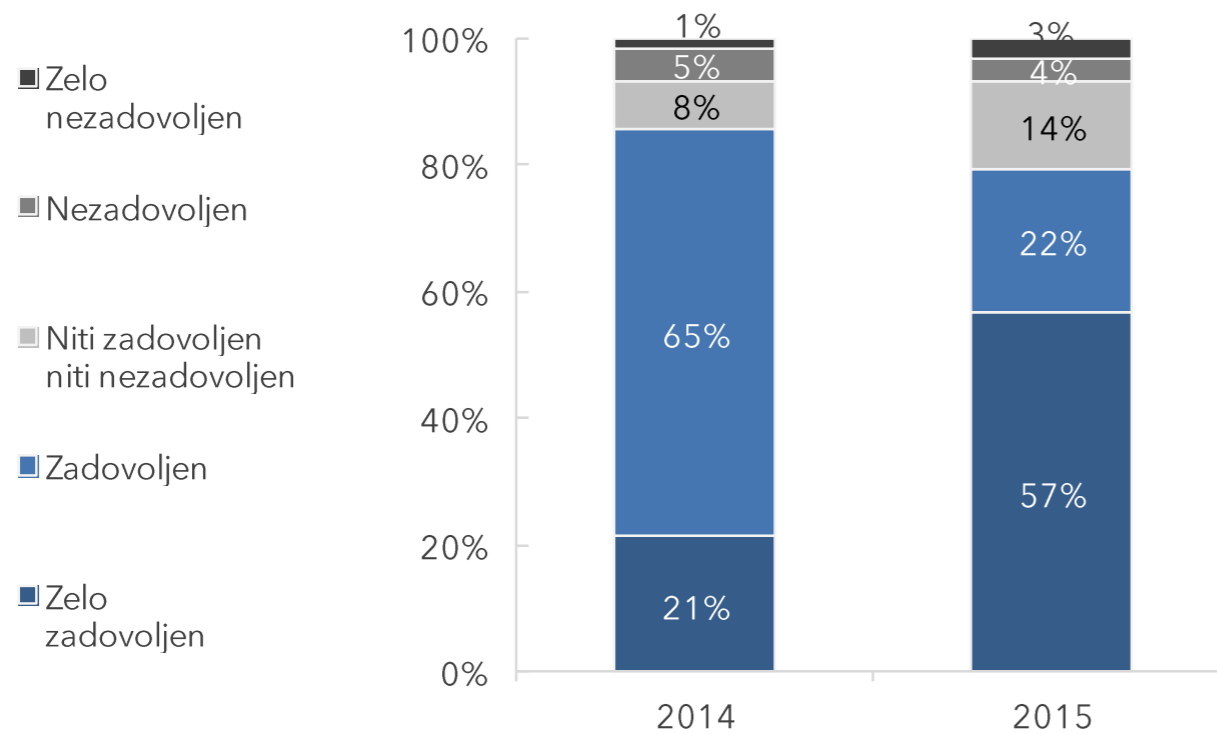
Tudi rezultati tokratnega merjenja kažejo, da preko poštних nabiralnikov pošto največji delež anketirancev oddaja redkeje kot enkrat mesečno.

Sicer je glede na zadnja tri merjenja opaziti tudi rahel negativni trend med tistimi, ki pošto pošiljajo enkrat ali večkrat tedensko.

Zadovoljstvo z oddaljenostjo poštne nabiralnika od doma izraža 79 % anketirancev.



Kako zadovoljni ste z oddaljenostjo vašega najbližjega poštne nabiralnika od vašega doma?

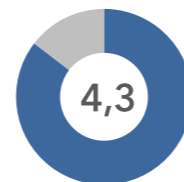
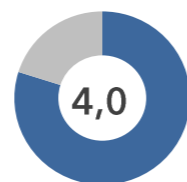


Ob tokratnem merjenju so bili anketiranci manj kritični tudi do oddaljenosti najbližjega poštne nabiralnika od njihovega doma. Večina anketirancev je namreč dejala, da so zelo zadovoljni. Posledično je glede na lansko merjenje višja tudi povprečna ocena zadovoljstva.

Povprečna ocena zadovoljstva je sicer značilno nižja med prebivalci podeželja in moškimi.

Povprečna ocena

1- Zelo nezadovoljen
5- Zelo zadovoljen



▼ prebivalci podeželja
▼ moški

Episcenter | oktober 2015, n=712

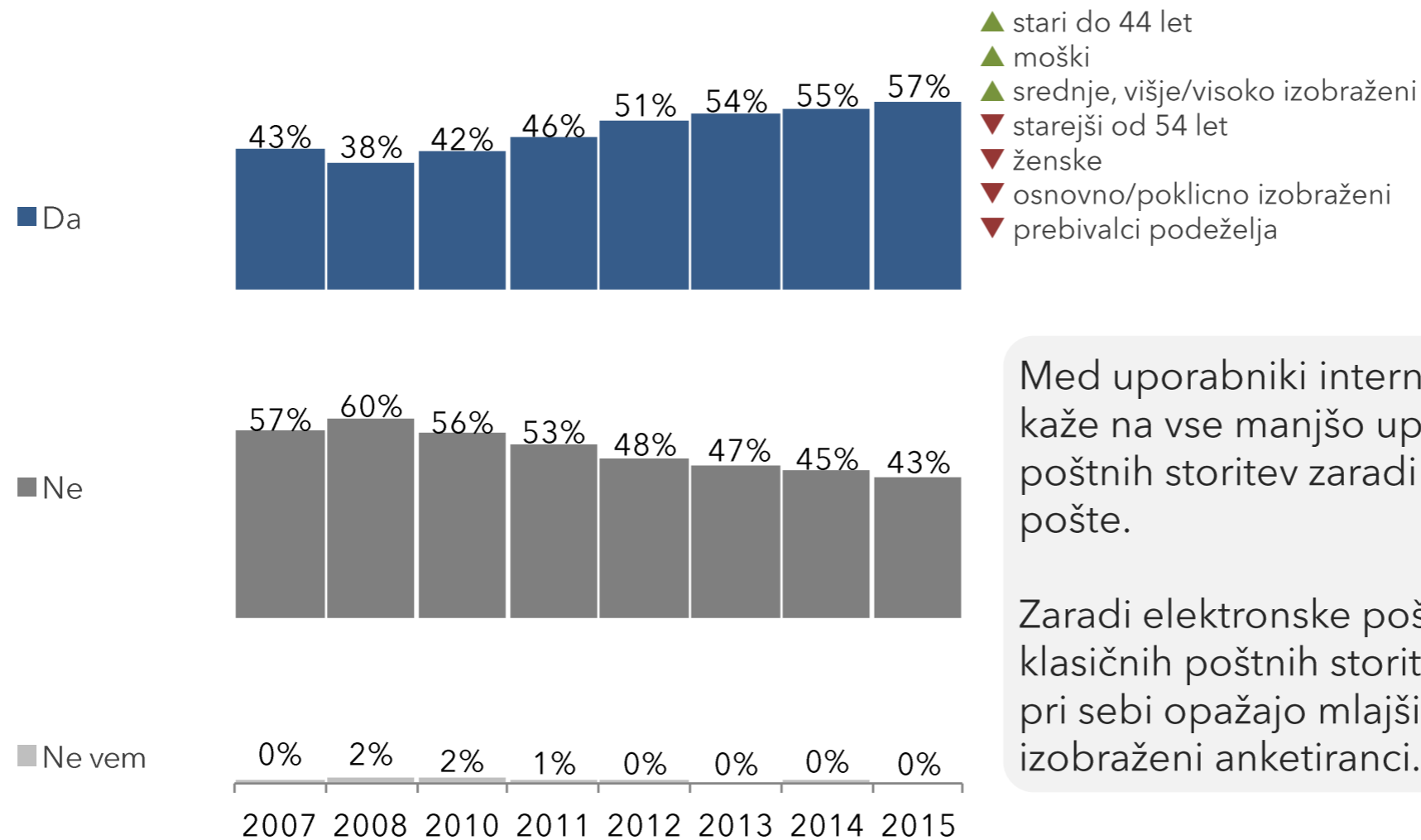
Še naprej se povečuje delež tistih, ki zaradi elektronske pošte manj uporabljajo poštne storitve.



Ali zaradi elektronske pošte manj uporabljate klasične poštne storitve?



Na vprašanje so odgovarjali le uporabniki interneta.



Med uporabniki interneta dolgoročni trend kaže na vse manjšo uporabo klasičnih poštne storitve zaradi uporabe elektronske pošte.

Zaradi elektronske pošte upad uporabe klasičnih poštne storitve v značilno večji meri pri sebi opažajo mlajši, moški ter bolj izobraženi anketiranci.

Episcenter | oktober 2015, n=612

Kazalo vsebine

1. Indeks zadovoljstva
2. Obisk pošte
3. Pogodbene pošte
4. Oddaja in sprejem pošilk
5. Cene in roki prenosa
6. Kakovost in pritožbe
7. Reklamna sporočila in rumena nalepka
8. Uporaba storitev drugih izvajalcev

 Zaradi zaokroževanja vsota deležev ponekod presega 100%.

Pravo ceno prenosa standardnega pisma - znamka A pozna le 1 odstotek anketirancev.



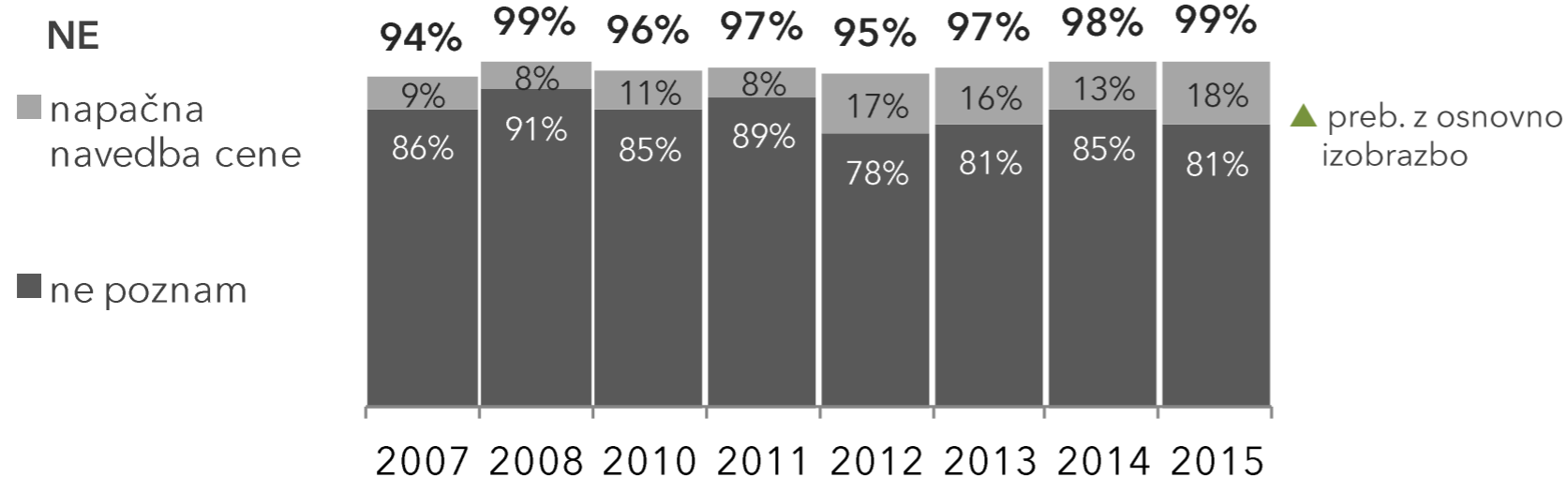
Ali poznate ceno prenosa standardnega pisma-znamka A? - Kakšna je?



V odgovoru NE so združeni odgovori tistih, ki so dejali da cene ne poznajo ter tistih, ki so navedli napačno ceno.

■ DA, pravilna navedba cene 6% 1% 4% 3% 5% 3% 2% 1% ▲ stari med 35-44 let

Cena v €: | 0,20 | 0,23 | 0,29 | 0,27 | 0,27 | 0,29 | 0,34 | 0,36 |



Od leta 2012 je opaziti trend rasti cen ter obenem negativni trend deleža tistih, ki so s ceno seznanjeni.

Značilno večji delež tistih, ki ne poznajo cene je med anketiranci z najnižjo stopnjo izobrazbe. Medtem ko je med starimi 35-44 let, značilno večji delež tistih, ki ceno poznajo.

Episcenter | oktober 2015, n=712

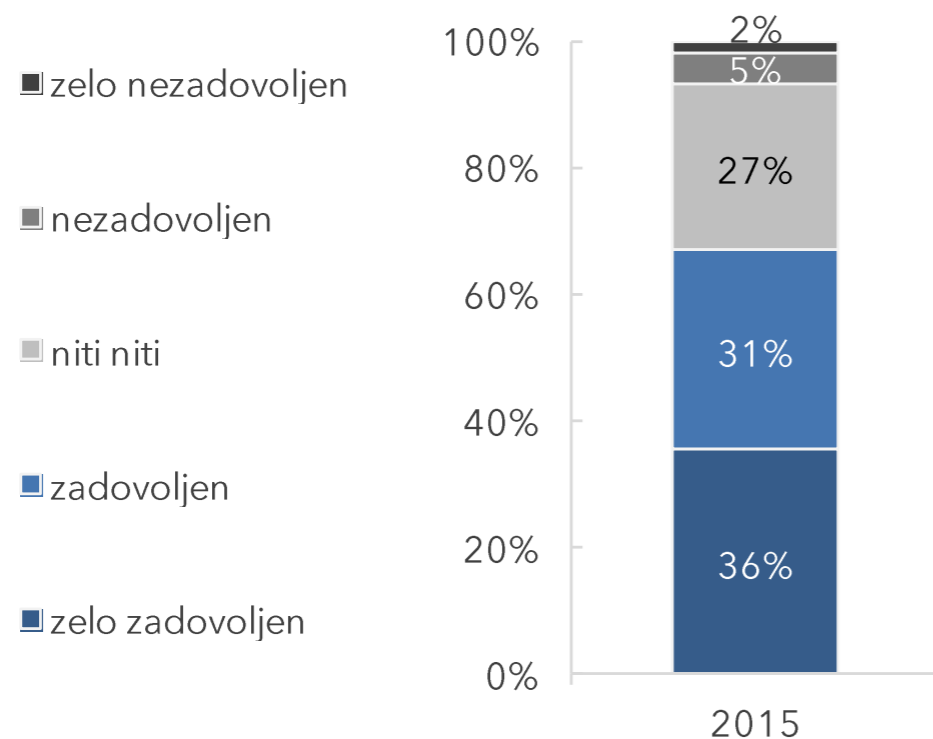
S ceno za prenos standardnega pisma (0,36 €) je zadovoljnih 67 % anketirancev.



V kolikšni meri ste zadovoljni s ceno za prenos pisma (znamka A: 0,36 €)?



V predhodnih merjenjih smo spraševali po oceni ustreznosti cene za prenos standardnega pisma.

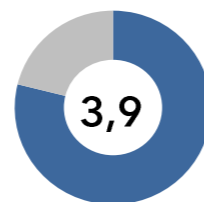


Povprečna ocena zadovoljstva s ceno 0,36 € za prenos standardnega pisma je 3,9. Nezadovoljstvo s ceno je izrazila manj kot desetina anketirancev.

S ceno so v povprečju v značilno večji meri zadovoljni prebivalci večjih krajev oz. mest ter ženske.

Povprečna ocena

1- Zelo nezadovoljen
5- Zelo zadovoljen



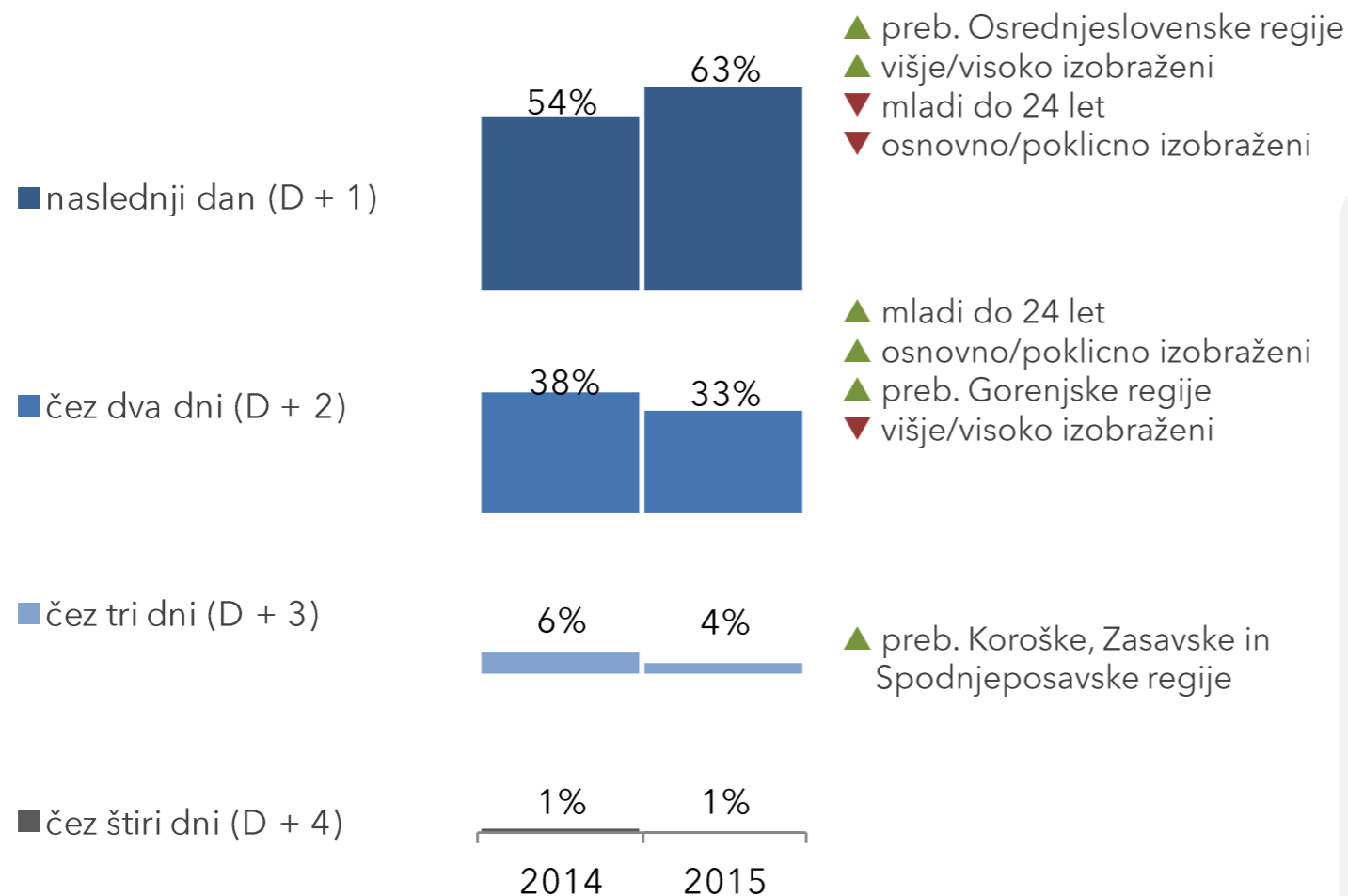
- ▲ preb. večjih krajev, mest
- ▲ ženske
- ▼ moški

Episcenter | oktober 2015, n=712

Povečal se je delež tistih, ki menijo, da bi moralo pismo do naslovnika dospeti naslednji delovni dan.



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



Da bi morala pošta Slovenija pismo do naslovnika dostaviti en dan po oddaji, meni 63 % anketirancev. Da bi ga morala dostaviti v dveh dneh, pa meni tretjina anketirancev.

Da bi moral biti rok dostave pisma D+1, v značilno večji meri menijo prebivalci Osrednjeslovenske regije ter višje oz. visoko izobraženi, medtem ko se to v značilno manjši meri zdi pomembno najmanj in poklicno izobraženim ter mladim do 24 let.

Episcenter | oktober 2015, n=712

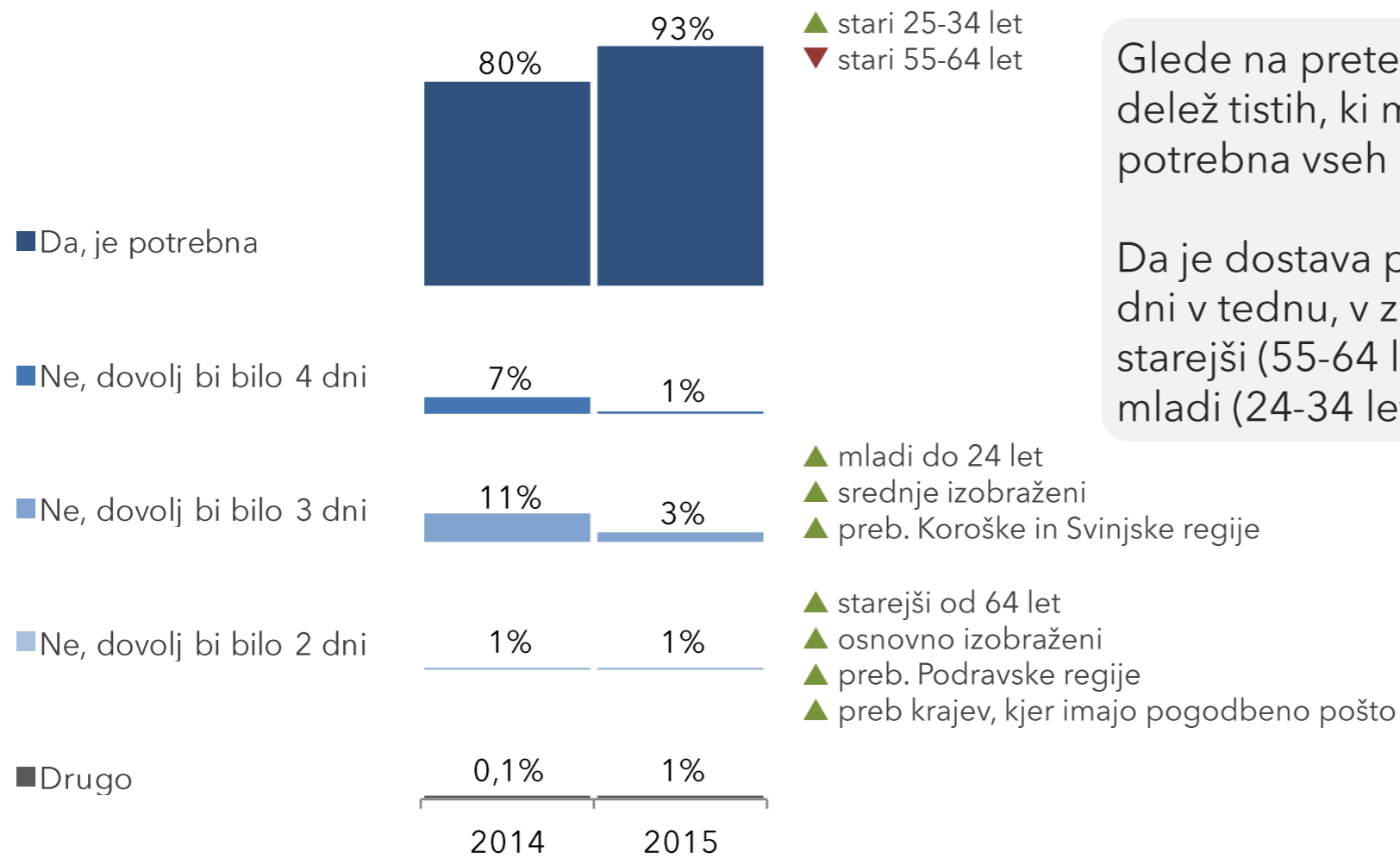
Večina (93 %) anketiranih meni, da je dostava poštnih pošiljk potrebna vseh 5 delovnih dni v tednu.



Ali je po vašem mnenju potrebna dostava poštnih pošiljk vseh 5 delovnih dni v tednu, od pon.-pet.?



Spremenjena je bila formulacija vprašanja. V letu 2014 smo spraševali po dostavi pisem, tokrat po dostavi poštnih pošiljk. Potrebna je pazljivost pri interpretaciji primerjave rezultatov.



Glede na preteklo merjenje se je še povečal delež tistih, ki menijo, da je dostava potrebna vseh 5 delovnih dni v tednu.

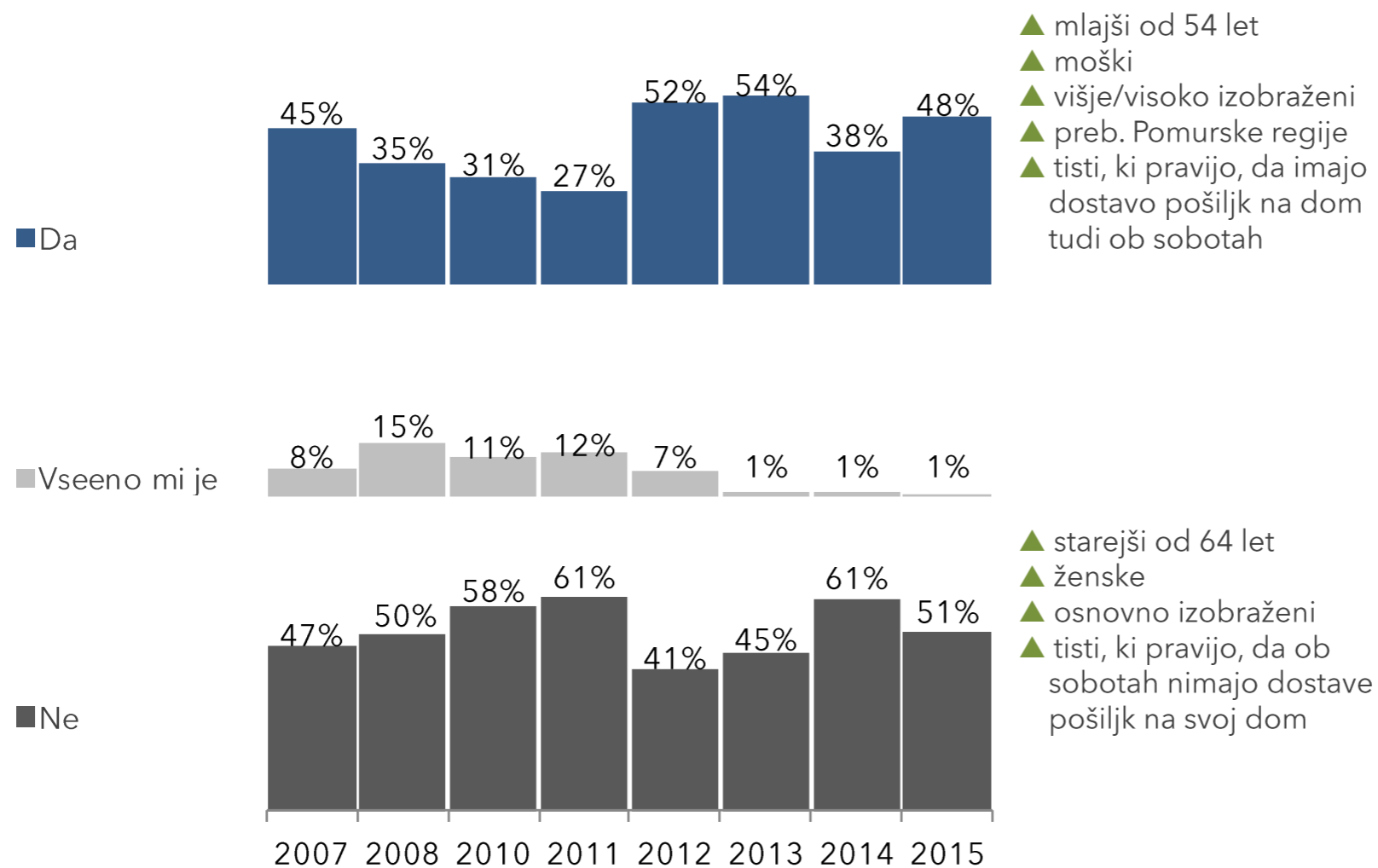
Da je dostava potrebna vseh pet delovnih dni v tednu, v značilno manjši meri menijo starejši (55-64 let), v značilno večji meri pa mladi (24-34 let).

Episcenter | oktober 2015, n=712

Mnenje glede smiselnosti dostave pošiljk ob sobotah je deljeno.



Ali se vam zdi smiselna dostava poštnih pošiljk na dom ob sobotah?



Glede na preteklo merjenje je padel delež tistih, ki menijo da dostava pošiljk ob sobotah ni smiselna (z 61% na 51%).

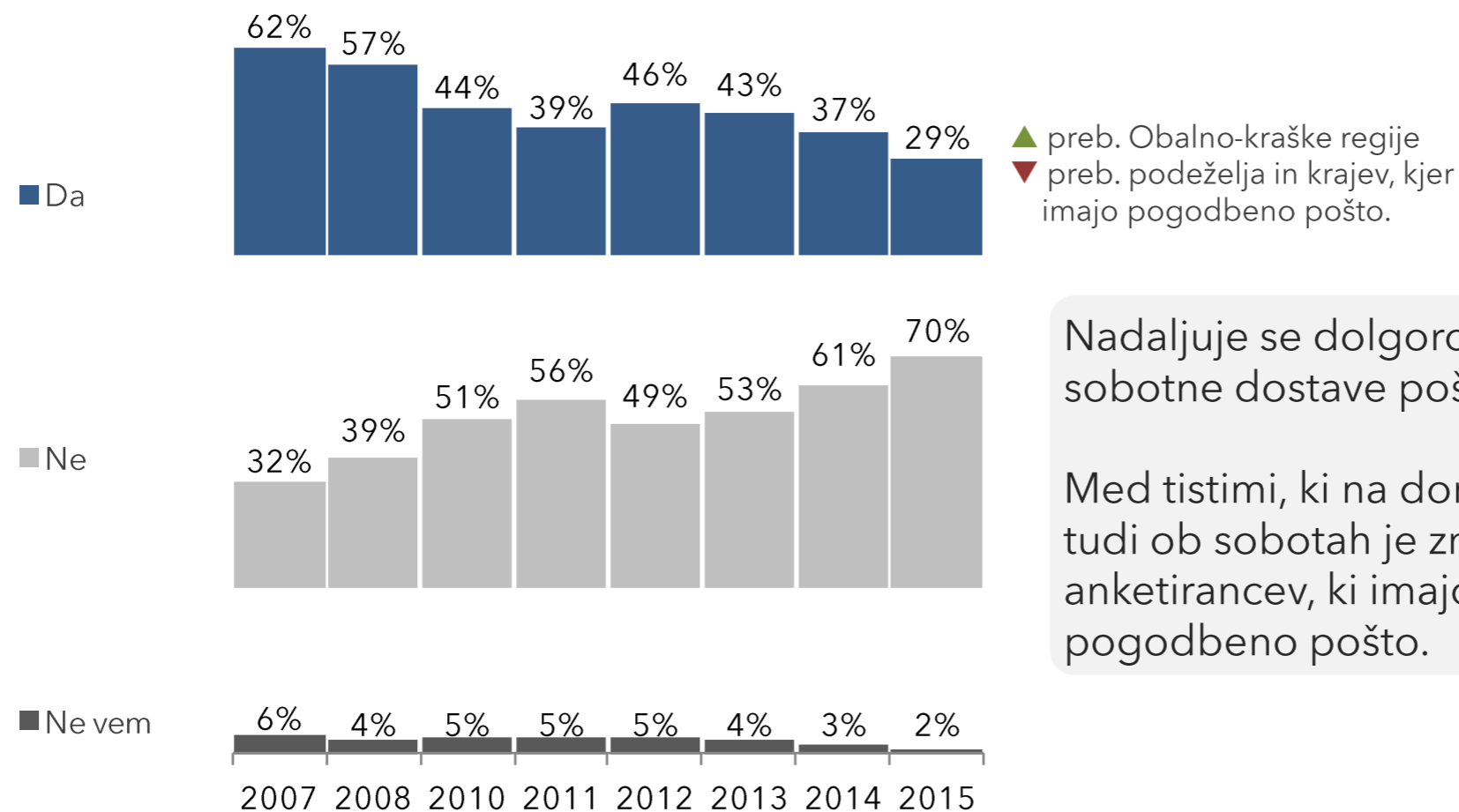
Med tistimi, ki menijo, da je dostava ob sobotah smiselna, je značilno večji delež mlajših od 54 let, višje/visoko izobraženih, moških ter prebivalcev Pomurske regije.

Episcenter | oktober 2015, n=712

Le še 29 % jih pravi, da imajo dostavo poštних pošiljk na dom tudi ob sobotah.



Ali imate pri vas dostavo poštних pošiljk na dom ob sobotah?



Nadaljuje se dolgoročni negativni trend sobotne dostave poštних pošiljk.

Med tistimi, ki na dom še prejemajo pošto tudi ob sobotah je značilno manjši delež anketirancev, ki imajo v svojem kraju pogodbeno pošto.

Episcenter | oktober 2015, n=712

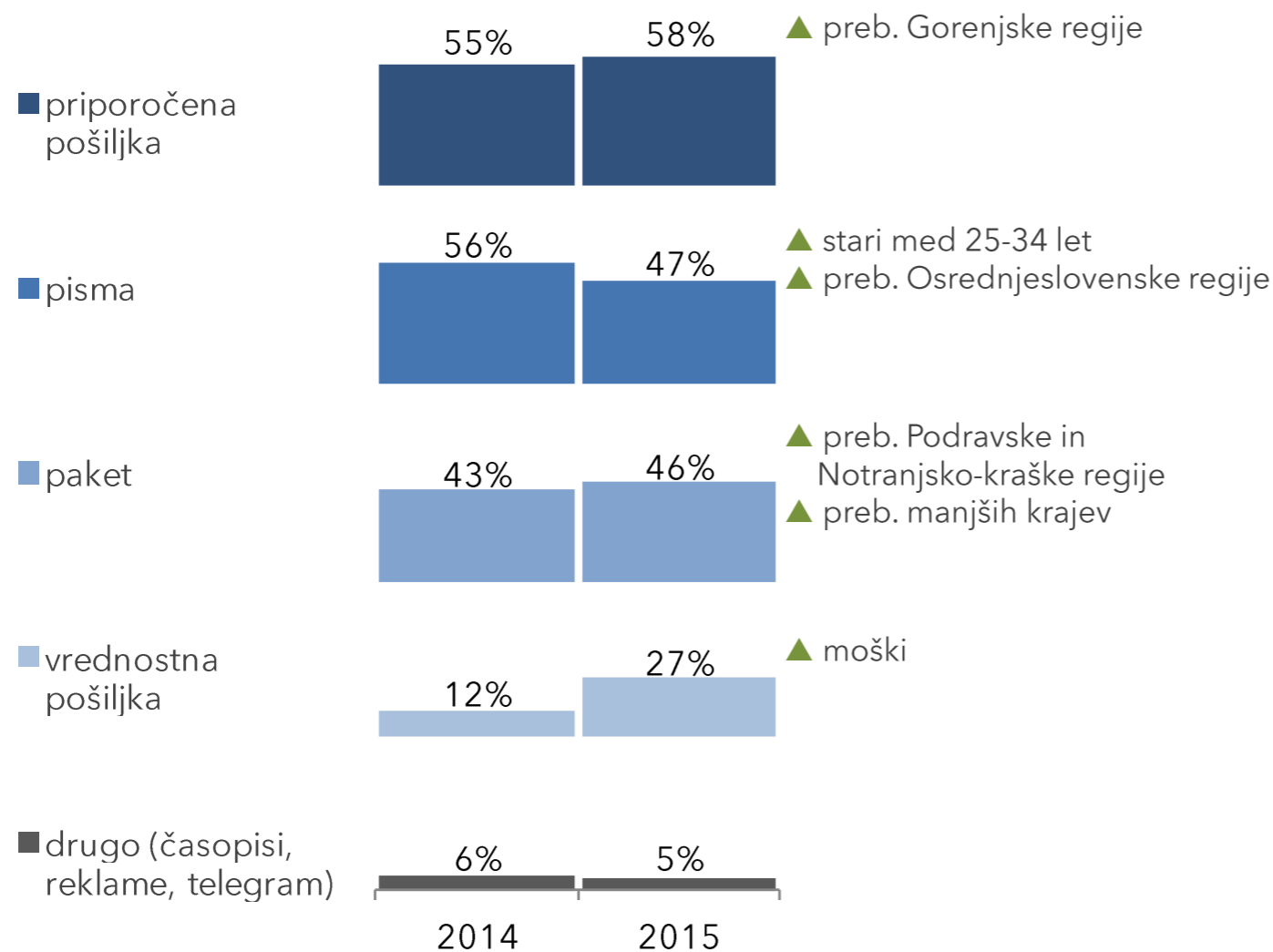
Med tistimi, ki imajo dostavo ob sobotah, prevladujejo priporočene pošiljke (58 %).



Dostavo katerih pošiljk pa imate ob sobotah?



Na vprašanje so odgovarjali le tisti, ki so dejali, da prejemajo poštne pošiljke na dom tudi ob sobotah. Možnih je bilo več odgovorov.



Večina ob sobotah prejme priporočeno pošiljko (58 %), delež je nekoliko večji kot ob lanskem merjenju. Podobno se je nekoliko povečal tudi delež tistih, ki ob sobotah prejmejo paket.

Po drugi strani je upadel delež tistih, ki so dejali, da ob sobotah prejmejo pisma.

Episcenter | oktober 2015, n=206

Kazalo vsebine

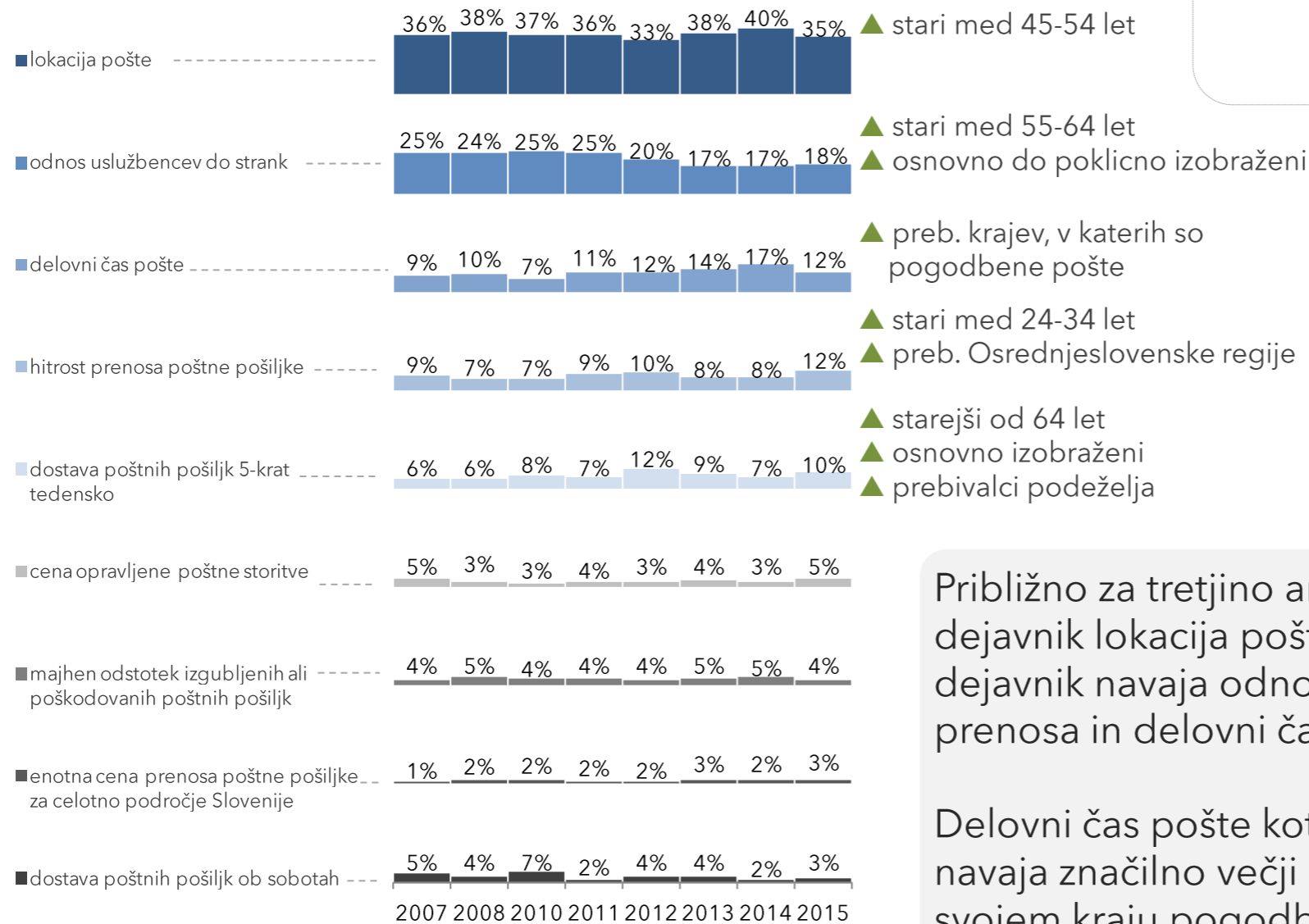
1. Indeks zadovoljstva
2. Obisk pošte
3. Pogodbene pošte
4. Oddaja in sprejem pošilk
5. Cene in roki prenosa
6. Kakovost in pritožbe
7. Reklamna sporočila in rumena nalepka
8. Uporaba storitev drugih izvajalcev

 Zaradi zaokroževanja vsota deležev ponekod presega 100%.

Najpomembnejši dejavnik kakovosti poštne storitve je za večino še vedno lokacija pošte.



Kateri trije dejavniki kakovosti poštne storitve so za vas najpomembnejši? - prva izbira



Anketiranci so izmed navedenih dejavnikov izbrali tri, ki so za njih najpomembnejši. V analizi smo sprva upoštevali le prvo izbrani dejavnik (slika levo) nato pa še seštevek vseh treh izbir (slika na naslednji strani).

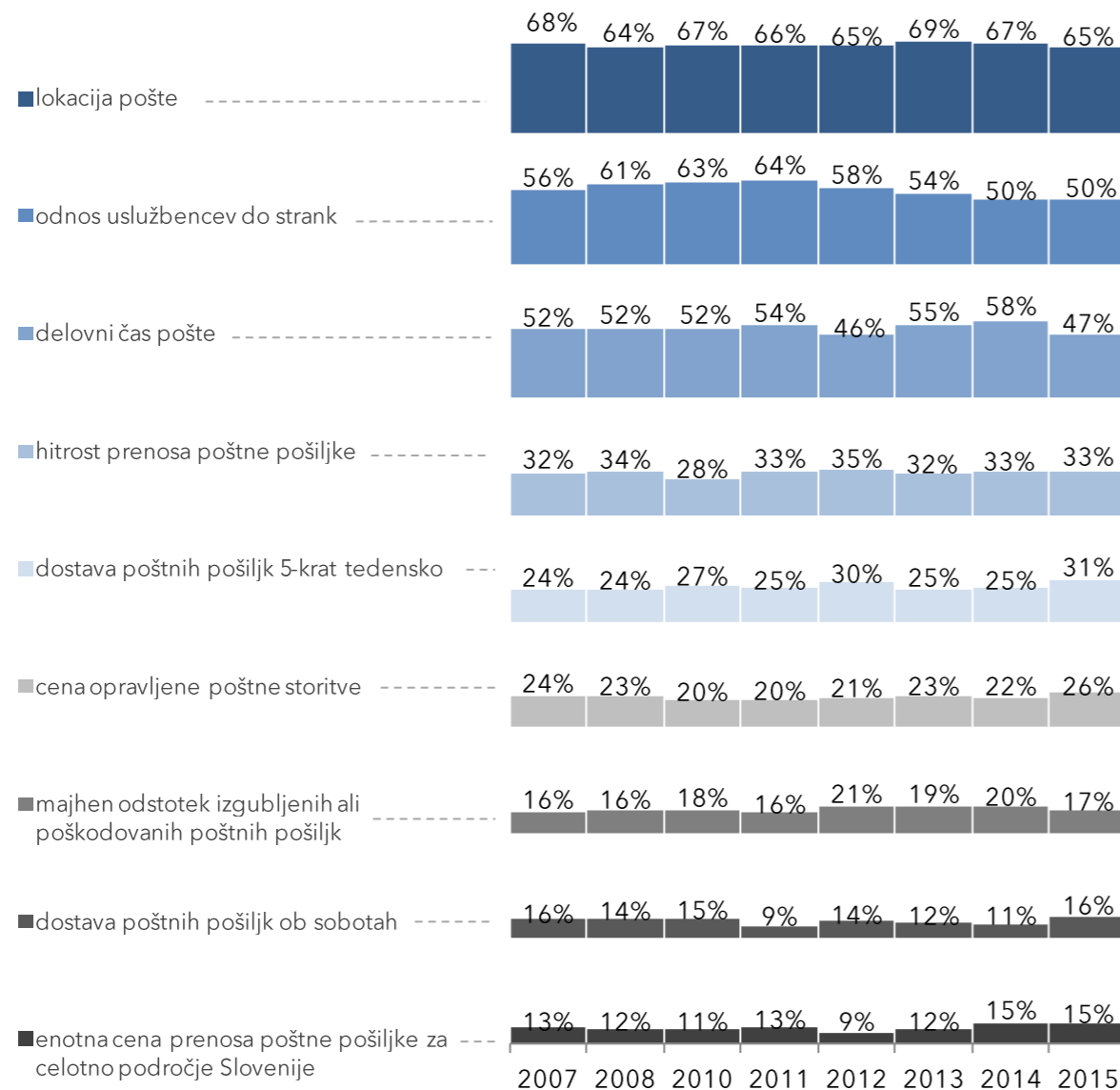
Približno za tretjino anketirancev je najpomembnejši dejavnik lokacija pošte. 18 % jih kot najpomembnejši dejavnik navaja odnos uslužbencev, 12 % pa hitrost prenosa in delovni čas pošte.

Delovni čas pošte kot najpomembnejši dejavnik navaja značilno večji delež anketirancev, ki imajo v svojem kraju pogodbeno pošto.

Med tri najpomembnejše dejavnike kakovosti se uvrščajo lokacija, odnos uslužbencev in delovni čas.



Kateri trije dejavniki kakovosti poštne storitve so za vas najpomembnejši? - skupaj



Anketiranci so izmed navedenih dejavnikov izbrali tri, ki so za njih najpomembnejši. Na sliki je prikazan seštevek vseh treh izbir.

Od leta 2013 je opaziti rahel negativni trend deleža tistih, ki lokacijo pošte uvrščajo med tri najpomembnejše dejavnike kakovosti.

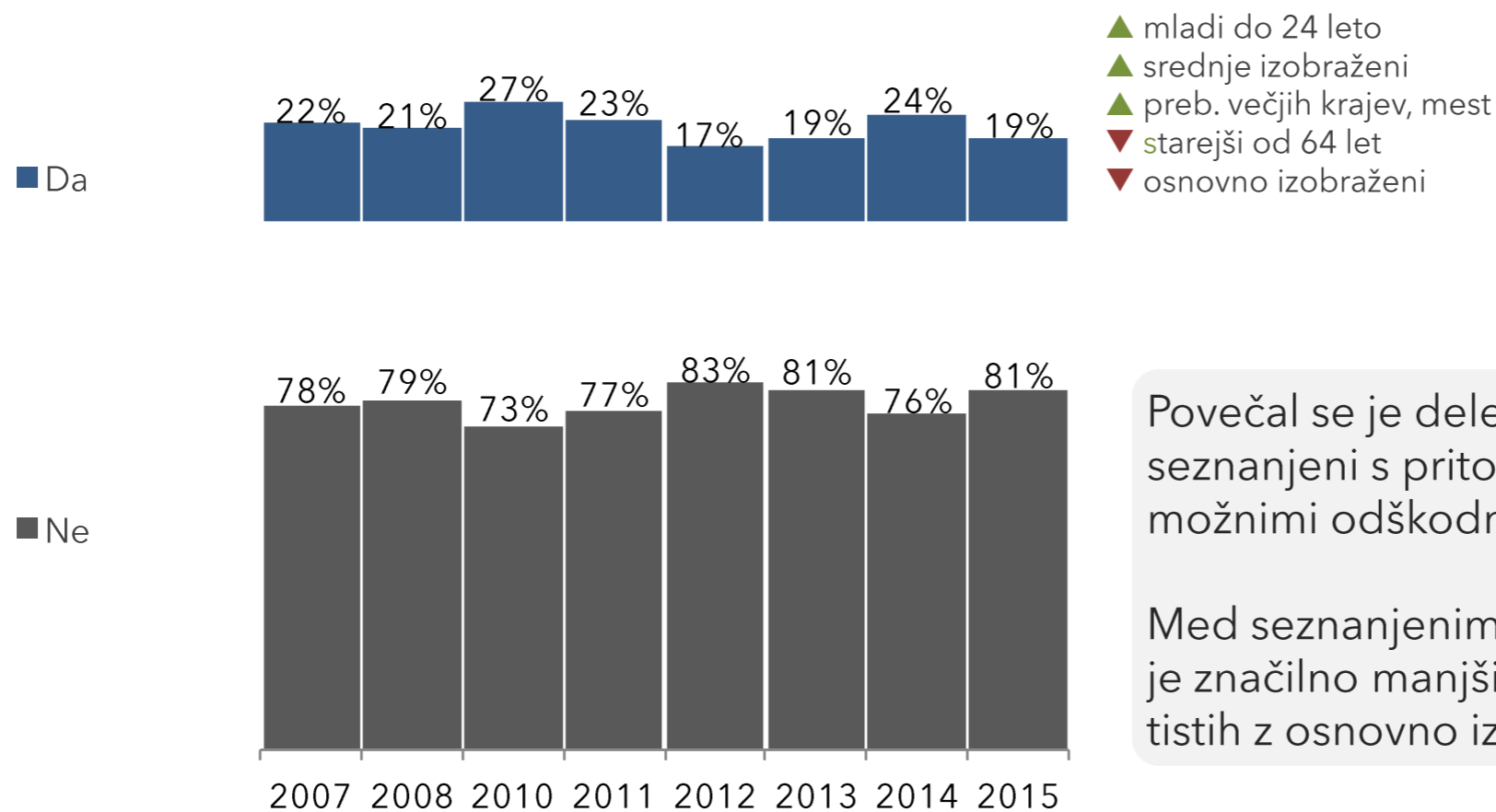
Delež tistih, ki med tri najpomembnejše dejavnike uvrščajo odnos uslužbencev se je po večletnem negativnem trendu ustalil na 50 %.

Je pa po večletnem pozitivnem trendu ob tokratnem merjenju znatno padel delež anketirancev, ki med tri najpomembnejše dejavnike uvrščajo delovni čas.

S pritožbenim postopkom je seznanjena približno petina anketirancev.



Ali ste seznanjeni s pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami v primeru poškodovanih pošilk, uničenja, prekoračitve roka prenosa ipd.?



Povečal se je delež anketirancev, ki niso seznanjeni s pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami.

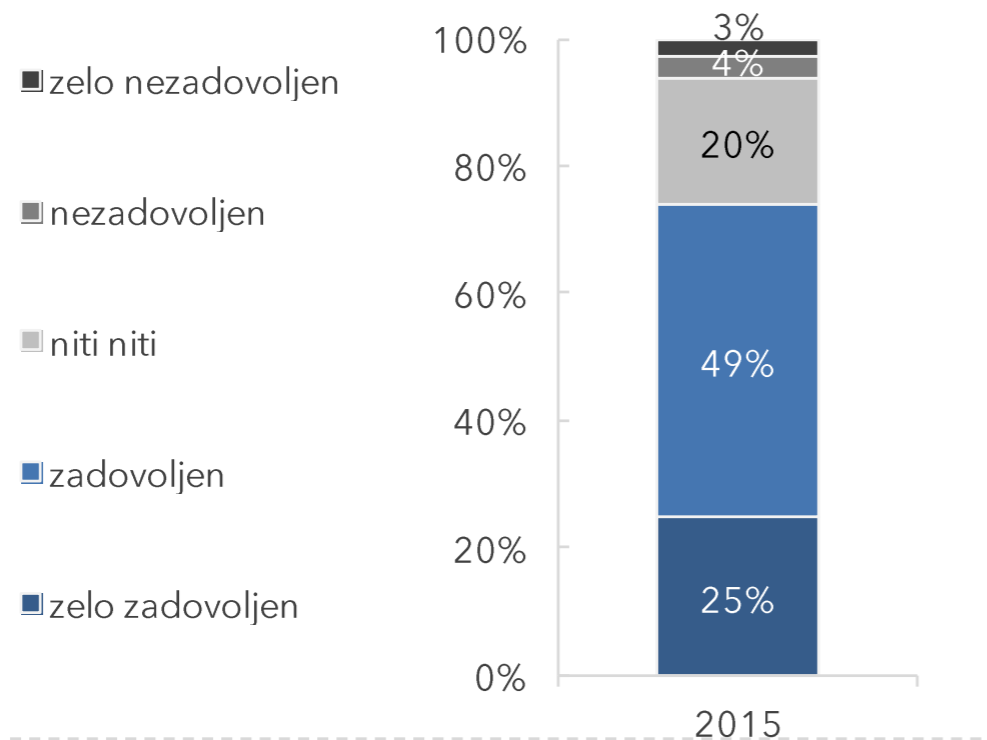
Med seznanjenimi s pritožbenim postopkom je značilno manjši delež starejših od 64 let ter tistih z osnovno izobrazbo.

Episcenter | oktober 2015, n=712

Povprečna ocena zadovoljstva z ustreznostjo postopkov reševanja reklamacij in ugovorov je 3,9.

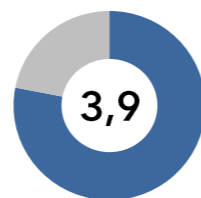


V kolikšni meri ste zadovoljni z ustreznostjo postopkov reševanja reklamacij in ugovorov?



Povprečna ocena

1- Zelo nezadovoljen
5- Zelo zadovoljen



Vprašanje je bilo letos zastavljeno prvič. Na vprašanje so odgovarjali anketiranci, ki so dejali, da so s pritožbenim postopkom seznanjeni. Iz analize smo izločili neopredeljene.

Z ustreznostjo postopkov reševanja reklamacij in ugovorov je zadovoljstvo izrazilo 74 % anketirancev, nezadovoljstvo pa 7 % anketiranih.

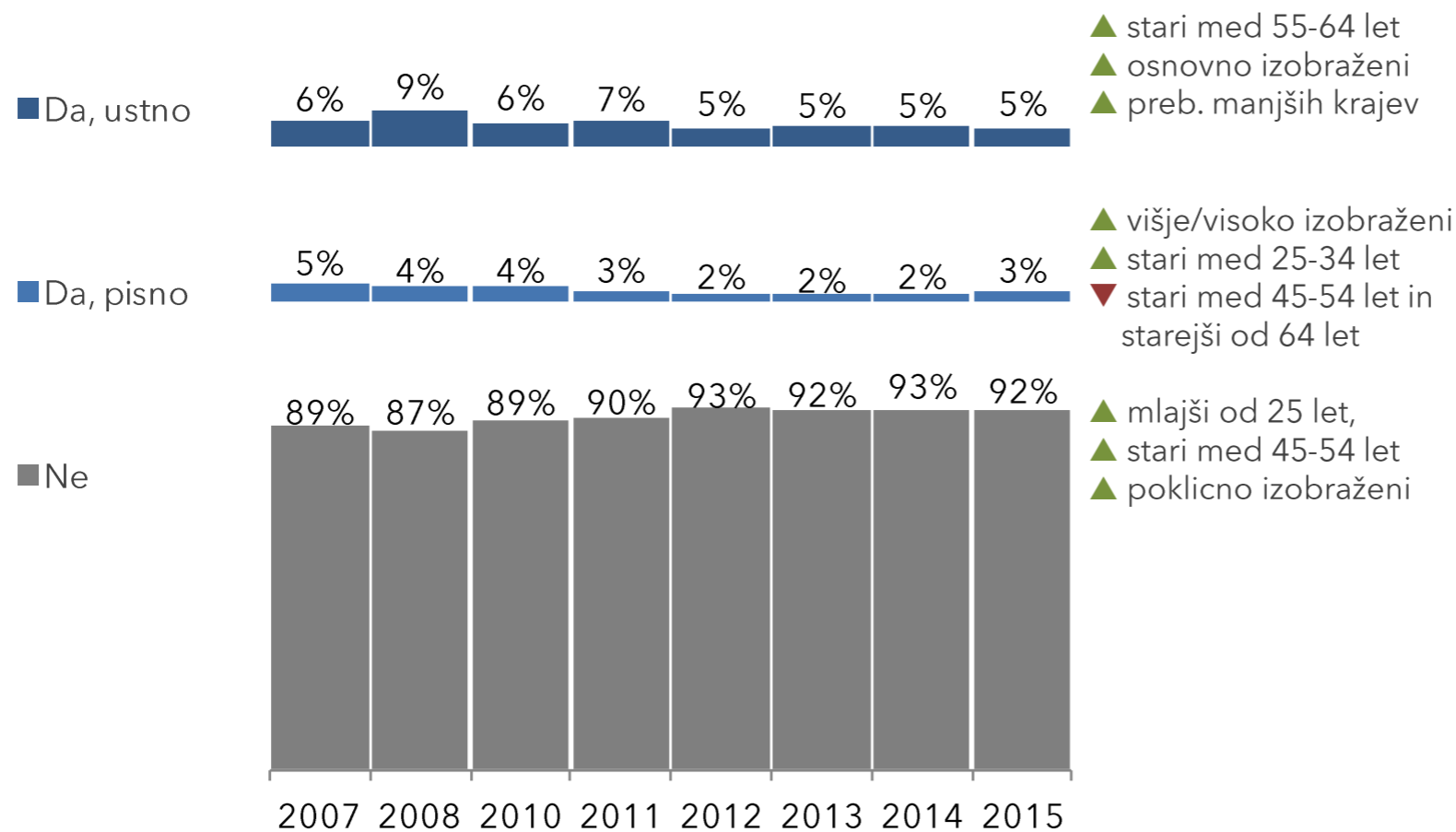
Povprečna ocena za zadovoljstvo glede ustreznosti postopkov reševanja reklamacij in ugovorov je 3,9.

Episcenter | oktober 2015, n=110

Pritožbo je zaradi nezadovoljstva z opravljeno storitvijo vložila manj kot desetina anketirancev.



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



Dolgoročni trend kaže na ustaljen delež tistih, ki so že kdaj vložili ustno pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno storitvijo (5 %).

Med tistimi, ki so že kdaj vložili ustno pritožbo je značilno večji delež osnovno izobraženih, med tistimi, ki so že vložili pisno pritožbo pa je značilno večji delež višje oz. visoko izobraženih.

Episcenter | oktober 2015, n=712

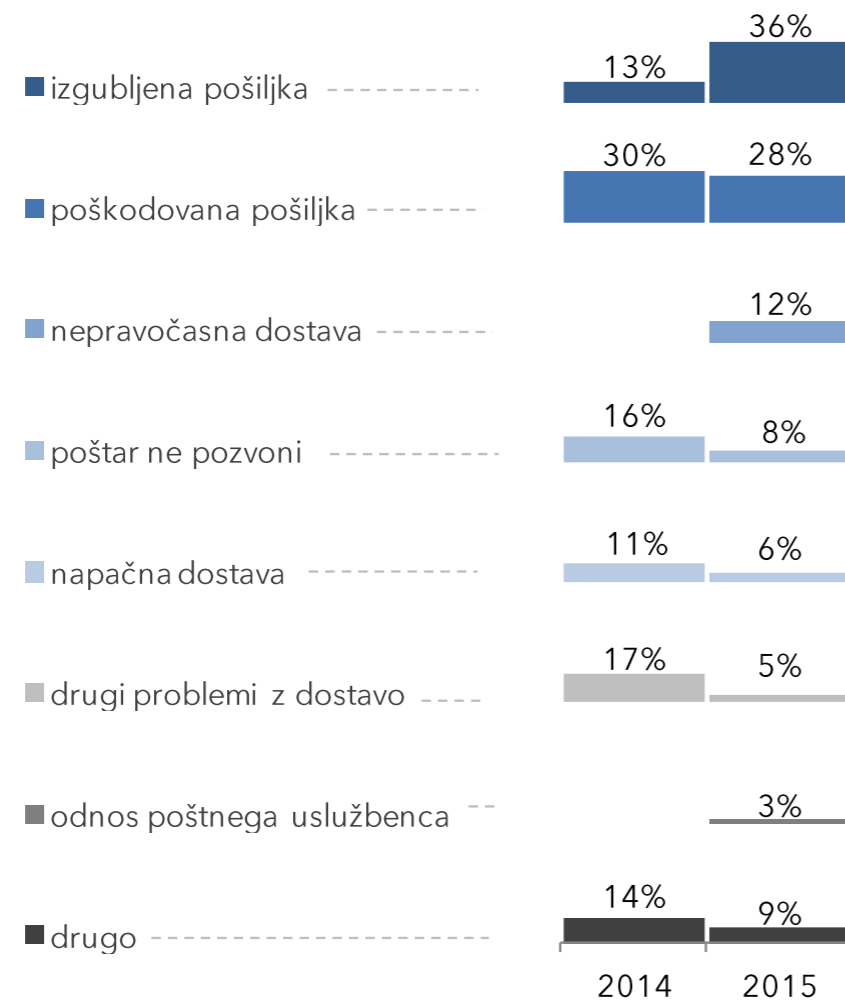
Največji delež anketirancev (36 %) kot najpogostejši razlog za vloženo pritožbo navaja izgubljeno pošiljko.



Kakšen je bil razlog za pritožbo?



Na vprašanje so odgovarjali le tisti, ki so že kdaj vložili pritožbo. Anketiranci so lahko navedli več odgovorov.



Glede na preteklo merjenje se je znatno povečal delež tistih, ki so kot razlog za pritožbo navedli izgubljeno pošiljko. Približno enak ostaja delež tistih, ki so se pritožili zaradi poškodovane pošiljke.

Episcenter | oktober 2015, n=54

Kazalo vsebine

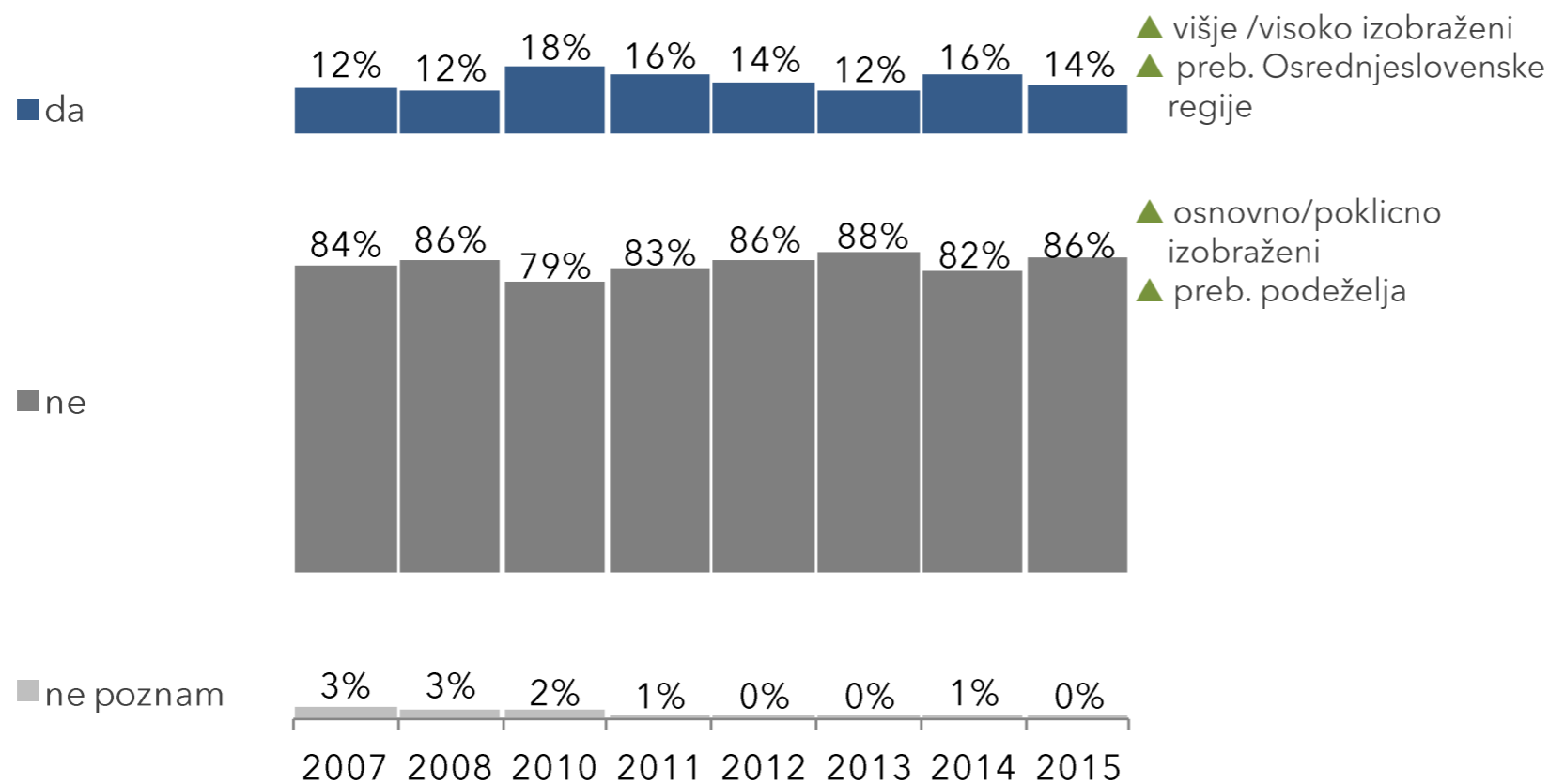
1. Indeks zadovoljstva
2. Obisk pošte
3. Pogodbene pošte
4. Oddaja in sprejem pošilk
5. Cene in roki prenosa
6. Kakovost in pritožbe
7. Reklamna sporočila in rumena nalepka
8. Uporaba storitev drugih izvajalcev

 Zaradi zaokroževanja vsota deležev ponekod presega 100%.

Večina (86 %) rumene nalepke še vedno ne uporablja.



Ali uporabljate rumeno nalepko, ki prepoveduje vstavljanje nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil v vaš hišni predalčnik?



Od leta 2010 do 2013 smo beležili negativen trend uporabe nalepke. Po lanskem povečanju deleža tistih, ki rumeno nalepko uporabljajo, je delež teh zopet upadel.

Rumeno nalepko v značilno večji meri uporabljajo višje oz. visoko izobraženi ter prebivalci Osrednjeslovenske regije.

Episcenter | oktober 2015, n=712

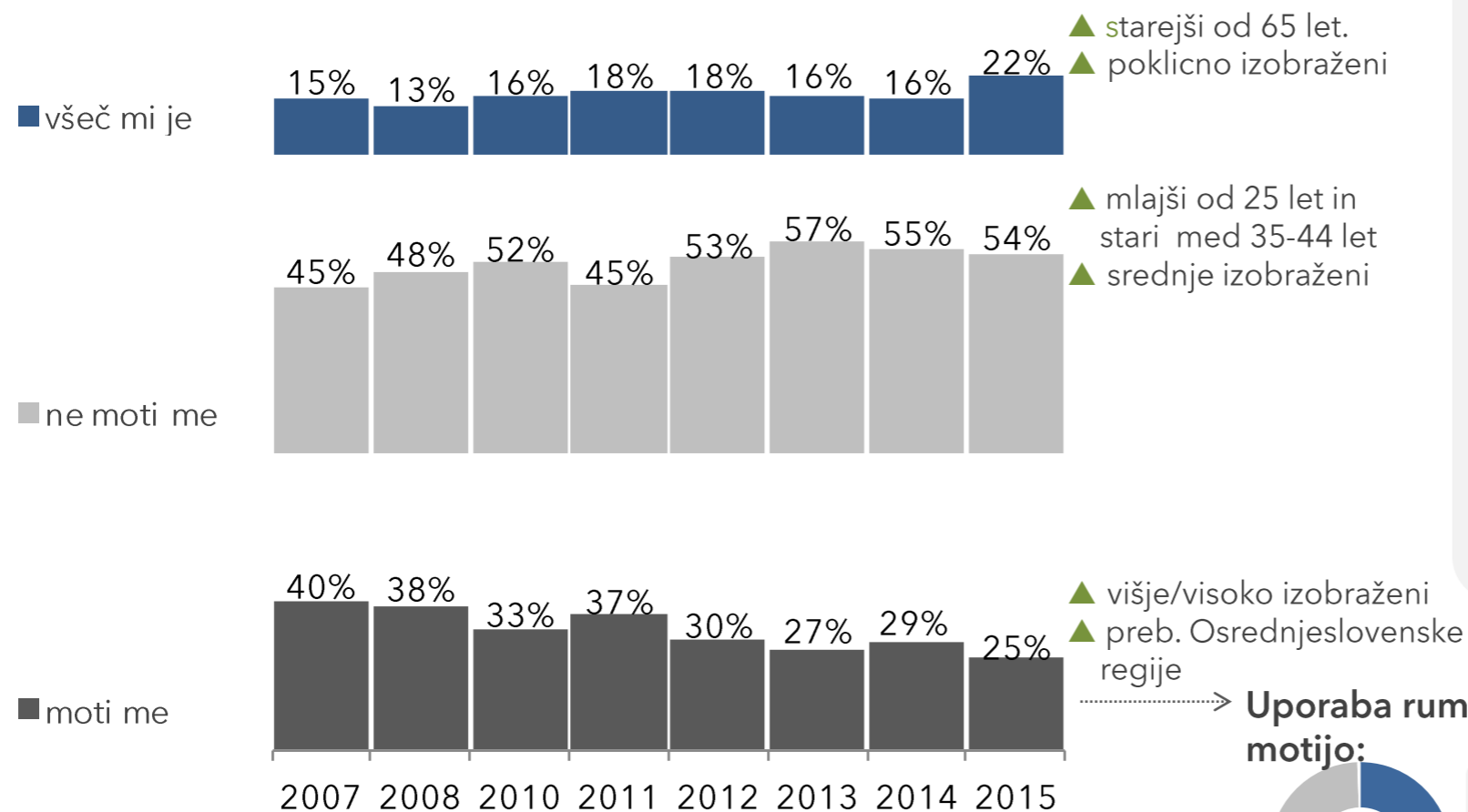
Pada delež anketirancev, ki jih nenaslovljena oglaševalska in marketinška sporočila na dom motijo.



Kaj menite o prejemanju nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil na dom?



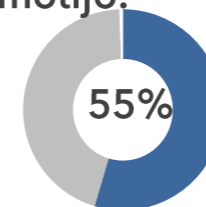
Na vprašanje niso odgovarjali anketiranci, ki so dejali, da uporabljajo rumeno nalepko. Te smo pri analizi prišteli odgovoru 'moti me'.



Glede na pretekla merjenja se je povečal delež tistih, ki so jim nenaslovljena reklamna sporočila na dom všeč. Med slednjimi je značilno več starejših od 64 let ter poklicno izobraženih.

Po drugi strani pa reklame prejete na dom v značilno večji motijo višje oz. visoko izobražene ter prebivalce Osrednjeslovenske regije.

Uporaba rumene nalepke med tistimi, ki jih reklame motijo:



Med tistimi, ki jih reklame motijo, rumeno nalepko uporablja le 55 % anketirancev.

Episcenter | oktober 2015, n=712

Kazalo vsebine

1. Indeks zadovoljstva
2. Obisk pošte
3. Pogodbene pošte
4. Oddaja in sprejem pošiljk
5. Cene in roki prenosa
6. Kakovost in pritožbe
7. Reklamna sporočila in rumena nalepka
8. Uporaba storitev drugih izvajalcev

 Zaradi zaokroževanja vsota deležev ponekod presega 100%.

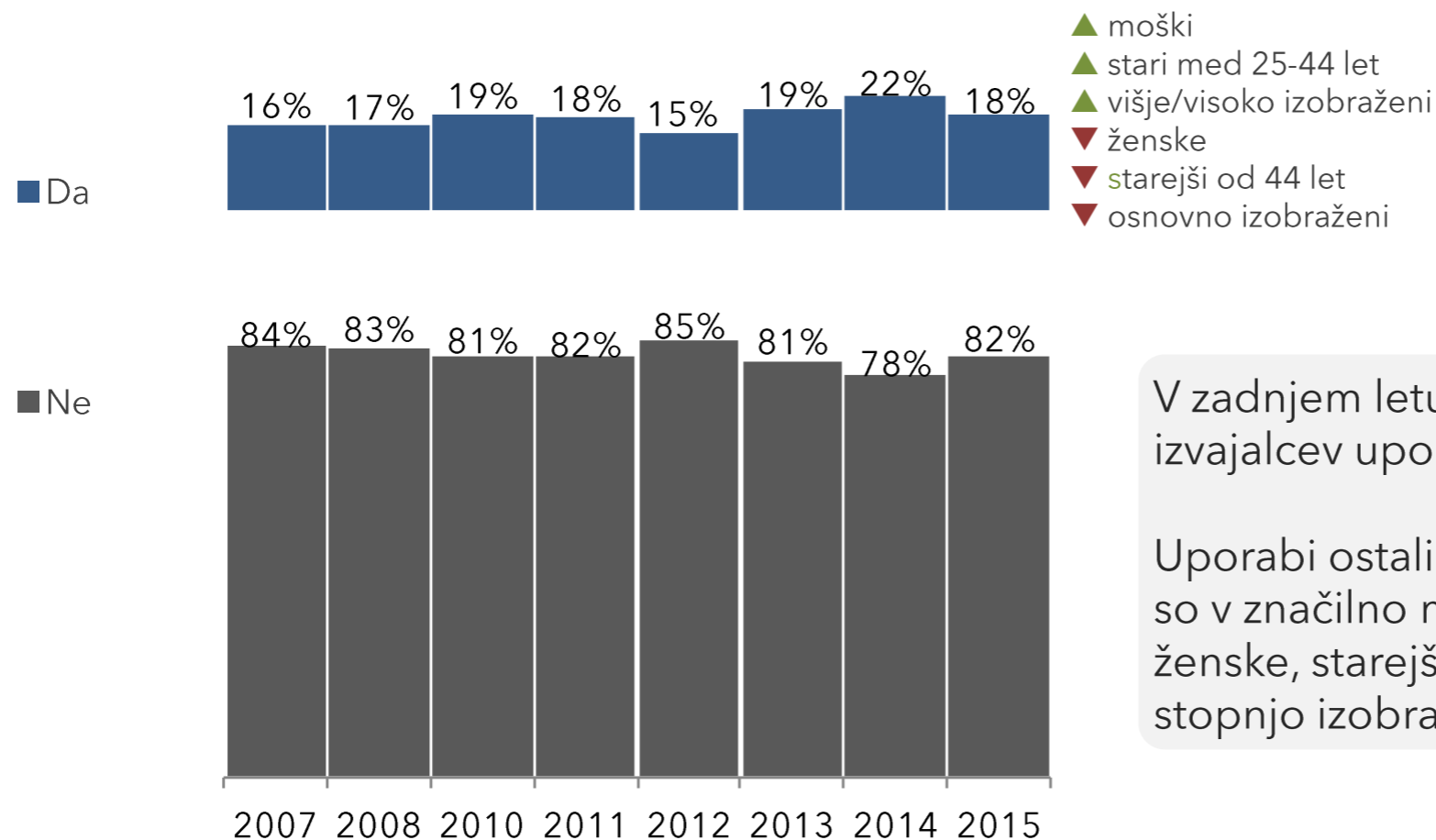
V zadnjem letu je storitve drugih izvajalcev (poleg Pošte Slovenije) uporabilo 18 % anketirancev.



Ali ste v zadnjem letu poleg Pošte Slovenije uporabili še kakšnega drugega izvajalca poštne storitve?



Spremenjena je bila formulacija vprašanja. Pri preteklih merjenjih smo spraševali po uporabi na splošno pri tokratnem merjenju pa po uporabi v zadnjem letu. Potrebna je pazljivost pri interpretaciji primerjave rezultatov.

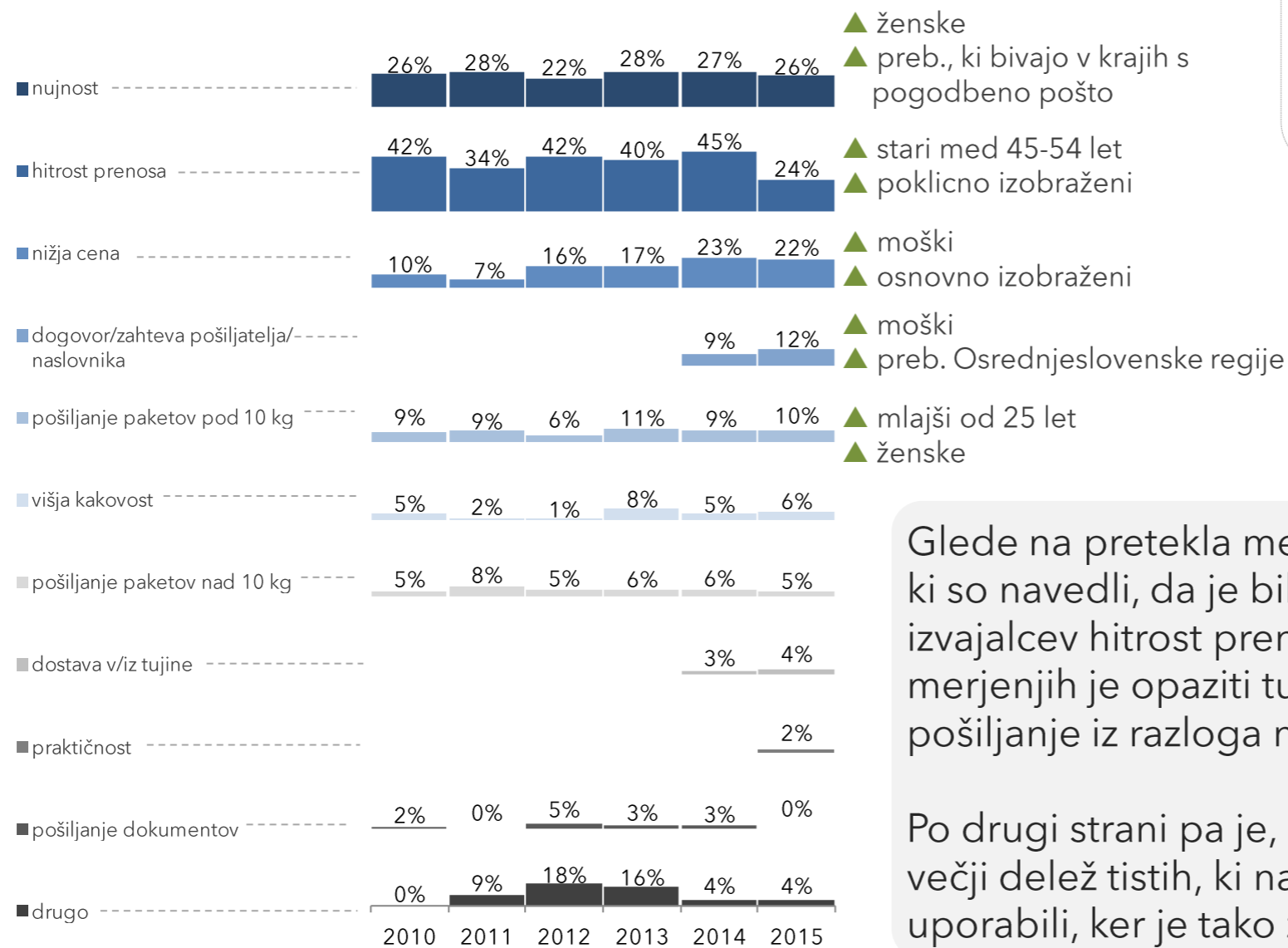


V zadnjem letu je storitve drugih poštne storitve uporabilo 18 % anketiranih.

Uporabi ostalih izvajalcev poštne storitve so v značilno manjši meri naklonjene ženske, starejši od 44 let ter tisti z najnižjo stopnjo izobrazbe.

Kot razlog uporabe drugih izvajalcev tokrat največ anketirancev navaja nujnost (26 %).

Zakaj ste uporabili storitve drugih izvajalcev poštne storitev?



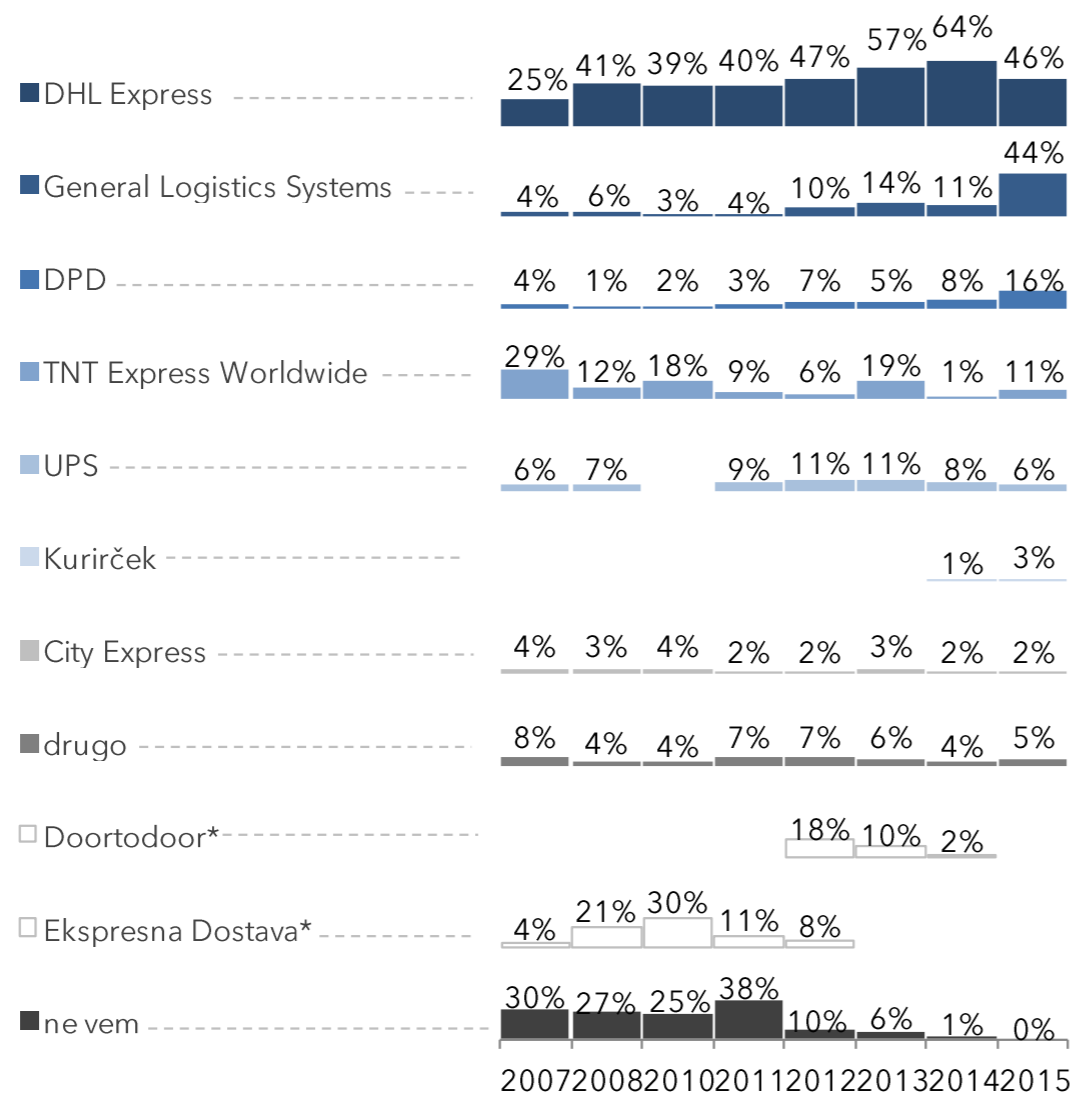
i Na vprašanje so odgovarjali le anketiranci, ki so dejali, da so v zadnjem letu uporabili storitev drugih izvajalcev poštne storitev. Anketiranci so lahko navedli več odgovorov.

Glede na pretekla merjenja je znatno padel delež tistih, ki so navedli, da je bil razlog uporabe storitev drugih izvajalcev hitrost prenosa (24 %). V zadnjih treh merjenjih je opaziti tudi rahli negativni trend ko gre za pošiljanje iz razloga nujnosti.

Po drugi strani pa je, glede na lansko merjenje, opaziti večji delež tistih, ki navajajo, da so druge izvajalce uporabili, ker je tako zahteval pošiljatelj oz. prejemnik.

V zadnjem letu je največ anketirancev uporabilo storitve DHL (46 %) in GLS (44 %).

Storitve katerega izvajalca poštних storitev ste poleg Pošte Slovenije uporabili v zadnjem letu?



i Izvajalci označeni z * so prenehali z izvajanjem poštних storitev.

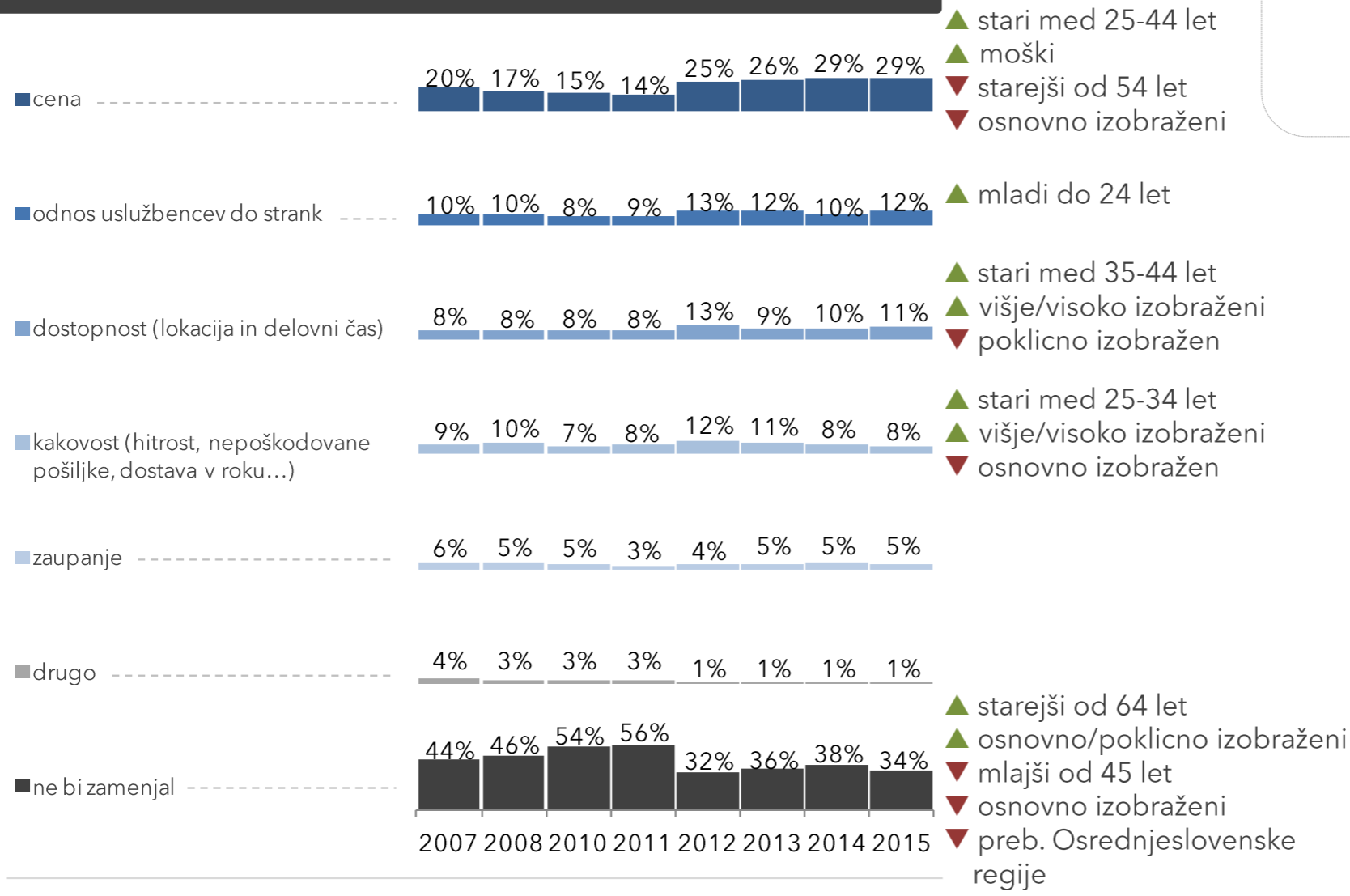
Spremenjena je bila formulacija vprašanja. Do vključno leta 2014 smo spraševali po pretekli uporabi storitev drugih izvajalcev na splošno, pri tokratnem merjenju pa po uporabi v zadnjem letu. Potrebna je pazljivost pri interpretaciji primerjave rezultatov.

V zadnjem letu je največ anketirancev uporabilo storitve DHL (46 %) in GLS (44 %).

Z določenim zadržkom zaradi spremenjene formulacije vprašanja, opažamo znatno povečanje uporabe storitev GLS in padec uporabe storitev DHL.

Glavni razlog, ki bi lahko vplival na menjavo ponudnika tudi letos ostaja cena (29 %).

Kateri je glavni razlog, ki bi po vašem mnenju lahko vplival na vas, da bi zamenjali izvajalca poštних storitev?



Episcenter | oktober 2015, n=581

i Na vprašanje so odgovarjali le anketiranci, ki so dejali, da v zadnjem letu niso uporabili storitev drugih izvajalcev poštних storitev. Anketiranci so lahko navedli več odgovorov.

Tako kot ob preteklem merjenju je tudi tokrat največ, 29 %, anketirancev dejalo, da bi na menjavo izvajalca lahko vplivala cena.

Ob tokratnem merjenju je nekoliko nižji delež anketirancev, ki Pošte Slovenije ne bi menjali v nobenem primeru. Menjavi so značilno manj naklonjeni starejši od 64 let ter tisti z najnižjo stopnjo izobrazbe.

Priloga: Struktura vzorca (n=712)

		vzorec		populacija
		frekvenca	odstotek	SLO*
spol	moški	334	46,9	49,1%
	ženski	378	53,1	50,9%
starost	18-24 let	48	6,7	8,8%
	25-34	124	17,4	16,8%
	35-44	120	16,9	17,8%
	45-54	127	17,9	18,0%
	55-64	126	17,7	17,2%
	65 in več	167	23,4	21,4%
izobrazba	oš ali manj	131	18,4	24,3%
	poklicna	161	22,7	23,3%
	srednja	240	33,7	31,2%
	višja, visoka do/podiplomska	176	24,7	21,2%
	brez odgovora	4	,6	
statistična regija	Pomurska	39	5,5	5,8%
	Podravska	107	15,0	16,0%
	Koroška	29	4,1	3,5%
	Savinjska	69	9,7	12,5%
	Zasavska	18	2,5	2,1%
	Spodnjeposavska	29	4,0	3,4%
	Jugovzhodna Slovenija	46	6,5	6,8%
	Osrednjeslovenska	182	25,6	26,3%
	Gorenjska	82	11,5	9,7%
	Notranjsko-kraška	20	2,8	2,5%
	Goriška	46	6,5	5,8%
	Obalno-kraška	45	6,3	5,6%
tip kraja	podeželje	242	34,0	34,1%
	kraj, mesto	238	33,4	31,0%
	večje mesto	104	14,6	15,7%
	Ljubljana, Maribor	128	17,9	19,1%

* vir: SURS

Episcenter d.o.o.

Bravničarjeva ulica 13

1000 Ljubljana

t: 1 470 26 05

e: info@episcenter.si

www.episcenter.si

Kot **tržno-raziskovalno podjetje z lastnim klicnim centrom** smo v slovenskem prostoru prisotni od leta 2000, z avgustom 2010 smo vpisani tudi v evidenco raziskovalnih zavodov in organizacij Javne agencije za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije (**ARRS**).

Na področju raziskav obvladujemo metodologijo **javnomenjskega, trženjskega in medijskega raziskovanja**. Pri raziskovanju ob uporabi sodobne informacijske tehnologije sledimo standardom **kakovosti in strokovnosti**, ob zavedanju odgovornosti do svojih naročnikov. S celostnim pristopom in na podlagi opravljenih analiz ter izkušenj, naročnikom nudimo kvalitetno strokovno **svetovanje** za potrebe poslovanja in odločitev.

Celostni pristop k upravljanju odnosov s strankami je naša bistvena prednost, saj na podlagi rezultatov opravljenih raziskav in skladno z zastavljenimi cilji izdelamo strategijo direktnega nagovarjanja.

Pri svojem delu upoštevamo standarde in merila svetovnega združenja trženjskih in javnomenjskih raziskovalcev ICC/ESOMAR (International Code on Market and Social Research).

Naši naročniki

Acenta d.o.o. | Adriatic Slovenia d.d. | Alianta d.o.o. | Časnik Finance d.d. | DARS d.d. | DCC Marketing d.o.o. | Dialog-si.net d.o.o. | Domina Grand Media Hotel&Casino | Državni svet RS | Electrolux Ljubljana d.o.o. | Energos d.o.o. | Engrotuš d.o.o. | Fakulteta za management Koper | Fakulteta za turistične študije Portorož - Turistica | Futura DDB d.o.o. | GM&M d.o.o. | Info TV | Infonet media d.d. | Inovatif d.o.o. | Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije | KD Group d.d. | KD Holding d.d. | KD Življenje d.d. | Kemofarmacija d.d. | Kliping d.o.o. | Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije | Kontrastika d.o.o. | Jagros d.o.o. | Javni zavod Lekarna Ljubljana | Luna TBWA | Mediamix d.o.o. | Mercator, d.d. | Ministrstvo za javno upravo RS | Ministrstvo za obrambo RS | Ministrstvo za promet RS | Občina Krško | Občina Medvode | Občina Ormož | Občina Pivka | Občina Sevnica | Občina Slovenj Gradec | Občina Sv. Jurij ob Ščavnici | Občina Videm | Oikos d.o.o. | Plan e d.o.o. | Poloplus d.o.o. | Pristop Consensus d.o.o. | Pristop d.o.o. | Propiar d.o.o. | Sava d.d. | Senca.net d.o.o. | Simbio d.o.o. | Sklad obrtnikov in podjetnikov | Slovenska turistična organizacija | Služba Vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko | Studio Meditas d.o.o. | Tedenski Žurnal d.o.o. | T-2 d.o.o. | T.F. Lovše d.o.o. | Trgovinska zbornica Slovenije | Urad Vlade RS za komuniciranje | Uspeh d.o.o. | Venetica d.o.o. | Ventura d.o.o. | Zavarovalnica Maribor d.d. | Zavarovalnica Tilia d.d. | Zavod iskreni.net ...