



APEK

Agencija za pošto in elektronske
komunikacije Republike Slovenije

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami

(poslovna javnost)








Izvajalec: Ninamedia d.o.o.

Naročnik: APEK

Ljubljana, oktober 2011

POVZETEK

- Od 123 podjetij, ki oddajajo pakete nad 10 kg do 20 kg, jih 114 ni navedlo nobenih težav, 9 pa je imelo težave. Med podjetji, ki oddajajo pakete nad 10 kg do 20 kg, jih 19 (6,3 %) nima sklenjene pogodbe z izvajalcem.
- Dobra polovica pravnih oseb poštne pošiljke oddaja v prostorih pošt, skoraj 40 % jih oddaja v svojih poslovnih prostorih in 7,0 % preko poštних nabiralnikov.
- Dobri dve tretjini anketiranih pravnih oseb sprejemata poštne pošiljke v svojih poslovnih prostorih, 32,0 % pa preko poštne predala v prostorih pošt. Delež anketirancev, ki poštne pošiljke sprejema v lastnih prostorih, je opazno višji, kot pri prejšnjih meritvah.
- Nekaj manj kot polovica anketirancev je odgovorila, da je predpisan čas prenosa navadnega pisma en dan. Dobri polovici anketiranih se zdi nujno, da bi moralo pismo prispeti do naslovnika naslednji delovni dan, kot je bilo oddano. Zaznali smo padajoči trend tistih, ki menijo, da bi pismo vedno moralo prispeti naslednji delovni dan.
- Veliki večini anketiranih se ne zdi nujno, da bi poštne pošiljke v njihove poslovne prostore dostavljali tudi ob sobotah. Slaba desetina anketiranih je dejala, da imajo urejeno dostavo poštних pošiljk v poslovne prostore ob sobotah.
- Anketiranim je najbolj pomemben dejavnik zanesljiv prenos poštne pošiljke (povprečna ocena 4,88), sledita odnos uslužbencev do stranke (4,70) in zaupanje v ponudnika poštних storitev (4,69). Lokacija pošte je za anketirane najmanj pomemben dejavnik, čeprav je ocena pomembnosti tudi zelo visoka (4,00). Povprečne ocene vseh dejavnikov so zelo podobne tistim iz minulih let.

-  Povprečna ocena zadovoljstva s storitvami Pošte Slovenije znaša 4,16, pri čemer je 85,3 % anketirancev zadovoljnih ali zelo zadovoljnih in 1,7 % nezadovoljnih ali zelo nezadovoljnih.
-  Največ anketirancev (29,0 %) je prepričanih, da ne bi zamenjali izvajalca poštnih storitev pod nobenim pogojem, precej več (38,0 %) bi jih to storilo v primeru ugodnejše cene, v primeru višje kakovosti pa bi to storilo 16,0 % anketiranih.
-  Le slaba desetina anketirancev bi zamenjala ponudnika v primeru nižjih cen in nižje kakovosti storitev. V primeru, če bi ponudnik poštnih storitev ponudil višjo kakovost, kar bi povzročilo tudi višjo ceno, bi se za to odločilo 27,7 % anketiranih.
-  Največ anketirancev (40,3 %) meni, da je glavna ovira za menjavo izvajalca zaupanje v obstoječega ponudnika poštnih storitev, sledijo tisti, ki menijo da je glavna ovira pogodba z obstoječim ponudnikom poštnih storitev (28,7 %) ter tisti, ki menijo, da ni ovir za zamenjavo obstoječega ponudnika poštnih storitev (28,7 %).
-  Zamenjava tradicionalnih poštnih storitev z uporabo interneta in elektronske pošte je kar opazna. Tokrat se sicer 8,7 % podjetij ne poslužuje interneta in elektronske pošte v te namene, dobra tretjina anketirancev (35,7 %), pa na ta način opravi med 20 % in 50 % storitev. Povprečen delež zamenjave tradicionalnih poštnih storitev z uporabo interneta in elektronske pošte pri anketiranih podjetjih je 33,8 %.
-  Pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno pošto storitvijo je ustno vložilo 11,7 % (leta 2010 – 11,7 %, leta 2008 – 12,7 %, leta 2007 pa 8,0 %) anketiranih, pisno pa 10,3 % (leta 2010 – 10,3 %, leta 2008 – 10,0 %, leta 2007 pa 10,7 %).
-  Poštne storitve anketiranci uporabljajo tudi pri DHL Express (50,7), TNT Express Worldwide (27,7) in UPS (13,0 %) ter pri vrsti drugih izvajalcev.



KAZALO

1. POVZETEK	2
2. METODOLOGIJA IN VZOREC	5
3. PREDSTAVITEV REZULTATOV	6
4. PRILOGA	31

1. METODOLOGIJA IN VZOREC

2.1. Raziskavo smo v agenciji Ninamedia izvedli med 26. in 28. septembrom 2011. Anketiranje je potekalo telefonsko, po metodi računalniško podprtega telefonskega anketiranja.

Vzorčni okvir je predstavljal IPIS - Poslovni register Slovenije, iz katerega so bila naključno izbrana podjetja, znotraj podjetij pa smo anketirali osebo, ki je bila skrbnik pogodbe z izvajalcem poštних storitev, vodjo vložišča ali direktorja (velja predvsem za mala podjetja). Anketirali smo 300 predstavnikov podjetij.

Anketiranje smo izvajali v telefonskem studiu Ninamedie, po metodi CATI. Obdelava podatkov pa je bila izvedena na programski opremi SPSS, verzija 14.0.

2.2. V nadaljevanju predstavljamo strukturo vzorca pravnih oseb:

Velikost podjetja (glede na število zaposlenih):

	N
malo podjetje (do 50 zaposlenih)	100
srednje podjetje (nad 50 do 200 zaposlenih)	100
veliko podjetje (nad 200 zaposlenih)	100

Regija (telefonska regija):

	%
Ljubljanska	42,0
Mariborska	17,0
Celjska	12,3
Gorenjska	7,0
Primorska	13,3
Dolenjska	8,3



PREDSTAVITEV REZULTATOV

V nadaljevanju predstavljamo rezultate statistične analize podatkov iz ankete. Rezultate smo predstavili z grafično upodobitvijo frekvenčnih porazdelitev po posameznih vprašanjih, s tem da smo jih predstavili primerjalno z rezultati iz predhodnih raziskav.

Navedli vam bomo vrste poštnih pošiljk, vi pa za vsako posebej povejte, koliko jih v povprečju oddate mesečno? (n = 300)

Anketiranci so navajali število pošiljk, njihove odgovore smo grupirali v razrede. Frekvenčne porazdelitve razredov ter povprečna števila oddanih pošiljk podajamo v spodnjih tabelah:

A. Naslovljene navadne pisemske pošiljke (po Sloveniji):

	2007	2008	2010	2011
nič	-	1,0	-	0,7
1 do 50	16,7	17,3	22,3	13,7
51 do 100	13,7	14,0	15,3	15,0
101 do 200	13,0	16,3	13,3	16,3
201 do 500	20,3	23,3	21,7	22,7
501 do 1000	12,0	10,7	13,0	14,7
1001 do 10000	18,0	15,3	12,0	16,0
več kot 10000	6,3	2,0	2,3	1,0

B. Naslovljene navadne pisemske pošiljke (mednarodno):

	2007	2008	2010	2011
nič	19,7	29,3	28,7	17,0
1 do 5	19,0	20,0	22,7	23,7
6 do 10	14,7	7,7	9,3	15,0
11 do 50	20,3	24,3	20,0	25,0
51 do 150	12,3	8,3	9,3	10,7
več kot 150	14,0	10,3	10,0	8,7

C. Naslovljene paketne pošiljke pod 10 kg (po Sloveniji)*:

	2010	2011
nič	27,7	29,7
1 do 5	37,0	30,7
6 do 10	8,7	13,3
11 do 50	19,0	15,3
51 do 150	3,7	6,0
več kot 150	4,0	5,0

D. Naslovljene paketne pošiljke nad 10 kg do 20 kg (po Sloveniji)*:

	2010	2011
nič	60,0	61,0
1 do 5	24,0	22,3
6 do 10	6,0	4,0
11 do 50	7,3	7,3
51 do 150	1,3	2,3
več kot 150	1,3	3,0

E. Naslovljene paketne pošiljke pod 10 kg (mednarodno)*:

	2010	2011
nič	67,0	65,7
1 do 5	24,3	23,3
6 do 10	3,7	6,7
11 do 50	3,7	4,0
več kot 50	1,3	0,3

F. Naslovljene paketne pošiljke nad 10 kg do 20 kg (mednarodno)*:

	2010	2011
nič	82,3	84,0
1 do 5	12,7	12,0
6 do 10	2,7	2,3
11 do 50	1,7	1,3
več kot 50	0,7	0,3

* Od leta 2010 smo v raziskavi vprašanje specificirali glede na težo paketnih pošiljk, ki je bila pri prejšnjih dveh raziskavah neomejena.

G. Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (po Sloveniji):

	2007	2008	2010	2011
nič	3,7	5,0	9,7	3,7
1 do 10	25,3	23,7	29,7	22,0
11 do 50	36,7	38,7	33,7	41,3
51 do 100	11,7	10,0	13,3	17,0
več kot 100	22,7	22,7	13,7	16,0

H. Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (mednarodno):

	2007	2008	2010	2011
nič	46,3	55,0	58,3	45,3
1 do 10	29,7	27,3	27,0	41,3
11 do 100	18,3	15,7	12,7	12,7
več kot 100	5,7	2,0	2,0	0,7

I. Nenaslovljena direktna pošta - reklame (po Sloveniji):

	2007	2008	2010	2011
nič	88,0	92,3	89,0	89,0
1 do 1000	6,0	5,7	6,3	7,3
več kot 1000	6,0	2,0	4,7	3,7

J. Povprečna mesečna števila oddanih pošilk:

a) 2011

	Minimum	Maximum	Povprečje	Standardni odklon
Naslovljene navadne pisemske pošiljke (po Sloveniji)	0	25000	881,82	2128,26912
Naslovljene navadne pisemske pošiljke (mednarodno)	0	3000	60,80	205,14149
Naslovljene paketne pošiljke pod 10 kg (po Sloveniji)	0	1500	34,47	122,98665
Naslovljene paketne pošiljke nad 10 kg do 20 kg (po Sloveniji)	0	1000	18,36	87,01265
Naslovljene paketne pošiljke pod 10 kg (mednarodno)	0	200	2,85	12,61508
Naslovljene paketne pošiljke nad 10 kg do 20 kg (mednarodno)	0	120	1,21	7,50901
Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (po Sloveniji)	0	3000	99,40	294,36082
Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (mednarodno)	0	660	9,90	43,66802
Nenaslovljena direktna pošta - reklame (po Sloveniji)	0	1000000	7983,27	82734,369

b) 2010

	Minimum	Maximum	Povprečje	Standardni odklon
Naslovljene navadne pisemske pošiljke (po Sloveniji)	2	65000	1280,54	5255,61402
Naslovljene navadne pisemske pošiljke (mednarodno)	0	1500	55,09	154,15204
Naslovljene paketne pošiljke pod 10 kg (po Sloveniji)	0	1500	30,45	127,65458
Naslovljene paketne pošiljke nad 10 kg (po Sloveniji)	0	2000	21,39	166,04514
Naslovljene paketne pošiljke pod 10 kg (mednarodno)	0	300	4,08	20,84689
Naslovljene paketne pošiljke nad 10 kg (mednarodno)	0	300	2,38	18,65247
Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (po Sloveniji)	0	4000	127,52	428,82824
Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (mednarodno)	0	200	9,72	28,24819
Nenaslovljena direktna pošta - reklame (po Sloveniji)	0	700000	3938,08	45701,880

c) 2008

	minimum	maximum	povprečje	standardni odklon
Naslovljene navadne pisemske pošiljke (po Sloveniji)	0	60000	1252,31	4250,95148
Naslovljene navadne pisemske pošiljke (mednarodno)	0	1000	55,67	124,13460
Naslovljene paketne pošiljke (po Sloveniji)	0	1000	40,46	114,80780
Naslovljene paketne pošiljke (mednarodno)	0	300	5,40	20,80375
Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (po Sloveniji)	0	6250	206,71	614,87749
Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (mednarodno)	0	2000	25,15	165,50287
Nenaslovljena direktna pošta - reklame (po Sloveniji)	0	5000	68,66	399,47238

d) 2007

	minimum	maximum	povprečje	standardni odklon
Naslovljene navadne pisemske pošiljke (po Sloveniji)	3	423000	6218,34	34749,952
Naslovljene navadne pisemske pošiljke (mednarodno)	0	2000	87,83	228,20983
Naslovljene paketne pošiljke (po Sloveniji)	0	4500	54,05	284,46184
Naslovljene paketne pošiljke (mednarodno)	0	200	6,21	18,12736
Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (po Sloveniji)	0	24000	478,00	2176,87272
Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (mednarodno)	0	2400	41,33	202,52492
Nenaslovljena direktna pošta - reklame (po Sloveniji)	0	630000	4779,05	51450,863

Naslednji dve vprašanji se nanašata na tiste, ki oddajajo paketne pošiljke nad 10 kg do 20 kg.

Ali se pri oddaji paketov nad 10 kg do 20 kg srečujete s kakšnimi težavami, ki so povezane s kakovostjo oz. ceno prenosa? Če da, kakšne težave imate? (n = 123)

Od 123 podjetij, ki oddajajo pakete nad 10 kg do 20 kg, jih 114 ni navedlo nobenih težav. Devet podjetij (7,3 %), ki so imeli težave pri pošiljanju tovrstnih paketov, pa je navedlo:

- previsoka cena (3 x)
- izguba pošiljke
- ni vsakodnevne dostave do pošiljatelja
- občasne poškodbe
- oznake hitre pošte
- paletna dostava
- poškodba ali izguba paketa

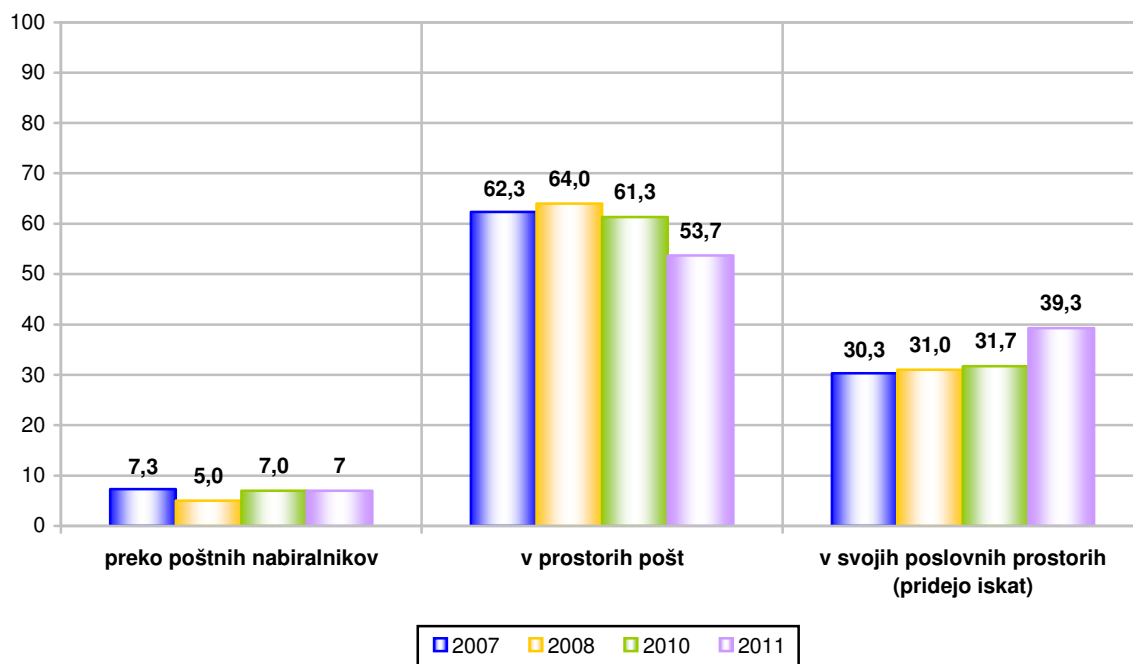
Ali imate za prenos paketov z izvajalcem sklenjeno pogodbo? (n = 123)

Med 123 podjetji, ki oddajajo pakete nad 10 kg do 20 kg, jih 19 (6,3 %) nima sklenjene pogodbe z izvajalcem.

Tabela: Težave pri oddaji paketov nad 10 kg do 20 kg , glede na sklenjeno pogodbo

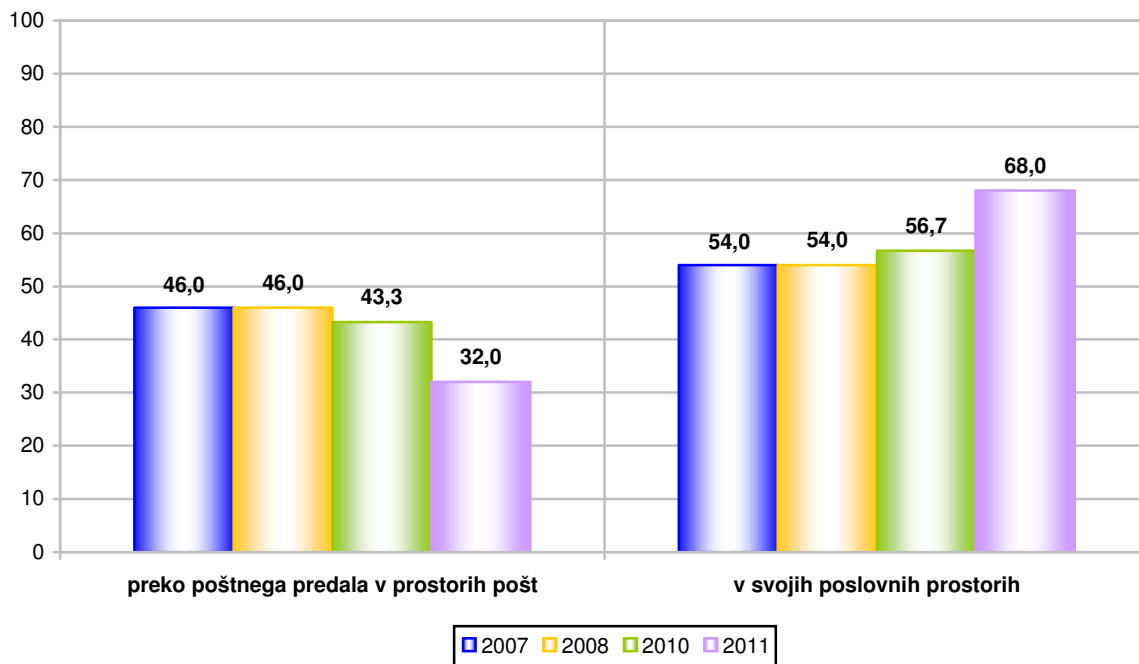
Pogodba: DA	Pogodba: NE
previsoka cena (3 x)	ni vsakodnevne dostave do pošiljatelja
oznake hitre pošte	paletna dostava
izguba pošiljke	
občasne poškodbe	
poškodba ali izguba paketa	

Na kakšen način oddajate poštna pošiljke? (n = 300)



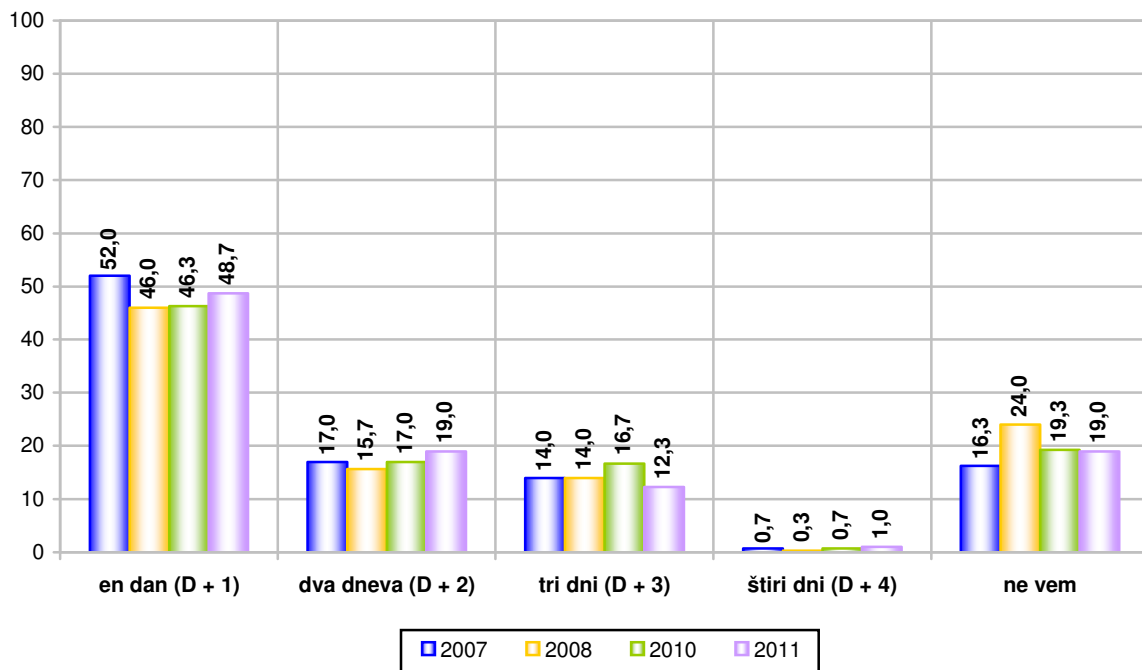
Dobra polovica pravnih oseb (53,7 %, leta 2010 - 61,3 %, leta 2008 - 64,0 %, leta 2007 - 62,3 %) poštna pošiljke oddaja v prostorih pošt, skoraj 40 % (leta 2010 - 31,7 %, leta 2008 - 31,0 %, leta 2007 - 30,3 %) jih oddaja v svojih poslovnih prostorih in 7,0 % preko poštinih nabiralnikov. Iz grafa je razviden rahlo padajoči trend oddajanja poštinih pošiljk v prostorih pošt in naraščajoči trend oddajanja pošiljk v svojih poslovnih prostorih. Preko pošte oddaja nekoliko več malih podjetij in podjetij iz Mariborskega dela Štajerske in Dolenjske.

Na kakšen način sprejemate poštne pošiljke? (n = 300)



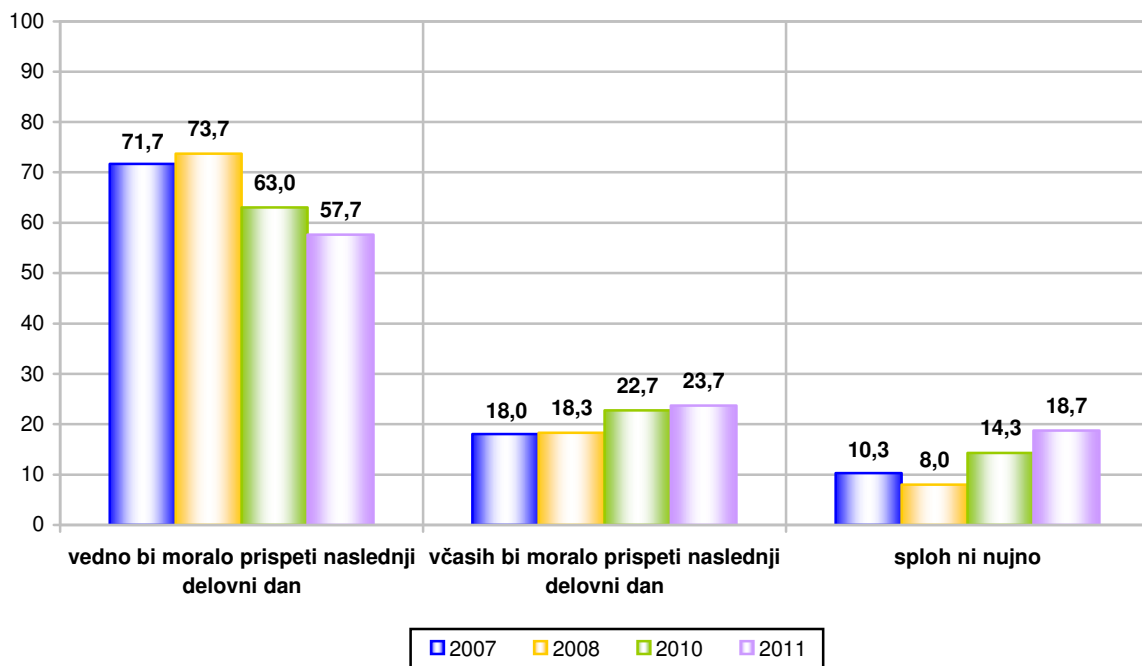
Dobri dve tretjini anketiranih pravnih oseb (68,0 %) sprejemata poštne pošiljke v svojih poslovnih prostorih, 32,0 % pa preko poštne predala v prostorih pošt. Delež anketirancev, ki poštne pošiljke sprejema v lastnih prostorih, je opazno višji, kot pri prejšnjih meritvah iz grafa. Preko poštne predala pošiljke prejema največ velikih podjetij in podjetij iz Primorske regije.

Ali veste, kakšen je predpisan čas prenosa navadnega pisma? (n = 300)



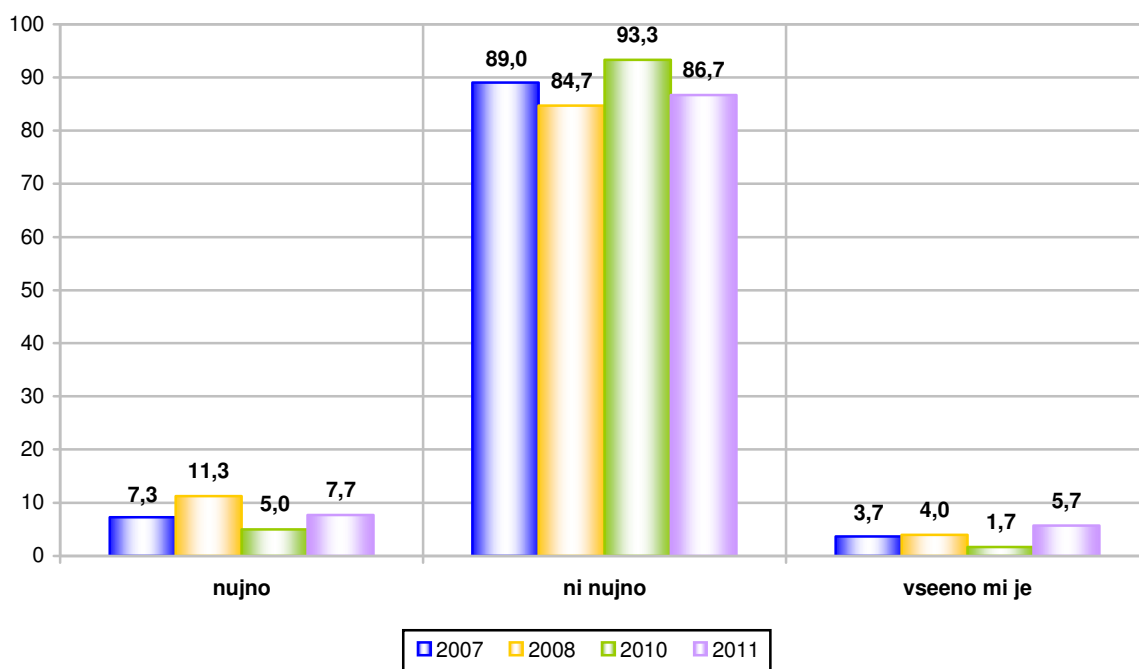
Nekaj manj kot polovica anketirancev (48,7 %, leta 2010 - 46,3 %, leta 2008 - 46,0 %, leta 2007 – 52,0 %) je odgovorila, da je predpisan čas prenosa navadnega pisma en dan.

Ali se vam zdi nujno, da bi moralo pismo prispeti do naslovnika naslednji delovni dan, kot je bilo oddano? (n = 300)



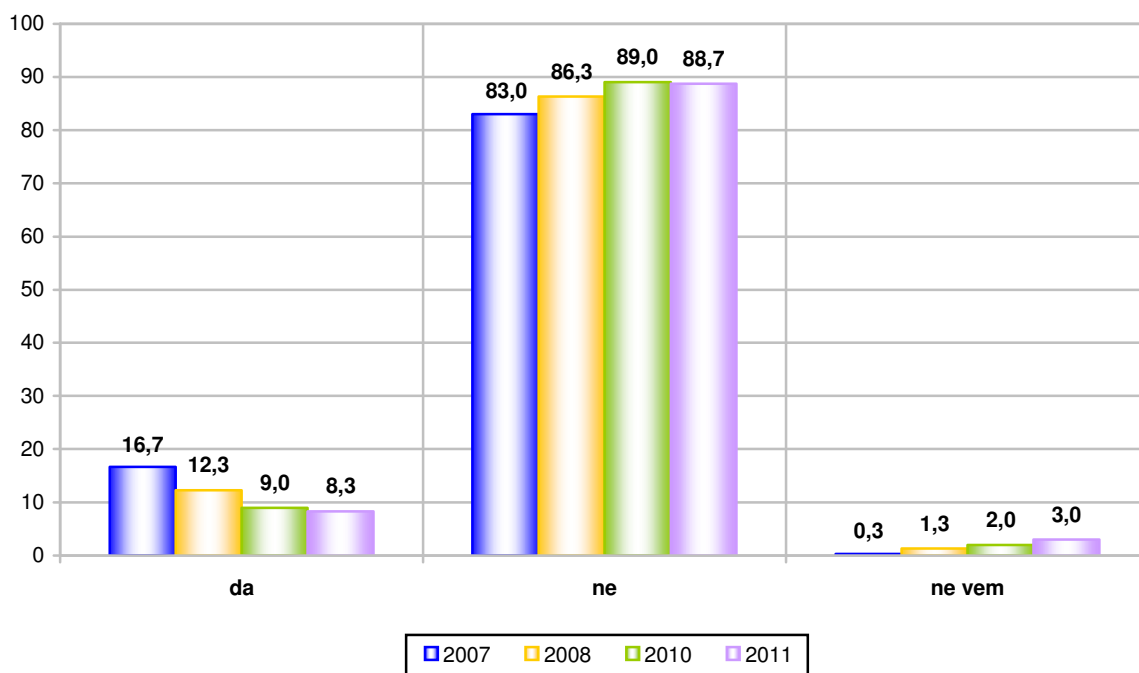
Dobro polovici anketiranih (57,7 %, leta 2010 - 63,0 %, leta 2008 - 73,7 %, leta 2007 - 71,7 %) se zdi nujno, da bi moralo pismo prispeti do naslovnika naslednji delovni dan, kot je bilo oddano. Iz grafa je razviden padajoč trend tistih, ki menijo, da bi pismo vedno moralo prispeti naslednji delovni dan.

Ali se vam zdi smiselna dostava poštnih pošiljk v vaše poslovne prostore ob sobotah? (n = 300)



Veliki večini anketiranih (86,7 %, leta 2010 - 93,3 %, leta 2008 – 84,7 %, leta 2007 - 89,0 %) se ne zdi nujno, da bi poštne pošiljke v njihove poslovne prostore dostavljali tudi ob sobotah.

Ali imate dostavo poštних pošiljk v vaše poslovne prostore ob sobotah? (n = 300)



Slaba desetina anketiranih (8,3 %, leta 2010 - 9,0 %, leta 2008 - 12,3 %, leta 2007 - 16,7 %) je dejala, da imajo urejeno dostavo poštних pošiljk v poslovne prostore ob sobotah. Graf kaže na rahlo upadanje deleža podjetij, ki imajo urejeno dostavo poštних pošiljk v poslovne prostore ob sobotah.



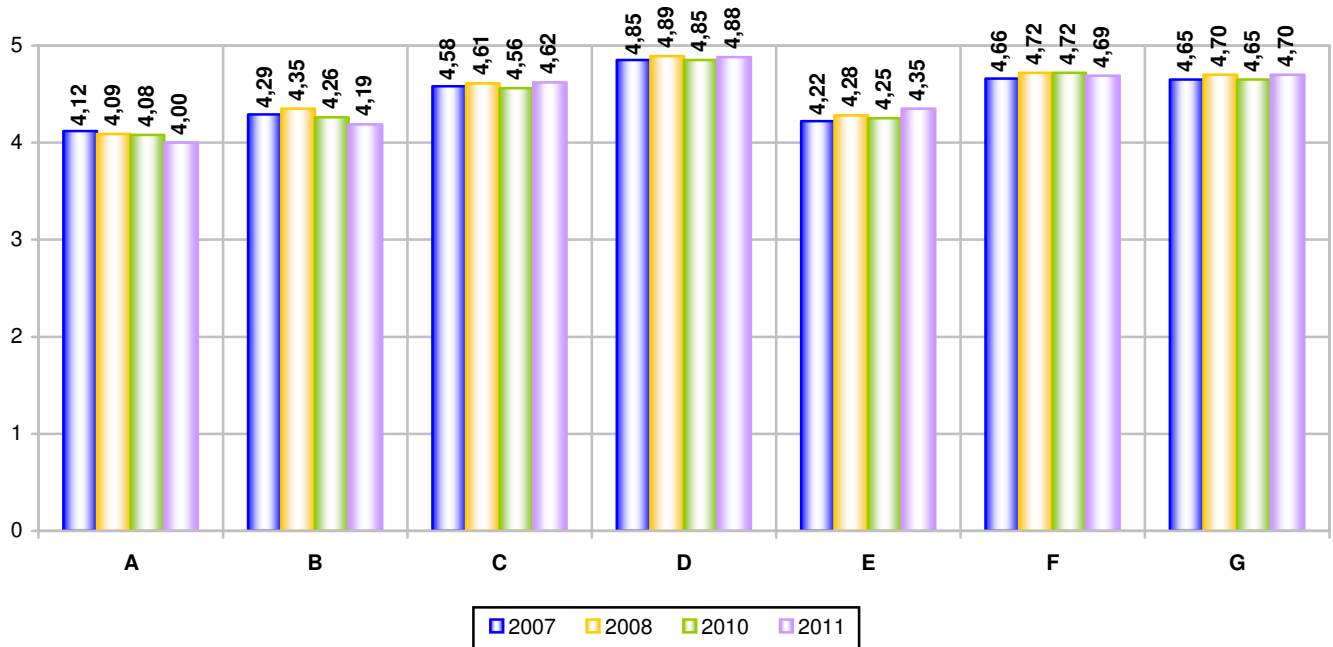
Navedli vam bomo nekaj dejavnikov kakovosti poštne storitve, vi pa vsakega posebej ocenite po pomembnosti od 1 do 5 (1 = dejavnik za vaše podjetje sploh ni pomemben, 2 = ni pomemben, 3 = niti niti, 4 = je pomemben, 5 = je zelo pomemben). (n = 300)

Dejavniki:

- A. Lokacija pošte oz. poslovalnice ponudnika poštних storitev
- B. Delovni čas pošte oz. poslovalnice ponudnika poštних storitev
- C. Hiter prenos poštne pošiljke
- D. Zanesljiv prenos poštne pošiljke
- E. Cena poštne storitve
- F. Zaupanje v ponudnika poštних storitev
- G. Odnos uslužbencev do strank

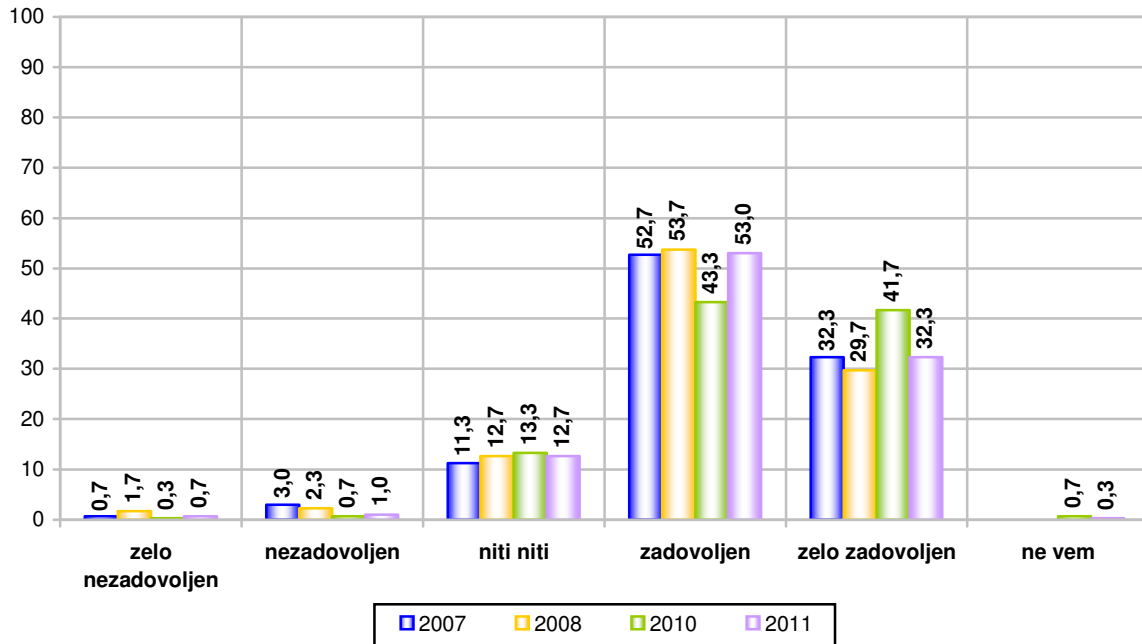
	2007						2008						2010						2011					
	1	2	3	4	5	b.o.	1	2	3	4	5	b.o.	1	2	3	4	5	b.o.	1	2	3	4	5	b.o.
A	4,7	2,7	18,3	24,3	49,7	0,3	9,3	2,3	14,3	17,7	56,3	-	7,7	4,3	14,0	20,3	53,3	0,3	8,0	4,7	13,0	27,7	46,3	0,3
B	5,3	4,0	8,7	20,0	61,7	0,3	3,0	1,3	12,7	23,3	59,7	-	5,7	1,0	13,0	22,3	57,3	0,7	3,7	5,0	11,0	29,3	51,0	-
C	1,3	0,3	7,0	21,3	69,3	0,7	-	0,7	7,7	22,0	69,7	-	1,3	1,0	7,7	20,3	69,3	0,3	0,7	-	6,0	23,3	70,0	-
D	0,7	-	2,3	8,0	89,0	-	-	-	1,7	7,7	90,7	-	0,3	-	3,0	8,0	88,7	-	0,3	-	1,3	7,7	90,7	-
E	-	1,7	20,0	31,0	45,3	2,0	0,7	1,3	18,7	28,0	51,3	-	2,0	2,3	14,7	27,3	49,0	4,7	0,7	1,7	14,3	27,7	54,7	1,0
F	0,3	0,3	4,0	23,3	71,7	0,3	-	-	3,7	20,3	76,0	-	-	1,0	1,3	22,7	75,0	-	0,3	-	2,3	25,0	72,0	0,3
G	0,3	0,3	4,7	23,7	70,7	0,3	-	-	5,0	20,3	74,7	-	1,0	0,3	4,7	20,7	73,3	-	0,7	-	3,0	21,3	75,0	-

Povprečne ocene pomembnosti dejavnikov kakovosti poštnih storitev



Vsi naštetih dejavniki so za anketirance precej pomembni (povprečne ocene pomembnosti so za vse navedene dejavnike nad 4). Tako je najbolj pomemben dejavnik zanesljiv prenos poštnih pošiljk (povprečna ocena 4,88), sledita odnos uslužbencev do stranke (4,70) in zaupanje v ponudnika poštnih storitev (4,69). Lokacija pošte je za anketirane najmanj pomemben dejavnik, čeprav je ocena pomembnosti tudi zelo visoka (4,00). Povprečne ocene vseh dejavnikov so zelo podobne tistim iz minulih let.

Na petstopenjski lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni zelo nezadovoljen, 5 pa zelo zadovoljen, ocenite vaše zadovoljstvo s storitvami Pošte Slovenije? (n = 300)

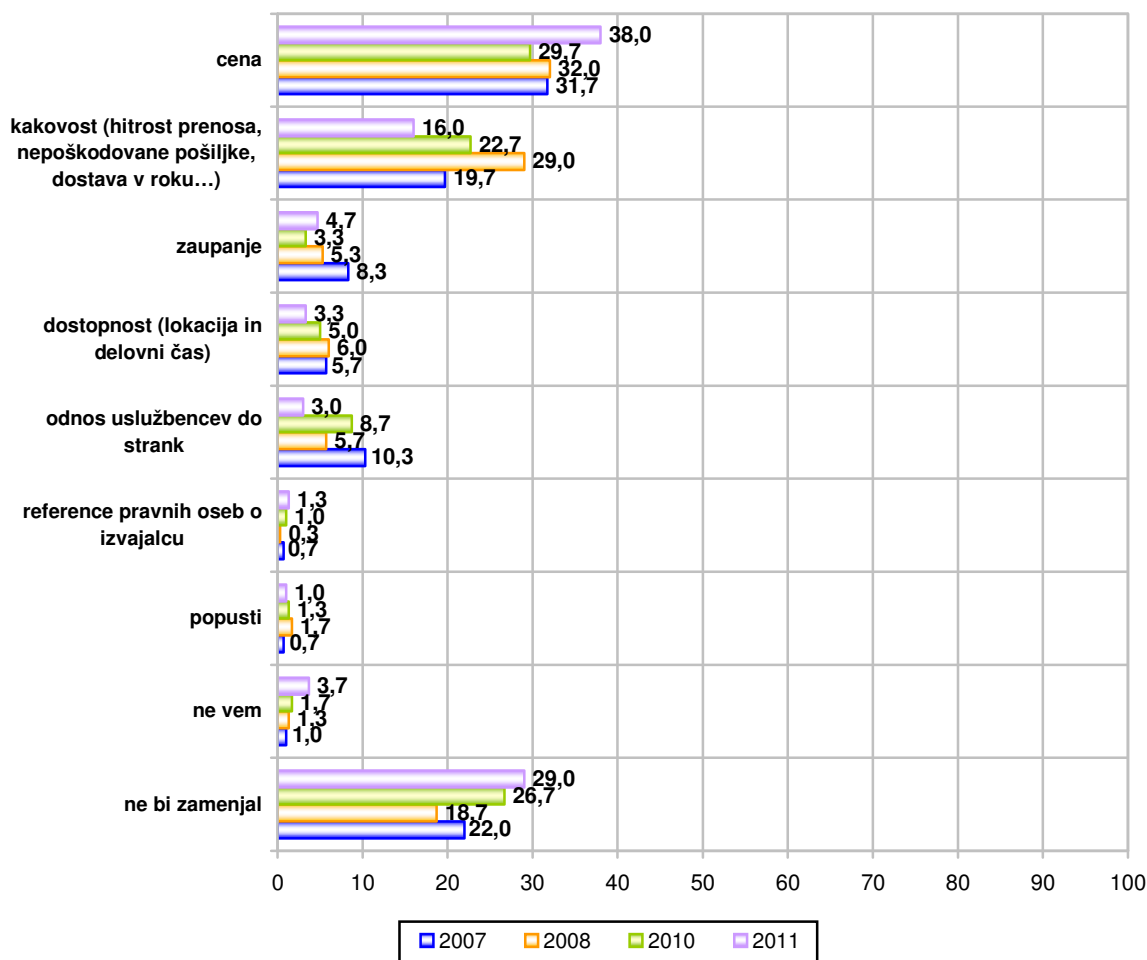


Povprečna ocena zadovoljstva s storitvami Pošte Slovenije znaša 4,16 (leta 2010 – 4,26, leta 2008 - 4,07, leta 2007 – 4,13), pri čemer je 85,3 % anketirancev zadovoljnih ali zelo zadovoljnih in 1,7 % nezadovoljnih ali zelo nezadovoljnih. Nekoliko bolj so zadovoljni anketiranci iz srednjih podjetij ter podjetij iz mariborskega dela Štajerske.

Zakaj niste zadovoljni s storitvami Pošte Slovenije? (n = 5)

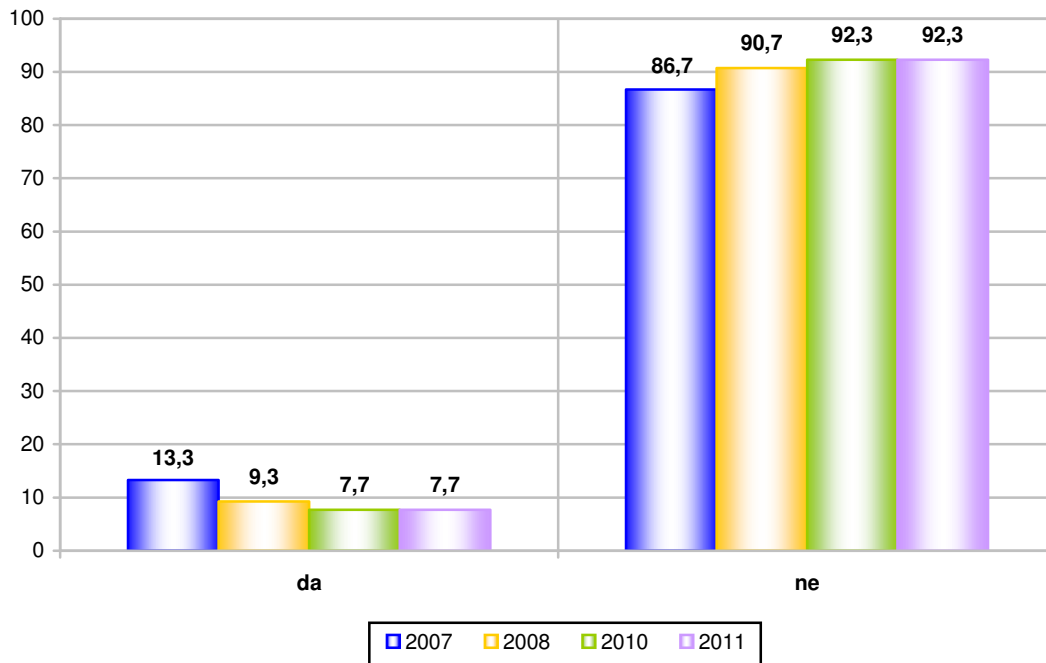
Na vprašanje so odgovarjali tisti, ki niso zadovoljni s storitvami Pošte Slovenije (ocene 1 in 2). Pet anketirancev, ki s storitvami Pošte Slovenije niso zadovoljni, so kot razlog nezadovoljstva navedli previsoke cene (2 x), prekratek delovni čas (2 x) ter izgubljanje dokumentov in povratnic in slabo sledljivost.

Navedli vam bomo nekaj dejavnikov, vi pa povejte, kateri izmed njih, bi po vašem mnenju lahko vplival na vaše podjetje, da bi zamenjali izvajalca poštne storitve? (n = 300)



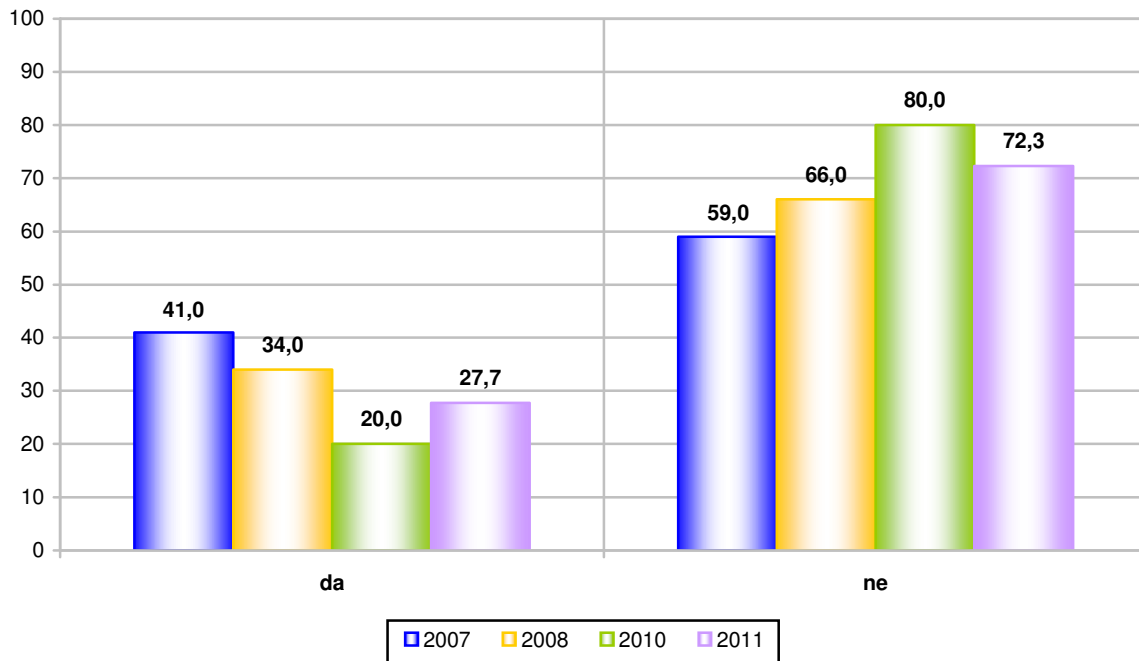
Največ anketirancev (29,0 %, leta 2010 - 26,7 %, leta 2008 - 18,7 %, leta 2007 – 22,0 %) je prepričanih, da ne bi zamenjali izvajalca poštne storitve pod nobenim pogojem, precej več (38,0 %, leta 2010- 29,7 %, leta 2008 - 32,0 %, leta 2007 – 31,7 %) bi jih to storilo v primeru ugodnejše cene, v primeru višje kakovosti pa bi to storilo 16,0 % (leta 2010 – 22,7 %, leta 2008 - 29,0 %, leta 2007 – 19,7 %) anketiranih. Iz grafa je razvidno, da delež tistih, ki ne bi zamenjali izvajalca poštne storitve pod nobenim pogojem, kaže naraščajoč trend. Cena bi še najbolj vplivala na odločitev v večjih podjetjih in na celjskem delu Štajerske.

Ali bi bili pripravljeni zamenjati ponudnika poštних storitev v primeru, da bi ponudil nižjo ceno in nižjo kakovost? (n = 300)



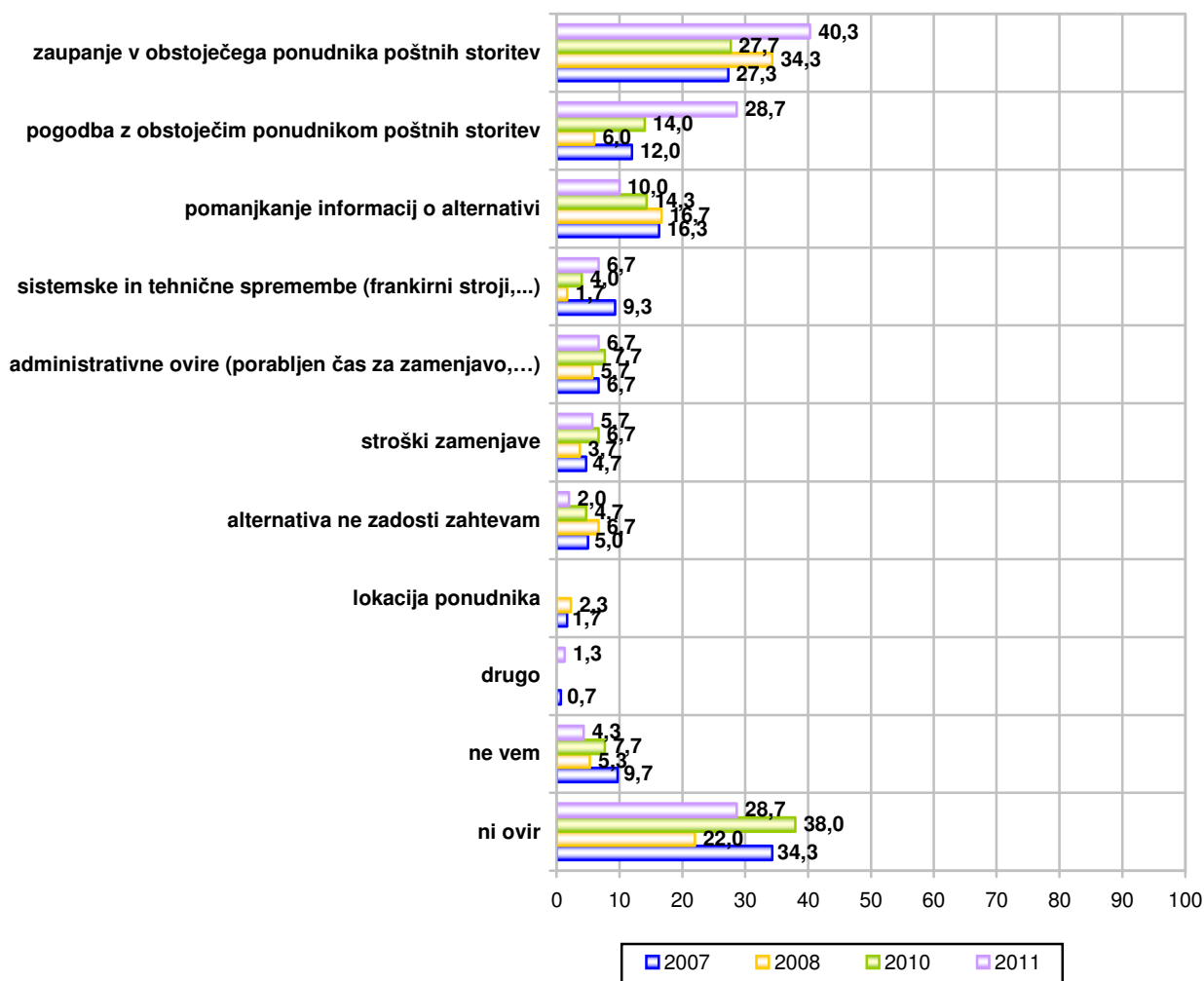
Le slaba desetina anketirancev (7,7 %, leta 2010 - 7,7 %, leta 2008 - 9,3 %, leta 2007 13,3 %) bi zamenjala ponudnika v primeru nižjih cen in nižje kakovosti storitev. Največ takšnih je med srednjimi podjetji in med podjetji s področja mariborskega dela Štajerske.

Ali bi bili pripravljene zamenjati ponudnika poštne storitve v primeru, da bi ponudil višjo ceno in višjo kakovost? (n = 300)



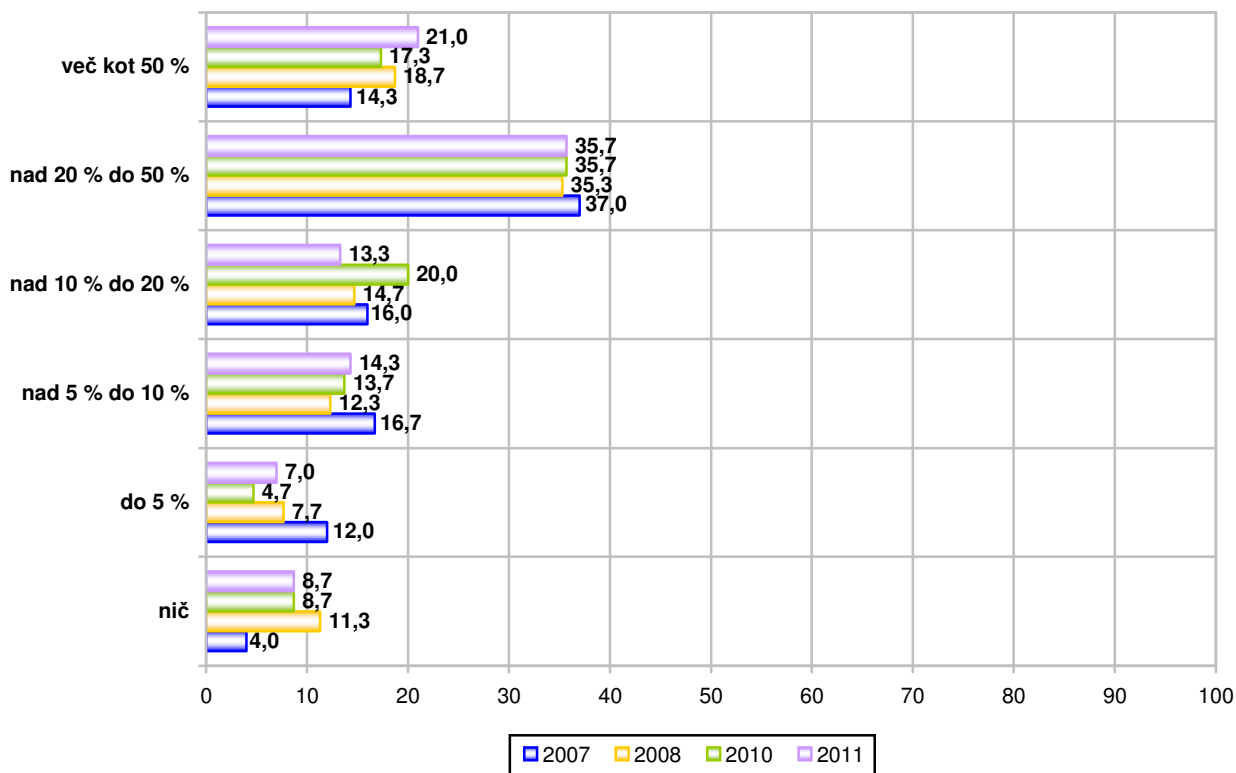
V primeru, če bi ponudnik poštne storitve ponudil višjo kakovost, kar bi povzročilo tudi višjo ceno, bi se za to odločilo 27,7 % (leta 2010 20,0 %, leta 2008 - 34,0 %, leta 2007 – 41,0 %) anketiranih in sicer največ iz malih podjetij in celjskega dela Štajerske.

Kje vidite ovire za zamenjavo obstoječega ponudnika poštних storitev? (n = 300)



Največ anketirancev (40,3 %, leta 2010 - 27,7 %, leta 2008 - 34,3 %, leta 2007 - 27,3 %) meni, da je glavna ovira zaupanje v obstoječega ponudnika poštних storitev, sledijo tisti, ki menijo, da je glavna ovira pogodba z obstoječim ponudnikom poštних storitev (28,7 %, leta 2010 - 14,0 %, leta 2008 - 6,0 %) ter tisti, ki menijo, da ni ovir za zamenjavo obstoječega ponudnika poštних storitev (28,7 %, leta 2010 - 38,0 %, leta 2008 - 22,0 %, leta 2007 - 34,3 %). Desetina anketirancev navaja pomanjkanje informacij o alternativni.

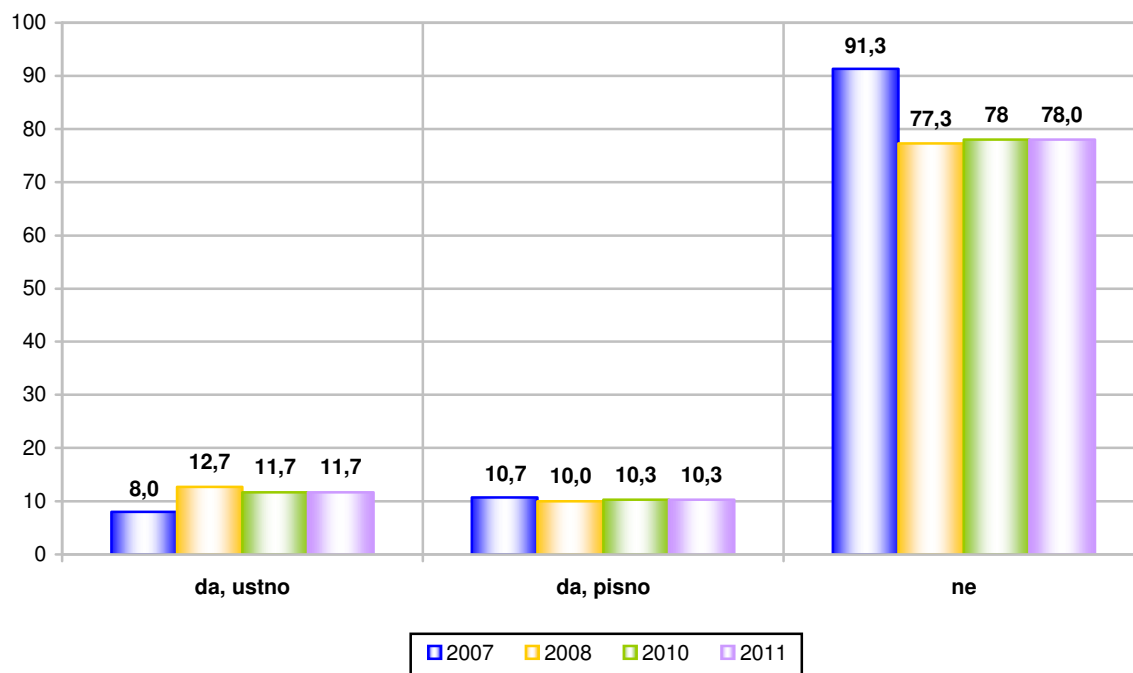
Kolikšna je pri vas zamenjava tradicionalnih poštnih storitev z uporabo interneta in elektronske pošte? (n = 300)



Povprečen delež zamenjave tradicionalnih poštnih storitev z uporabo interneta in elektronske pošte pri anketiranih podjetjih je 33,8 %.

Zamenjava tradicionalnih poštnih storitev z uporabo interneta in elektronske pošte je kar opazna. Tokrat se sicer 8,7 % podjetij (leta 2010 - 8,7, leta 2008 - 11,3 %, leta 2007 - 4,0 %) ne poslužuje interneta in elektronske pošte v te namene, dobra tretjina anketirancev 35,7 % (leta 2010 - 35,7 %, leta 2008 - 35,3 %, leta 2007 - 37 %) pa na ta način opravi med 20 % in 50 % storitev. Nad 50 % pa to opravi 21,0 %, leta 2010 - 17,3 %, leta 2008 - 18,7 %, leta 2007 - 14,3 %) anketiranih. Elektronske pošte se poslužuje največ anketirancev iz malih podjetij in podjetij s Primorske.

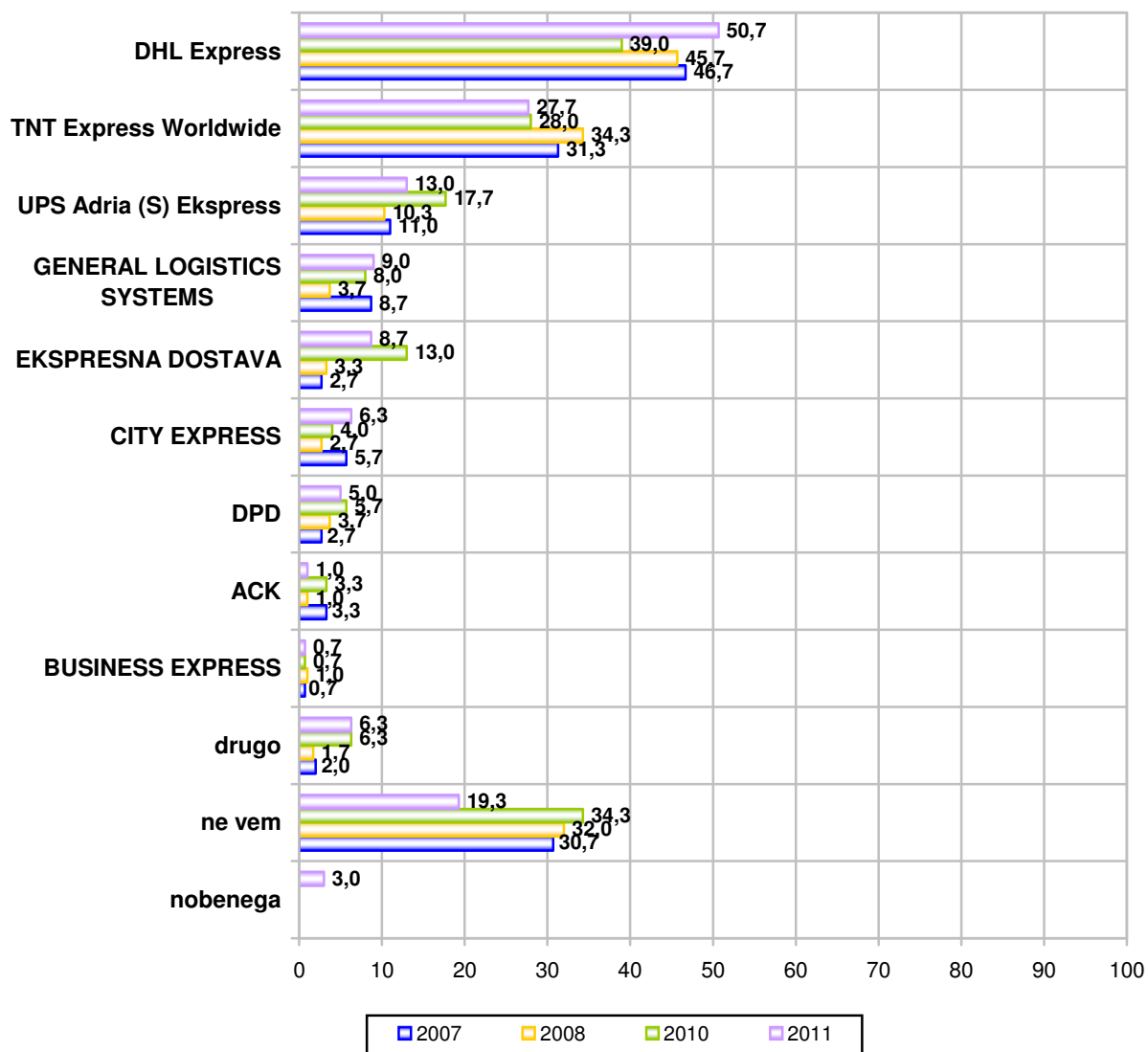
Ali ste že kdaj vložili kakšno pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno poštno storitvijo? (n = 300)



Pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno poštno storitvijo je ustno vložilo 11,7 % (leta 2010 – 11,7 %, leta 2008 – 12,7 %, leta 2007 pa 8,0 %) anketiranih, pisno pa 10,3 % (leta 2010 – 10,3, leta 2008 – 10,0 %, leta 2007 pa 10,7 %). Ustnih in pisnih pritožb je bilo največ iz srednjih podjetjih ter v podjetjih iz celjskega dela Štajerske.

Katere izvajalce poštних storitev še uporabljate poleg Pošte Slovenije? (n = 300)

(Več možnih odgovorov.)



* Pod drugo so anketiranci navedli: Global Express (6 x), Intereuropa (5 x), Slovenske železnice (3 x), Kurirska služba Tine (3 x), Proximus (2 x).

Poštne storitve anketiranci uporabljajo tudi pri DHL Express (50,7 % - leta 2010 - 39,0 %, leta 2008 - 45,7 %, leta 2007 - 46,7 %), TNT Express Wordwide (27,7 %, leta 2010 - 28,0 %, leta 2008 - 34,4 %, leta 2007 - 31,3 %) in UPS (13,0 %, leta 20120 - 17,7 %, leta 2008 - 10,3 %, leta 2007 – 11,0 %) ter pri vrsti drugih izvajalcev.



4. PRILOGA

V nadaljevanju prilagamo strukturna križanja glede na velikost podjetja in regijo.