



APEK

Agencija za pošto in elektronske
komunikacije Republike Slovenije

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami







(splošna javnost)

Izvajalec: Ninamedia d.o.o.

Naročnik: Agencija za pošto in elektronske komunikacije
Republike Slovenije








Ljubljana, oktober 2010

1. POVZETEK


-  Raziskava je pokazala, da 38,9 % anketirancev oddaja poštno pošiljke prek poštne nabiralnikov redkeje kot enkrat mesečno, enkrat mesečno to stori 20,7 % anketiranih, šestina jih oddaja dva do tri krat mesečno, 14,7 % pa poštne nabiralnikov sploh ne uporablja.
-  Oddaljenost najbližjega poštne nabiralnika so anketiranci letos ocenili precej podobno kot pri prejšnjih merjenjih. Največ jih ocenjuje, da je poštne nabiralnik blizu (34,6 %), sledijo tisti, ki jim je ustrezno blizu (23,9 %) ter anketiranci, ki oddaljenost ocenjujejo kot zelo blizu (17,6 %). Letos je anketirancev, ki so ocenili, da so daleč od poštne nabiralnika 14,7 %, zelo oddaljenih pa je 7,9 %.
-  Petina anketirancev je dejala, da so opazili, da so ponekod ukinili nekatere poštne nabiralnike. Med njimi je 38,2 % takšnih, ki so jim ukinili nabiralnik v njihovi neposredni bližini, največ pa je takšnih, ki se ne strinjajo z njihovo ukinitvijo (62,5 %).
-  Največ anketirancev poštne enoto obišče dva od trikrat mesečno (31,6 %), sledijo tisti, ki jo obiščejo enkrat mesečno (28,1 %), redkeje kot enkrat mesečno jo obišče 20,9 % anketirancev, enkrat tedensko to stori 12,6 % in večkrat tedensko 6,9 %. Za največ anketirancev (32,6 %) je najbližja poštne enota blizu, sledijo tisti, ki oddaljenost ocenjujejo kot ustrezno (29,7 %). Zelo daleč ali daleč je najbližja pošta dobri četrtini anketirancev (28,5 %).
-  Skoraj tri četrtine anketirancev (73,6 %) vedno obiskujejo isto pošto. Glavni razlog za takšno ravnanje je lokacija (66,6 %), sledita osebni dvig pošiljk (17,5 %) ter prijaznost poštne uslužbencev (8,2 %).
-  Anketiranci pri obisku pošte najpogosteje opravljajo plačilni promet (64,6 %), sledijo oddajanje pisem (47,0 %), sprejem priporočene ali vrednostne pošiljke (43,6 %), nakup znamk (42,0 %), oddaja priporočene ali vrednostne pošiljke (32,0 %), oddaja voščilnic (28,7 %) in nekatere druge storitve.

- Povprečna ocena zadovoljstva s hitrostjo opravljanja storitev na poštnih enotah je 4,20, pri čemer je 83,6 % anketirancev zadovoljnih ali zelo zadovoljnih in 3,1 % nezadovoljnih ali pa zelo nezadovoljnih.
- Največ anketirancev (38,1 %) mesečno odda manj kot 1 pismo, sledijo tisti, ki oddajo 3 do 4 pisma (19,4 %), anketiranci, ki oddajo 1 do 2 pisma mesečno (17,6 %) itd. Največji delež anketirancev mesečno prejme med 5 in 9 pisem (29,7 %) in od 10 do 14 pisem (29,3 %). Sledijo anketiranci, ki prejmejo 20 pisem in več (17,7 %). Manj kot 5 pisem prejme okrog 11 % anketiranih.
- Skoraj dve tretjini anketirancev (61,7 %) sploh ne pošiljata paketov pod 10 kg., med ostalimi pa prevladujejo tisti, ki letno pošljejo 1 do 2 paketa (16,9 %), 5 in več paketov pošilja 8,6 % anketiranih, 3 do 4 pakete 5,6 %, manj kot en paket pa 6,9 % anketiranih.
- Dobrih devet desetih anketirancev ne odda nobenega paketa nad deset kilogramov. Med ostalimi je še največ takšnih, ki letno oddajo manj kot en paket (4,7 %). Slaba tretjina anketirancev (31,4 %) ne prejema paketov, največ pa jih prejme 1 do 2 paketa letno (24,0 %) in 3 do 4 pakete letno (16,6 %) ter 5 do 9 paketov (10,3 %). Od 10 do 14 paketov letno prejme 4,3 % anketiranih.
- Ceno pisma pozna le 3,6 % anketiranih, ostali je ne poznajo, ali pa so navedli napačno ceno. Cena 0,29 € za prenos navadnega pisma se večini anketirancev (63,7 %) zdi ustrezna. Drago ali predrago je za petino (20,3 %) anketirancev, 8,0 % pa je mnenja, da je poceni ali prepoceni.
- Največ anketirancev (40,6 %) je odgovorilo, da je predpisan čas prenosa navadnega pisma en dan, dobra tretjina (34,4 %) ni vedela odgovora, 15,7 % anketirancev meni, da je predpisan čas dva dneva, 8,7 % pa meni, da pismo potuje tri dni. Da bi moralo pismo vedno prispeti do naslovnika naslednji delovni dan, kot je bilo oddano, meni 34,0 % anketirancev, dobra četrtina (26,6 %) jih meni, da bi včasih moralo prispelo naslednji delovni dan, da sploh ni nujno, da bi prispelo naslednji dan pa meni 39,4 % anketirancev.
- Da je smiselna dostava poštnih pošiljk ob sobotah meni 31,0 % anketirancev, 58,1 % je mnenja, da to ni nujno, za 10,9 % pa je vseeno. Dobrih 40 % anketirancev zatrjuje, da imajo dostavo

poštnih pošiljk na dom tudi ob sobotah, polovica pa je izjavila, da je nimajo. Delež tistih, ki imajo dostavo poštnih pošiljk na dom ob sobotah vztrajno pada.

-  Dobre štiri petine anketirancev (80,3 %) so izjavile, da se jim zdi čas prihoda pismonoše na njihov dom ustrezen, dobra desetina (13,3 %) pa meni nasprotno. Obratovalni čas poštnih enot, ki jih obiskujejo, je ustrezen za 87,9 % anketirancev, dobri desetini pa ne ustreza.
-  Za dostopnost informacij na pošti je oceno zadovoljen ali zelo zadovoljen izbralo 81,7 % anketirancev, oceno nezadovoljen ali zelo nezadovoljen pa 1,2 %.
-  Med dejavniki, ki so povezani s pošto, je anketirancem najbolj pomembna lokacija pošte (66,6 %), sledita odnos uslužbencev do strank (62,9 %) in delovni čas pošte (51,9 %). Ostali naštetih dejavniki so anketirancem nekoliko manj pomembni, najmanj pa jim je pomembna enotna cena prenosa poštnih pošiljk za celotno področje Slovenije (11,3 %).
-  Prejemanje nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil na dom je všeč 15,9 % anketirancem, moti 32,6 % anketiranih, nemoteče pa je za 51,6 % anketiranih. Nalepko, s katero lahko prepovedo vročanje nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil, uporablja 18,4 % anketirancev.
-  S pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami v primeru poškodovanih pošiljk, uničenja, prekoračitve roka prenosa itn. je seznanjena dobra četrtina anketirancev (27,0 %). Pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno poštno storitvijo je do sedaj ustno vložilo 6,1 % anketirancev, pisno pa 4,4 %.
-  Da bi Pošta Slovenije svoje storitve lahko prodajala na samo v svojih poslovnih prostorih in s svojimi uslužbenci, ampak tudi preko pogodbenih partnerjev oz. franšiz, je pritrdilno odgovorilo 40,4 % anketirancev.
-  Storitve še kakšnega drugega izvajalca poštnih storitev razen Pošte Slovenije je do sedaj uporabljalo 18,6 % anketirancev. Le-te so anketiranci praviloma uporabljali v primeru potrebe po hitrem prenosu pošiljk (41,5 %), ko je šlo za nujne zadeve (26,2 %), zaradi nižje cene (10,0 %) ter pri pošiljanju paketov pod 10 kg (8,5 %). Anketiranci, ki so že uporabili storitve drugih

izvajalcev poštних storitev, so to praviloma storili pri DHL International (39,2 %), pri Od vrat do vrat (29,5 %) in TNT Express Worldwide (11,7 %).

-  Nekaj več kot polovica anketirancev (54,3 %) ne bi nikakor zamenjala izvajalca poštних storitev, med ostalimi je največ takšnih, ki bi to storili zaradi cene (15,1 %), odnosa uslužbencev do strank (7,9 %), kakovosti (6,7 %) ali dostopnosti (8,4 %).



KAZALO

1. POVZETEK	2
2. METODOLOGIJA IN VZOREC	7
3. PREDSTAVITEV REZULTATOV	9

2. METODOLOGIJA IN VZOREC

2.1. Raziskavo smo v agenciji Ninamedia izvedli med 5. in 8. oktobrom 2010. Anketiranje je potekalo telefonsko, po metodi računalniško podprtega telefonskega anketiranja. Iz računalniškega seznama smo poklicali 4356 naključno izbranih telefonskih naročnikov, 1139 v času anketiranja ni bilo dosegljivih, 1815 ni želelo sodelovati v anketi, 702 pa ni ustrezalo vzorčnim določilom. Anketiranih je bilo 700 oseb.

V raziskavi smo uporabili dvostopenjski naključni vzorec. Osnova vzorčenja je bil univerzalni telefonski imenik, iz katerega so bila naključno izbrana gospodinjstva (pri čemer smo upoštevali prostorsko razpršenost glede na slovenske regije) in znotraj njih naključno izbrani anketiranci po metodi zadnjega rojstnega dne.

Anketiranje smo izvajali v telefonskem studiu Ninamedie, po metodi CATI. Obdelava podatkov pa je bila izvedena na programski opremi SPSS, verzija 15.0.



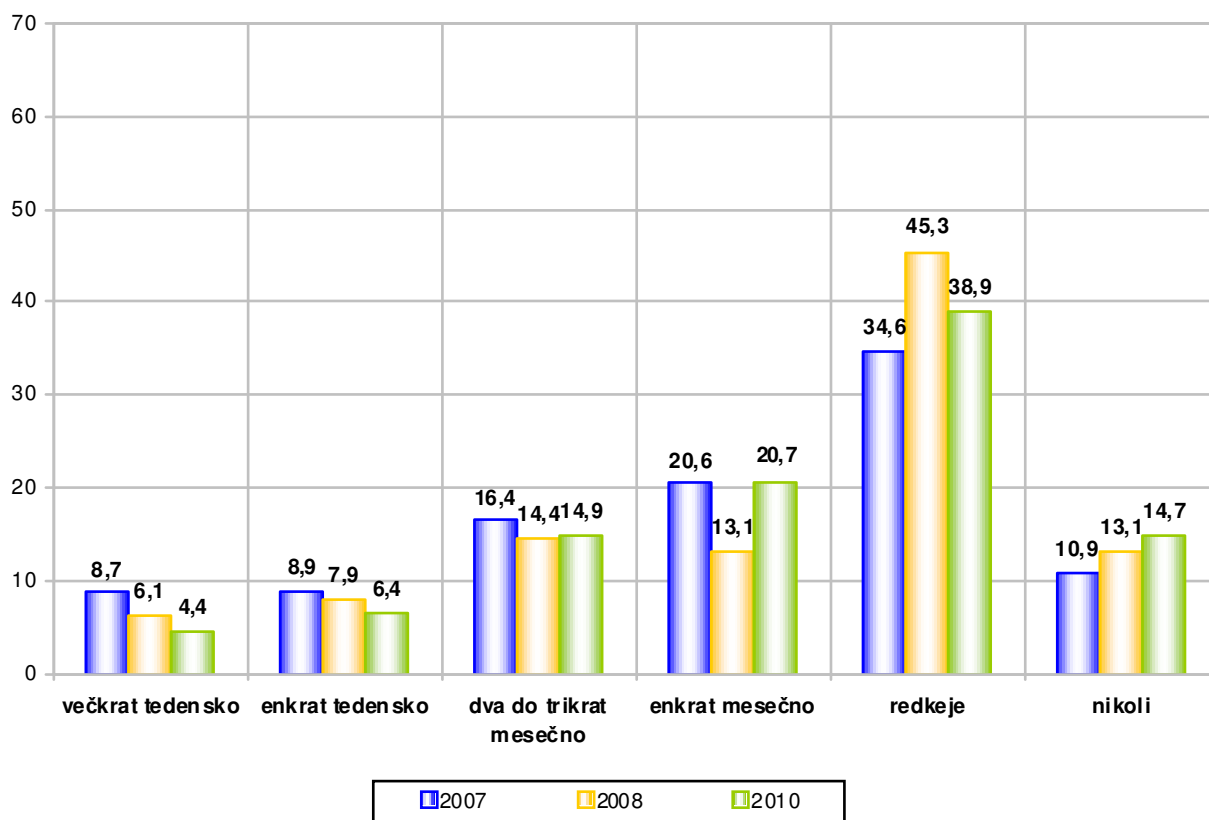
2.2. V nadaljevanju predstavljamo strukturo vzorca po sociodemografskih spremenljivkah:

ŠTEVILO ANKETIRANCEV : 700		Odstotek
Spol	ženske	54,1
	moški	45,9
Starost	18 do 30 let	7,1
	31 do 45 let	12,7
	46 do 60 let	35,7
	61 let in več	44,4
Izobrazba	o.š. ali manj	16,9
	poklicna izobrazba	15,3
	srednja izobrazba	43,3
	višja šola, visoka ali več	24,6
Zaposlitveni status	samozaposlen	6,0
	zaposlen	29,9
	brezposeln	5,3
	upokojen	55,7
	dijak, študent	3,0
Osebni mesečni neto dohodek	do 400 EUR	15,3
	nad 400 do 800 EUR	51,5
	nad 800 do 1200 EUR	17,2
	nad 1200 EUR	10,0
	nimam dohodkov	6,1
Tip naselja	podeželje	49,3
	primestje	18,1
	mesto	18,0
	veliko mesto (LJ ali MB)	14,6
Regija	Ljubljanska	25,7
	Zg. Štajerska	27,3
	Sp. Štajerska	14,6
	Gorenjska	9,1
	Primorska	13,1
	Dolenjska	10,1
Dostop do interneta	da	71,9
	ne	28,1
Ali zaradi e-pošte manj uporabljate klasične poštne storitve? (n=503)	da	42,1
	ne	56,3
	ne vem	1,6

3. PREDSTAVITEV REZULTATOV

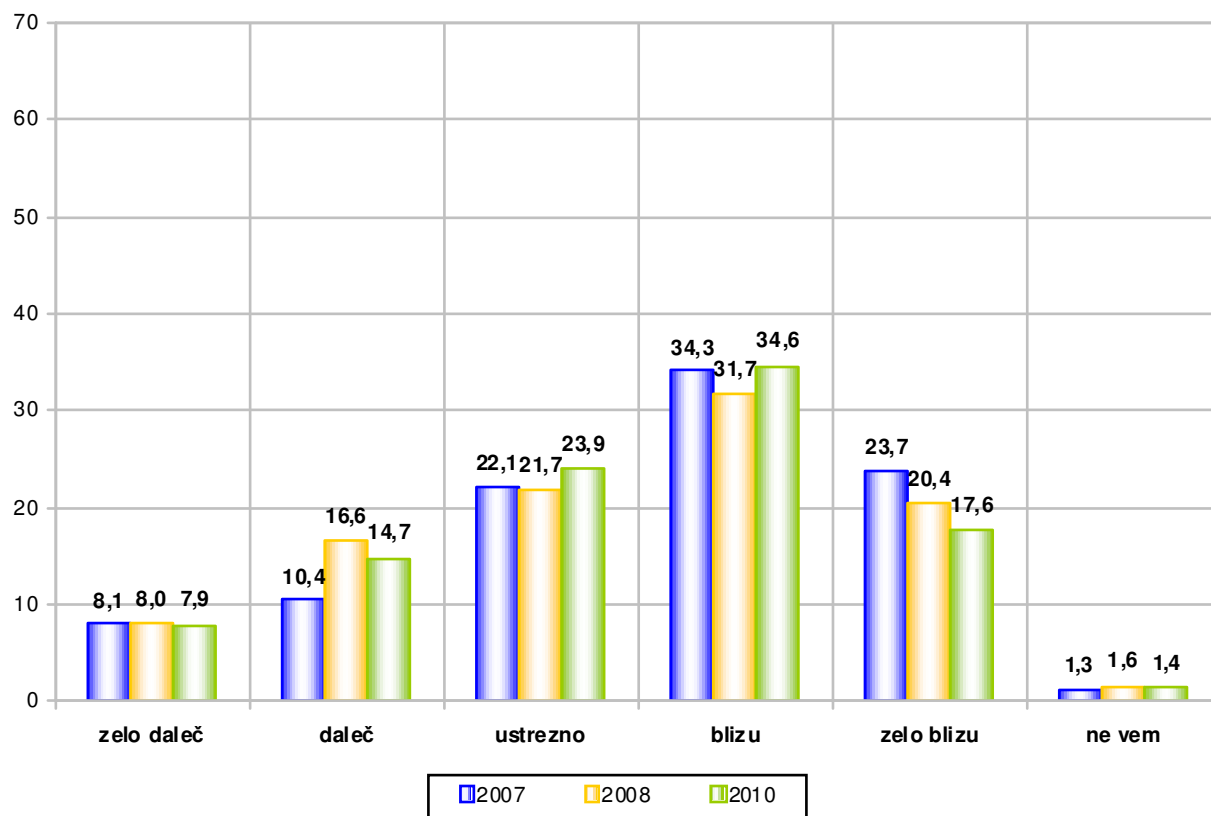
V nadaljevanju predstavljamo rezultate statistične analize podatkov iz ankete. Rezultate smo predstavili z grafično upodobitvijo frekvenčnih porazdelitev po posameznih vprašanjih ter povezanostjo posameznih vprašanj po sociodemografskih značilnostih anketirancev.

Kako pogosto oddajate poštne pošiljke preko poštних nabiralnikov? (n = 700)



Največ anketirancev (38,9 %, leta 2008 - 45,3 %, leta 2007 – 34,6 %) poštne pošiljke prek poštних nabiralnikov oddaja redkeje kot enkrat mesečno, enkrat mesečno to stori 20,7 % anketiranih (leta 2008 13,1 %, leta 2007 - 20,6 %), šestina (14,9 %, leta 2008 – 14,4 %, leta 2007 – 16,4 %) jih oddaja dva do trikrat mesečno, 14,7 % (leta 2008 - 13,1 %, leta 2007 - 10,9) pa poštних nabiralnikov sploh ne uporablja. Anketirancev, ki poštne pošiljke prek poštних nabiralnikov oddajajo tedensko, je 6,4 %, večkrat tedensko pa to počne 4,4 % anketiranih (leta 2008 - 6,1 %, leta 2007 – 8,7 %). Tistih, ki nikoli ne oddajajo poštних pošiljk preko nabiralnikov je največ med najstarejšimi, nižje izobraženimi, nezaposlenimi, upokojenci, anketiranci z najnižjimi prihodki, prebivalci podeželja in Gorenjci. Najpogosteje poštne pošiljke preko poštних nabiralnikov pošiljajo anketiranci v starostni skupini od 46 do 60 let, najbolj izobraženi, samozaposleni, anketiranci s povprečnimi prihodki, prebivalci velikih mest in Štajerci.

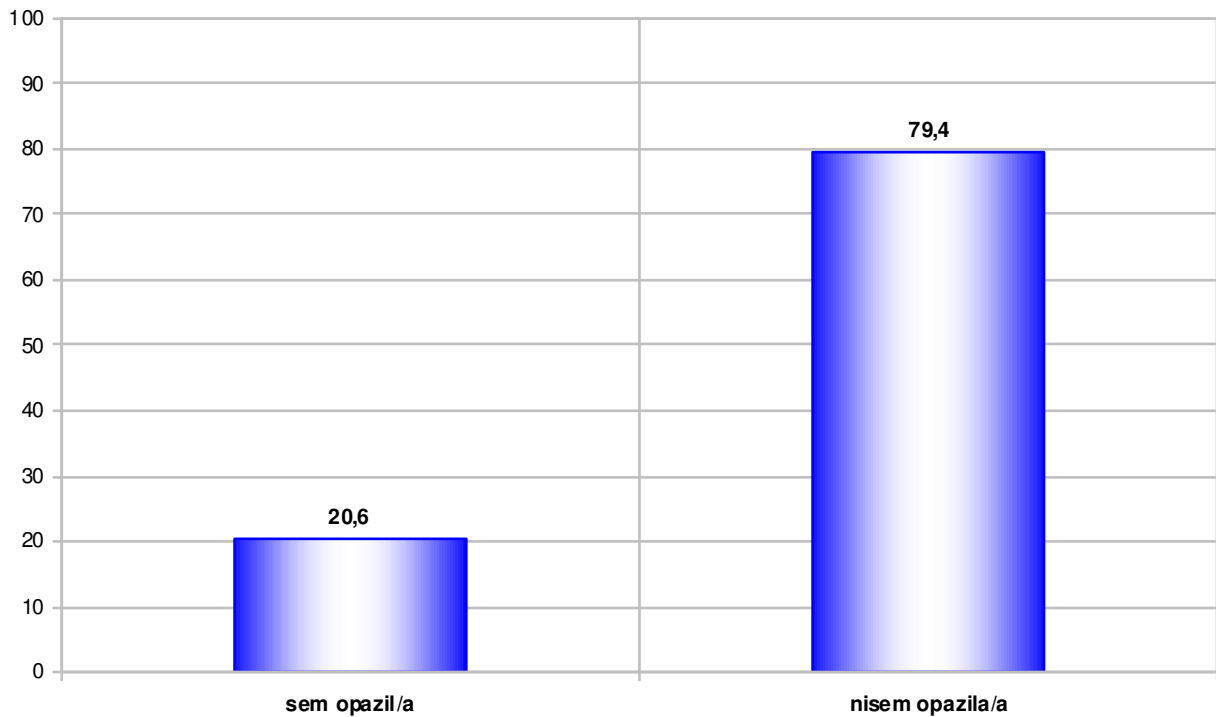
Kako bi ocenili oddaljenost vašega najbližjega poštnega nabiralnika od vašega doma? (n = 700)



Povprečna ocena oddaljenosti najbližjega poštnega nabiralnika od doma je 3,40.

Oddaljenost najbližjega poštnega nabiralnika so anketiranci letos ocenili precej podobno kot pri prejšnjih merjenjih. Največ jih ocenjuje, da je poštni nabiralnik blizu (34,6 %, leta 2008 - 31,7 %, leta 2007 - 34,3 %), sledijo tisti, ki jim je ustrezno blizu (23,9 % , leta 2008 - 21,7 %, leta 2007 - 22,1 %) ter anketiranci, ki oddaljenost ocenjujejo kot zelo blizu (17,6 %, leta 2008 - 20,4 %, leta 2007 - 23,7 %). V letošnji raziskavi je anketirancev, ki so ocenili, da so daleč od poštnega nabiralnika 14,7 %, zelo oddaljenih pa je 7,9 %.

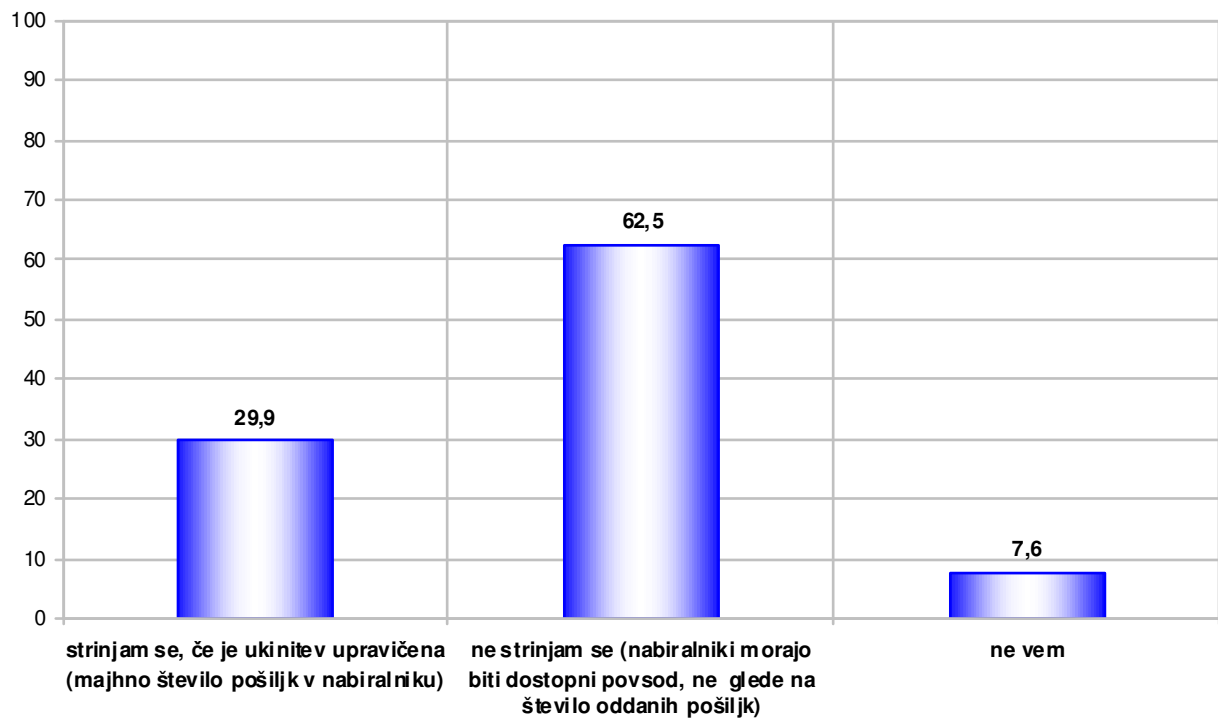
Ali ste opazili, da so ponekod ukinili nekatere poštna nabiralnike? (n = 700)



Petina anketirancev je dejala, da so opazili, da so ponekod ukinili nekatere poštna nabiralnike. Le teh je največ med pripadniki srednje generacije, samozaposlenimi, anketiranci z najnižjimi prihodki in prebivalci podeželja.

Kakšno je vaše mnenje glede zmanjševanja števila poštne nabiralnikov? (n = 144)

Odgovarjajo tisti, ki so opazili, da so ponekod ukinili poštne nabiralnike.

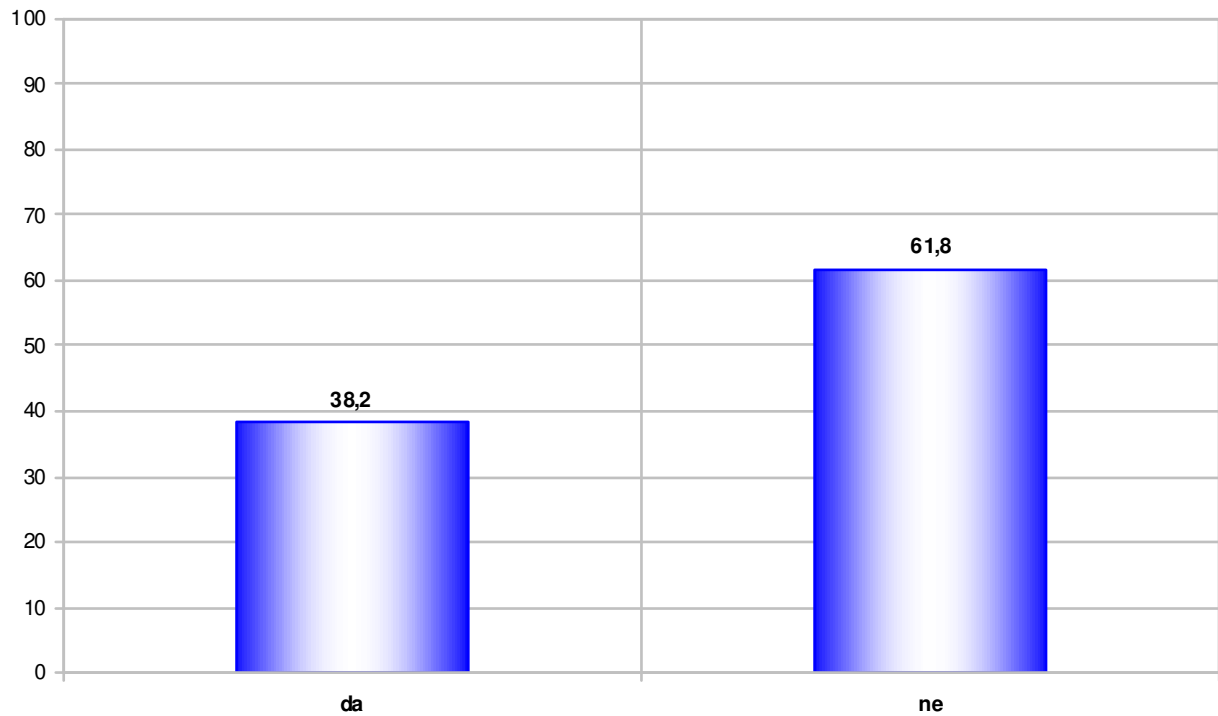


Med anketiranci, ki so opazili, da so ponekod ukinili poštne nabiralnike, je največ takšnih, ki se ne strinjajo z njihovo ukinitvijo (62,5 %).



Ali se vam je morda zgodilo, da so ukinili vaš najbližji poštni nabiralnik? (n = 144)

Odgovarjajo tisti, ki so opazili, da so ponekod ukinili poštne nabiralnike.



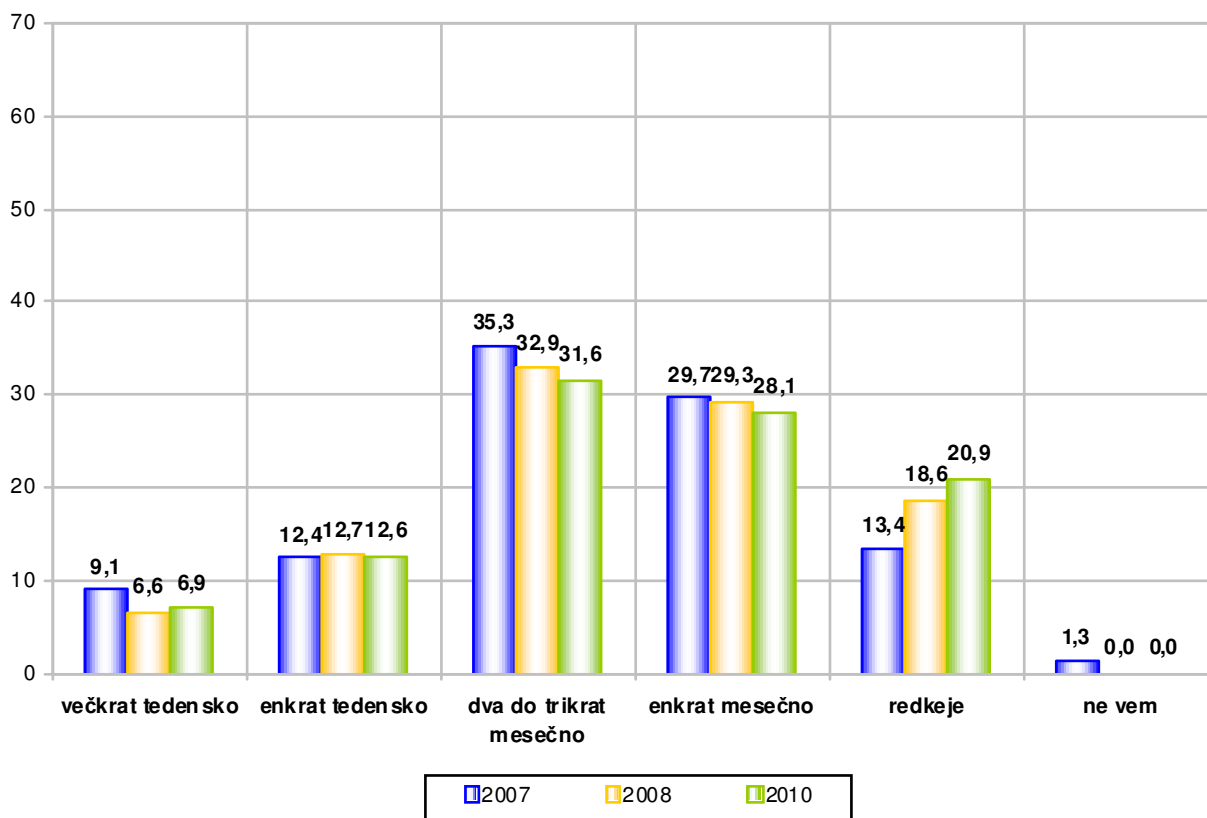
Med anketiranci, ki so opazili, da so ponekod ukinili poštne nabiralnike, je 38,2 % takšnih, ki so jim ukinili nabiralnik v njihovi neposredni bližini.

Tabela: Oddaljenost poštnega nabiralnika glede na ukinitvev poštnega nabiralnika:

	<u>zelo daleč</u>	<u>daleč</u>	<u>ustrezno</u>	<u>blizu</u>	<u>zelo blizu</u>
<u>da</u>	<u>20,0%</u>	<u>27,3%</u>	<u>21,8%</u>	<u>20,0%</u>	<u>10,9%</u>
<u>ne</u>	<u>10,1%</u>	<u>18,0%</u>	<u>16,9%</u>	<u>40,4%</u>	<u>14,6%</u>

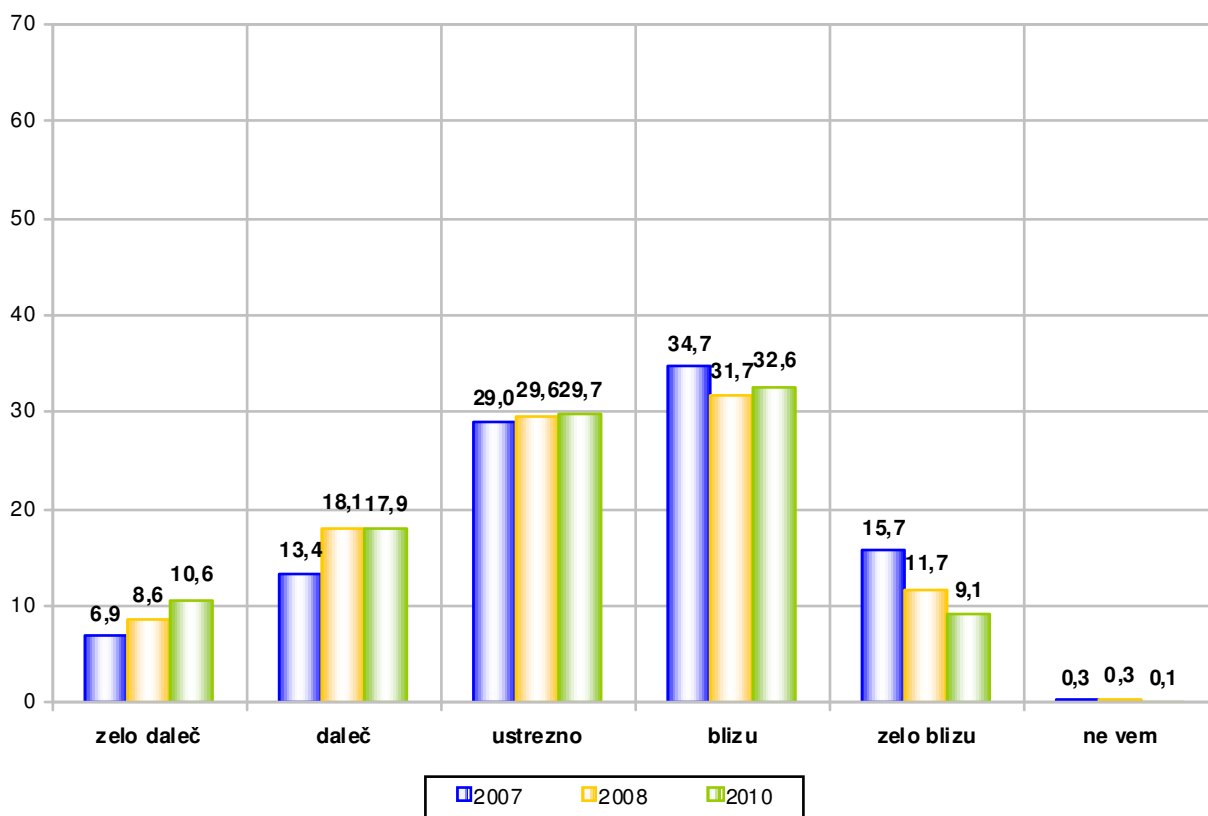


Kako pogosto obiščete poštno enoto? (n = 700)



Največ anketirancev poštno enoto obišče dva od trikrat mesečno (31,6 %, leta 2008 - 32,9, leta 2007 - 35,3 %), sledijo tisti, ki jo obiščejo enkrat mesečno (28,1 %, leta 2008 - 29,3 %, leta 2007 - 29,7 %), redkeje kot enkrat mesečno jo obišče 20,9 % anketirancev, enkrat tedensko to stori 12,6 % in večkrat tedensko 6,9 %. Redkih obiskovalcev je največ med ženskami, najstarejšimi, manj izobraženimi, upokojenci, anketiranci z najmanjšim dohodkom, prebivalci primestja in anketiranci s celjskega dela Štajerske.

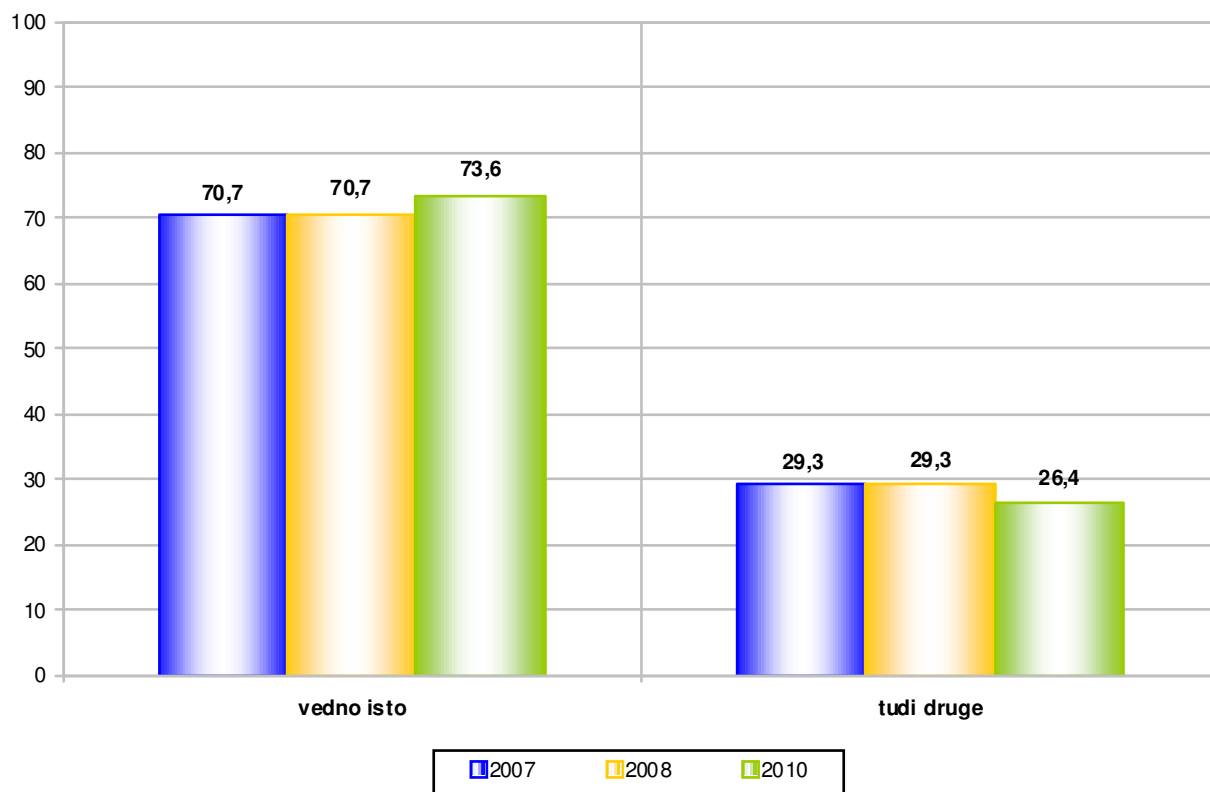
Kako bi ocenili oddaljenost vaše najbližje poštne enote od vašega doma? (n = 700)



Povprečna ocena oddaljenosti najbližje poštne enote od doma je 3,12.

Za največ anketirancev (32,6 %) je najbližja poštna enota blizu, sledijo tisti, ki oddaljenost ocenjujejo kot ustrezno (29,7 %). Zelo daleč ali daleč je najbližja pošta dobri četrtini anketirancev (28,5 %).

Ali obiskujete vedno eno in isto poštno enoto ali več različnih poštne enot? (n = 700)



Skoraj tri četrtine anketirancev (73,6 %) vedno obiskujejo isto pošto, največ takšnih pa je med ženskami, najstarejšimi, manj izobraženimi, upokojenci, anketiranci z nižjim dohodkom, prebivalci mest in tistimi, ki nimajo dostopa do interneta.

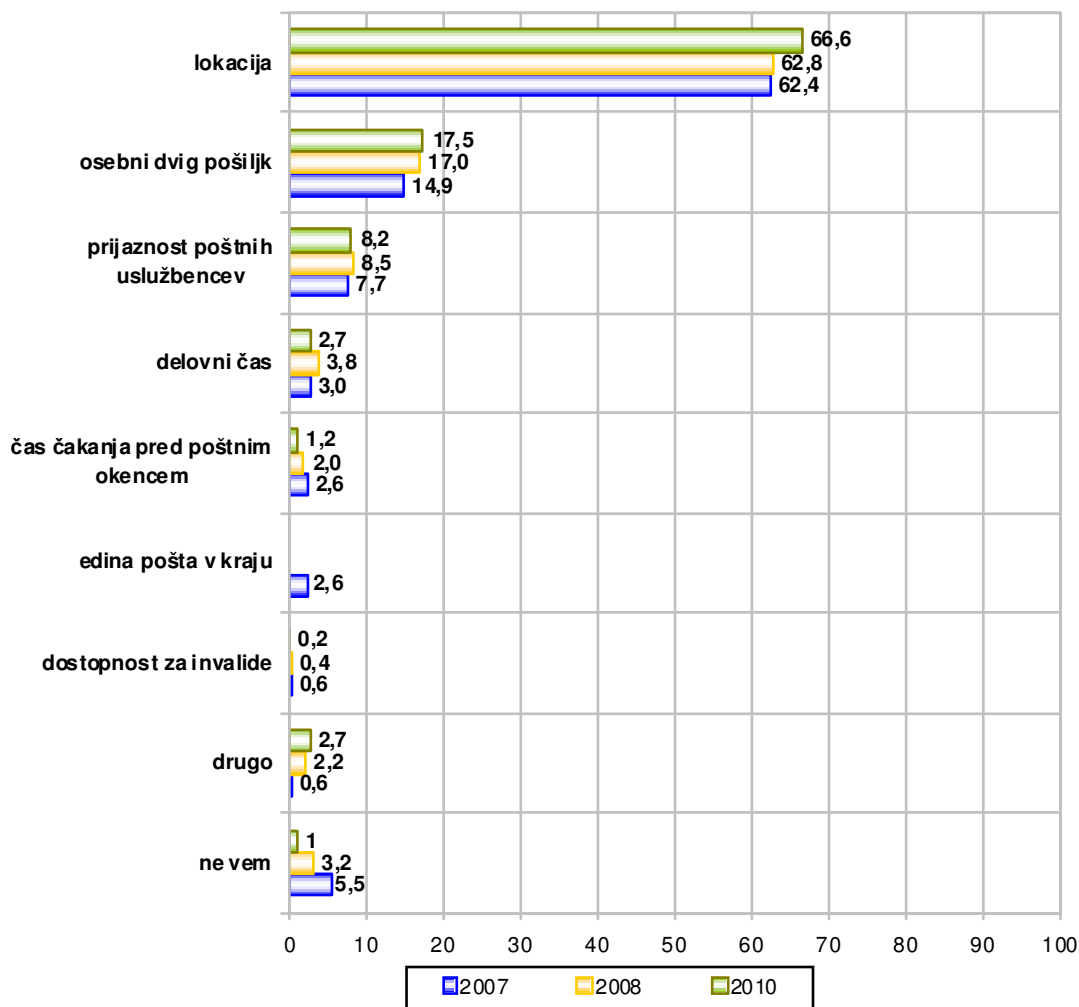


Tabela: Pogostost obiska glede na poštno enoto

	<u>večkrat</u> <u>tedensko</u>	<u>enkrat</u> <u>tedensko</u>	<u>dva do</u> <u>trikrat</u> <u>mesečno</u>	<u>enkrat</u> <u>mesečno</u>	<u>redkeje</u>
<u>vedno ista PE</u>	<u>6,8%</u>	<u>11,5%</u>	<u>29,7%</u>	<u>29,7%</u>	<u>22,3%</u>
<u>tudi druge PE</u>	<u>7,0%</u>	<u>15,7%</u>	<u>36,8%</u>	<u>23,8%</u>	<u>16,8%</u>

Kaj je vaš najpomembnejši razlog obiska izbrane poštne enote? (n = 515)

Odgovarjajo tisti, ki obiskujejo vedno isto poštno enoto.

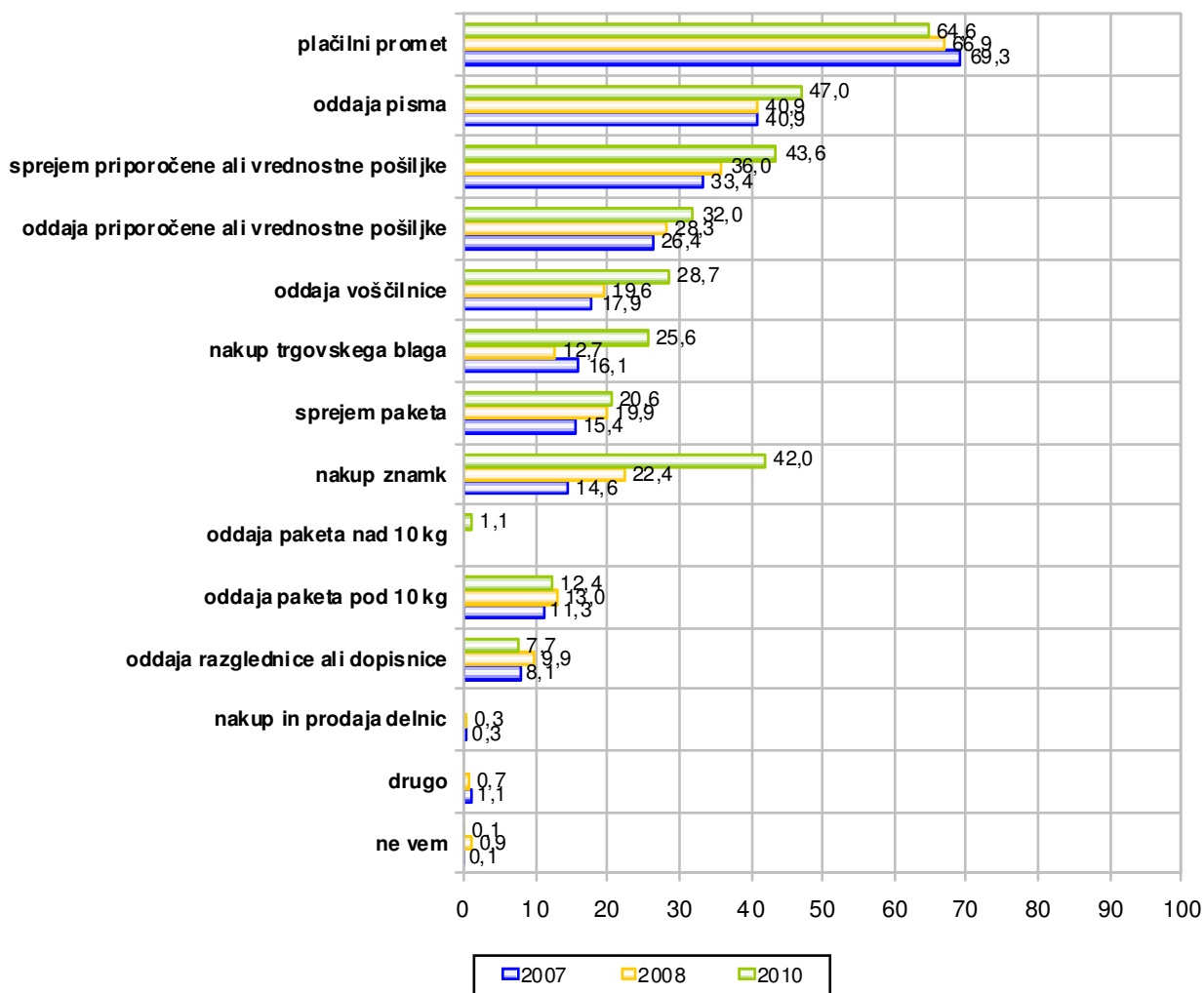


Pod drugo so anketiranci navedli: plačilni promet (14x).

Med anketiranci, ki vedno obiskujejo isto pošto, je glavni razlog za takšno ravnanje lokacija (66,6 %), sledita osebni dvig pošiljk (17,5 %) ter prijaznost poštne uslužbencev (8,2 %). Anketiranci so v manjših deležih navedli še nekaj dejavnikov. Prijaznost poštne uslužbencev pa je najpomembnejši razlog za največ moških, najstarejših, osnovnošolsko izobraženih, nezaposlenih, anketirancev brez prihodka, prebivalcev primestja in celjskega dela Štajerske.

Katere storitve običajno opravite ob obisku poštne enote? (n = 700)

(Več možnih odgovorov.)

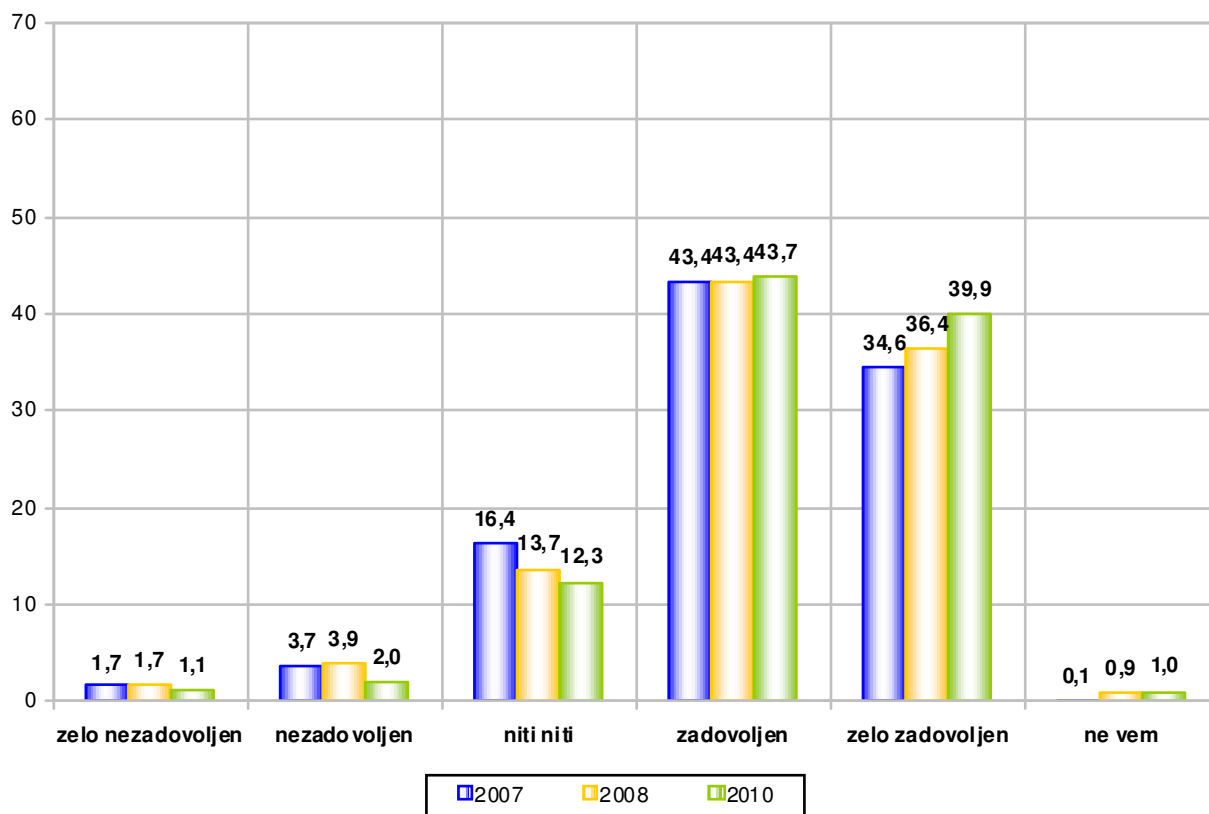


Anketiranci pri obisku pošte najpogosteje opravljajo plačilni promet (64,6 %), sledijo oddajanje pisem (47,0 %), sprejem priporočene ali vrednostne pošiljke (43,6 %), nakup znamk (42,0 %), oddaja priporočene ali vrednostne pošiljke (32,0 %), oddaja voščilnic (28,7 %) in nekatere druge storitve. Razlogi za obisk pri navedenih storitvah so anketiranci navedli v opazno večjem deležu, kot pri prejšnjih merjenjih. Plačilni promet na pošti opravlja največ najstarejših, poklicno izobraženih, brezposelnih, anketirancev z nižjimi prihodki, prebivalcev podeželja ter Dolenjcev in tistih, ki nimajo dostopa do interneta.

Tabela: Pogostost obiska pošne enote glede na opravljeno storitev

	<u>večkrat</u> <u>tedensko</u>	<u>enkrat</u> <u>tedensko</u>	<u>dva do</u> <u>trikrat</u> <u>mesečno</u>	<u>enkrat</u> <u>mesečno</u>	<u>redkeje</u>
<u>oddaja pisma</u>	<u>8,5%</u>	<u>15,2%</u>	<u>33,1%</u>	<u>25,5%</u>	<u>17,6%</u>
<u>oddaja voščilnice</u>	<u>7,4%</u>	<u>9,9%</u>	<u>35,1%</u>	<u>31,7%</u>	<u>15,8%</u>
<u>oddaja paketa pod 10 kg</u>	<u>5,7%</u>	<u>17,2%</u>	<u>35,6%</u>	<u>26,4%</u>	<u>14,9%</u>
<u>oddaja paketa nad 10 kg</u>	<u>25,0%</u>	<u>12,5%</u>	<u>37,5%</u>	<u>12,5%</u>	<u>12,5%</u>
<u>oddaja razglednice ali dopisnice</u>	<u>3,7%</u>	<u>13,0%</u>	<u>35,2%</u>	<u>35,2%</u>	<u>13,0%</u>
<u>oddaja priporočene ali vrednostne pošiljke</u>	<u>9,8%</u>	<u>13,8%</u>	<u>37,9%</u>	<u>24,1%</u>	<u>14,3%</u>
<u>sprejem paketa</u>	<u>9,7%</u>	<u>15,3%</u>	<u>40,3%</u>	<u>23,6%</u>	<u>11,1%</u>
<u>sprejem priporočene ali vrednostne pošiljke</u>	<u>5,6%</u>	<u>11,8%</u>	<u>33,8%</u>	<u>28,5%</u>	<u>20,3%</u>
<u>plačilni promet</u>	<u>6,6%</u>	<u>13,5%</u>	<u>38,1%</u>	<u>30,1%</u>	<u>11,7%</u>
<u>nakup trgovskega blaga</u>	<u>11,7%</u>	<u>15,1%</u>	<u>38,0%</u>	<u>23,5%</u>	<u>11,7%</u>
<u>nakup znamk</u>	<u>6,8%</u>	<u>13,3%</u>	<u>37,4%</u>	<u>27,6%</u>	<u>15,0%</u>

Na petstopenjski lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni zelo nezadovoljen, 5 pa zelo zadovoljen, ocenite vaše zadovoljstvo s hitrostjo opravljanja storitev na poštah? (n = 700)

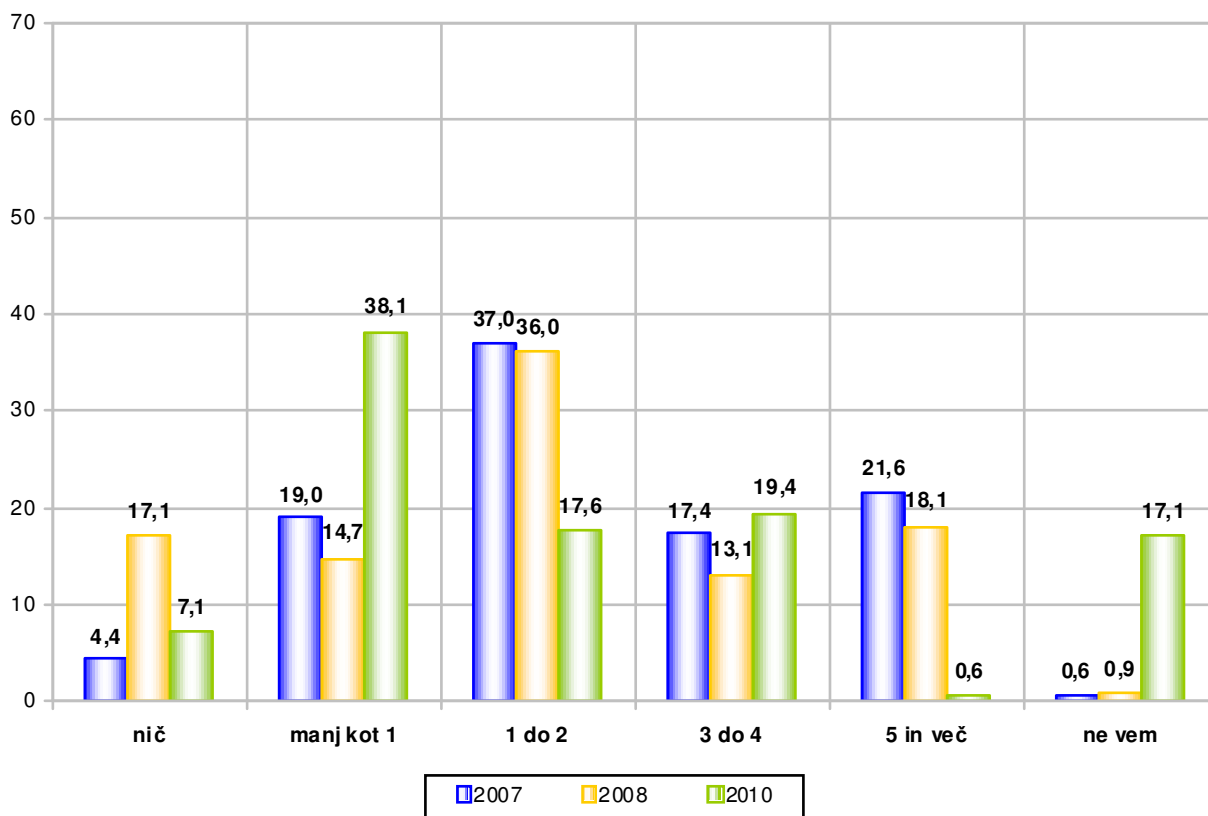


Povprečna ocena zadovoljstva s hitrostjo opravljanja storitev na poštah je 4,20, pri čemer je 83,6 % anketirancev zadovoljnih ali zelo zadovoljnih in 3,1 % nezadovoljnih ali pa zelo nezadovoljnih. Najbolj zadovoljne so ženske, najstarejši anketiranci, osnovnošolsko izobraženi, brezposelni in upokojenci, anketiranci z nižjim prihodkom, prebivalci podeželja in Gorenjci ter tisti, ki nimajo dostopa do interneta.

Tabela: Zadovoljstvo s hitrostjo opravljanja storitev glede na opravljeno storitev

	<u>zelo</u> <u>nezadovoljen</u>	<u>nezadovoljen</u>	<u>niti niti</u>	<u>zadovoljen</u>	<u>zelo</u> <u>zadovoljen</u>
<u>oddaja pisma</u>	<u>1,5%</u>	<u>2,8%</u>	<u>11,0%</u>	<u>48,2%</u>	<u>36,5%</u>
<u>oddaja voščilnice</u>	<u>1,5%</u>	<u>2,5%</u>	<u>12,4%</u>	<u>43,3%</u>	<u>40,3%</u>
<u>oddaja paketa pod 10 kg</u>	<u>1,1%</u>	<u>2,3%</u>	<u>11,5%</u>	<u>46,0%</u>	<u>39,1%</u>
<u>oddaja paketa nad 10 kg</u>	-	-	<u>12,5%</u>	<u>37,5%</u>	<u>50,0%</u>
<u>oddaja razglednice ali dopisnice</u>	<u>1,9%</u>	-	<u>14,8%</u>	<u>37,0%</u>	<u>46,3%</u>
<u>oddaja priporočene ali vrednostne pošiljke</u>	<u>1,8%</u>	<u>1,3%</u>	<u>11,2%</u>	<u>46,6%</u>	<u>39,0%</u>
<u>sprejem paketa</u>	<u>1,4%</u>	<u>7%</u>	<u>10,5%</u>	<u>50,3%</u>	<u>37,1%</u>
<u>sprejem priporočene ali vrednostne pošiljke</u>	<u>1,3%</u>	<u>2,6%</u>	<u>12,6%</u>	<u>47,4%</u>	<u>36,1%</u>
<u>plačilni promet</u>	<u>0,7%</u>	<u>1,1%</u>	<u>11,8%</u>	<u>43,0%</u>	<u>43,4%</u>
<u>nakup trgovskega blaga</u>	<u>1,1%</u>	<u>1,7%</u>	<u>6,1%</u>	<u>40,2%</u>	<u>50,8%</u>
<u>nakup znamk</u>	<u>1,0%</u>	<u>2,7%</u>	<u>10,6%</u>	<u>42,7%</u>	<u>43,0%</u>

Koliko pisem v povprečju oddate mesečno? (n = 700)

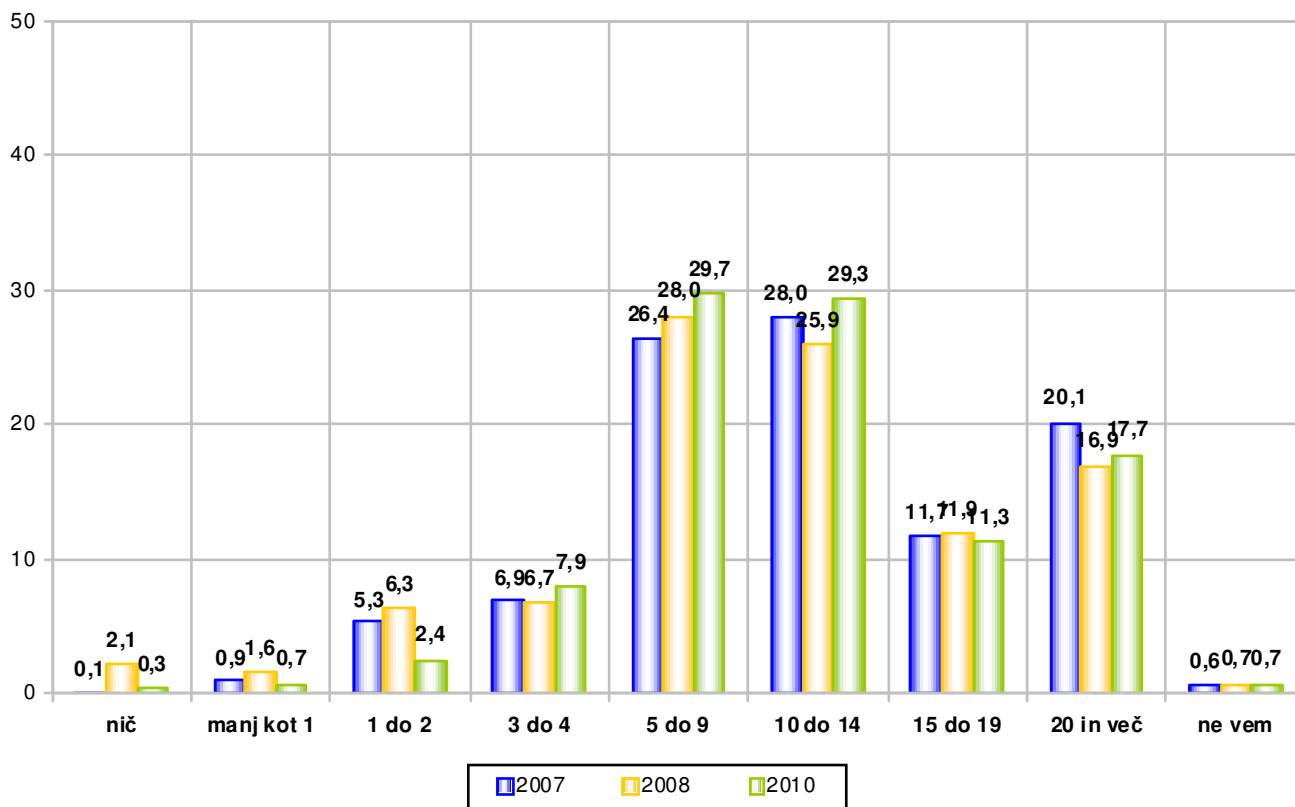


Največ anketirancev (38,1) mesečno odda manj kot 1 pismo, sledijo tisti, ki oddajo 3 do 4 pisma (19,4 %), anketiranci, ki oddajo 1 do 2 pisma mesečno (17,6 %) itd. V odnosu na prejšnja merjenja so se deleži po posameznih kategorijah povsem spremenili, letos pa je izrazito poskočil delež tistih, ki niso znali odgovoriti na zastavljeno vprašanje, padel pa je delež tistih, ki ne oddajo nič pisem.

Tabela: število oddanih pisem glede na dostop do interneta

	<u>nič</u>	<u>manj kot 1</u>	<u>1 do 2</u>	<u>3 do 4</u>	<u>5 in več</u>
<u>dostop do interneta</u>	<u>5,4%</u>	<u>14,3%</u>	<u>38,6%</u>	<u>19,1%</u>	<u>22,3%</u>
<u>brez dostopa do interneta</u>	<u>11,7%</u>	<u>24,4%</u>	<u>37,1%</u>	<u>13,7%</u>	<u>12,2%</u>

Koliko pisem v povprečju prejmete mesečno? (n = 700)



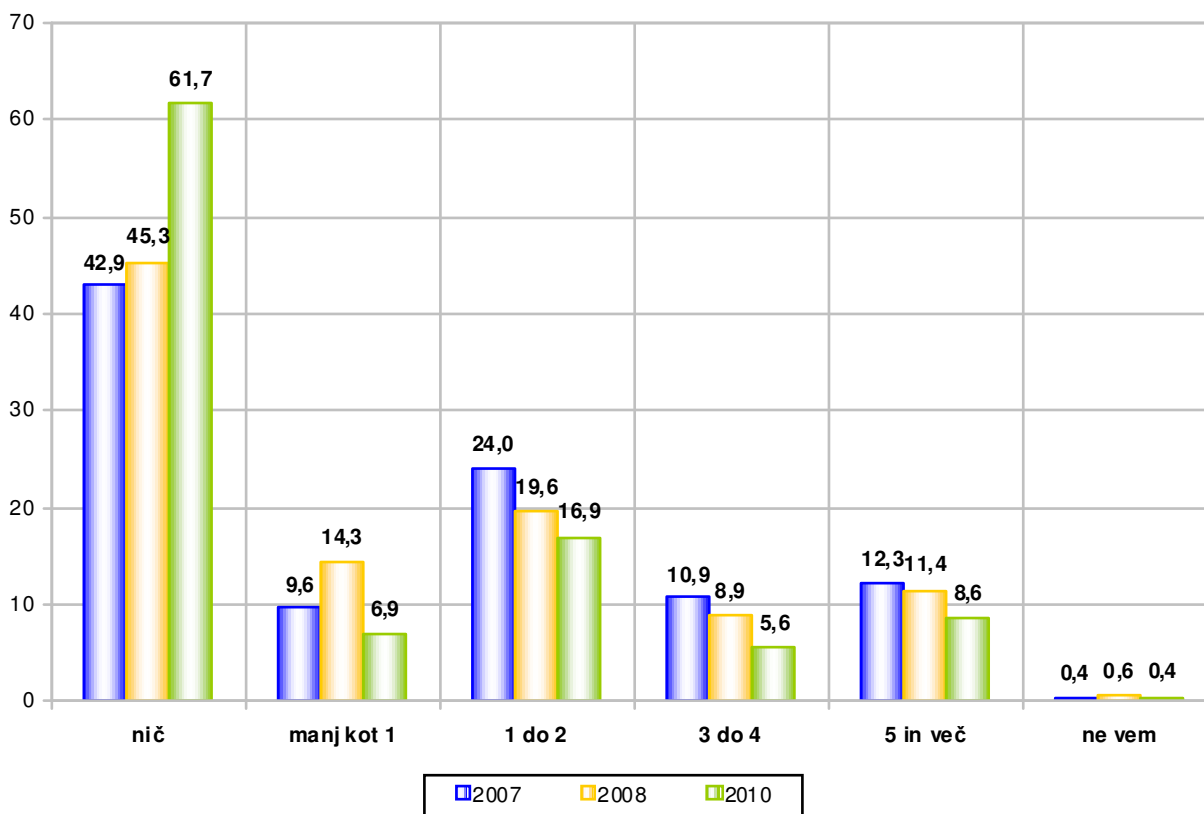
Največji delež anketirancev mesečno prejme med 5 in 9 pisem (29,7 %) in od 10 do 14 (29,3 %). Sledijo anketiranci, ki prejmejo 20 pisem in več (17,7 %). Manj kot 5 pisem prejme okrog 11 % anketiranih. Največ pisem prejmejo moški, pripadniki srednje generacije, najbolj izobraženi, zaposleni, anketiranci z najvišjimi prihodki, prebivalci mest ter mariborskega dela Štajerske.

Tabela: število prejetih pisem glede na dostop do interneta

	<u>nič</u>	<u>manj kot 1</u>	<u>1 do 2</u>	<u>3 do 4</u>	<u>5 do 9</u>	<u>10 do 14</u>	<u>15 do 19</u>	<u>več kot 20</u>
<u>dostop do interneta</u>	-	0,4%	2,2%	8,3%	23,1%	30,0%	13,1%	22,7%
<u>brez dostopa do interneta</u>	1,0%	1,5%	3,0%	6,6%	46,7%	27,4%	6,6%	5,1%

Koliko paketov pod 10 kg v povprečju oddate letno? (n = 700)*

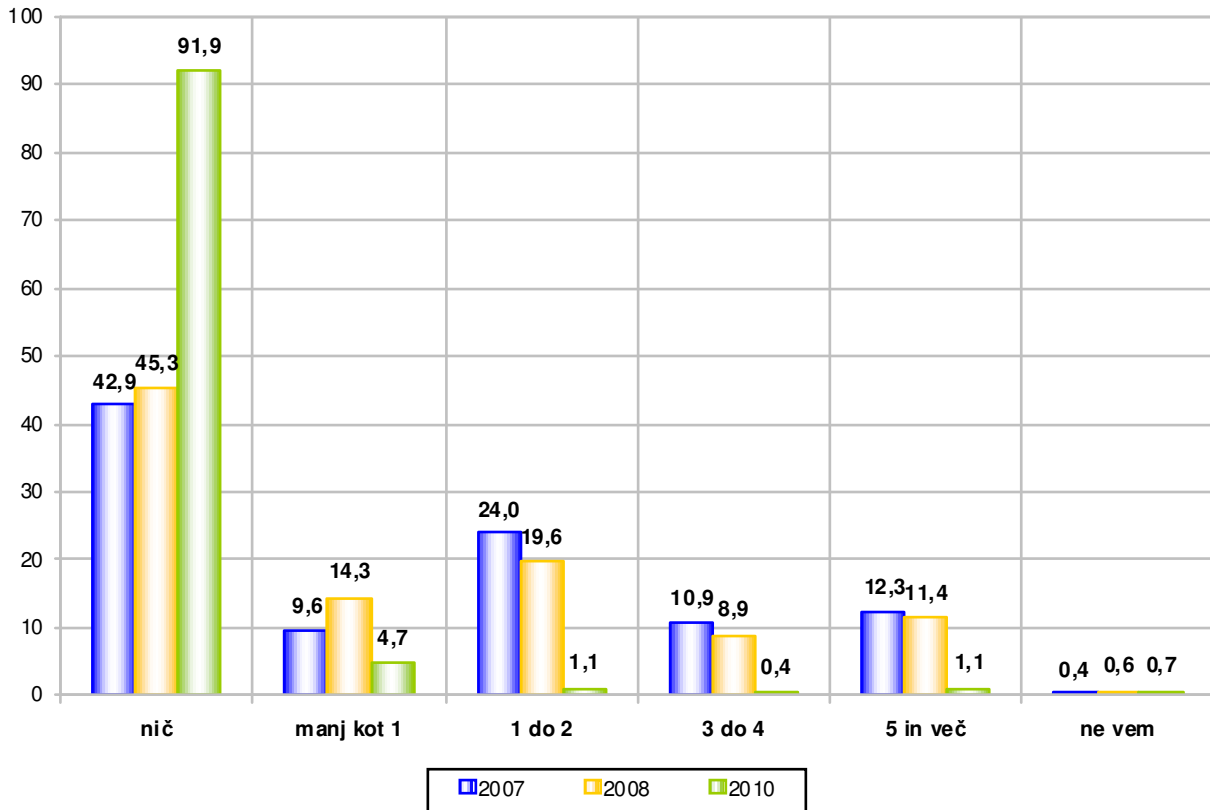
* Primerjava podatkov je zgolj ilustrativna, ker smo v tokratni raziskavi vprašanje specificirali glede na težo paketnih pošilk, ki je bila pri prejšnjih dveh raziskavah neomejena.



Skoraj dve tretjini anketirancev (61,7 %) sploh ne pošiljata paketov pod 10 kg, med ostalimi pa prevladujejo tisti, ki letno pošljejo 1 do 2 paketa (16,9 %), 5 in več paketov pošilja 8,6 % anketiranih, 3 do 4 pakete 5,6 %, manj kot en paket pa 6,9 % anketiranih. Anketirancev, ki ne pošiljajo paketov, je največ med ženskami, najstarejšimi, osnovnošolsko izobraženimi, upokojenci, anketiranci z najnižjimi prihodki, prebivalci podeželja, Dolenjci in tistimi, ki nimajo dostopa do interneta.

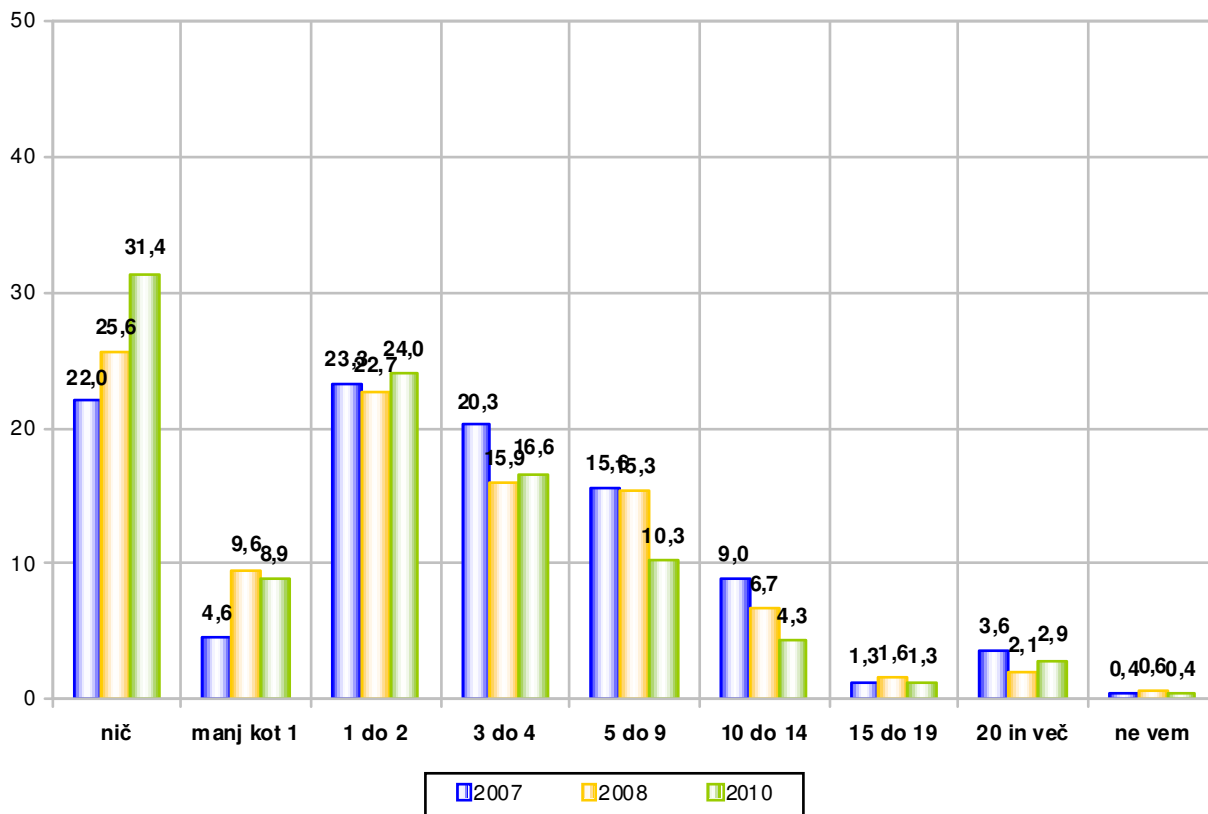
Koliko paketov nad 10 kg v povprečju oddate letno? (n = 700)*

* Primerjava podatkov je zgolj ilustrativna, ker smo v tokratni raziskavi vprašanje specificirali glede na težo paketnih pošilk, ki je bila pri prejšnjih dveh raziskavah neomejena.



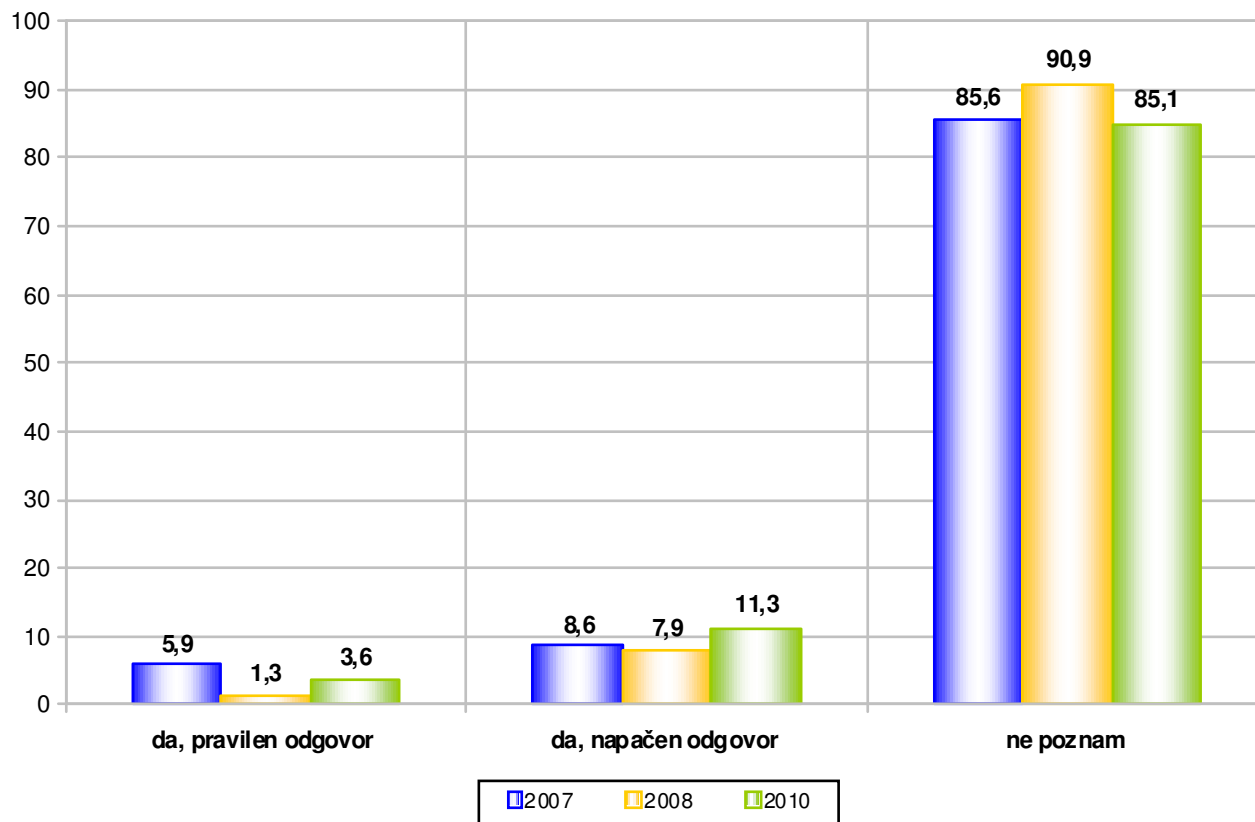
Dobrih devet desetih anketirancev ne odda nobenega paketa nad deset kilogramov. Med ostalimi je še največ takšnih, ki letno oddajo manj kot en paket (4,7 %).

Koliko paketov v povprečju prejmete letno, osebno vi? (n = 700)



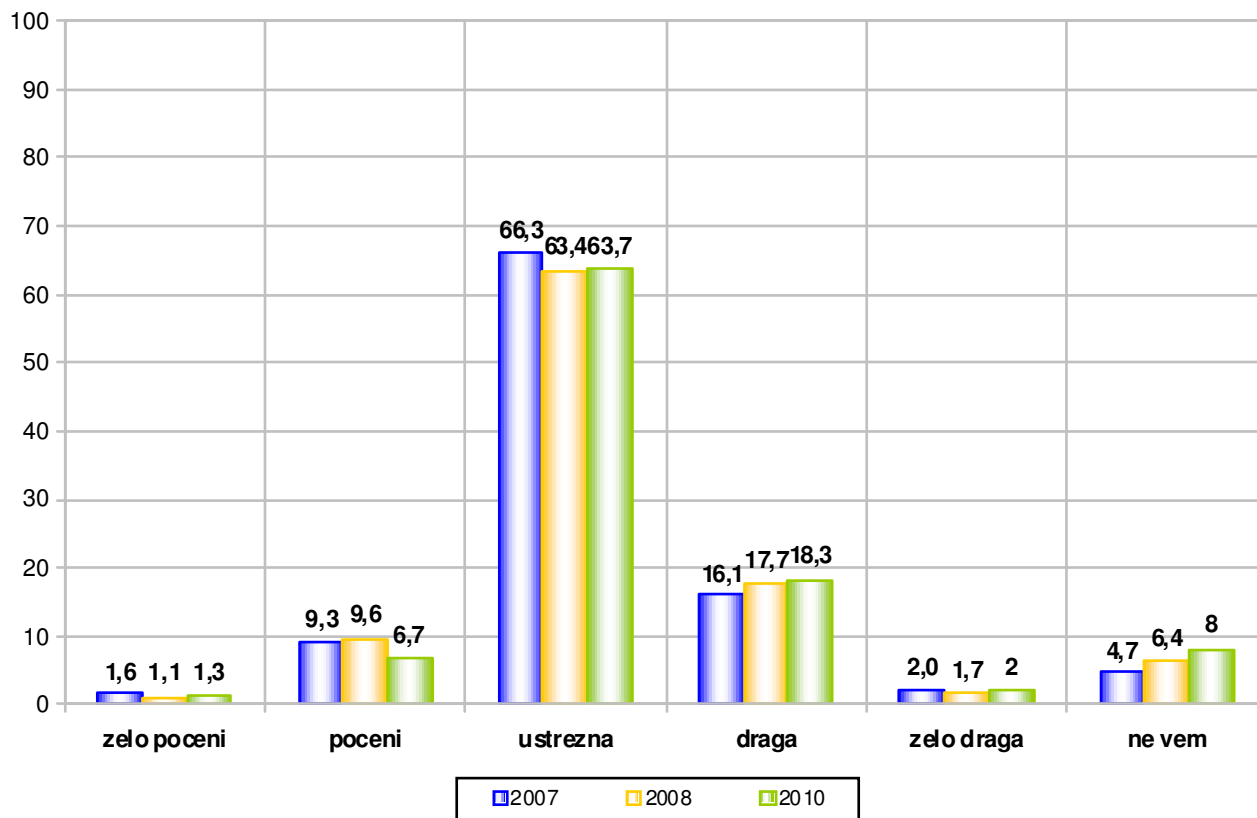
Slaba tretjina anketirancev (31,4 %) ne prejema paketov, največ pa jih prejme 1 do 2 paketa letno (24,0 %) in 3 do 4 pakete letno (16,6 %) ter 5 do 9 paketov (10,3 %). Od 10 do 14 paketov letno prejme 4,3 % anketiranih. Med tistimi, ki ne prejemajo paketov, je največ najstarejših, osnovnošolsko izobraženih, upokojencev, anketirancev z najnižjimi prihodki, prebivalcev velikih mest, Dolenjcev ter tistih, ki nimajo dostopa do interneta.

Ali poznate ceno prenosa navadnega pisma (znamka A)? (n = 700)



Ceno pisma pozna le 3,6 % anketiranih, ostali je ne poznajo, ali pa so navedli napačno ceno.

Kakšna se vam zdi cena 0,29 EUR za prenos navadnega pisma – znamka A? (n = 700)



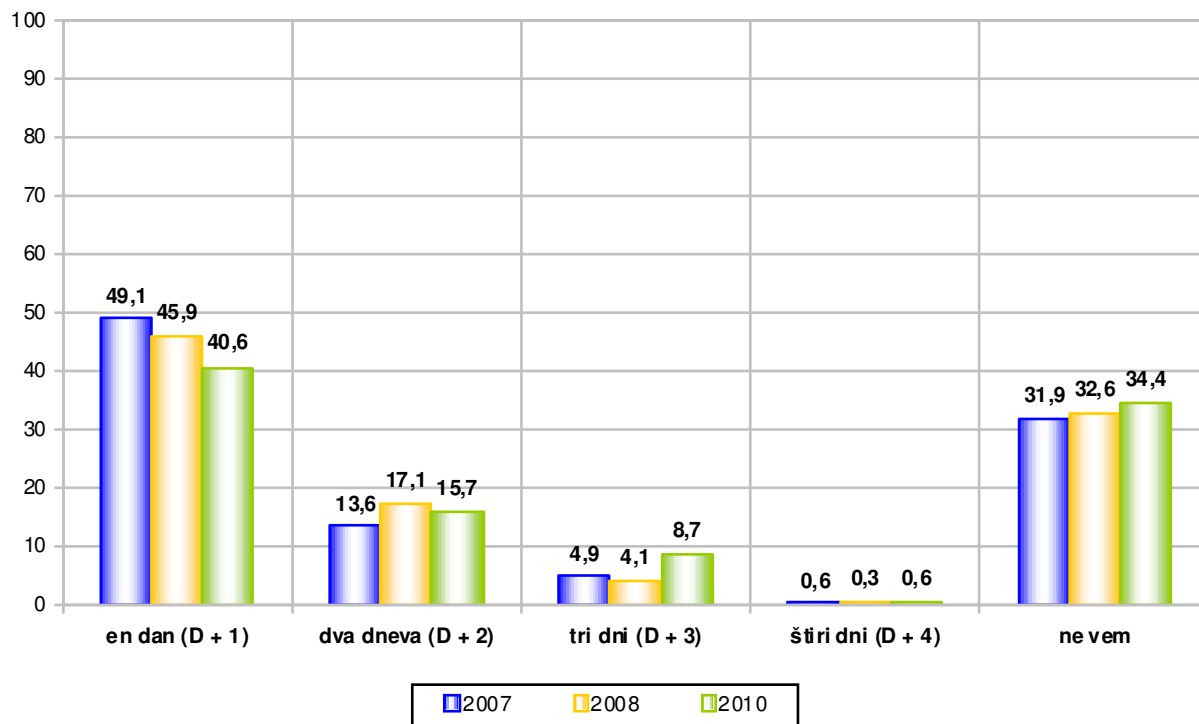
Povprečna ocena je 3,14.

Cena 0,29 € za prenos navadnega pisma se večini anketirancev (63,7 %) zdi ustrezna. Drago ali predrago je za petino (20,3 %) anketirancev, 8,0 % pa je mnenja, da je poceni ali prepoceni. Da je cena previsoka, meni največ najstarejših, poklicno izobraženih, samozaposlenih in upokoјencev, anketirancev z najnižjimi prihodki ter prebivalcev podeželja in mariborskega dela Štajerske.

Tabela: ustreznost cene glede na število oddanih pisem

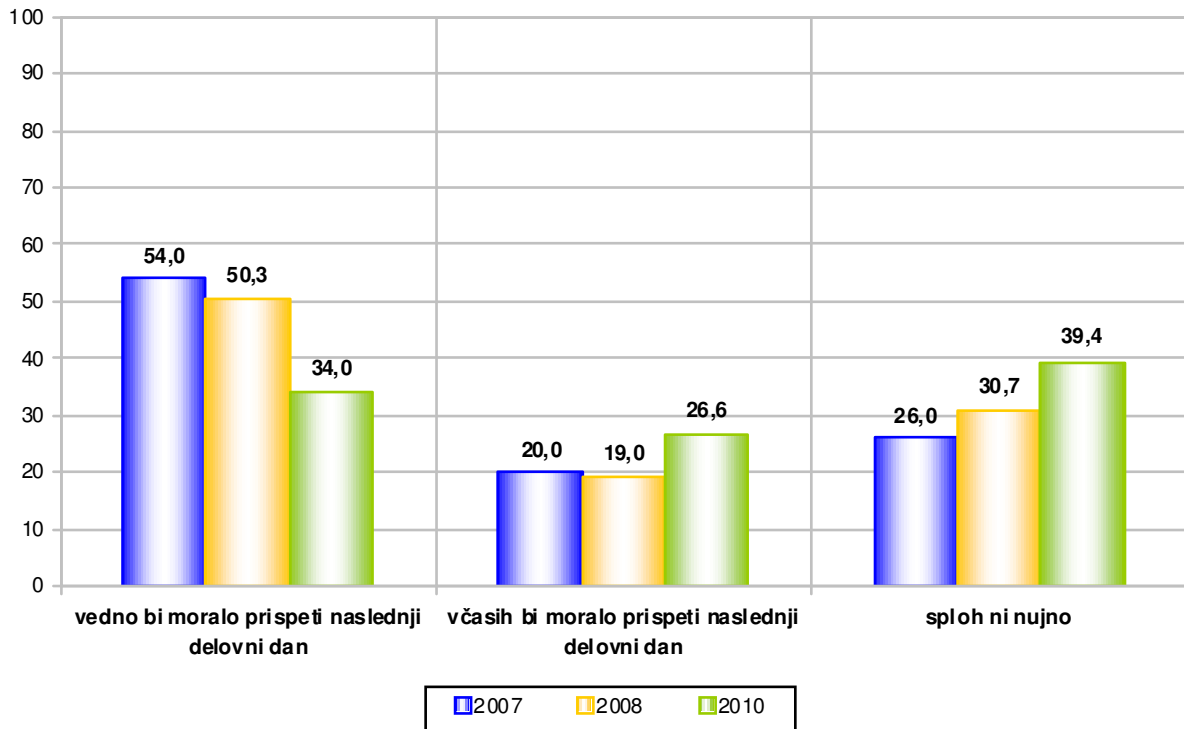
	<u>zelo poceni</u>	<u>poceni</u>	<u>ustrezna</u>	<u>draga</u>	<u>zelo draga</u>
<u>nič</u>	=	<u>14,3%</u>	<u>54,8%</u>	<u>26,2%</u>	<u>4,8%</u>
<u>manj kot 1</u>	<u>3,6%</u>	<u>7,1%</u>	<u>65,2%</u>	<u>21,4%</u>	<u>2,7%</u>
<u>1 do 2</u>	<u>0,8%</u>	<u>6,5%</u>	<u>73,7%</u>	<u>17,4%</u>	<u>1,6%</u>
<u>3 do 4</u>	<u>0,9%</u>	<u>5,2%</u>	<u>76,5%</u>	<u>16,5%</u>	<u>0,9%</u>
<u>5 in več</u>	<u>1,6%</u>	<u>8,7%</u>	<u>63,5%</u>	<u>23,0%</u>	<u>3,2%</u>

Ali veste, kakšen je predpisan čas prenosa navadnega pisma? (n = 700)



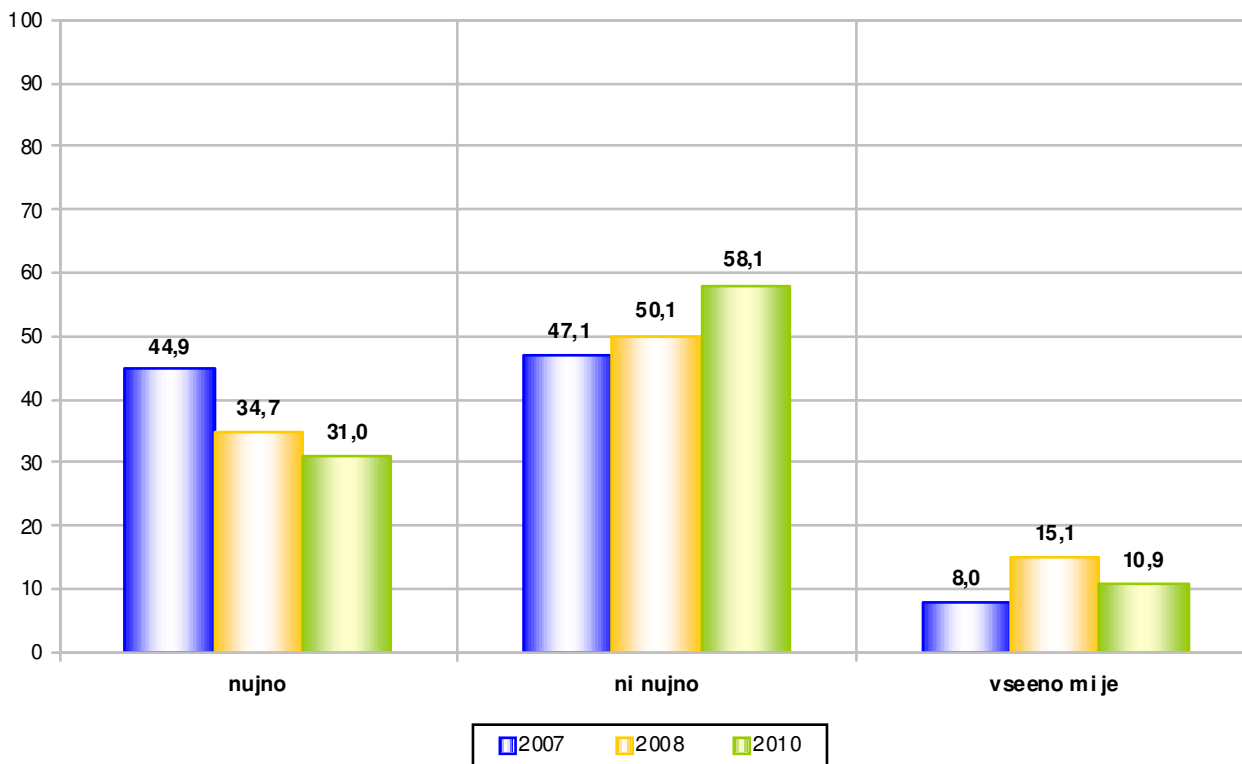
Največ anketirancev (40,6 %) je odgovorilo, da je predpisan čas prenosa navadnega pisma en dan, dobra tretjina (34,4 %) ni vedela odgovora, 15,7 % anketirancev meni, da je predpisan čas dva dneva, 8,7 % pa meni, da pismo potuje tri dni. Da je predpisan čas prenosa pisma en dan, je odgovorilo največ žensk, najstarejših, bolj izobraženih, upokojencev, anketirancev z zmernimi prihodki, prebivalcev mest in Gorenjcev.

Ali se vam zdi nujno, da bi moralo pismo prispeti do naslovnika naslednji delovni dan, kot je bilo oddano? (n = 700)



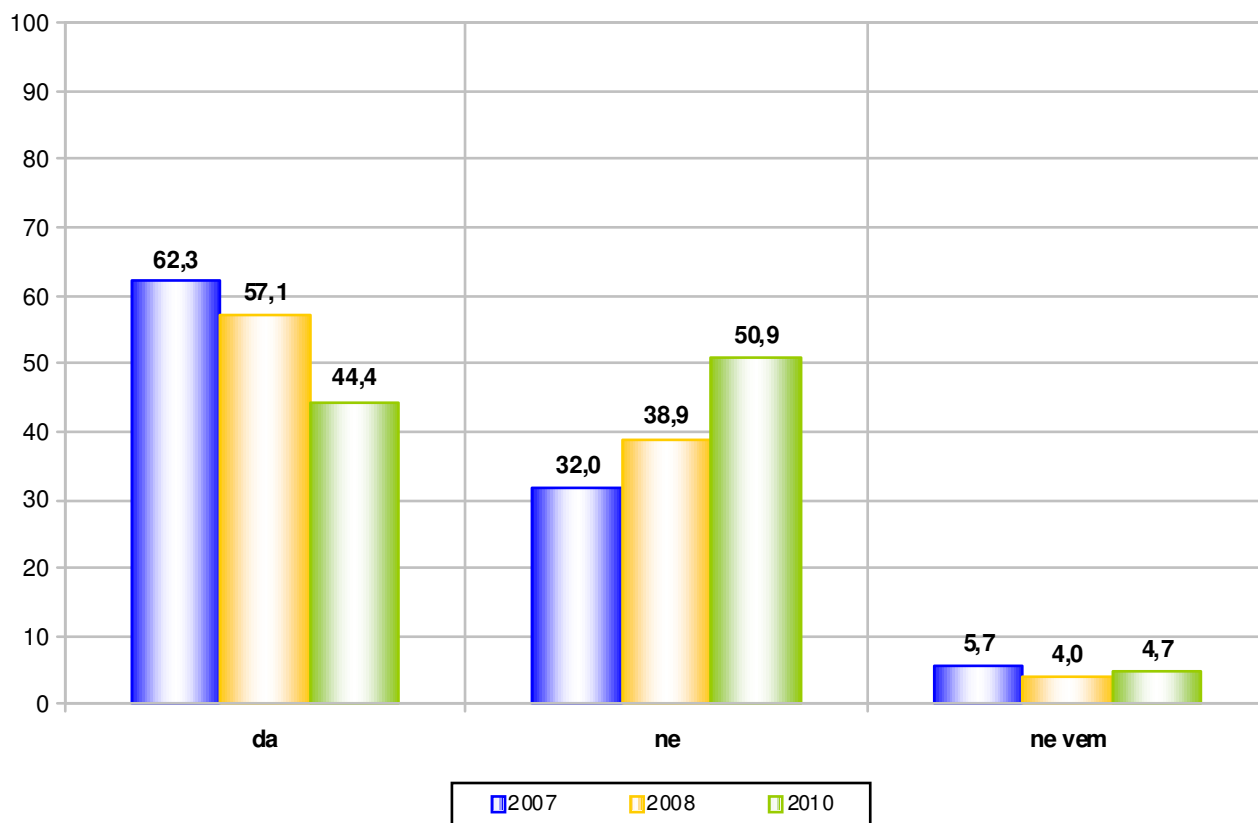
Da bi moralo pismo vedno prispeti do naslovnika naslednji delovni dan, kot je bilo oddano, meni 34,0 % anketirancev, dobra četrtina (26,6 %) jih meni, da bi v časih moralo prispelo naslednji delovni dan, da sploh ni nujno, da bi prispelo naslednji dan pa meni 39,4 % anketirancev. Prvih je največ med ženskami, anketiranci v starostni skupini od 46 do 60 let, najvišje izobraženimi, zaposlenimi, anketiranci z zmernimi prihodki, prebivalci mest, Primorci ter tistimi, ki imajo dostop do interneta.

Ali se vam zdi smiselna dostava poštnih pošiljk na dom ob sobotah? (n = 700)



Da je smiselna dostava poštnih pošiljk ob sobotah meni 31,0 % anketirancev, 58,1 % je mnenja, da to ni nujno, za 10,9 % pa je vseeno. Delež tistih, ki misli, da je dostava ob sobotah nujna, vztrajno pada. Dostavo poštnih pošiljk ob sobotah si želi največ anketirancev v starostni skupini od 46 do 60 let, najbolj izobraženih, samozaposlenih, anketirancev z višjimi prihodki, prebivalcev primestja in tistih, ki imajo dostop do interneta.

Ali imate dostavo poštnih pošiljk na dom ob sobotah? (n = 700)



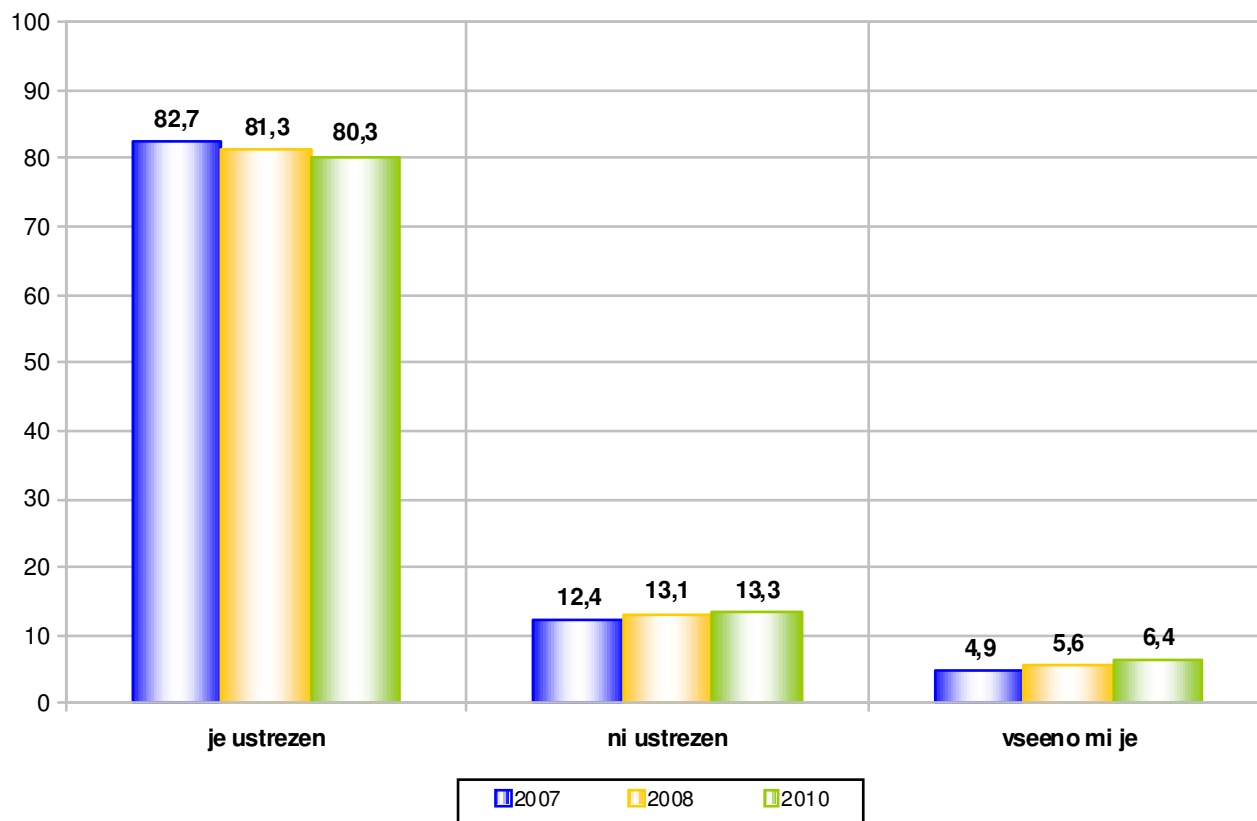
Dobrih 40 % anketirancev zatrjuje, da imajo dostavo poštnih pošiljk na dom tudi ob sobotah, polovica pa je izjavila, da je nimajo. Delež tistih, ki imajo dostavo poštnih pošiljk na dom ob sobotah, vztrajno pada.



Tabela: smiselnost dostave ob sobotah glede na dejansko dostavo ob sobotah

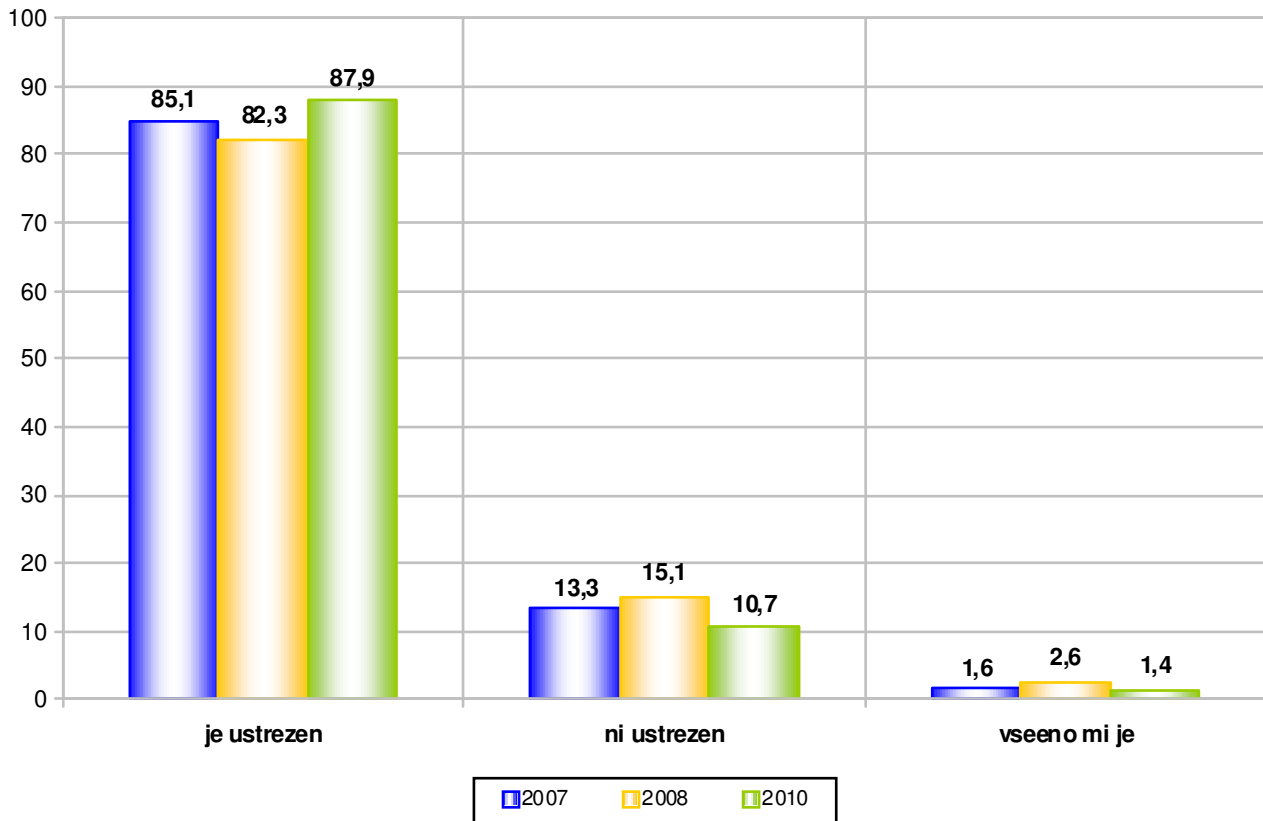
	<u>nujno</u>	<u>ni nujno</u>	<u>vseeno mi je</u>
<u>dostava ob sobotah</u>	<u>37,0%</u>	<u>53,4%</u>	<u>9,6%</u>
<u>brez dostave ob sobotah</u>	<u>27,2%</u>	<u>61,5%</u>	<u>11,2%</u>

Ali se vam zdi čas prihoda pismonoše na vaš dom ustrezen? (n = 700)



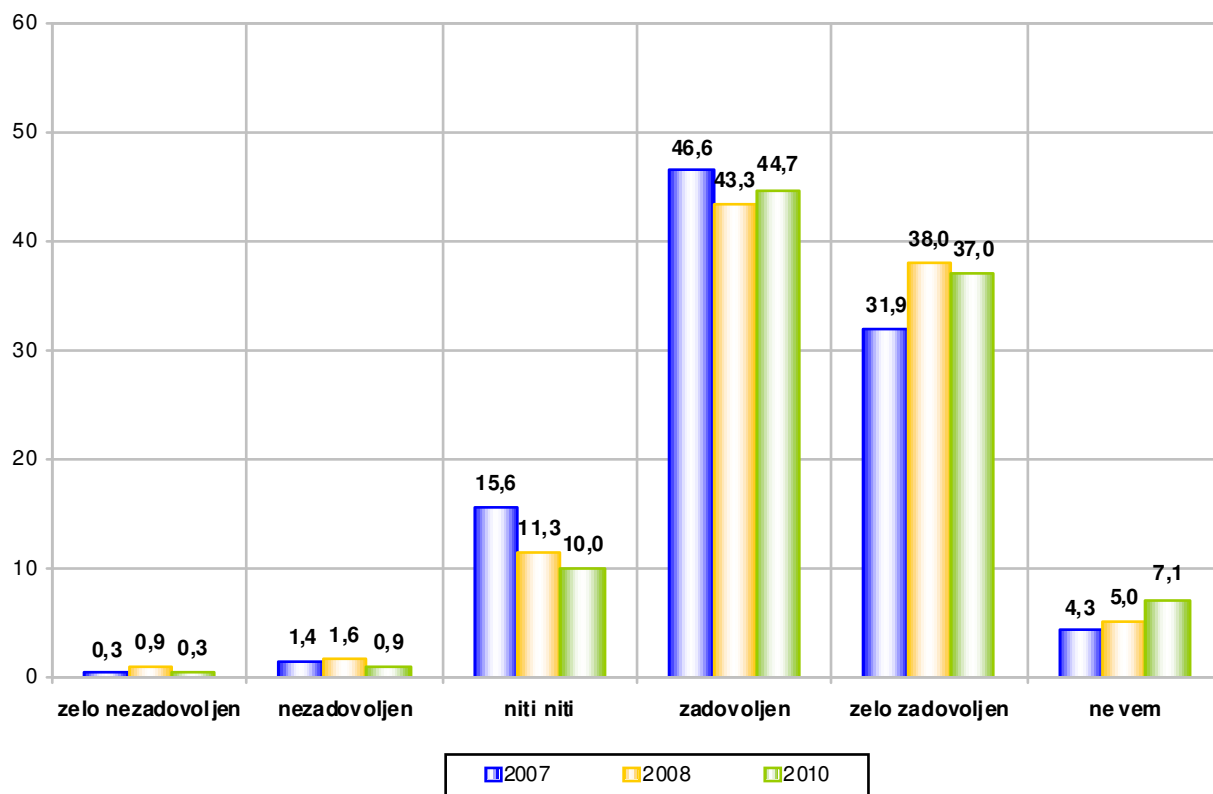
Dobre štiri petine anketirancev (80,3 %) so izjavile, da se jim zdi čas prihoda pismonoše na njihov dom ustrezen, dobra desetina (13,3 %) pa meni nasprotno. Nekoliko več nezadovoljnih s časom prihoda poštarja na njihov dom je med moškimi, mlajšimi, bolj izobraženimi, samozaposlenimi ter dijaki in študenti, anketiranci z višjimi prihodki, med prebivalci mesta in anketiranci iz celjskega dela Štajerske.

Ali se vam zdi obratovalni čas poštnih enot, ki jih obiskujete, ustrezen? (n = 700)



Obratovalni čas poštnih enot, ki jih obiskujejo, je ustrezen za 87,9 % anketirancev, dobri desetini pa ne ustreza.

Na petstopenjski lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni zelo nezadovoljen, 5 pa zelo zadovoljen, ocenite vaše zadovoljstvo z dostopnostjo potrebnih informacij na poštah? (n = 700)



Povprečna ocena zadovoljstva z dostopnostjo informacij na poštah je 4,26.

Oceno zadovoljen ali zelo zadovoljen je izbralo 81,7 % anketirancev, oceno nezadovoljen ali zelo nezadovoljen pa 1,2 %. Z dostopnostjo informacij na poštah so najbolj zadovoljne ženske, najstarejši anketiranci, osnovnošolsko izobraženi, upokojenci, anketiranci z nižjimi prihodki, prebivalci največjih mest ter Gorenjci.

Zakaj niste zadovoljni z dostopnostjo informacij? Katere informacije pogrešate? (n = 8)

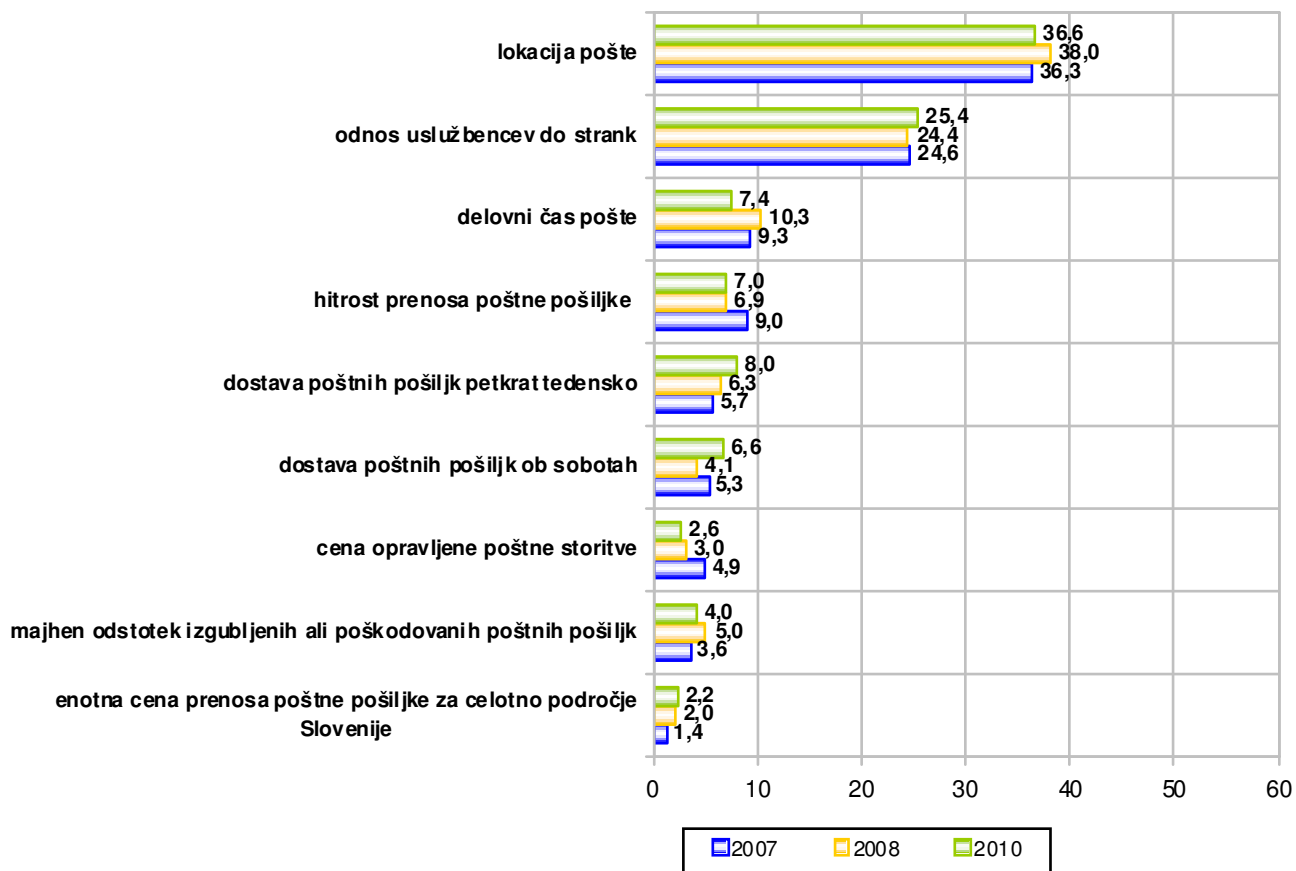
Na vprašanje so odgovarjali tisti, ki niso zadovoljni z dostopnostjo informacij. Spodaj navajamo dobesedne navedbe nezadovoljnih anketirancev:

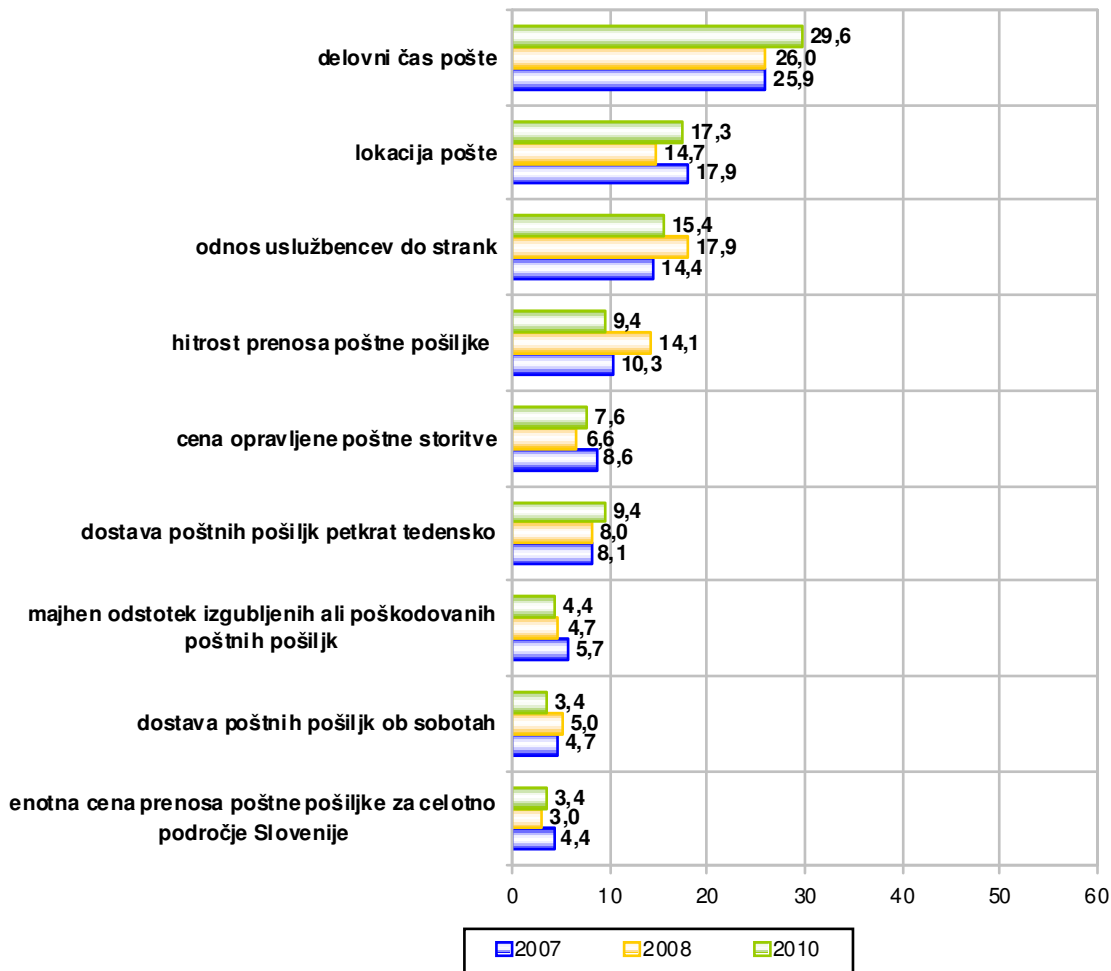
- ažurnost in prijaznost uslužbencev
- nestrokovnost zaposlenih
- počasnost uslužbenca
- premalo ljudi, zato ni možno dobiti informacij
- uslužbenci ne podajajo konkretnega odgovora
- uslužbenci ne povejo po pravici
- ne vem (2x)



Navedli vam bomo nekaj dejavnikov kakovosti poštne storitve, vi pa izmed vseh dejavnikov izberite tri, ki so za vas najpomembnejši. Najprej navedite tisti dejavnik, ki je za vas najbolj pomemben, nato drugega in še tretjega. (n = 700)

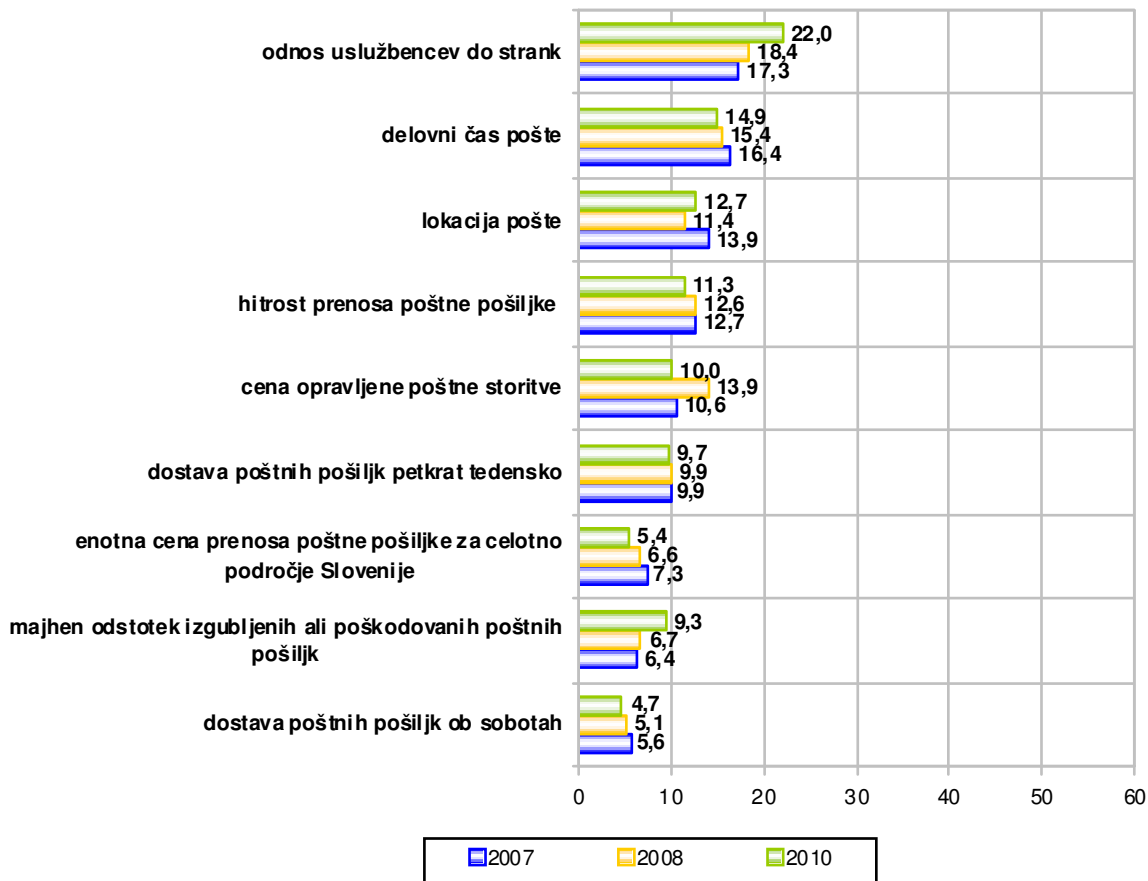
A. PRVI IZBOR



B. DRUGI IZBOR


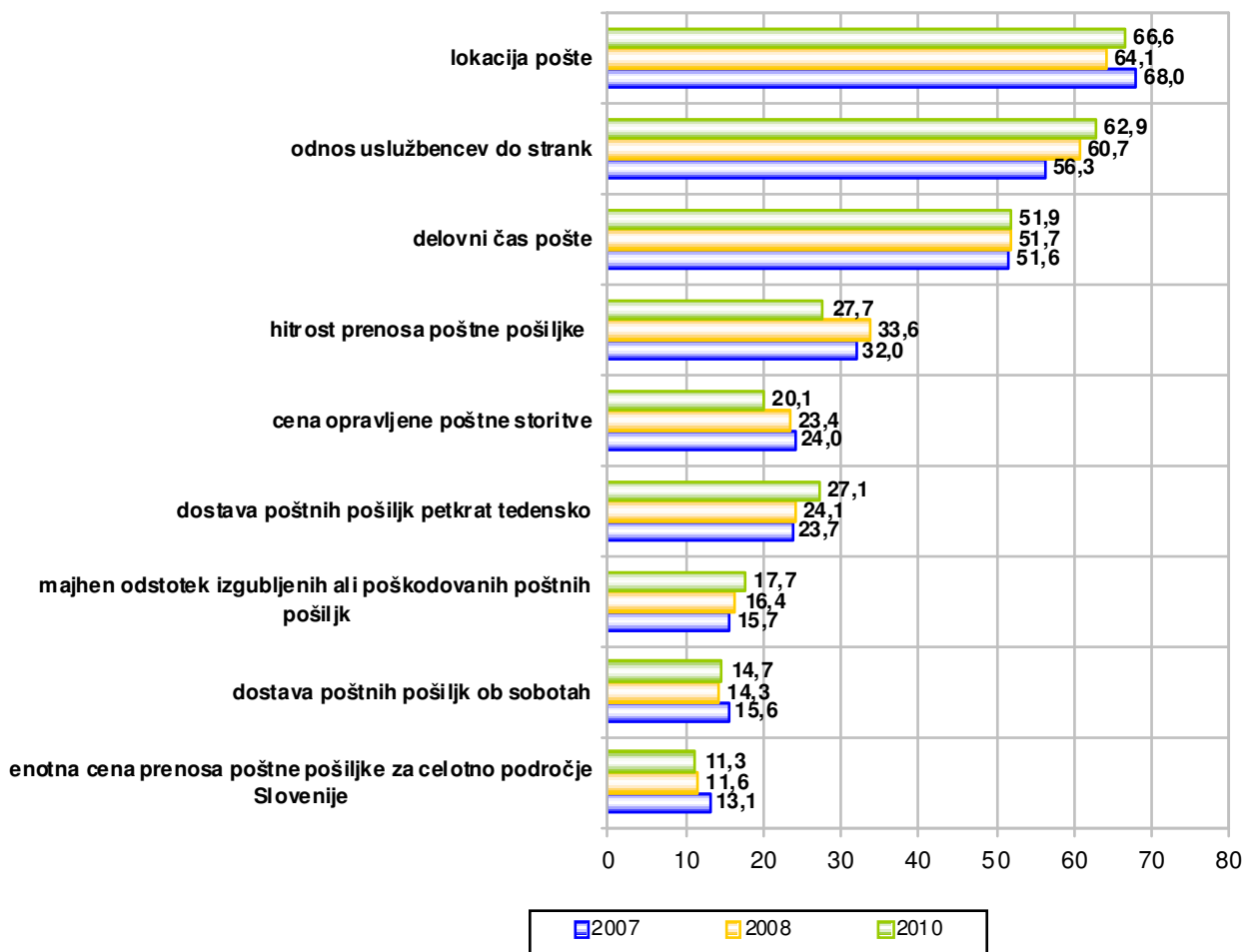


C. TRETJI IZBOR



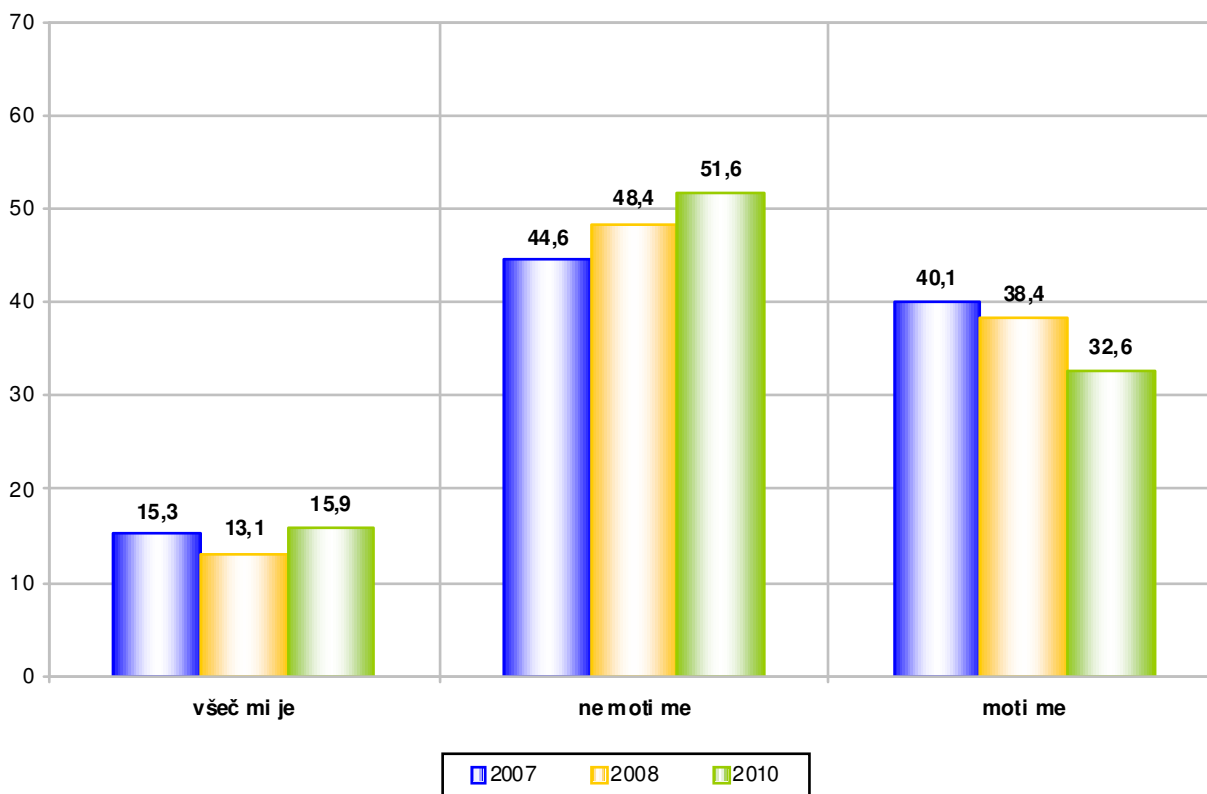


D. SKUPAJ



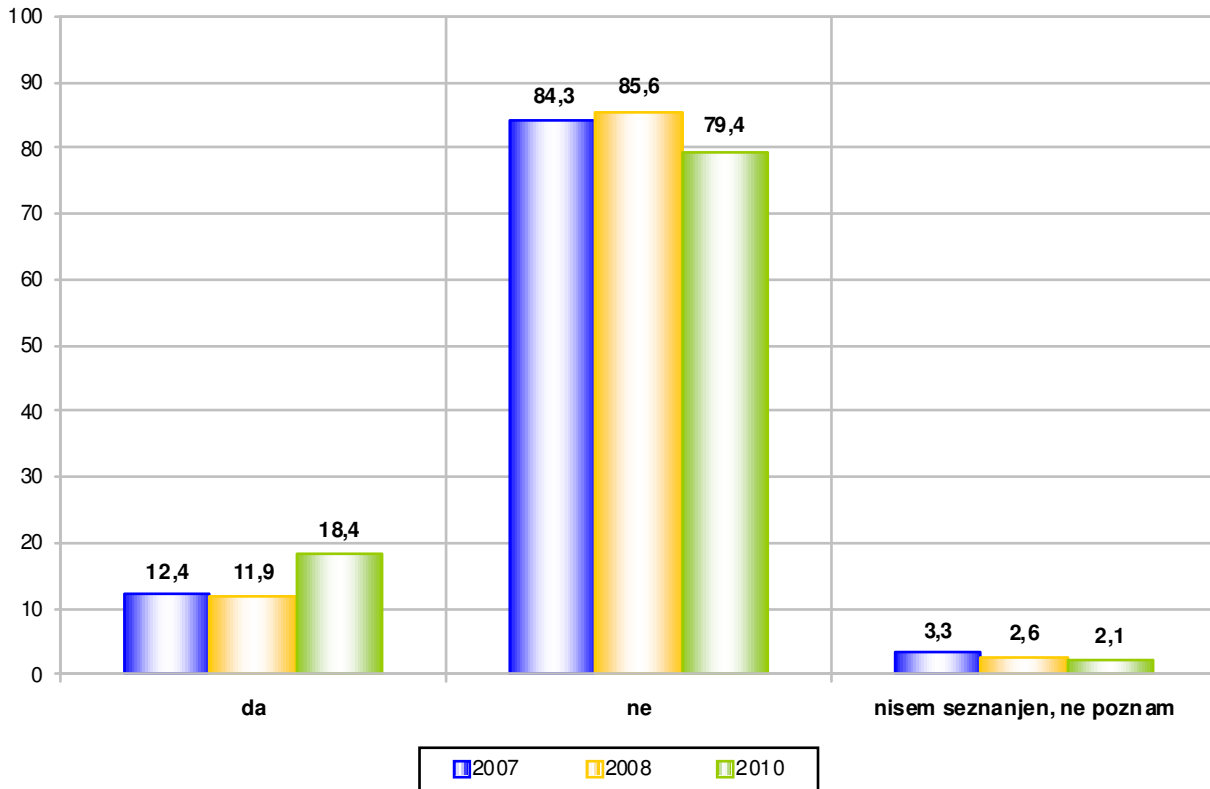
Med dejavniki, ki so povezani s kakovostjo pošne storitve, je anketirancem najbolj pomembna lokacija pošte (66,6 %), sledita odnos uslužbencev do strank (62,9 %) in delovni čas pošte (51,9 %). Ostali naštetni dejavniki so anketirancem nekoliko manj pomembni, najmanj pa jim je pomembna enotna cena prenosa pošne pošiljke za celotno področje Slovenije (11,3 %). V kategorijo manj pomembnih dejavnikov pa sodita še dostava pošnih pošiljk ob sobotah (14,7 %) in majhen odstotek izgubljenih ali poškodovanih pošnih pošiljk (17,7 %). Pomembnost posameznih dejavnikov je ostala v približno enakem sorazmerju kot v minulih merjenjih, nekoliko pa se je okreplil pomen dostave pošiljk petkrat tedensko.

Kaj menite o prejemanju nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil na dom? (n = 700)



Prejemanje nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil na dom je všeč 15,9 % anketirancem, moti 32,6 % anketiranih, nemoteče pa je za 51,6 % anketiranih. Tovrstna sporočila najbolj motijo najstarejše, bolj izobražene, samozaposlene, anketirance z višjimi prihodki, prebivalce mest ter Primorce.

Ali uporabljate nalepko, s katero lahko prepoveste vročanje nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil? (n = 700)



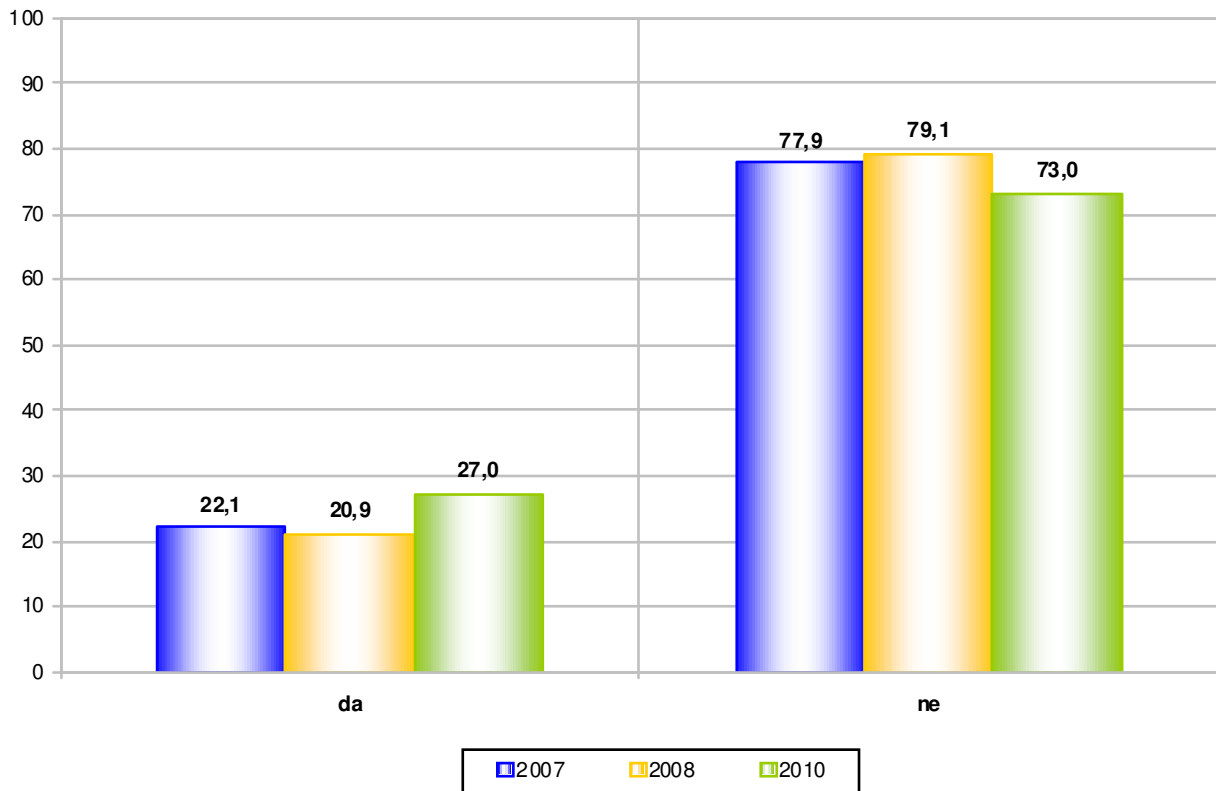
Nalepko, s katero lahko prepovedo vročanje nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil, uporablja 18,4 % anketirancev. Največ jih je med ženskami, starejšimi, najbolj izobraženimi, upokojniki, anketiranci z najvišjimi prihodki, prebivalci velikih mest in Primorci.



Tabela: uporaba nalepke glede na odnos do prejemanja reklamnih sporočil

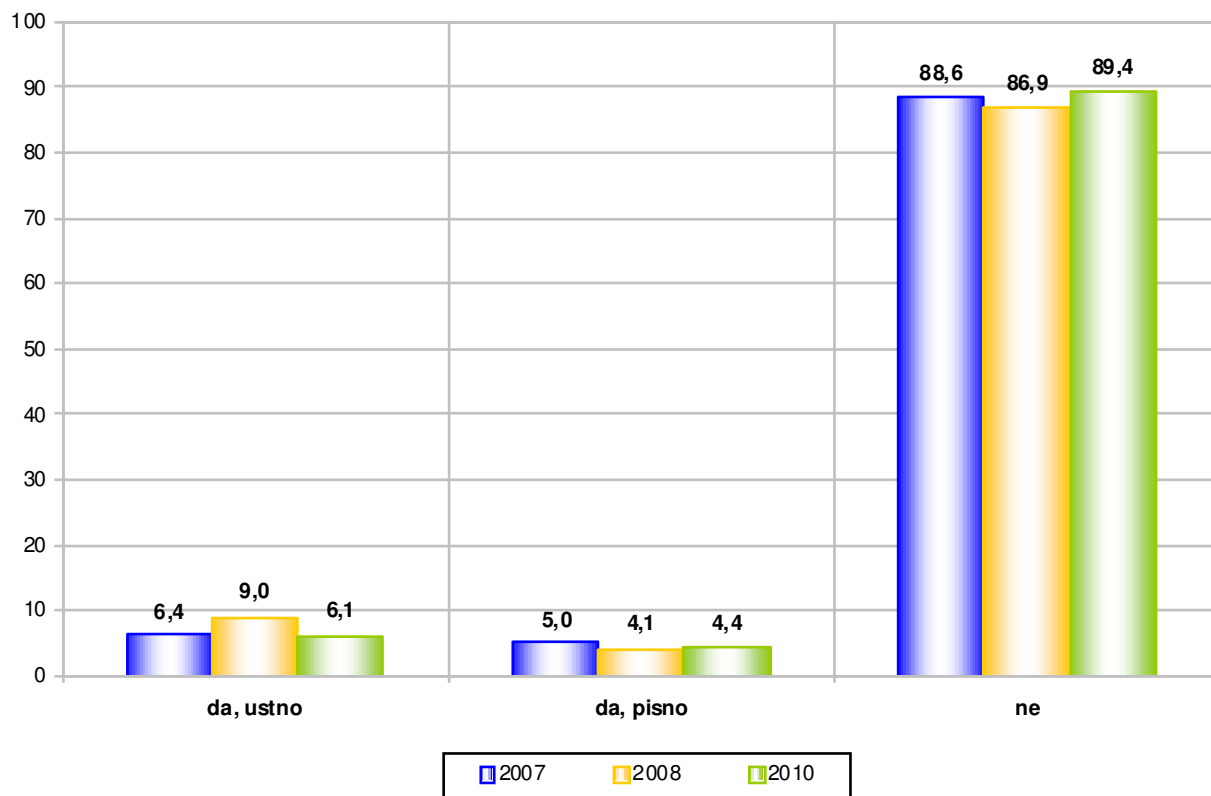
	<u>všeč mi je</u>	<u>ne moti me</u>	<u>moti me</u>
<u>uporabljam</u>	<u>9,3%</u>	<u>25,6%</u>	<u>65,1%</u>
<u>ne uporabljam</u>	<u>17,6%</u>	<u>57,6%</u>	<u>9,3%</u>
<u>nisem seznanjen, ne poznam</u>	<u>6,7%</u>	<u>53,3%</u>	<u>40,0%</u>

Ali ste seznanjeni s pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami v primeru poškodovanih pošiljk, uničenja, prekoračitve roka prenosa ipd.? (n = 700)



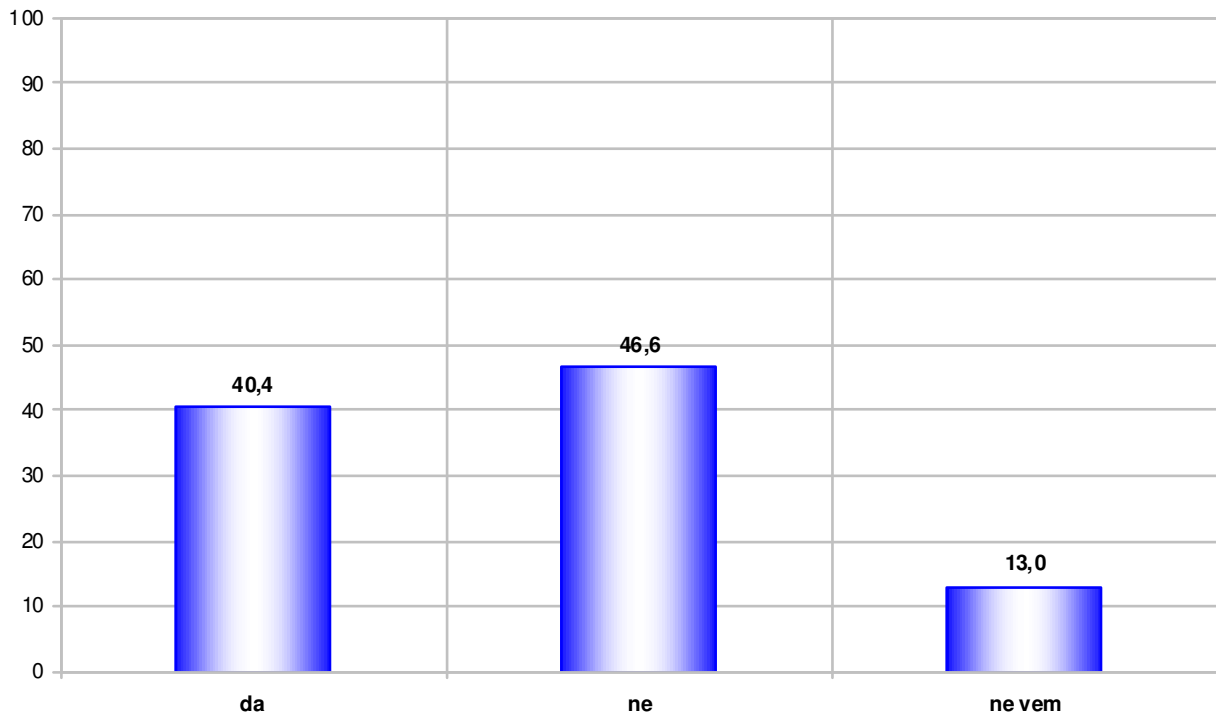
S pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami v primeru poškodovanih pošiljk, uničenja, prekoračitve roka prenosa itn. je seznanjena dobra četrtina anketirancev (27,0 %). Največ teh je med moškimi, pripadniki srednje generacije, bolj izobraženimi, samozaposlenimi, anketiranci z najvišjimi prihodki, prebivalci velikih mest in Primorci.

Ali ste že kdaj vložili kakšno pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno pošto storitvijo? (n = 700)



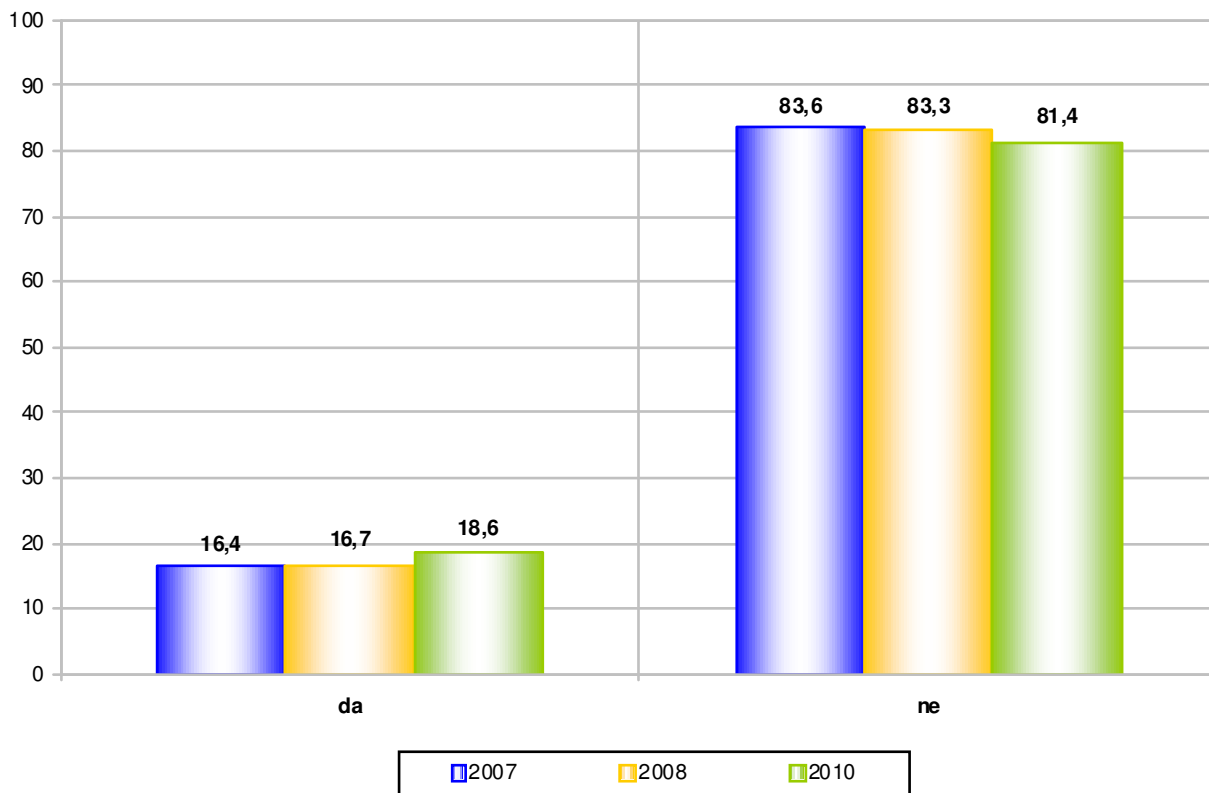
Pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno pošto storitvijo je do sedaj ustno vložilo 6,1 % anketirancev, pisno pa 4,4 %. Ustno se je pritožilo največ žensk, anketirancev v starostni skupini od 31 do 45 let, najbolj izobraženih, samozaposlenih, anketirancev z najvišjimi prihodki, prebivalcev velikih mest in mariborskega dela Štajerske.

Ali menite, da bi Pošta Slovenije svoje storitve lahko prodajala na samo v svojih poslovnih prostorih in s svojimi uslužbenci, ampak tudi preko pogodbenih partnerjev oz. franšiz (npr. znotraj zasebnih trgovin, lokalov, trafik)? (n = 700)



Da bi Pošta Slovenije svoje storitve lahko prodajala na samo v svojih poslovnih prostorih in s svojimi uslužbenci, ampak tudi preko pogodbenih partnerjev oz. franšiz (npr. znotraj zasebnih trgovin, lokalov, trafik), je pritrdilno odgovorilo 40,4 % anketirancev. Le teh je največ med moškimi, najmlajšimi, poklicno izobraženimi, brezposelnimi, anketiranci brez dohodka, prebivalci velikih mest in Dolenjci.

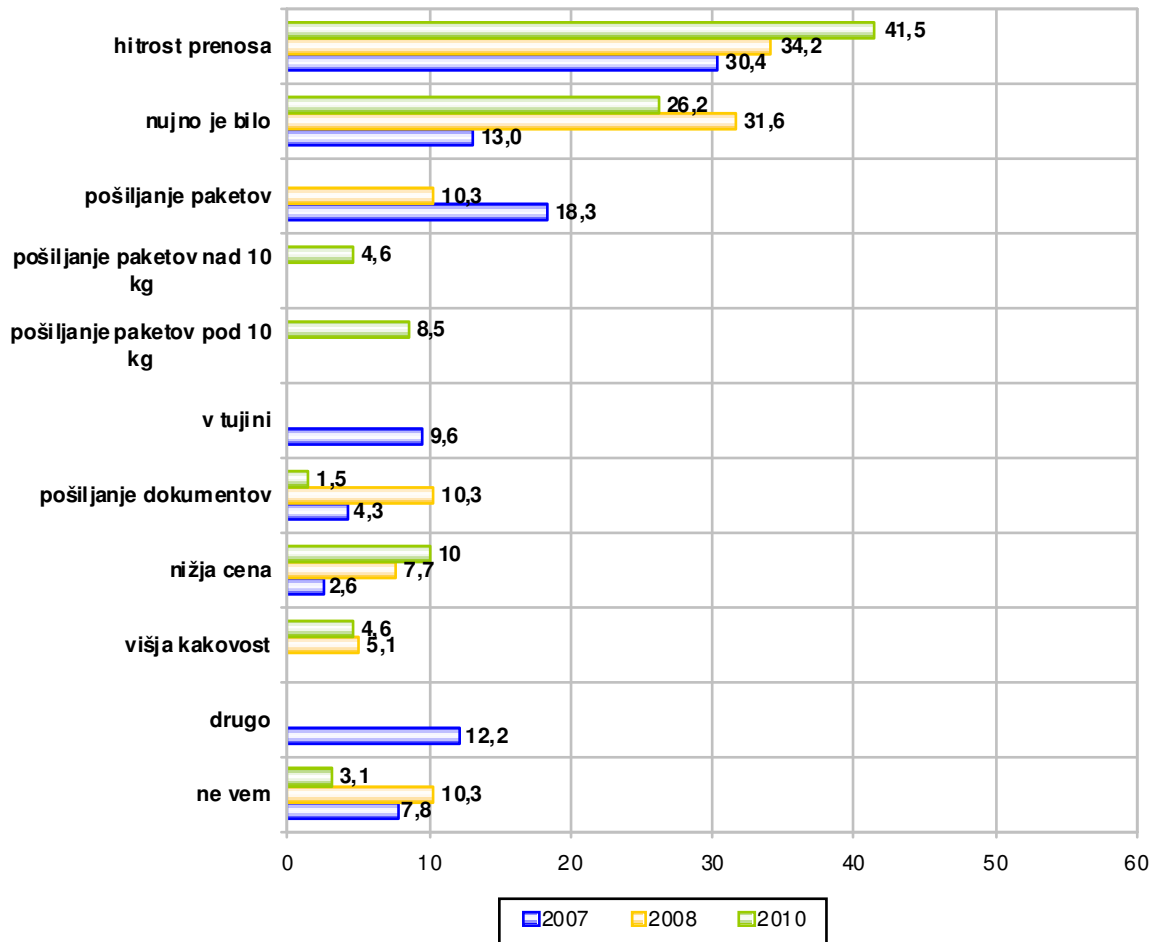
Ali ste poleg Pošte Slovenije že uporabili storitve še kakšnega drugega izvajalca poštnih storitev? (n = 700)



Storitve še kakšnega drugega izvajalca poštnih storitev razen Pošte Slovenije je do sedaj uporabljalo 18,6 % anketirancev. Največ teh je med moškimi, mlajšimi, najbolj izobraženimi, samozaposlenimi, anketiranci z najvišjimi prihodki, prebivalci mest ter anketiranci iz celjskega dela Štajerske in tistimi, ki imajo dostop do interneta.

Zakaj ste uporabili storitve drugih izvajalcev poštne storitve? (n = 130)

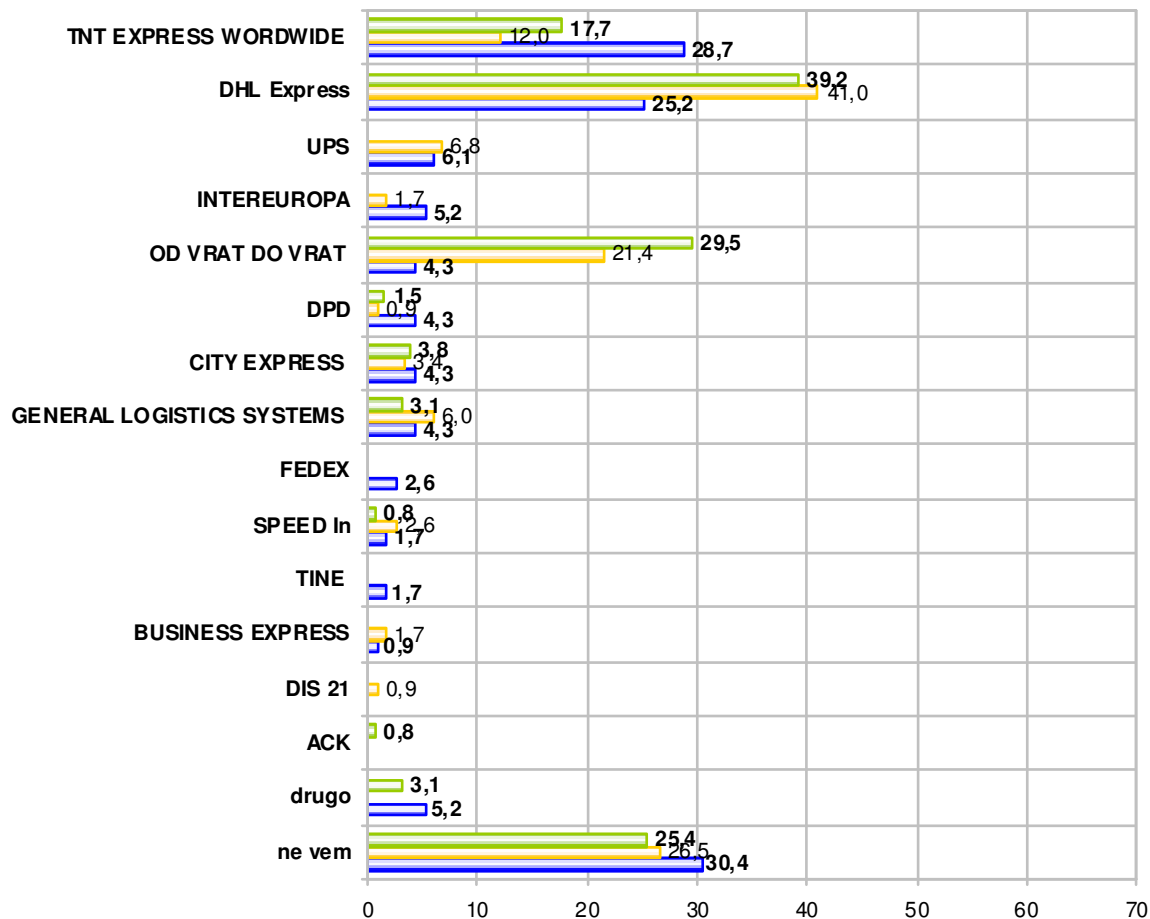
Odgovarjajo tisti, ki so že uporabili storitve drugih izvajalcev.



Na vprašanje so odgovarjali tisti, ki so že uporabili storitve drugih izvajalcev. Le-te so anketiranci praviloma uporabljali v primeru potrebe po hitrem prenosu pošiljk (41,5 %), ko je šlo za nujne zadeve (26,2 %), zaradi nižje cene (10,0 %) ter pri pošiljanju paketov pod 10 kg (8,5 %).

Storitve katerega izvajalca poštних storitev ste že uporabili? (n = 130)

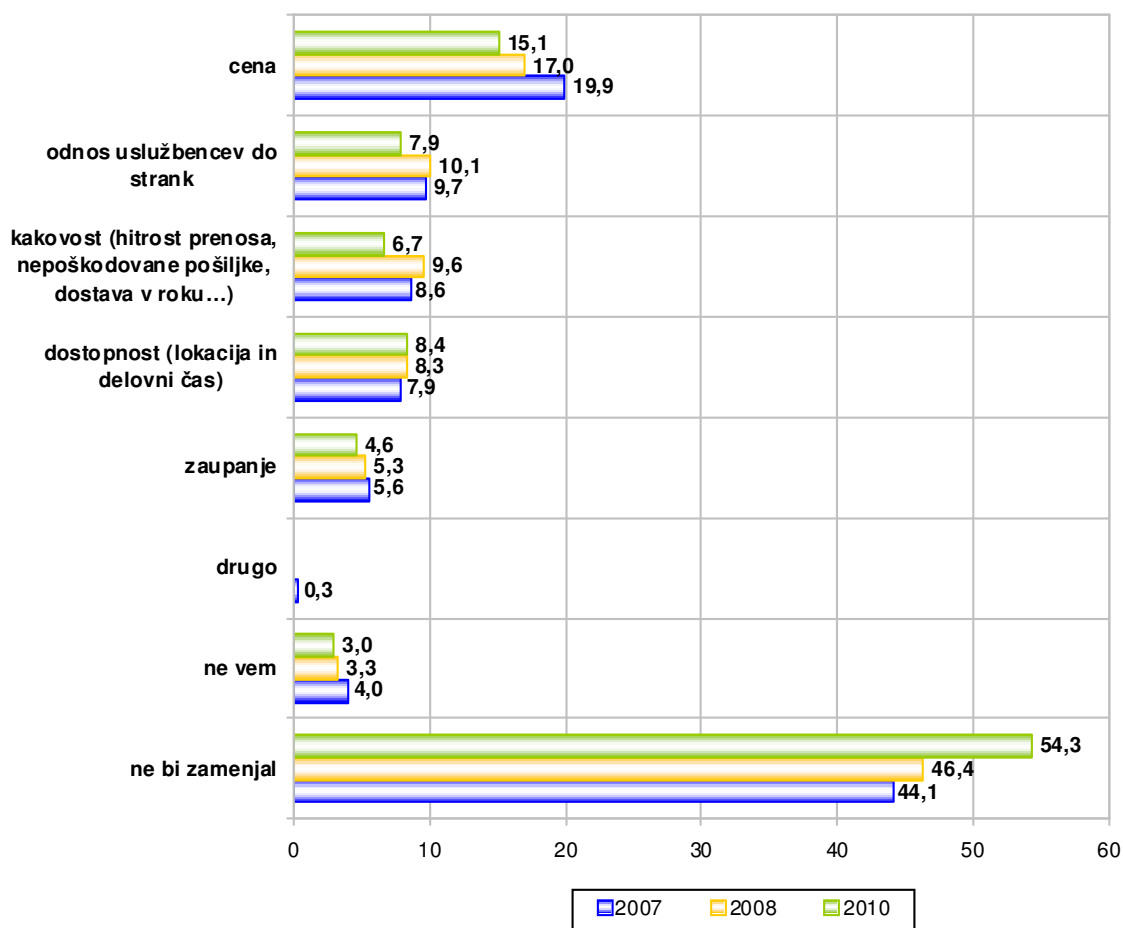
Odgovarjajo tisti, ki so že uporabili storitve drugih izvajalcev. (Več možnih odgovorov.)



* Pod drugo so anketiranci navedli: slovenske železnice (3x), Intereuropa.

Anketiranci, ki so že uporabili storitve drugih izvajalcev poštних storitev, so to praviloma storili pri DHL International (39,2 %), pri Od vrat do vrat (29,5 %) in TNT Express Worldwide (11,7 %).

Navedli vam bomo nekaj dejavnikov, vi pa povejte, kateri izmed njih, bi po vašem mnenju lahko vplival na vas, da bi zamenjali izvajalca poštних storitev? (n = 700)



Nekaj več kot polovica anketirancev (54,3 %) ne bi nikakor zamenjala izvajalca poštних storitev, med ostalimi je največ takšnih, ki bi to storili zaradi cene (15,1 %), odnosa uslužbencev do strank (7,9 %), kakovosti (6,7 %) ali dostopnosti (8,4 %). Cena, kot dejavnik, ki bi vplival na izbiro drugega izvajalca poštних storitev, bi vplivala na največ najmlajših, bolj izobraženih, dijakov in študentov ter nezaposlenih, anketirancev brez prihodkom ter Gorenjcev.