



APEK

Agencija za pošto in elektronske
komunikacije Republike Slovenije

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami

(splošna javnost)

Izvajalec: Ninamedia d.o.o.
Naročnik: APEK

Ljubljana, september 2011

1. POVZETEK

- Največ anketirancev (45,1 %) poštne pošiljke prek poštних nabiralnikov oddaja redkeje kot enkrat mesečno, enkrat mesečno poštne pošiljke oddaj 14,3 % anketiranih, 14,9 % jih oddaja dva do tri krat mesečno, 14,4 % pa poštних nabiralnikov sploh ne uporablja.
- Oddaljenost najbližjega poštne nabiralnika so anketiranci letos ocenili precej podobno kot pri prejšnjih merjenjih. Največ jih ocenjuje, da je poštni nabiralnik blizu (36,3 %), sledijo tisti, ki jim je ustrezno blizu (24,6 %).
- Šestina anketirancev je dejala, da so opazili, da so ponekod ukinitvi nekatere poštne nabiralnike, med njimi je največ takšnih, ki se ne strinjajo z njihovo ukinitvijo (51,8 %).
- Največ anketirancev poštno enoto obišče dva od trikrat mesečno (32,6 %), sledijo tisti, ki jo obiščejo enkrat mesečno (26,7 %), redkeje kot enkrat mesečno jo obišče 22,4 % anketirancev.
- Za največ anketirancev (37,1 %) je najbližja poštna enota ustrezno blizu, sledijo tisti, ki oddaljenost ocenjujejo kot blizu (30,6 %).
- Skoraj tri četrtine anketirancev (71,9 %) vedno obiskujejo isto pošto. Glavni razlog za takšno ravnanje je lokacija (58,1 %).
- Anketiranci pri obisku pošte najpogosteje opravljajo plačilni promet (60,6 %), sledijo sprejem priporočene ali vrednostne pošiljke (50,0 %) ter oddajanje pisem (40,0 %).
- Povprečna ocena zadovoljstva s hitrostjo opravljanja storitev na poštних enotah je 4,22, pri čemer je 85,3 % anketirancev zadovoljnih ali zelo zadovoljnih.
- Največ anketirancev (35,7) mesečno odda 1 do 2 pismi, sledijo tisti, ki oddajo 5 in več (21,6 %).
- Večina anketirancev (58,9 %) sploh ne pošilja paketov pod 10 kg, med ostalimi pa prevladujejo tisti, ki letno pošljejo manj kot en paket (6,9 %) ter tisti, ki pošljejo 1 do 2 paketa (13,3 %).
- Slaba tretjina anketirancev (30,7 %) ne prejema paketov, največ pa jih prejme 1 do 2 paketa letno (23,3 %).
- Ceno pisma pozna le 2,6 % anketiranih, ostali je ne poznajo, ali pa so navedli napačno ceno. Cena 0,27 € za prenos navadnega pisma se večini anketirancev (65,7 %) zdi ustrezna.

- Največ anketirancev (42,1 %) je odgovorilo, da je predpisan čas prenosa navadnega pisma en dan, dobra tretjina (34,1 %) ni vedela odgovora. Da bi moralo pismo vedno prispeti do naslovnika naslednji delovni dan, kot je bilo oddano, meni 42,7 % anketirancev.
- Da je smiselna dostava poštnih pošiljk ob sobotah meni 26,9 % anketirancev, dobra tretjina (38,6 %) anketirancev zatrjuje, da imajo dostavo poštnih pošiljk na dom tudi ob sobotah.
- Dobre štiri petine anketirancev (85,0 %) so izjavile, da se jim zdi čas prihoda pismonoše na njihov dom ustrezen, obratovalni čas poštnih enot, ki jih obiskujejo, je ustrezen za 85,4 % anketirancev.
- Povprečna ocena zadovoljstva z dostopnostjo informacij na poštnih enotah je 4,28. Oceno zadovoljen ali zelo zadovoljen je izbralo 85,0 % anketirancev.
- Med dejavniki, ki so povezani s kakovostjo poštne storitve, je anketirancem najbolj pomembna lokacija pošte (66,1 %), sledita odnos uslužbencev do strank (64,1 %) in delovni čas pošte (54,1 %).
- Prejemanje nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil na dom je vseč 17,7 % anketirancem, moti 36,9 % anketiranih, nemoteče pa je za 45,4 % anketiranih. Nalepko, s katero lahko prepovedo vročanje nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil, uporablja 16,1 % anketirancev.
- S pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami v primeru poškodovanih pošiljk, uničenja, prekoračitve roka prenosa itn. je seznanjena slaba četrtnina anketirancev. Pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno poštno storitvijo je do sedaj ustno vložilo 6,9 % anketirancev, pisno pa 2,7 %.
- Da bi Pošta Slovenije svoje storitve lahko prodajala ne samo v svojih poslovnih prostorih in s svojimi uslužbenci, ampak tudi preko pogodbenih partnerjev oz. franšiz, je pritrdilno odgovorilo 36,6 % anketirancev.
- Storitve še kakšnega drugega izvajalca poštnih storitev razen Pošte Slovenije je do sedaj uporabljalo 18,3 % anketirancev. Le-te so anketiranci praviloma uporabljali v primeru potrebe po hitrem prenosu pošiljk (33,6 %) in ko je šlo za nujne zadeve (28,1 %). To so praviloma storili pri DHL Expres (39,8 %), pri Ekspresni dostavi (29,5 %), TNT Express Worldwide ter UPS (8,6 %).
- Nekaj več kot polovica anketirancev (56,0 %) ne bi nikakor zamenjala izvajalca poštnih storitev, med ostalimi je največ takšnih, ki bi to storili zaradi cene (14,0 %).

KAZALO

1. POVZETEK	2
2. METODOLOGIJA IN VZOREC	5
3. PREDSTAVITEV REZULTATOV	7
4. PRILOGA	57

2. METODOLOGIJA IN VZOREC

2.1. Raziskavo smo v agenciji Ninamedia izvedli med 22. in 26. septembrom 2011. Anketiranje je potekalo telefonsko, po metodi računalniško podprtega telefonskega anketiranja. Iz računalniškega seznama smo poklicali 5624 naključno izbranih telefonskih naročnikov, 2360 v času anketiranja ni bilo dosegljivih, 1785 ni želelo sodelovati v anketi, 779 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.



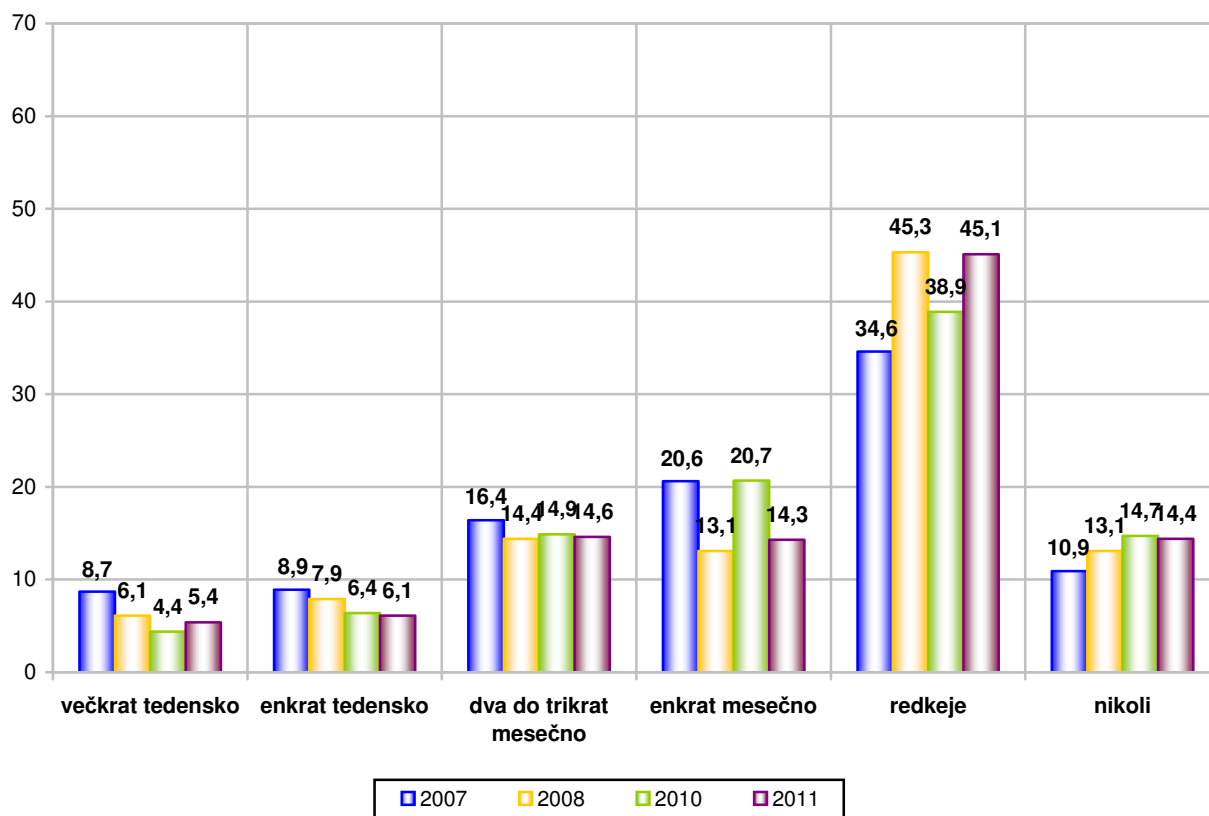
2.2. V nadaljevanju predstavljamo strukturo vzorca po sociodemografskih spremenljivkah:

ŠTEVILO ANKETIRANCEV : 700		Odstotek
Spol	ženske	54,0
	moški	46,0
Starost	18 do 30 let	6,1
	31 do 45 let	12,5
	46 do 60 let	32,0
	61 let in več	49,4
Izobrazba	o.š. ali manj	17,0
	poklicna izobrazba	12,6
	srednja izobrazba	46,5
	višja šola, visoka ali več	24,0
Zaposlitveni status	samozaposlen	4,0
	zaposlen	29,2
	brezposeln	6,3
	upokojen	57,4
	dijak, študent	3,0
Osebnimesečni neto dohodek	do 400 EUR	14,5
	nad 400 do 800 EUR	51,0
	nad 800 do 1200 EUR	20,2
	nad 1200 EUR	9,6
	nimam dohodkov	4,8
Tip naselja	podeželje	48,9
	primestje	15,5
	mesto	21,8
	veliko mesto (LJ ali MB)	13,8
Regija	Ljubljanska	25,9
	Zg. Štajerska	27,1
	Sp. Štajerska	14,6
	Gorenjska	9,1
	Primorska	13,1
	Dolenjska	10,1
Dostop do interneta	da	65,7
	ne	34,3
Ali zaradi e-pošte manj uporabljate klasične poštne storitve? (n=460)	da	46,1
	ne	52,8
	ne vem	1,1

3. PREDSTAVITEV REZULTATOV

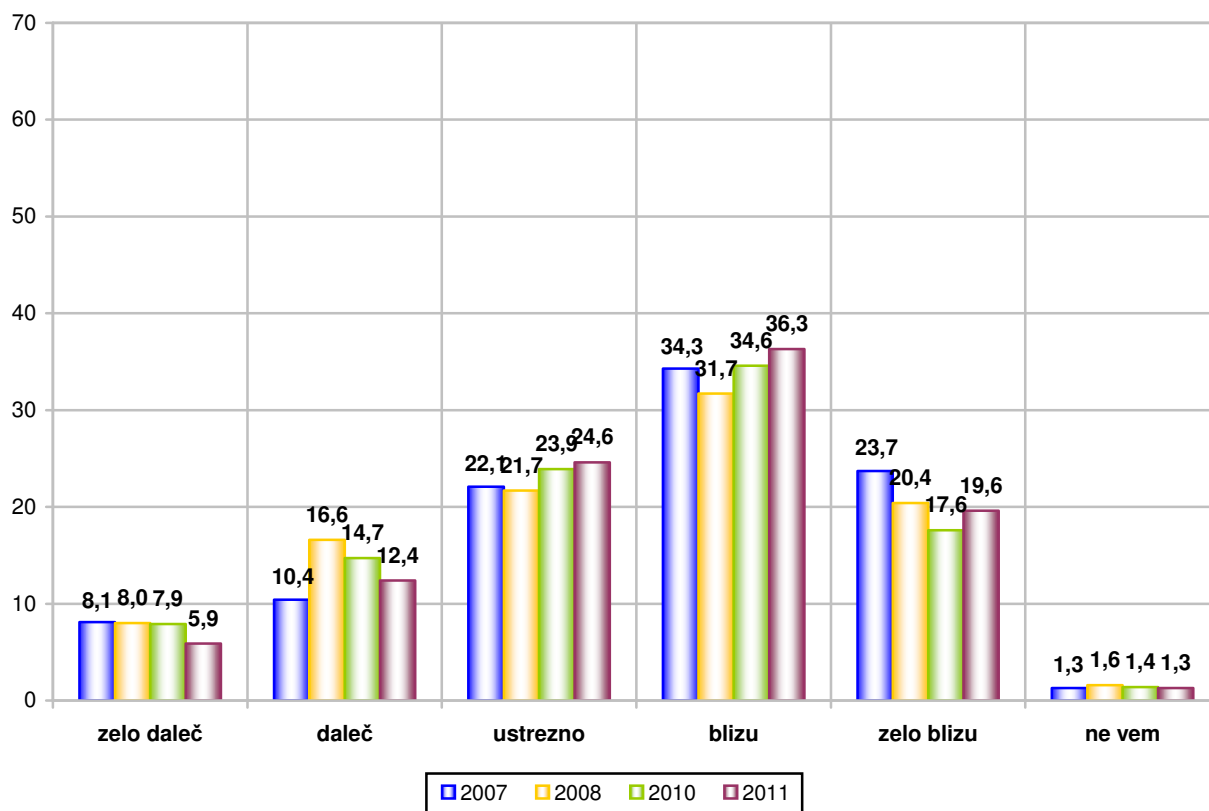
V nadaljevanju predstavljamo rezultate statistične analize podatkov iz ankete. Rezultate smo predstavili z grafično upodobitvijo frekvenčnih porazdelitev po posameznih vprašanjih ter povezanostjo posameznih vprašanj po sociodemografskih značilnostih anketirancev.

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



Največ anketirancev (45,1 % leta 2010 - 38,9 %, leta 2008 - 45,3 %) poštne pošiljke prek poštних nabiralnikov oddaja redkeje kot enkrat mesečno. Enkrat mesečno to stori 14,3 % anketiranih (leta 2010 20,7 %, leta 2008 13,1 %), 14,9 % (leta 2010 - 14,9 %, leta 2008 - 14,4 %) jih oddaja dva do trikrat mesečno, 14,4 % (leta 2010 - 14,7, leta 2008 - 13,1 %) pa poštних nabiralnikov sploh ne uporablja. Anketirancev, ki poštne pošiljke prek poštних nabiralnikov oddajajo tedensko, je 6,1 %, večkrat tedensko pa pošiljke oddaja 5,4 % anketiranih (leta 2010 - 4,4 %, leta 2008 - 6,1 %). Tistih, ki nikoli ne oddajajo poštних pošiljk preko nabiralnikov je nekoliko več med moškimi, najstarejšimi, nižje izobraženimi, upokojenci ter dijaki in študenti, anketiranci z najnižjimi prihodki, prebivalci podeželja in Primorci. Najpogosteje poštne pošiljke preko poštних nabiralnikov pošiljajo anketiranci v starostni skupini od 46 do 60 let, najvišje izobraženi, samozaposleni, anketiranci z višjimi prihodki, prebivalci večjih mest in Primorci.

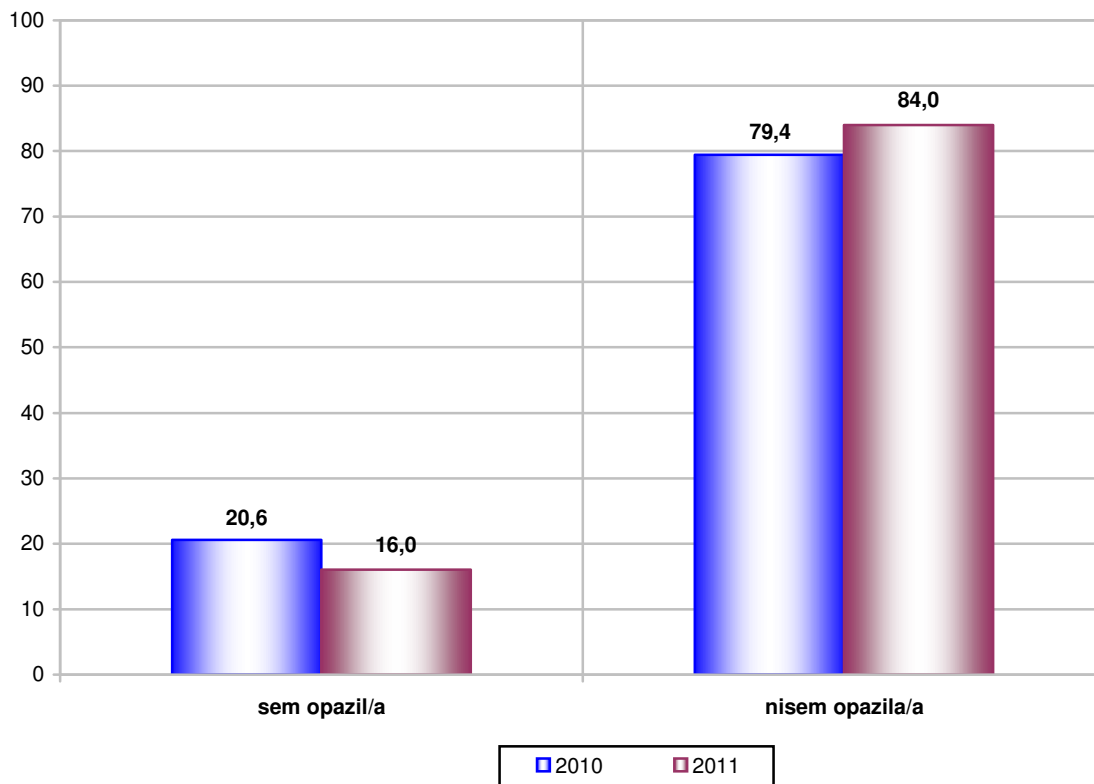
Kako bi ocenili oddaljenost vašega najbližjega poštnege nabiralnika od vašega doma? (n = 700)



Povprečna ocena oddaljenosti najbližjega poštnege nabiralnika od doma je 3,52.

Oddaljenost najbližjega poštnege nabiralnika so anketiranci letos ocenili precej podobno kot pri prejšnjih merjenjih. Največ jih ocenjuje, da je poštni nabiralnik blizu (36,3 %, leta 2010 - 34,6 %, leta 2008 - 31,7 %), sledijo tisti, ki jim je ustrezno blizu (24,6 % leta 2010 - 23,9 % , leta 2008 - 21,7 %) ter anketiranci, ki oddaljenost ocenjujejo kot zelo blizu (19,6 %, leta 2010 - 17,6 %, leta 2008 - 20,4 %, leta 2007 - 23,7 %). V letošnji raziskavi je anketirancev, ki so ocenili, da so daleč od poštnege nabiralnika 12,4 %, zelo oddaljenih pa je 5,9 %.

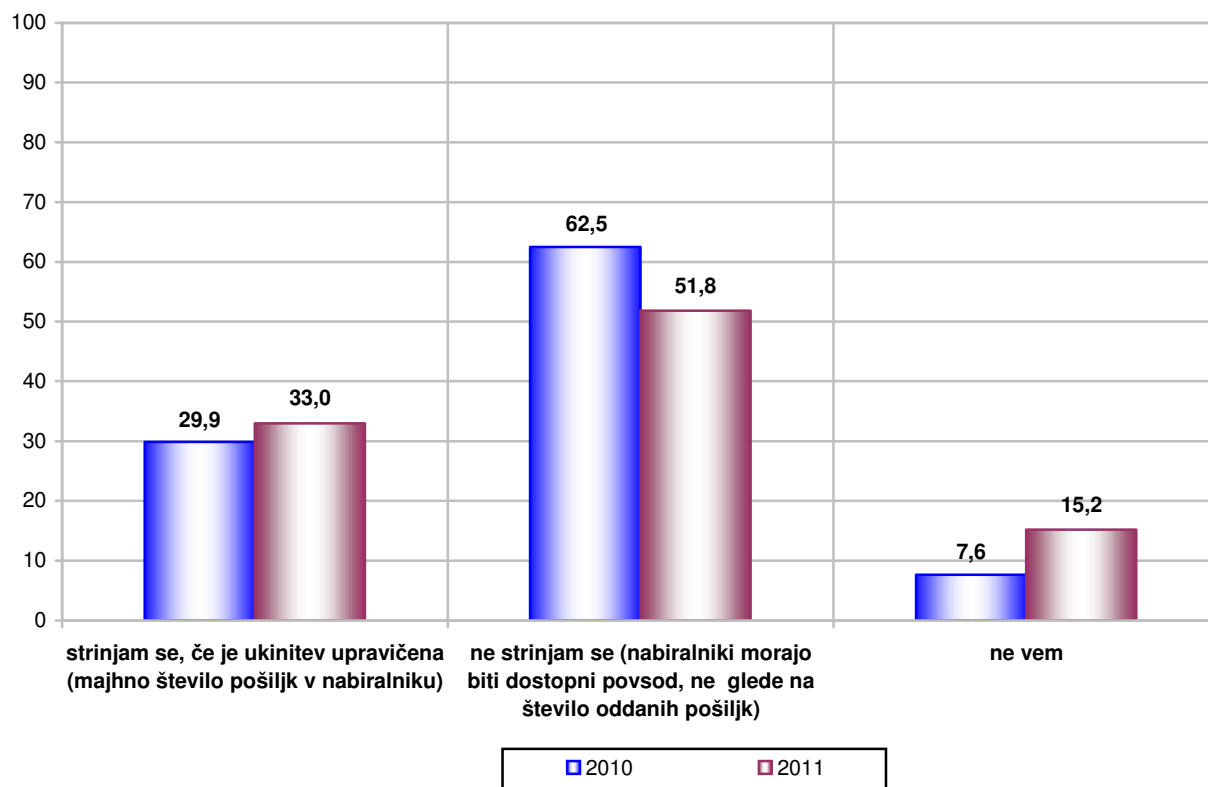
Ali ste opazili, da so ponekod ukinili nekatere poštna nabiralnike? (n = 700)



Šestina anketirancev (16,0 % - lani 20,6 %) je navedla, da so opazili, da so ponekod ukinili nekatere poštna nabiralnike. Le teh je največ med mlajšimi, brezposelnimi, anketiranci brez prihodkov in prebivalci primestja.

Kakšno je vaše mnenje glede zmanjševanja števila poštne nabiralnikov? (n = 112)

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

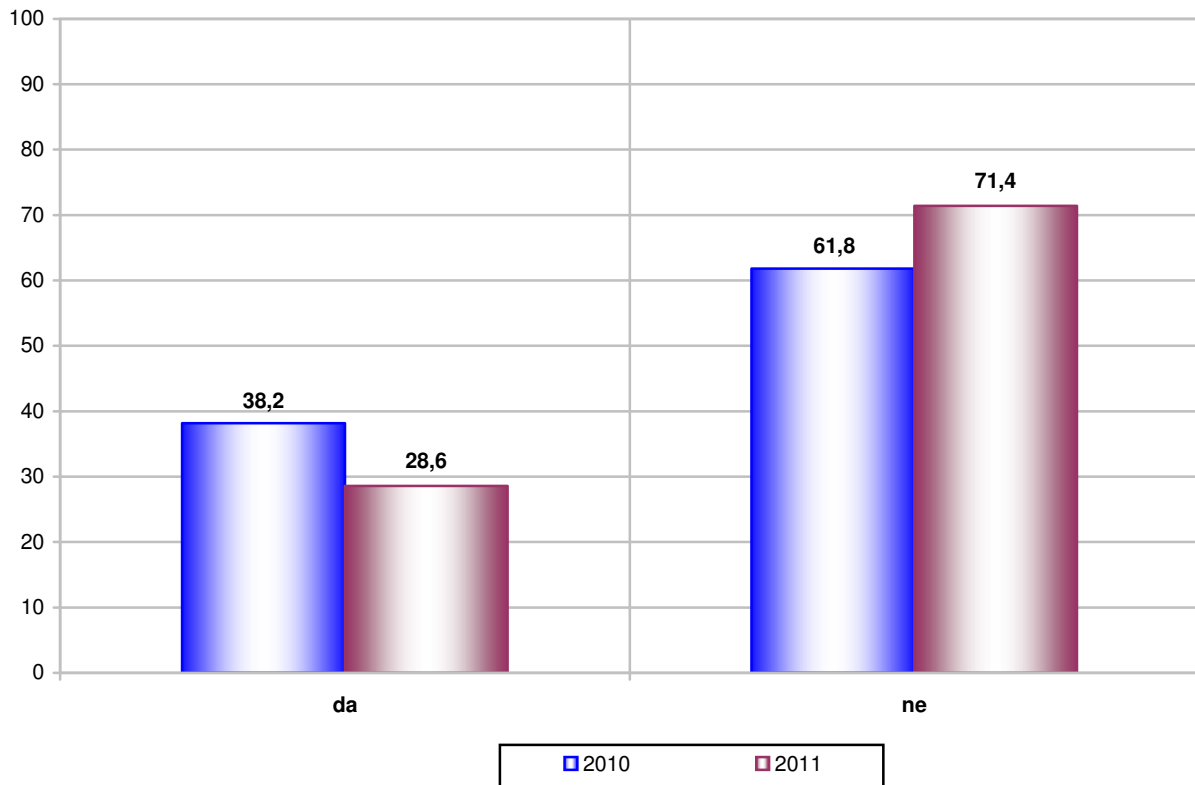


Med anketiranci, ki so opazili, da so ponekod ukinili poštne nabiralnike, je največ takšnih, ki se ne strinjajo z njihovo ukinitvijo (51,8 %, leta 2010 - 62,5 %).



Ali se vam je morda zgodilo, da so ukinili vaš najbližji poštni nabiralnik? (n = 112)

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

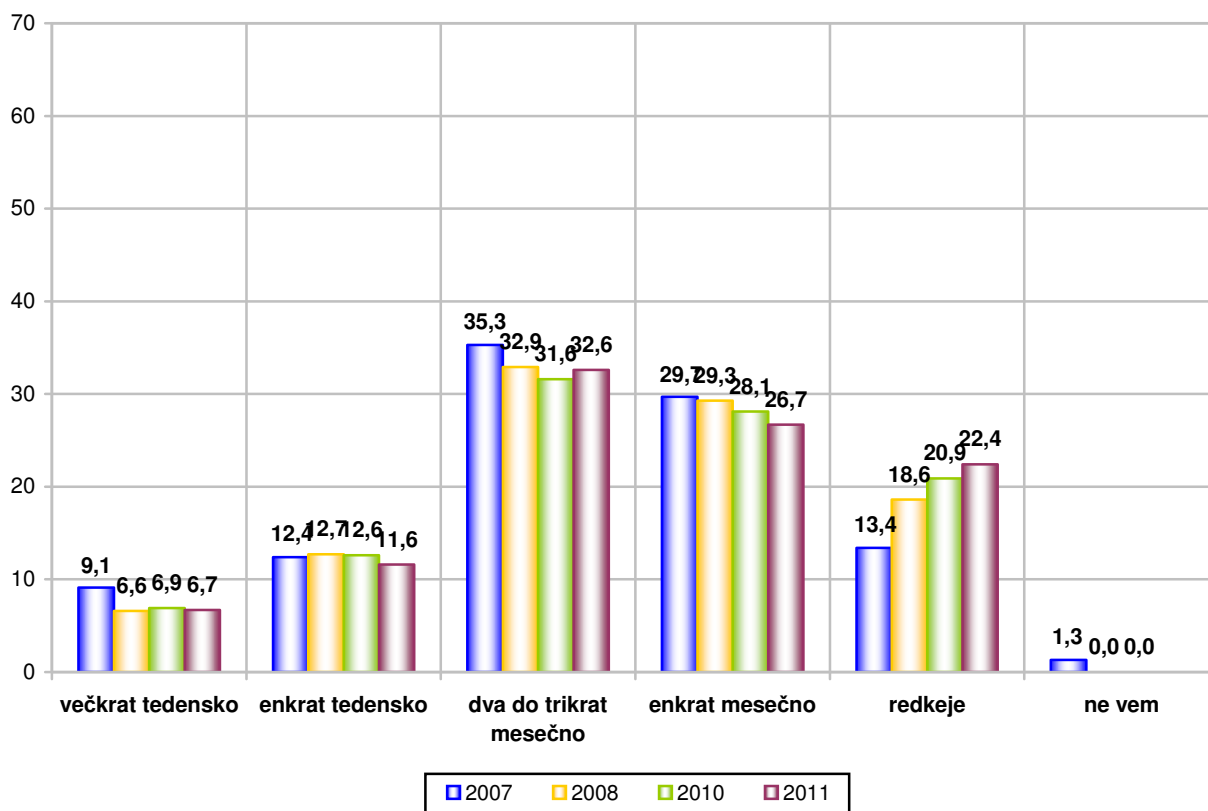


Med anketiranci, ki so opazili, da so ponekod ukinili poštne nabiralnike, je 28,6 % (leta 2010 - 38,2 %) takšnih, ki so jim ukinili nabiralnik v njihovi neposredni bližini.

Tabela: Oddaljenost poštnega nabiralnika glede na ukinitev poštnega nabiralnika:

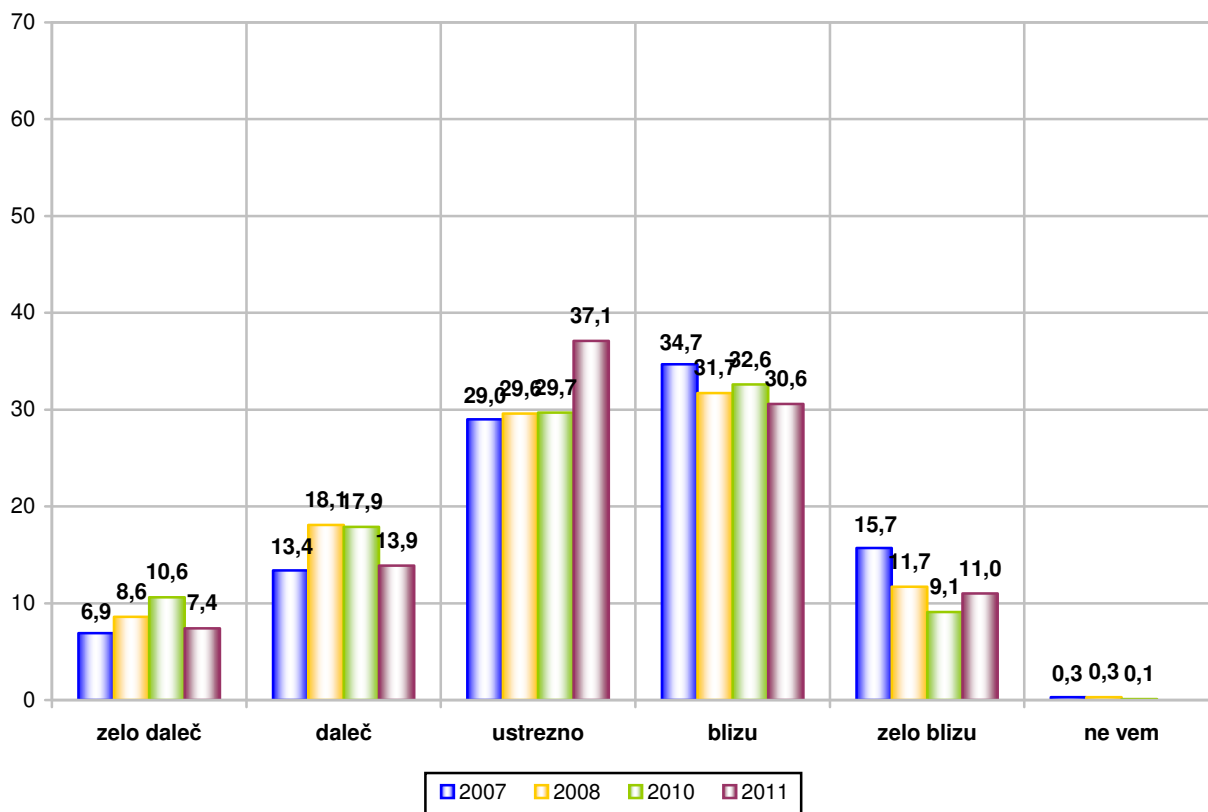
	zelo daleč	daleč	ustrezno	blizu	zelo blizu
da	9,8%	17,0%	21,4%	32,1%	19,6%
ne	5,2%	11,7%	26,6%	37,7%	19,9%

Kako pogosto obiščete poštno enoto? (n = 700)



Največ anketirancev poštno enoto obišče dva od trikrat mesečno (32,6 %, leta 2010 -31,6 %, leta 2008 - 32,9), sledijo tisti, ki jo obiščejo enkrat mesečno (26,7 %, leta 2010 - 28,1 %, leta 2008 - 29,3 %), redkeje kot enkrat mesečno jo obišče 22,4 % anketirancev, enkrat tedensko to stori 11,6 % in večkrat tedensko 6,7 %. Redkih obiskovalcev je največ med najstarejšimi, najnižje izobraženimi, dijaki in študenti ter upokojenci, anketiranci z najnižjimi dohodki, prebivalci največjih mest in anketiranci iz osrednje Slovenije.

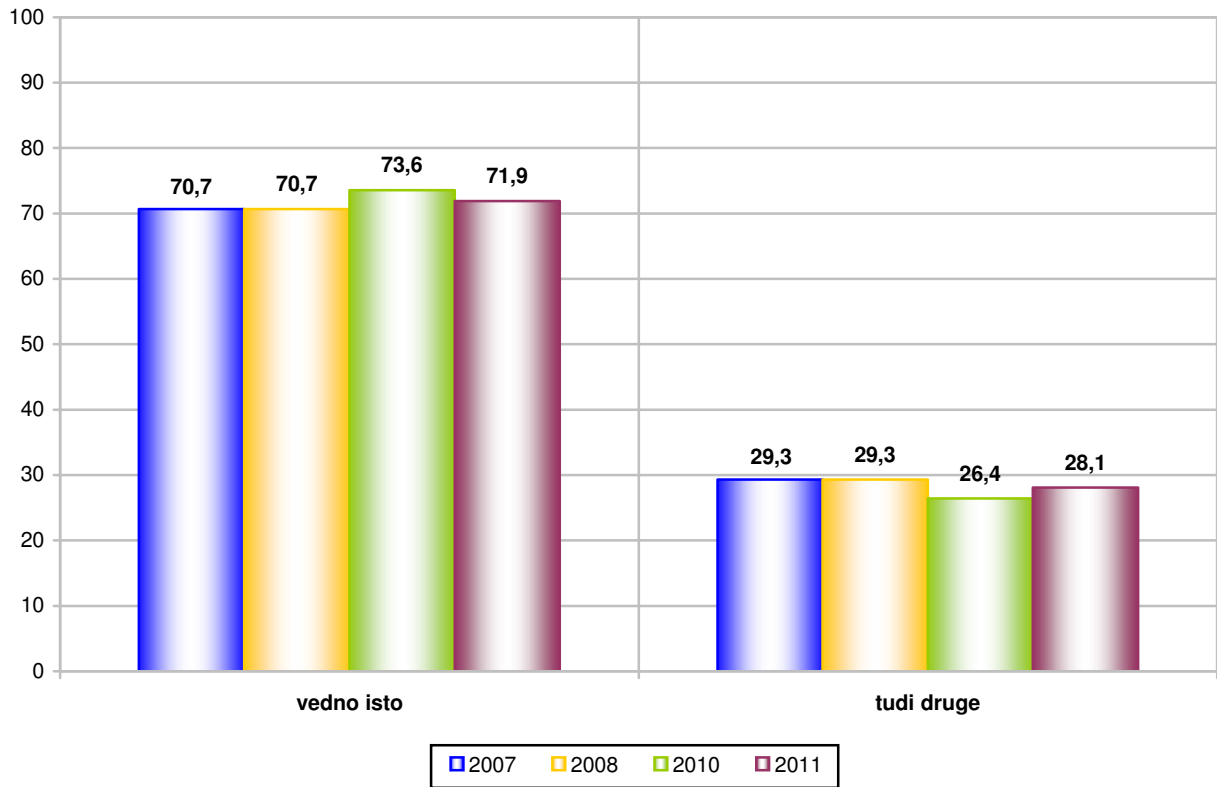
Kako bi ocenili oddaljenost vaše najbližje poštne enote od vašega doma? (n = 700)



Povprečna ocena oddaljenosti najbližje poštne enote od doma je 3,24.

Za največ anketirancev (37,1 %, leta 2010 - 29,7 %) je najbližja poštna enota ustrezno blizu, sledijo tisti, ki oddaljenost ocenjujejo kot blizu (30,6 %). Zelo daleč ali daleč je najbližja pošta dobri petini anketirancev (28,5 %).

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



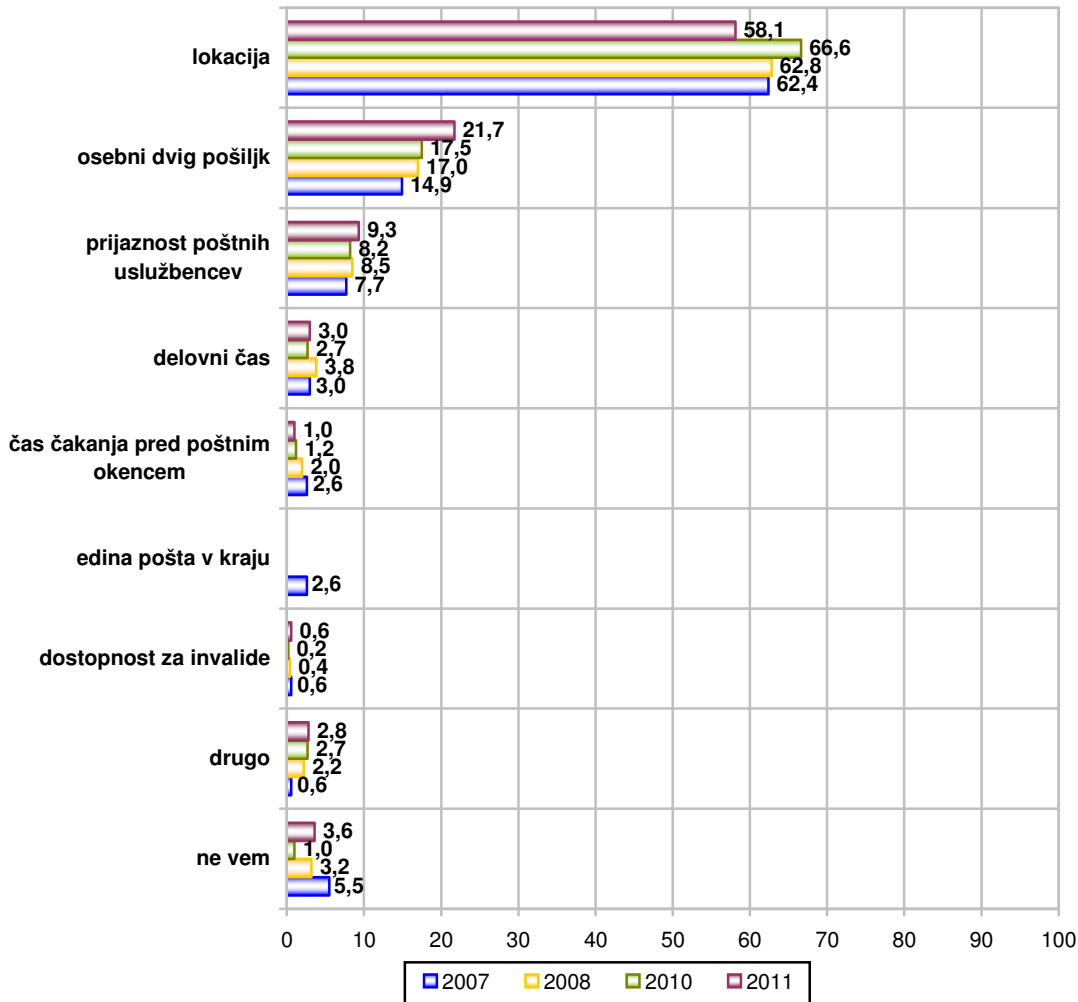
Skoraj tri četrtine anketirancev (71,9 %) vedno obiskujejo isto pošto, največ takšnih pa je med ženskami, najstarejšimi anketiranci, najnižje izobraženimi, brezposelnimi, upokojenci, anketiranci z najnižjim dohodkom ali brez dohodka, prebivalci večjih mest in tistimi, ki nimajo dostopa do interneta.

Tabela: Pogostost obiska glede na poštno enoto

	večkrat tedensko	enkrat tedensko	dva do trikrat mesečno	enkrat mesečno	redkeje
vedno ista PE	6,2%	10,7%	32,8%	26,8%	23,5%
tudi druge PE	8,1%	13,7%	32,0%	26,4%	19,8%

Kaj je vaš najpomembnejši razlog obiska izbrane poštne enote? (n = 503)

Odgovarjajo tisti, ki obiskujejo vedno isto poštno enoto.

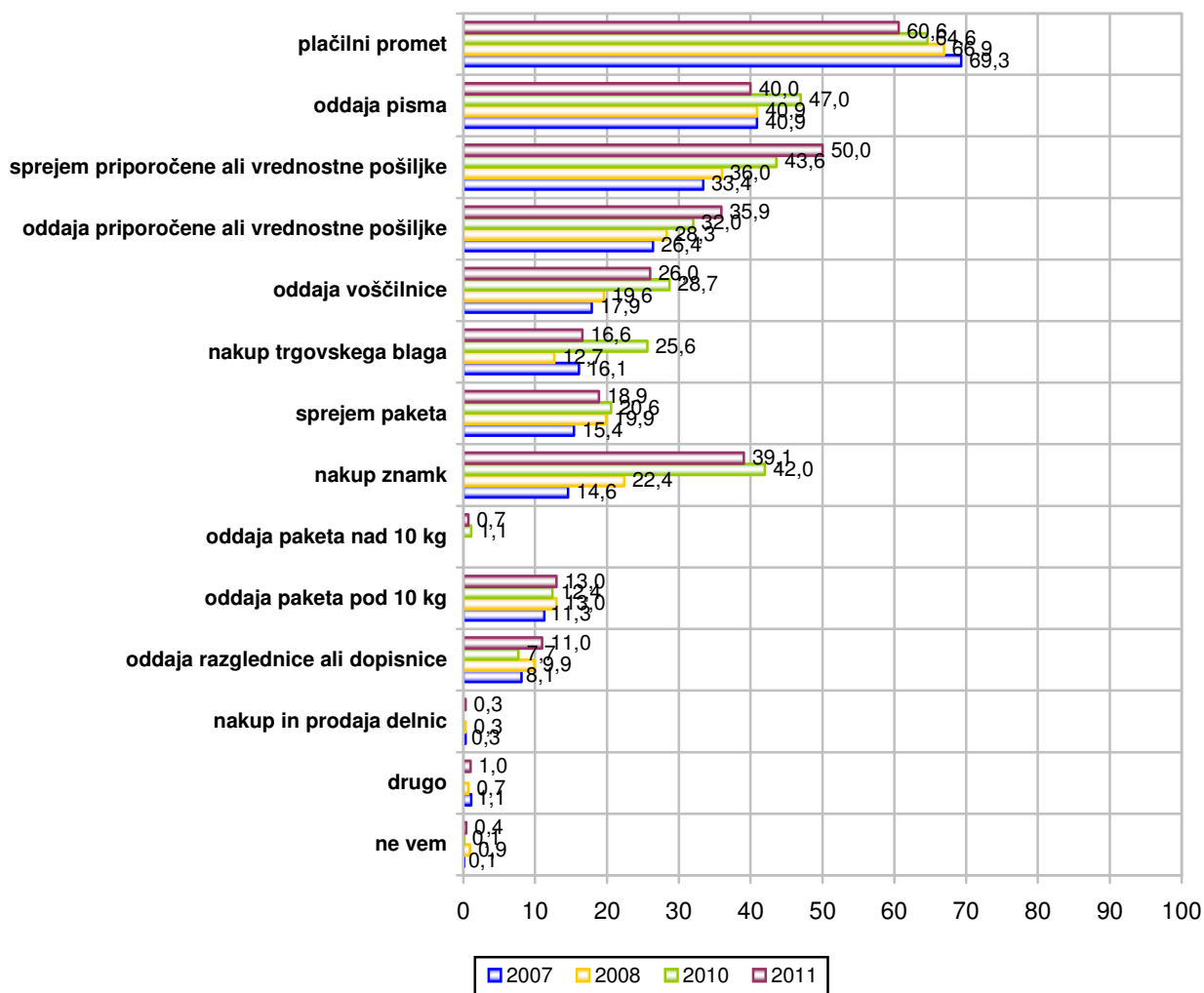


Pod drugo so anketiranci navedli: dvig gotovine; edina v kraju; fotokopiranje; je najbližja pošta; nakup voščilnic; navada; oddaja paketa ali poštne pošiljke; oddaja pošiljk; oddaja pošte; oddajanje pošiljk; priporočeno pošto; zaradi ponudbe.

Med anketiranci, ki vedno obiskujejo isto pošto, je glavni razlog za takšno ravnanje lokacija (58,1 %), sledita osebni dvig pošiljk (21,7 %) ter prijaznost poštних uslužbencev (9,3 %). Anketiranci so v manjših deležih navedli še nekaj dejavnikov. Med anketiranci, ki so navedli, da jim je najpomembnejši razlog prijaznost poštних uslužbencev, nekoliko bolj izstopajo najstarejši, osnovnošolsko izobraženi, upokojniki, anketiranci z najnižjimi prihodki, prebivalci podeželja in prebivalci Primorske.

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

(Več možnih odgovorov.)



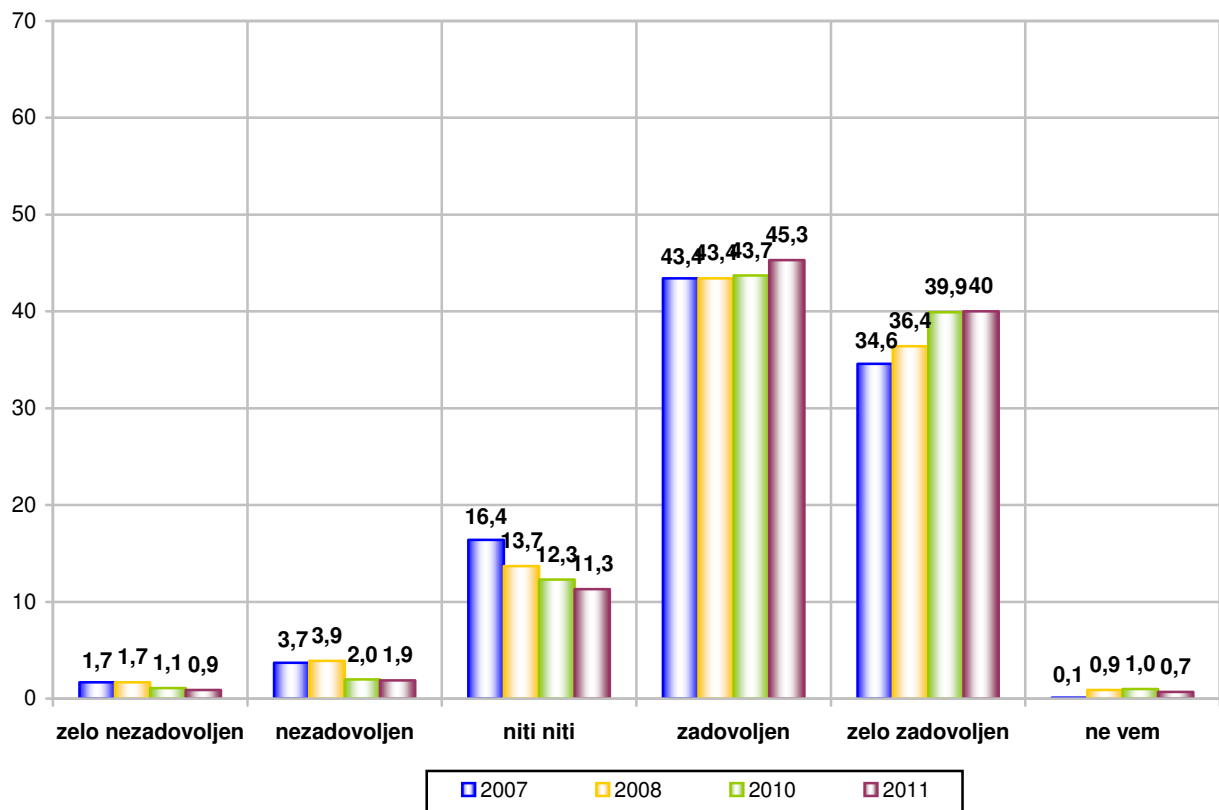
Pod drugo so anketiranci navedli: fotokopiranje (7 x).

Anketiranci pri obisku pošte najpogosteje opravljajo plačilni promet (60,6 %), sledijo sprejem priporočene ali vrednostne pošiljke (50,0 %), oddaja pisem (40,0 %), nakup znamk (39,1 %), oddaja priporočene ali vrednostne pošiljke (35,9 %), oddaja voščilnic (26,9 %) in nekatere druge storitve. Plačilni promet na pošti opravlja največ najstarejših, osnovnošolsko izobraženih, brezposelnih, anketirancev z najnižjimi prihodki, prebivalcev podeželja, Dolenjcev in takšnih, ki nimajo dostopa do interneta.

Tabela: Pogostost obiska poštne enote glede na opravljeno storitev

	večkrat tedensko	enkrat tedensko	dva do trikrat mesečno	enkrat mesečno	redkeje
oddaja pisma	10,0%	16,4%	37,1%	21,8%	14,6%
oddaja voščilnice	4,4%	13,2%	34,1%	31,3%	17,0%
oddaja paketa pod 10 kg	13,2%	15,4%	38,5%	18,7%	14,3%
oddaja paketa nad 10 kg	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	-
oddaja razglednice ali dopisnice	9,1%	14,3%	35,1%	22,1%	19,5%
oddaja priporočene ali vrednostne pošiljke	8,4%	13,9%	35,9%	23,5%	18,3%
sprejem paketa	6,1%	12,9%	38,6%	25,0%	17,4%
sprejem priporočene ali vrednostne pošiljke	4,9%	10,3%	31,1%	28,0%	25,7%
plačilni promet	6,4%	13,2%	40,3%	28,8%	11,3%
nakup trgovskega blaga	8,6%	19,8%	32,8%	25,9%	12,9%
nakup znamk	-	-	-	100,0%	-
igre na srečo	5,5%	13,1%	38,0%	24,1%	19,3%
drugo	15,1%	20,5%	41,1%	16,4%	6,8%

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)

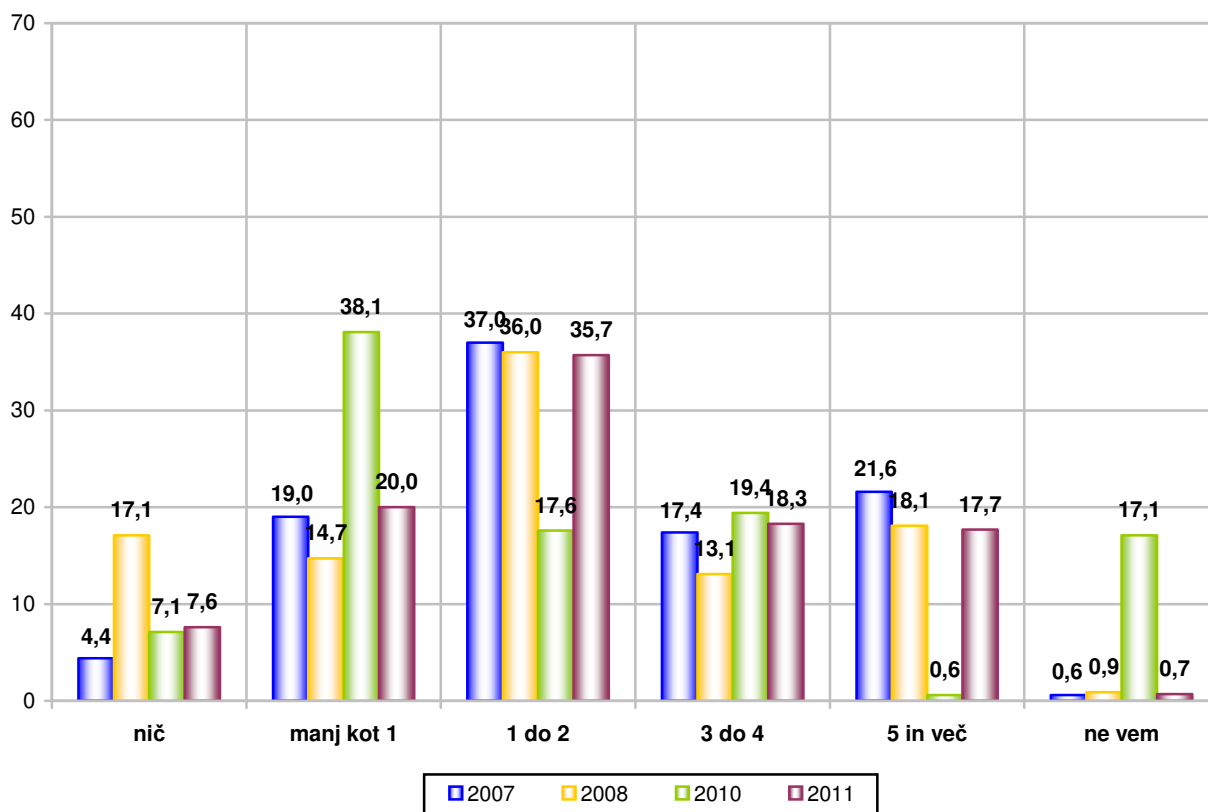


Povprečna ocena zadovoljstva s hitrostjo opravljanja storitev na poštah je 4,22, pri čemer je 85,3 % anketirancev zadovoljnih ali zelo zadovoljnih in 2,8 % nezadovoljnih ali pa zelo nezadovoljnih. Med tistimi, ki so nekoliko bolj nezadovoljni, malce bolj prevladujejo ženske, najstarejši anketiranci, poklicno izobraženi, upokojenci, prebivalci podeželja in Gorenjci ter tisti, ki nimajo dostopa do interneta.

Tabela: Zadovoljstvo s hitrostjo opravljanja storitev glede na opravljeno storitev

	zelo nezadovoljen	nezadovoljen	niti niti	zadovoljen	zelo zadovoljen
oddaja pisma	0,7%	1,1%	8,2%	42,7%	47,3%
oddaja voščilnice	0,6%	2,2%	8,3%	45,3%	43,6%
oddaja paketa pod 10 kg	-	3,3%	9,9%	44,0%	42,9%
oddaja paketa nad 10 kg	-	20,0%	20,0%	20,0%	40,0%
oddaja razglednice ali dopisnice	-	2,6%	6,5%	48,1%	42,9%
oddaja priporočene ali vrednostne pošiljke	0,4%	0,8%	10,8%	44,6%	43,4%
sprejem paketa	-	2,3%	7,6%	40,2%	50,0%
sprejem priporočene ali vrednostne pošiljke	1,4%	1,1%	11,5%	47,1%	38,8%
plačilni promet	0,5%	2,4%	9,9%	46,1%	41,1%
nakup trgovskega blaga	-	1,7%	5,2%	40,9%	52,2%
nakup znamk	-	-	100,0%	-	-
igre na srečo	0,7%	2,6%	9,9%	43,6%	43,2%
drugo	-	4,1%	15,1%	35,6%	45,2%

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

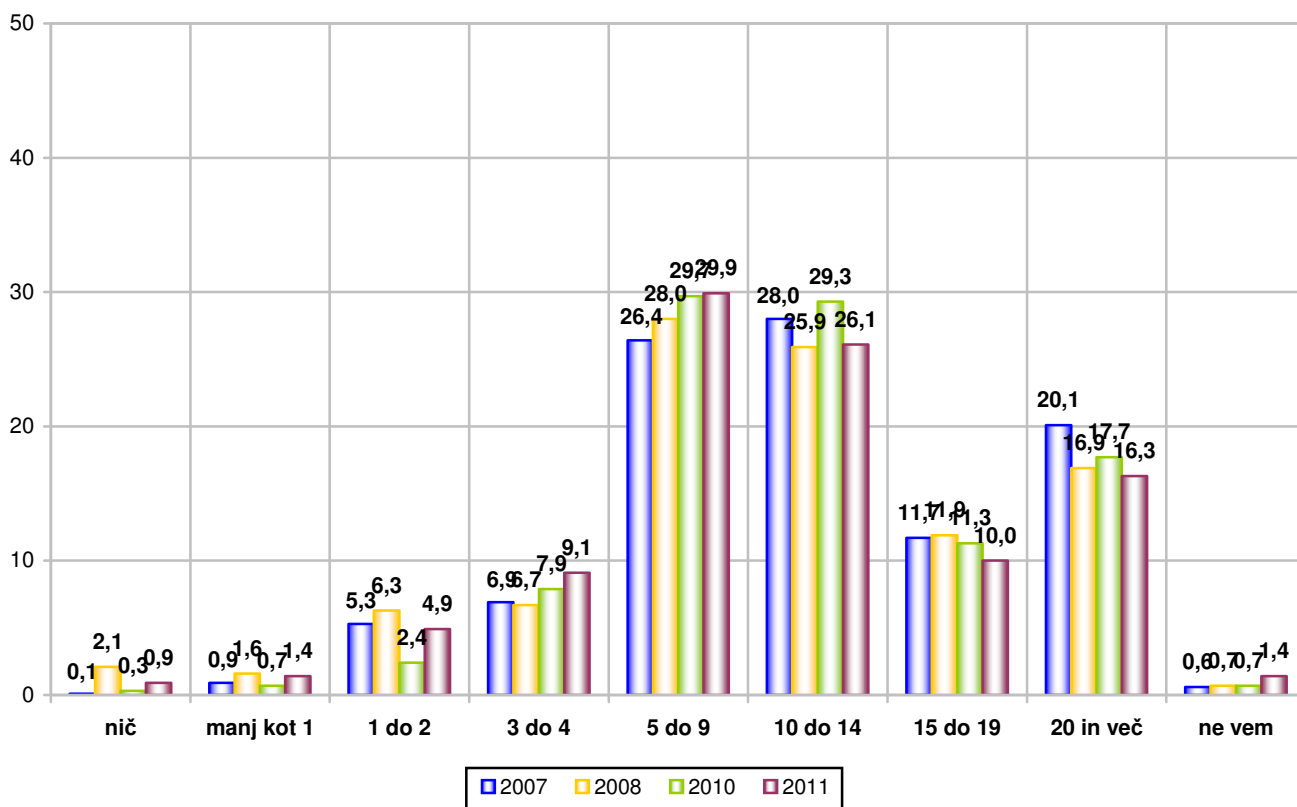


Relativna večina anketirancev (35,7) mesečno odda 1 do 2 pisma, sledijo tisti, ki oddajo 5 in več (21,6 %), ter anketiranci, ki oddajo 1 pismo mesečno (20,0 %). V odnosu na prejšnja merjenja so se deleži po posameznih kategorijah povsem spremenili, letos pa je izrazito poskočil delež tistih, ki so poslali 1 do 2 pismi ter 5 in več pisem.

Tabela: število oddanih pisem glede na dostop do interneta

	nič	manj kot 1	1 do 2	3 do 4	5 in več
dostop do interneta	6,8%	6,8%	6,8%	35,4%	19,4%
brez dostopa do interneta	9,3%	9,3%	9,3%	37,1%	16,5%

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

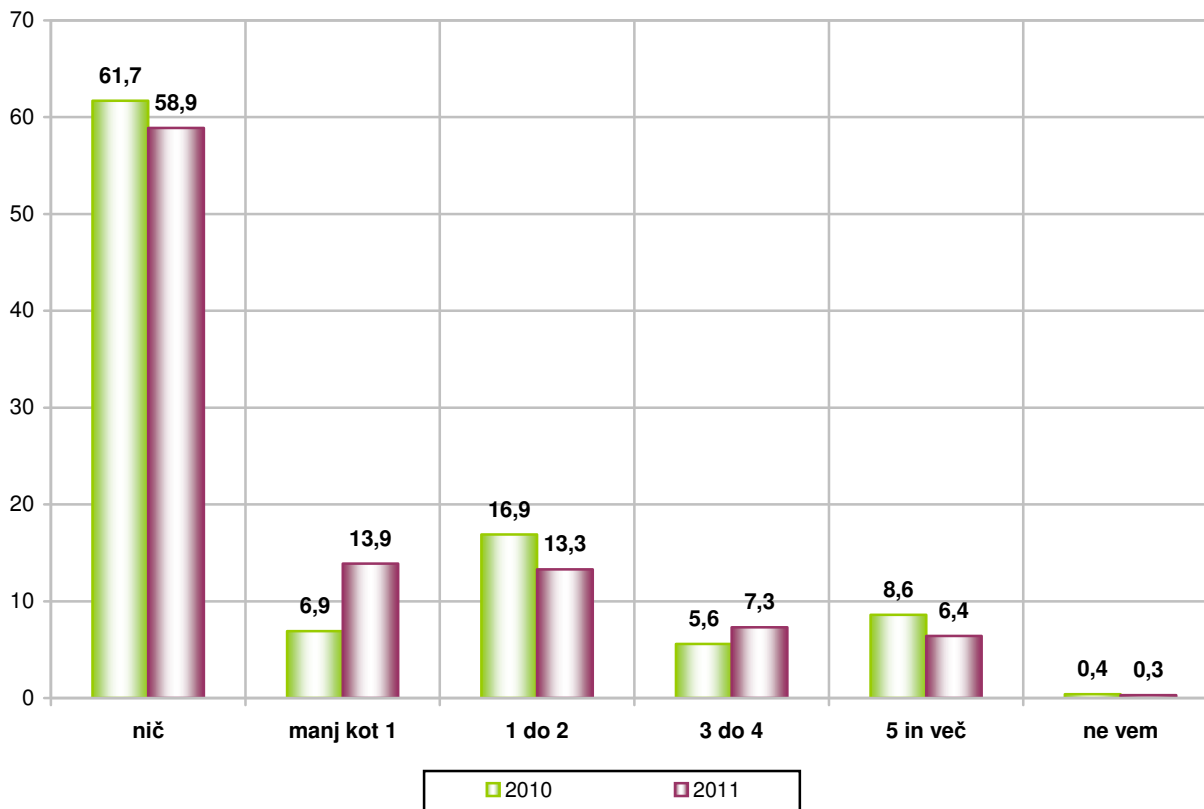


Največji delež anketirancev mesečno prejme med 5 in 9 pisem (29,9 %), sledi delež prejema od 10 do 14 (26,1 %) ter anketiranci, ki prejmejo 20 pisem in več (16,3 %). Manj kot 5 pisem prejme okrog 16 % anketiranih.

Tabela: število prejetih pisem glede na dostop do interneta

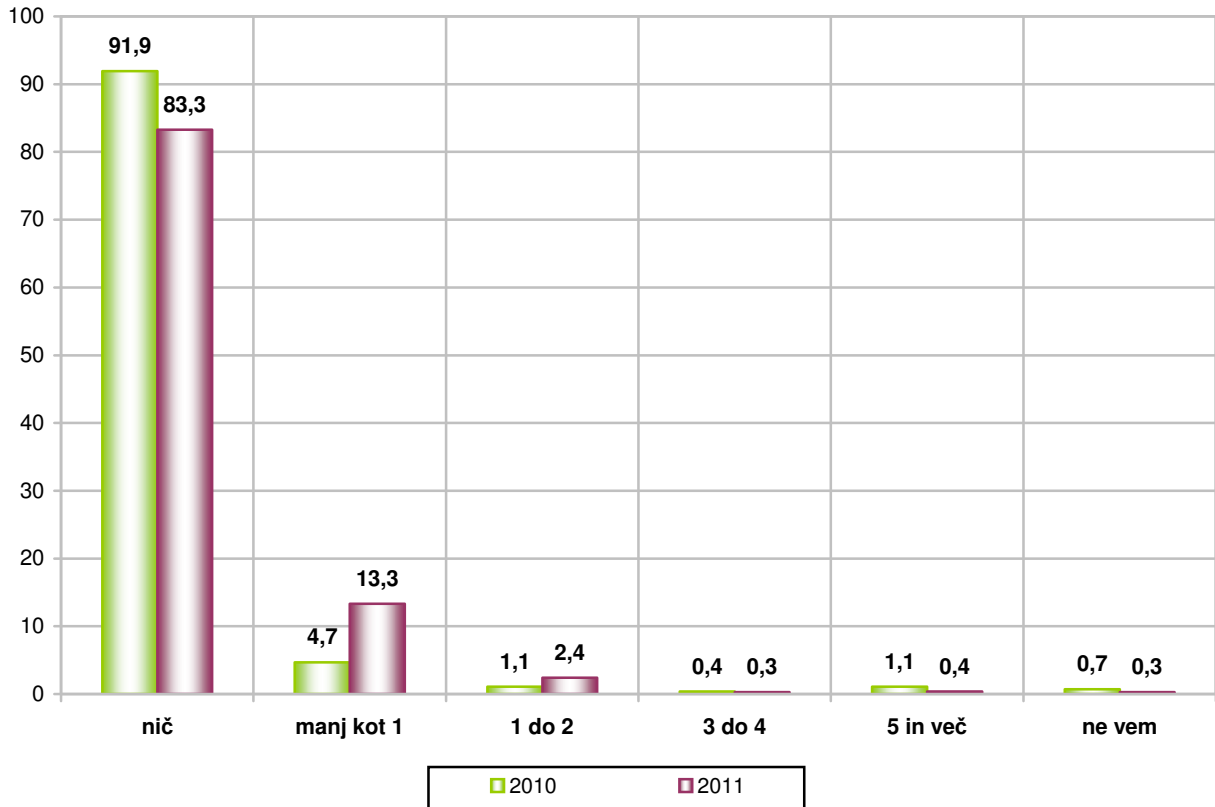
	nič	manj kot 1	1 do 2	3 do 4	5 do 9	10 do 14	15 do 19	več kot 20
dostop do interneta	0,7%	0,2%	4,2%	8,1%	26,1%	26,3%	14,0%	20,4%
brez dostopa do interneta	1,3%	3,8%	6,4%	11,5%	38,5%	26,9%	2,6%	9,0%

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



Večina anketirancev (58,9 %) sploh ne pošilja paketov pod 10 kg, med ostalimi pa prevladujejo tisti, ki letno pošljejo manj kot en paket (6,9 %) ter tisti, ki pošljejo 1 do 2 paketa (13,3 %), 5 in več paketov pošilja 6,4 % anketiranih, 3 do 4 pakete 7,3 %, 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.

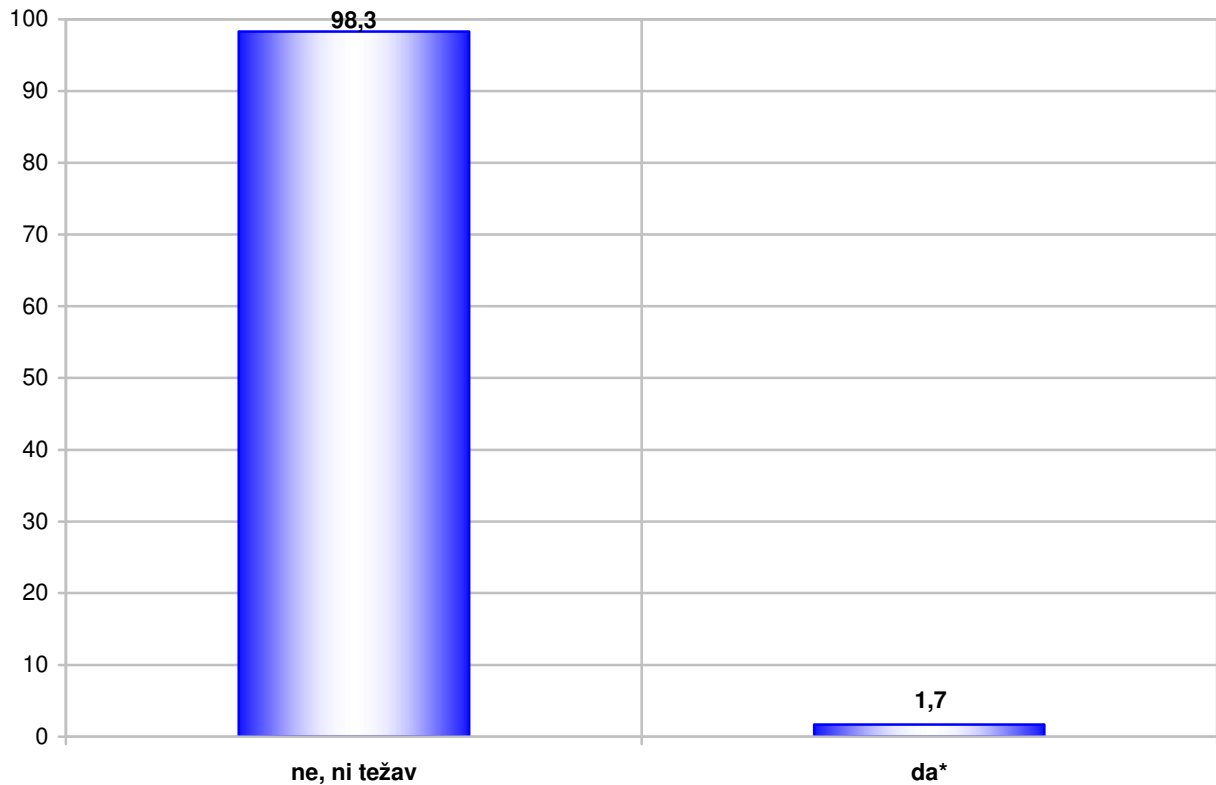
Koliko paketov nad 10 do 20 kg v povprečju oddate letno? (n = 700)



Dobre štiri petine anketirancev ne odda nobenega paketa nad deset kilogramov. Med ostalimi je še največ takšnih, ki letno oddajo manj kot en paket (13,3 %).

Ali se pri oddaji paketov nad 10 do 20 kg srečujete s kakšnimi težavami, ki so povezane s kakovostjo oz. ceno prenosa? Če da, kakšne težave imate? (n = 583)

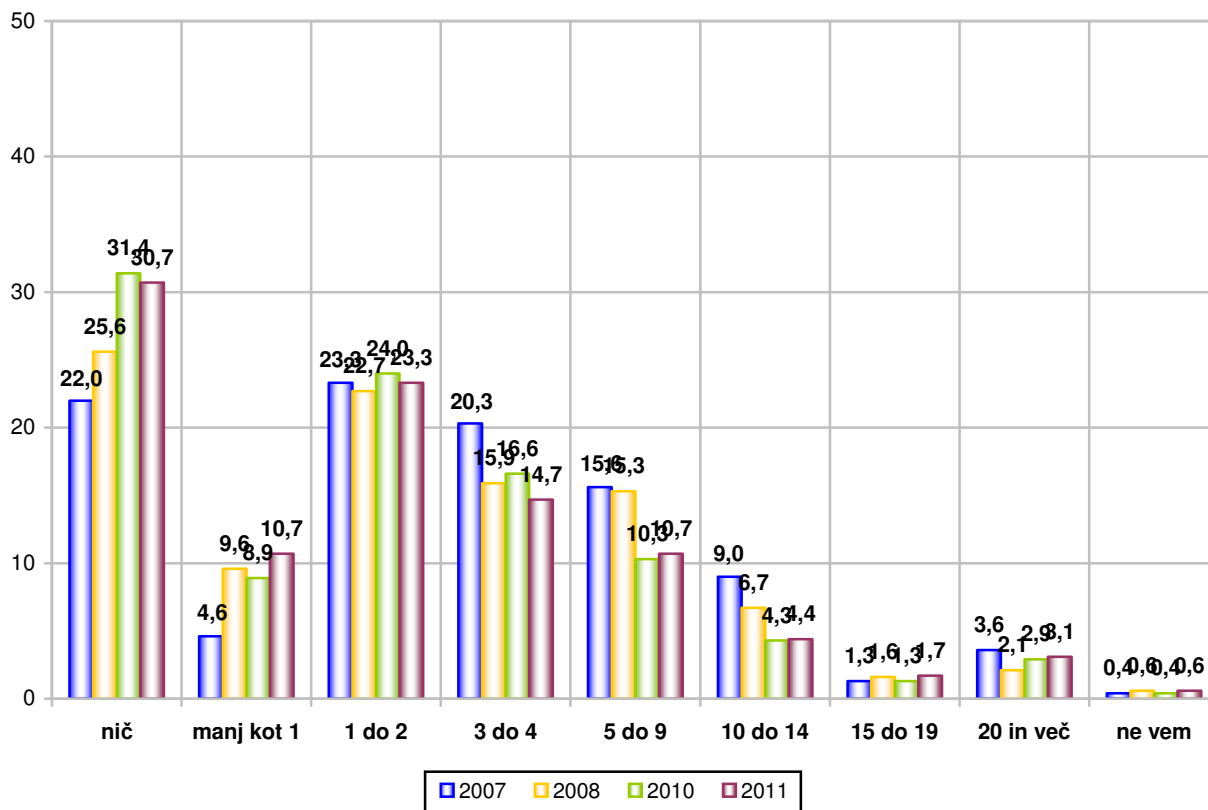
Odgovarjajo tisti, ki oddajajo pakete nad 10 do 20 kg.



** V dveh primerih so anketirani naleteli na težave, in sicer: premajhno okence in cena.*

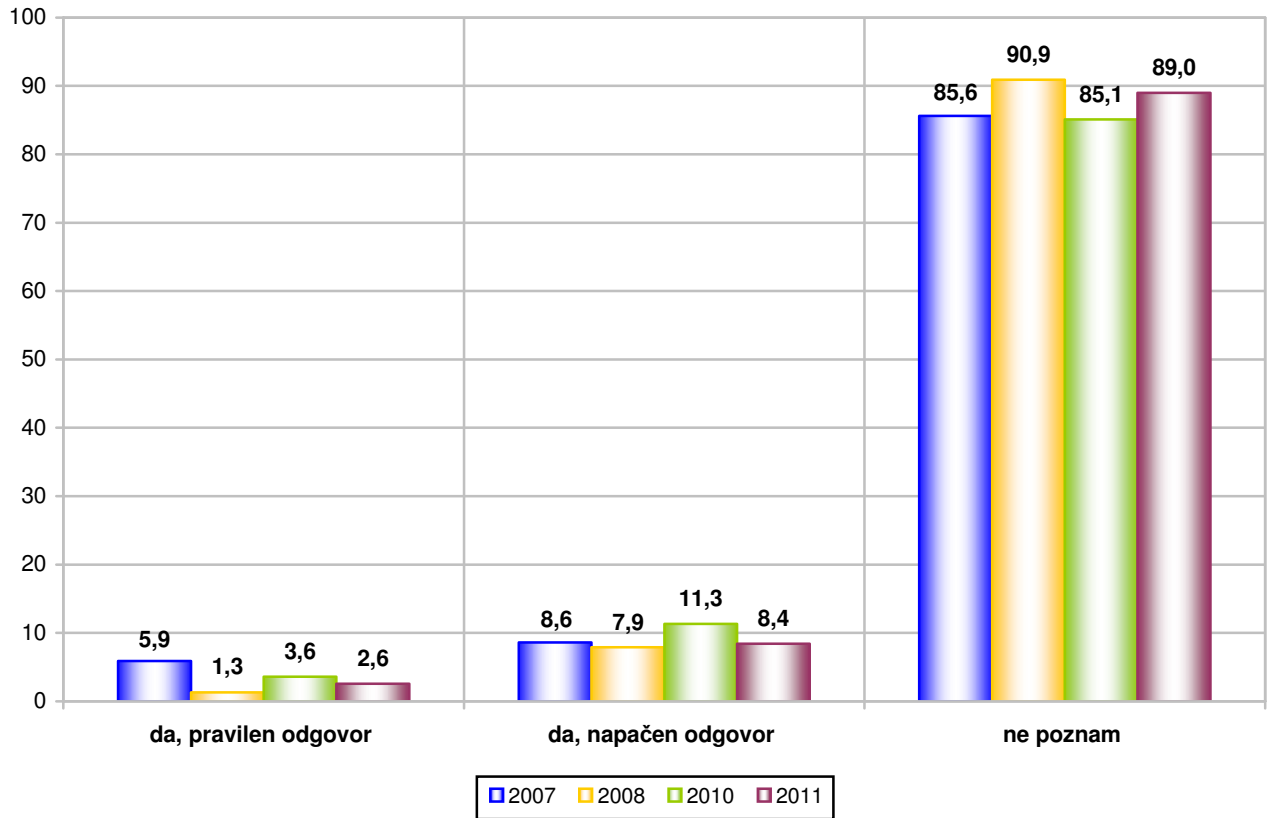
Med anketiranci, ki oddajajo pakete nad 10 do 20 kg praktično ni nikogar, ki bi imel težave s kakovostjo prenosa.

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



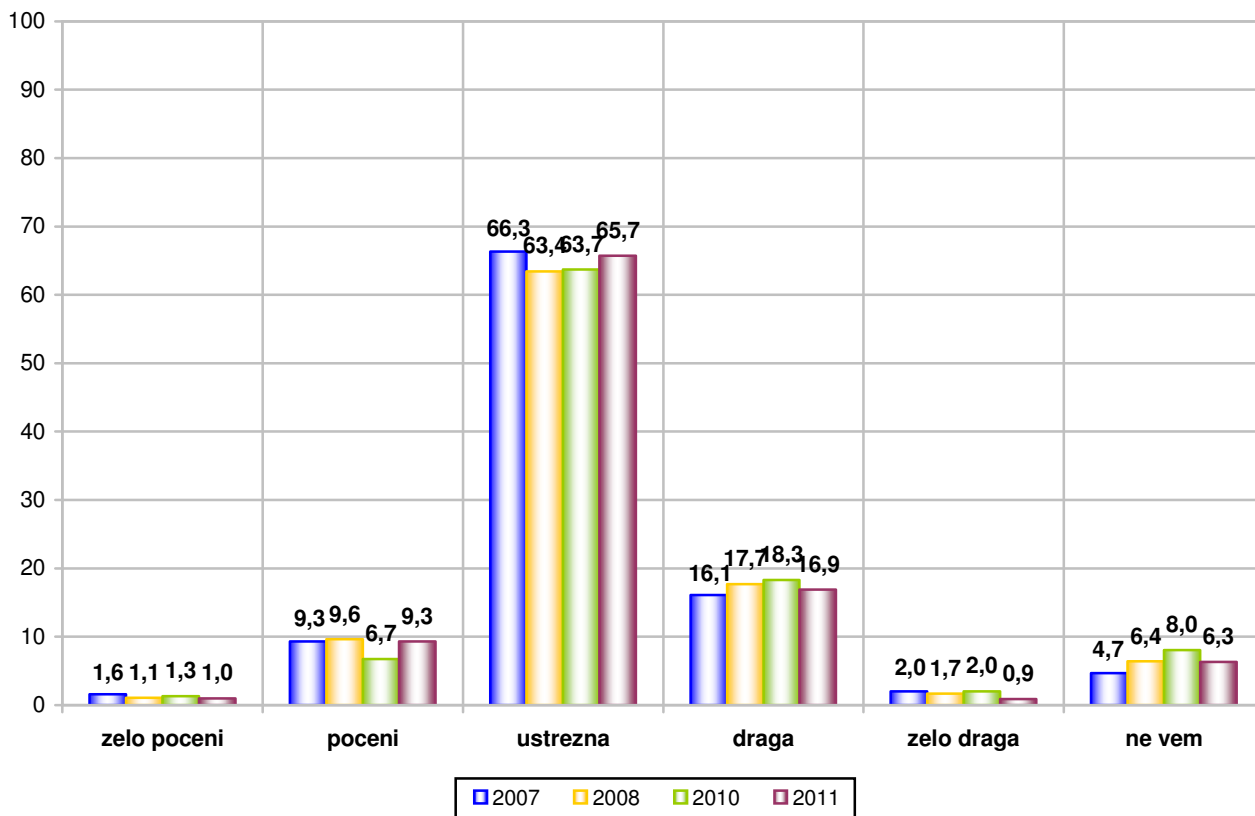
Slaba tretjina anketirancev (30,7 %) ne prejema paketov, največ pa jih prejme 1 do 2 paketa letno (23,3 %), 3 do 4 pakete letno prejme (14,7 %), 5 do 9 paketov pa desetina (10,7 %). Med tistimi, ki ne prejema paketov, je največ najstarejših, nižje izobraženih, upokojencev, anketirancev z najnižjimi prihodki, prebivalcev največjih mest, Dolenjcev ter tistih, ki nimajo dostopa do interneta.

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



Ceno pisma pozna le 2,6 % anketiranih, ostali je ne poznajo, ali pa so navedli napačno ceno.

Kakšna se vam zdi cena 0,27 EUR za prenos navadnega pisma – znamka A? (n = 700)



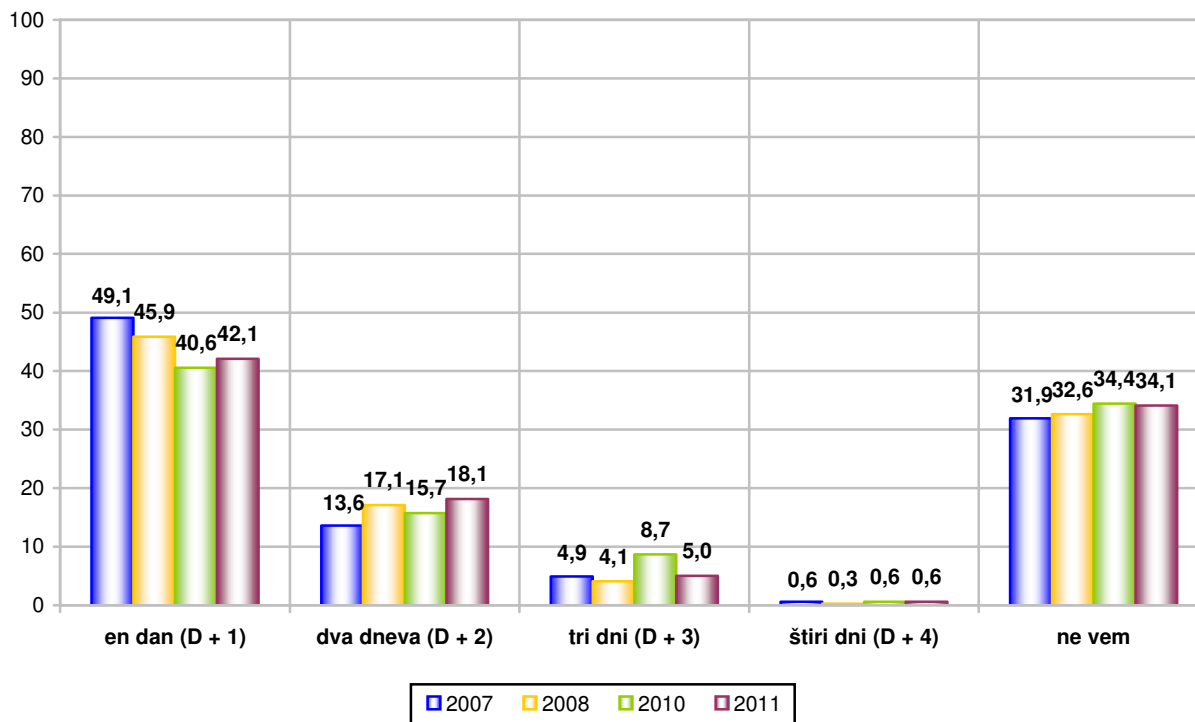
Povprečna ocena je 3,08.

Cena 0,27 € za prenos navadnega pisma se večini anketirancev (65,7 %) zdi ustrezna. Drago ali predrago je za šestino (17,8 %) anketirancev, desetina pa je mnenja, da je poceni ali prepoceni. Da je cena previsoka, meni največ žensk, najstarejših, poklicno izobraženih, brezposelnih, upokojencev, anketirancev z najnižjimi prihodki oziroma tistih brez prihodka ter prebivalcev primestja in Gorenjcev.

Tabela: ustreznost cene glede na število oddanih pisem

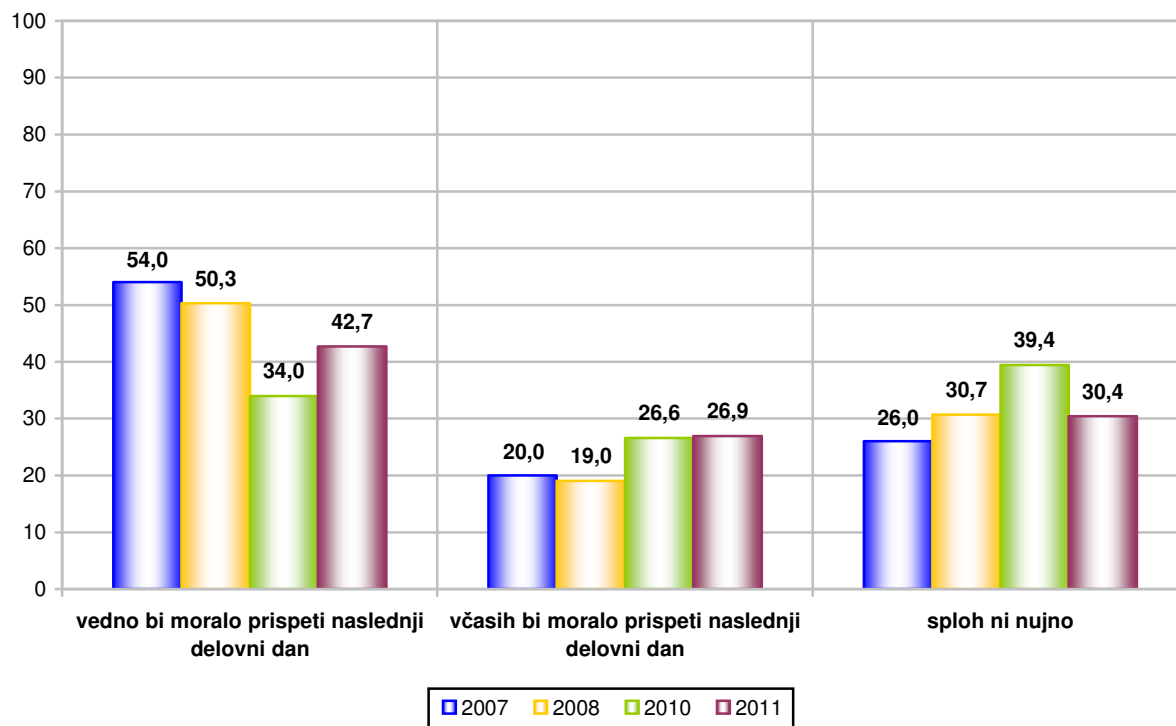
	zelo poceni	poceni	ustrezna	draga	zelo draga
nič		8,9%	73,3%	15,6%	2,2%
manj kot 1	0,8%	6,3%	68,3%	23,8%	0,8%
1 do 2	1,3%	9,6%	70,8%	17,5%	0,8%
3 do 4	2,4%	10,5%	69,4%	17,7%	-
5 in več	-	14,5%	71,8%	12,8%	0,9%

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



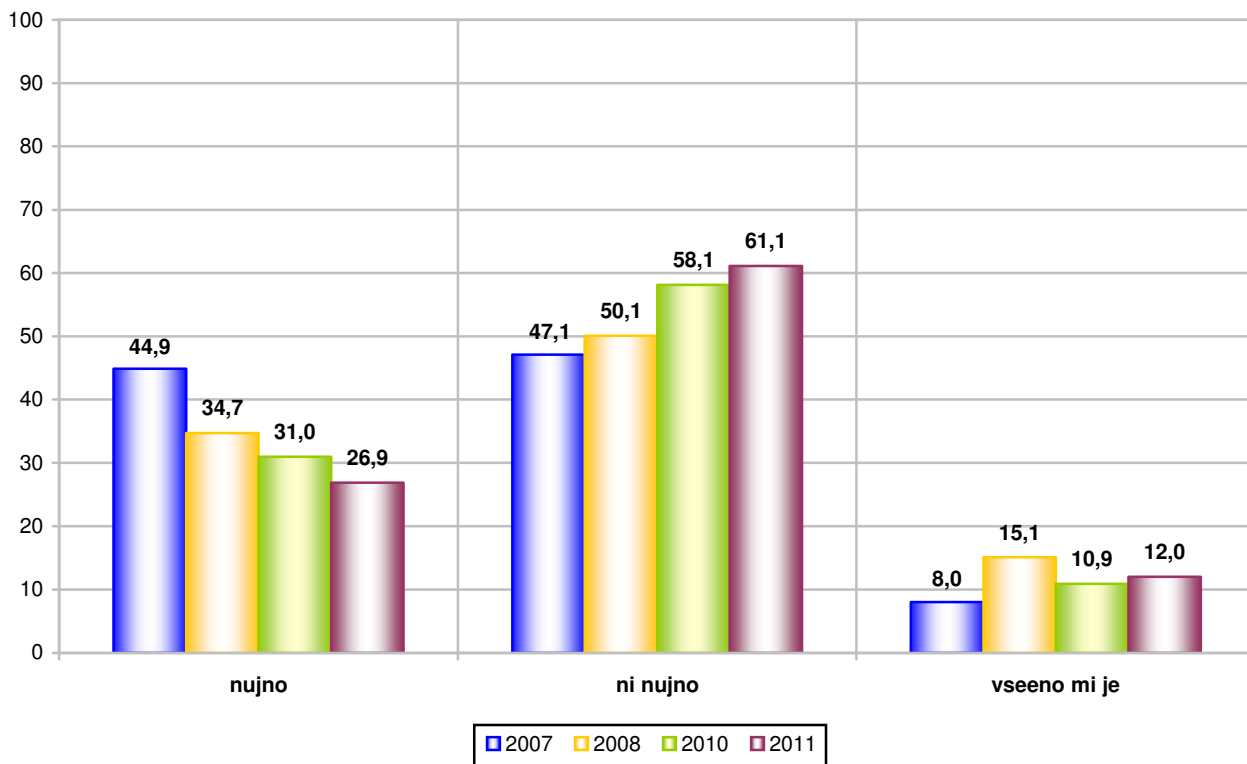
Največ anketirancev (42,1 %) je odgovorilo, da je predpisan čas prenosa navadnega pisma en dan, dobra tretjina (34,1 %) ni vedela odgovora, 18,1 % anketirancev meni, da je predpisan čas dva dneva, 5,3 % pa meni, da pismo potuje tri dni. Da je predpisan čas prenosa pisma en dan, je odgovorilo največ žensk, najstarejših, višje izobraženih, zaposlenih, upokojencev, anketirancev z zmernimi prihodki, prebivalcev primestja in Gorenjcev.

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



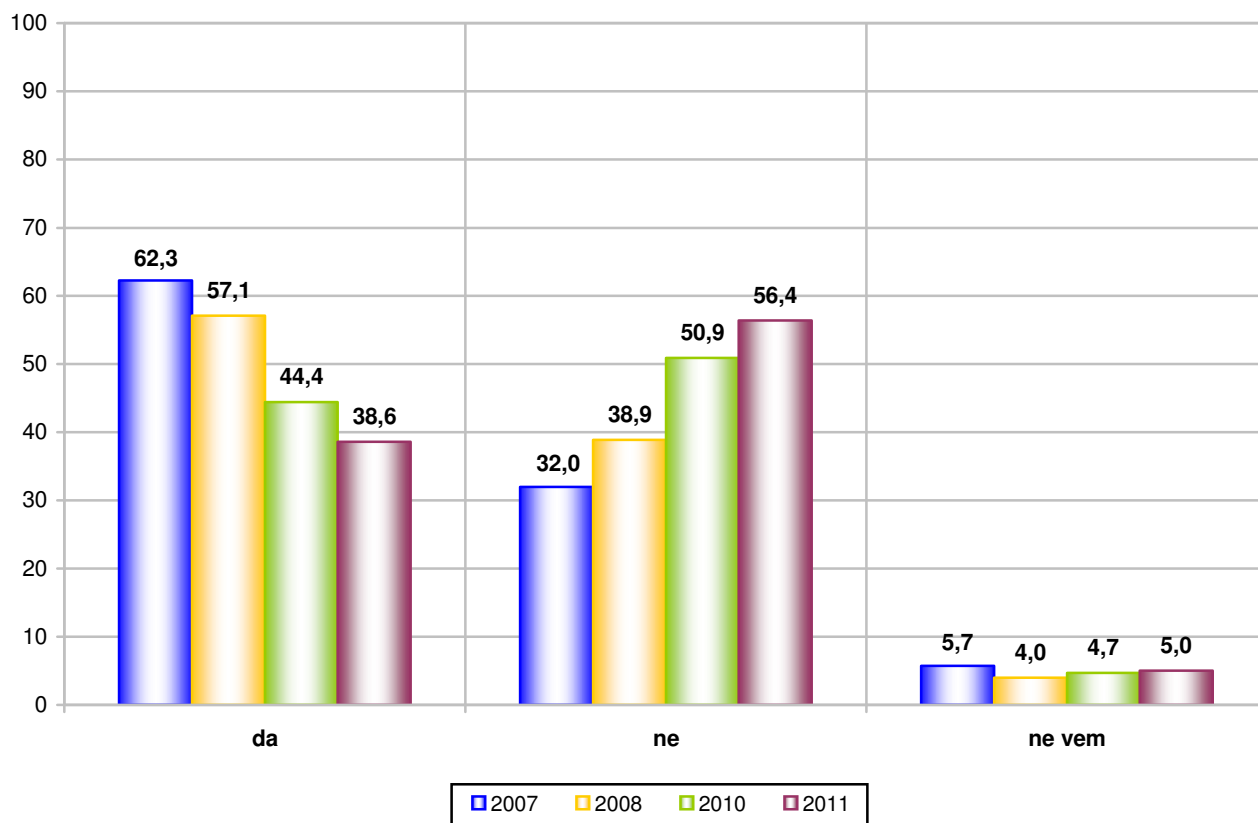
Da bi moralo pismo vedno prispeti do naslovnika naslednji delovni dan, kot je bilo oddano, meni 42,7 % anketirancev. Dobra četrtina (26,9 %) jih meni, da bi včasih moralo prispelo naslednji delovni dan, da sploh ni nujno, da bi prispelo naslednji dan pa meni 30,4 % anketirancev. Prvih je največ med ženskami, anketiranci v starostni skupini od 46 do 60 let, najvišje izobraženimi, samozaposlenimi ter dijaki in študenti, anketiranci z višjimi prihodki, prebivalci mest, Gorenjci 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 26,9 % anketirancev, 61,1 % je mnenja, da to ni nujno, za 12,0 % 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, najvišje izobraženih, samozaposlenih, anketirancev z višjimi prihodki, prebivalcev primestja, anketirancev iz osrednje Slovenije in tistih, ki nimajo dostop do interneta.

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

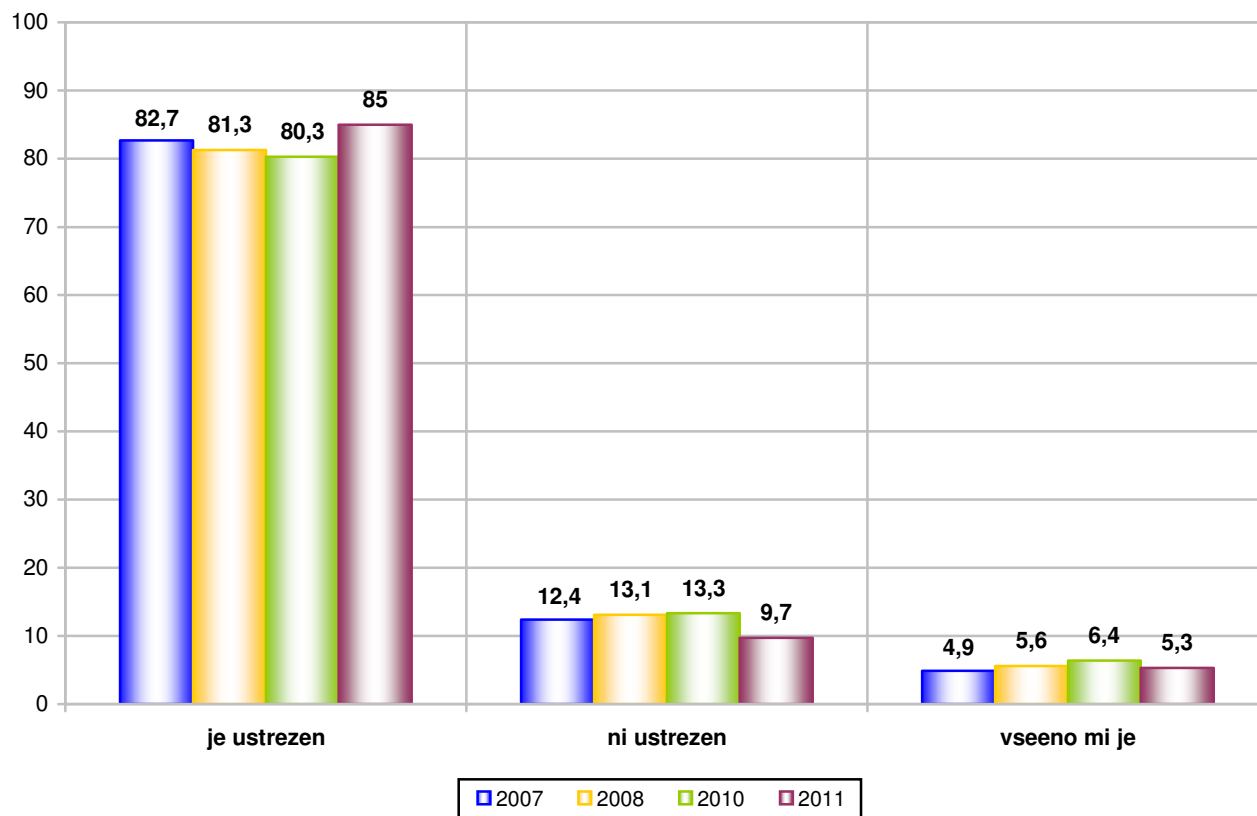


Dobra tretjina (38,6 %) anketirancev zatrjuje, da imajo dostavo poštnih pošiljk na dom tudi ob sobotah, dobra polovica pa je izjavila, da je nimajo. Delež tistih, ki imajo dostavo poštnih pošiljk na dom ob sobotah, vztrajno pada.

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

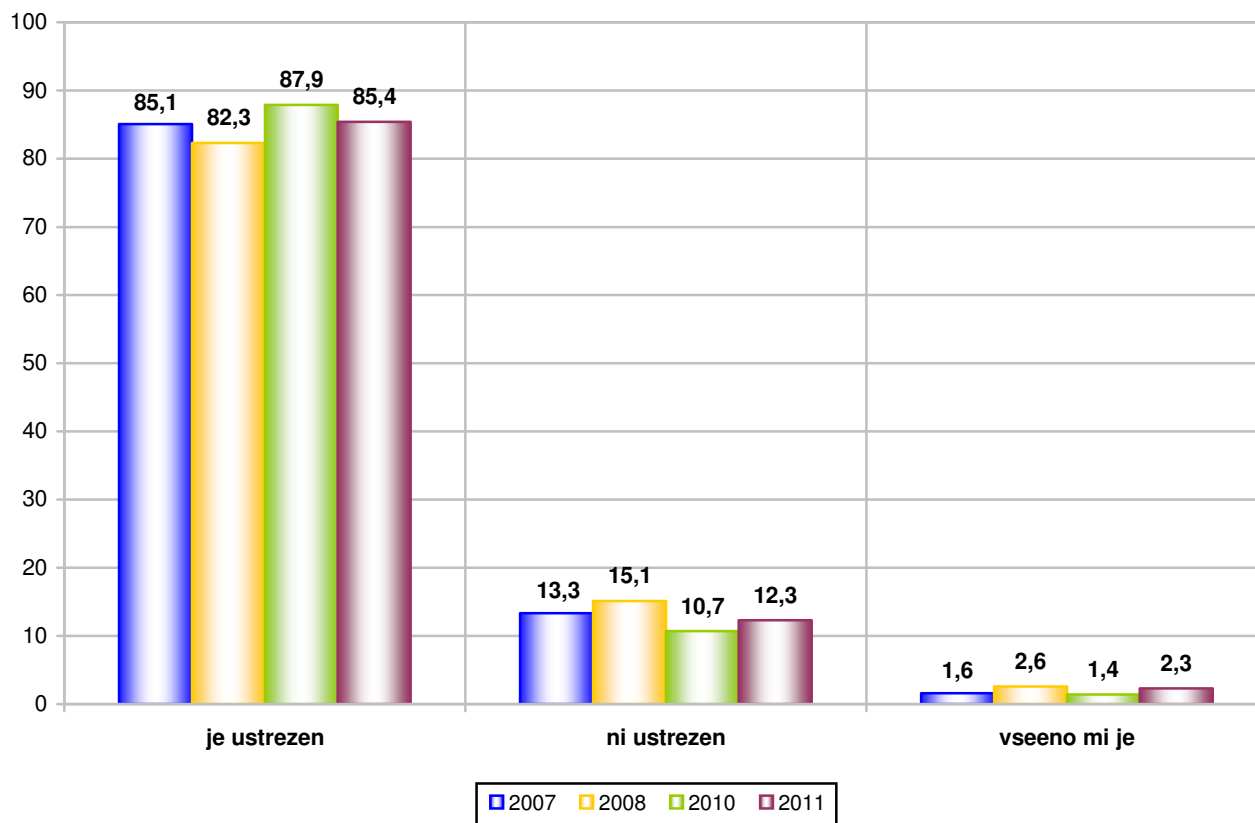
	nujno	ni nujno	vseeno mi je
dostava ob sobotah	28,9%	59,3%	11,9%
brez dostave ob sobotah	25,6%	63,3%	11,1%

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



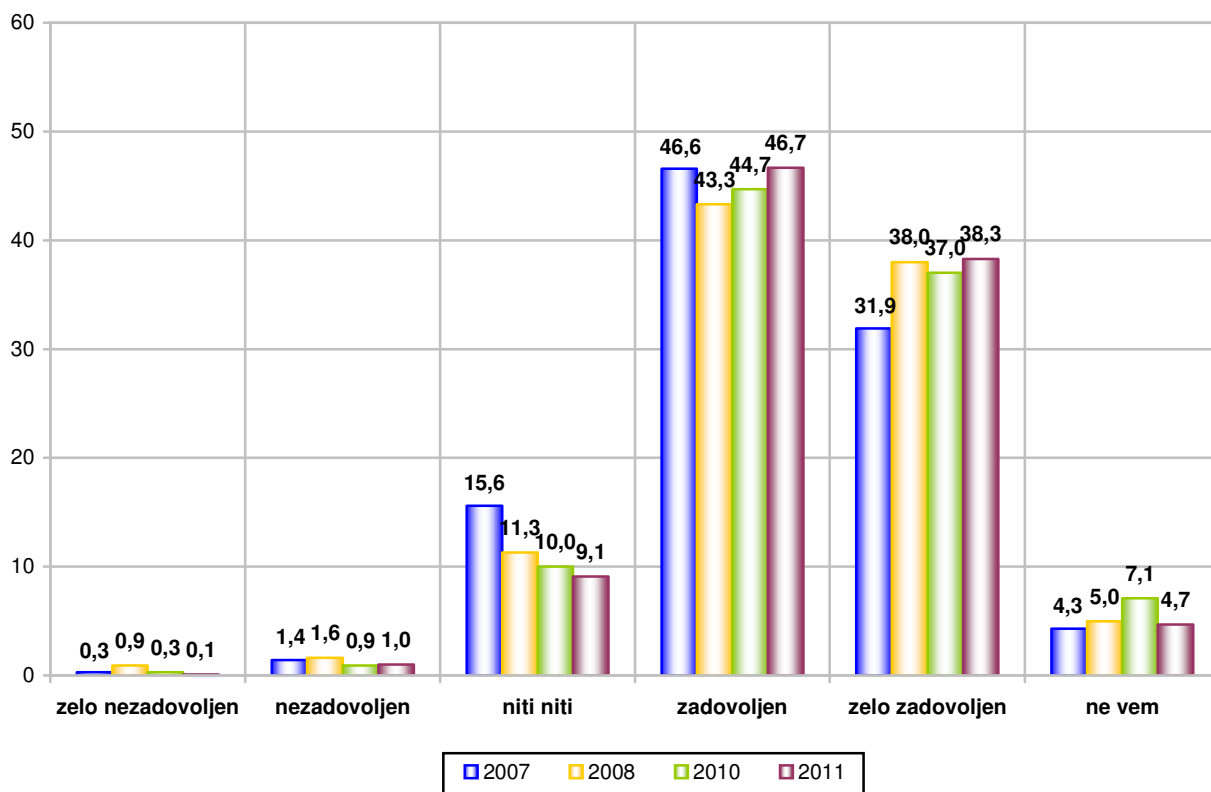
Dobre štiri petine anketirancev (85,0 %) so izjavile, da se jim zdi čas prihoda pismonoše na njihov dom ustrezen, slaba desetina (9,7 %) pa meni nasprotno. Nekoliko več nezadovoljnih s časom prihoda poštarja na njihov dom je med moškimi, mlajšimi, bolj izobraženimi, samozaposlenimi ter dijaki in študenti, anketiranci z višjimi prihodki, prebivalci primestja in anketiranci iz osrednje Slovenije.

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



Obratovalni čas poštnih enot, ki jih obiskujejo, je ustrezen za 85,4 % anketirancev, dobri desetini (12,3 %) 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 4,28.

Oceno zadovoljen ali zelo zadovoljen je izbralo 85,0 % anketirancev, oceno nezadovoljen ali zelo nezadovoljen pa 1,1 %. Z dostopnostjo informacij na poštah so najbolj zadovoljne ženske, najstarejši anketiranci, poklicno izobraženi, upokojenci, anketiranci z nižjimi prihodki, prebivalci podeželja in Dolenjci.

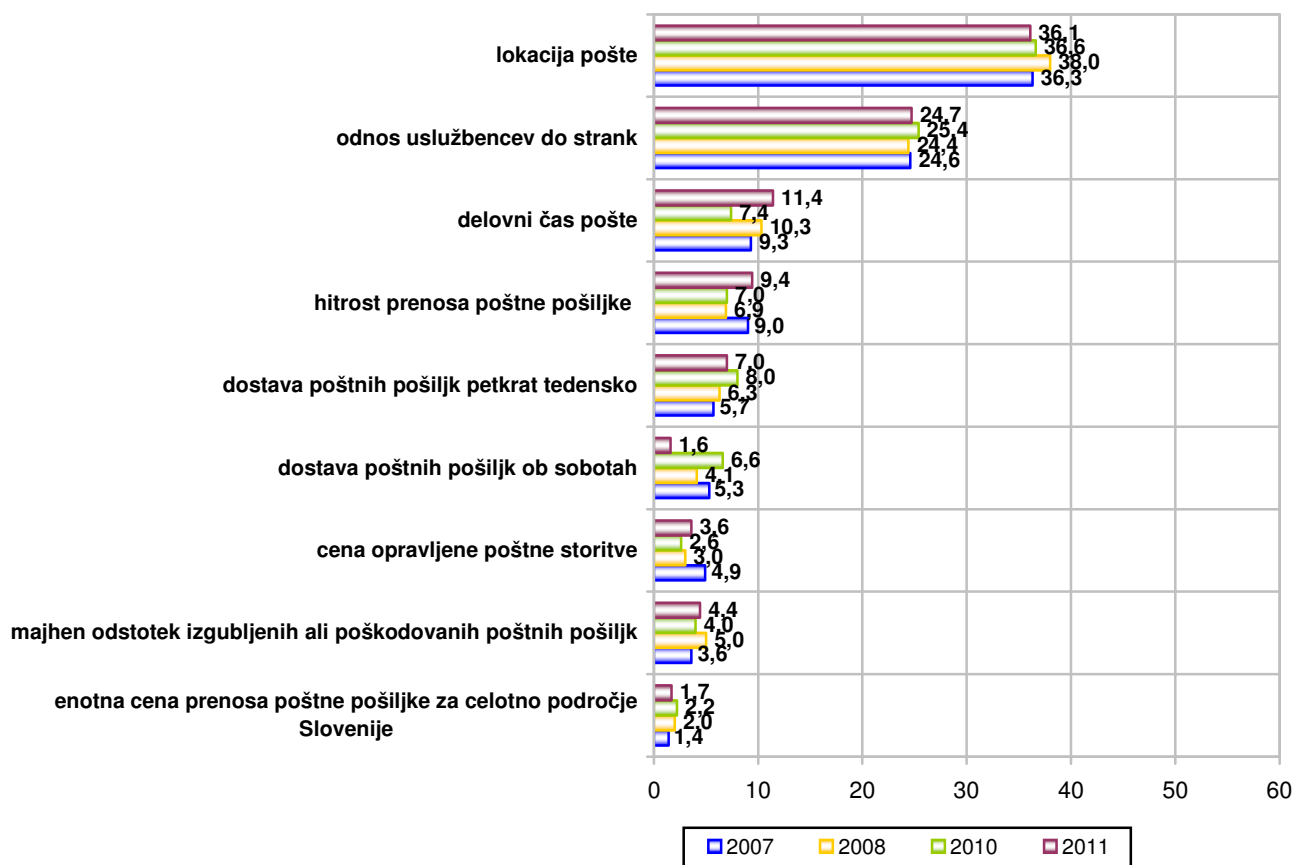
Zakaj niste zadovoljni z dostopnostjo informacij? Katere informacije pogrešate? (n = 8)

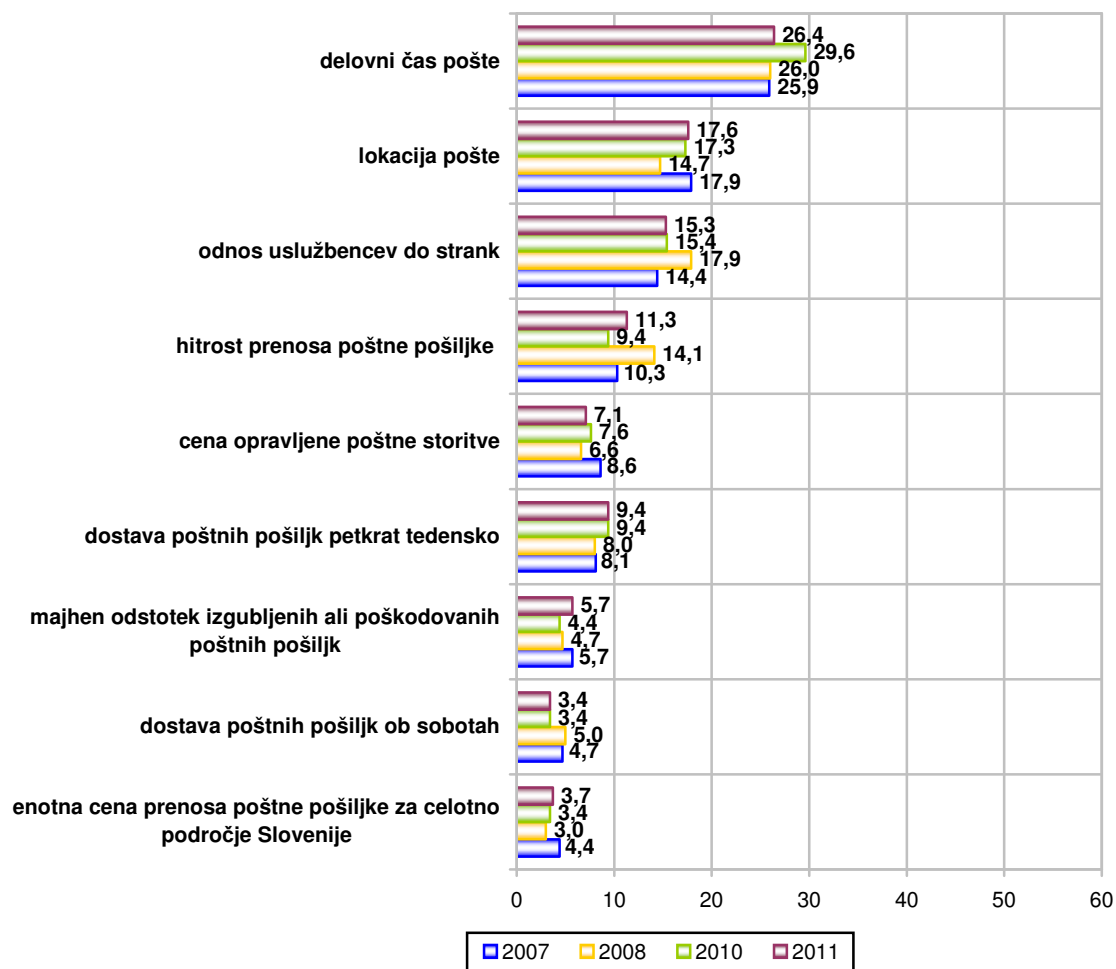
Na vprašanje so odgovarjali tisti, ki niso zadovoljni z dostopnostjo informacij. Spodaj navajamo dobesedne navedbe nezadovoljnih anketirancev:

- informacija o pošiljanju paketa
- ker nisem zadovoljna z delovnim časom
- ne vračanje neustreznih pošilk
- neprijazen odnos do strank
- niso se potrudili, da bi našli ustrezen odgovor
- spremembe cen in dostavnih rokov
- uslužbenci ne poznajo vseh podrobnosti z vsemi poštnimi storitvami
- vse informacije

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)

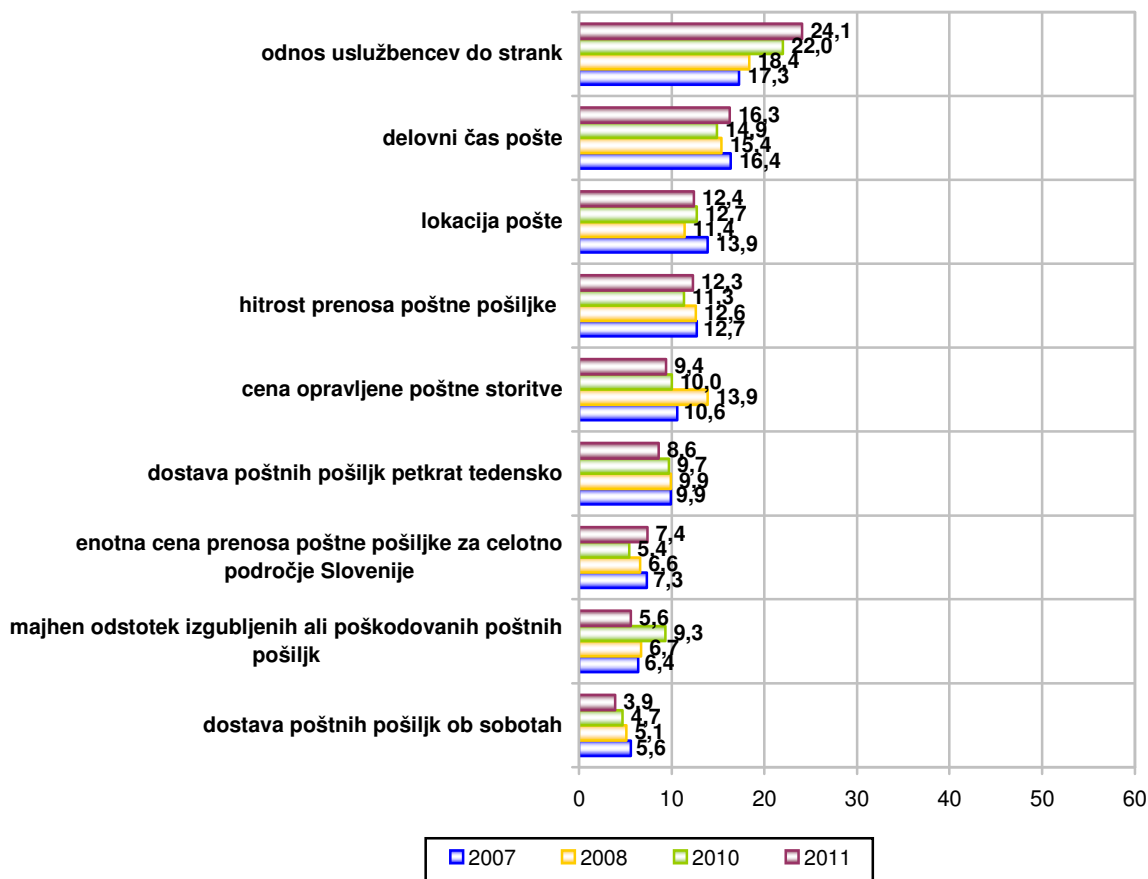
A. PRVI IZBOR

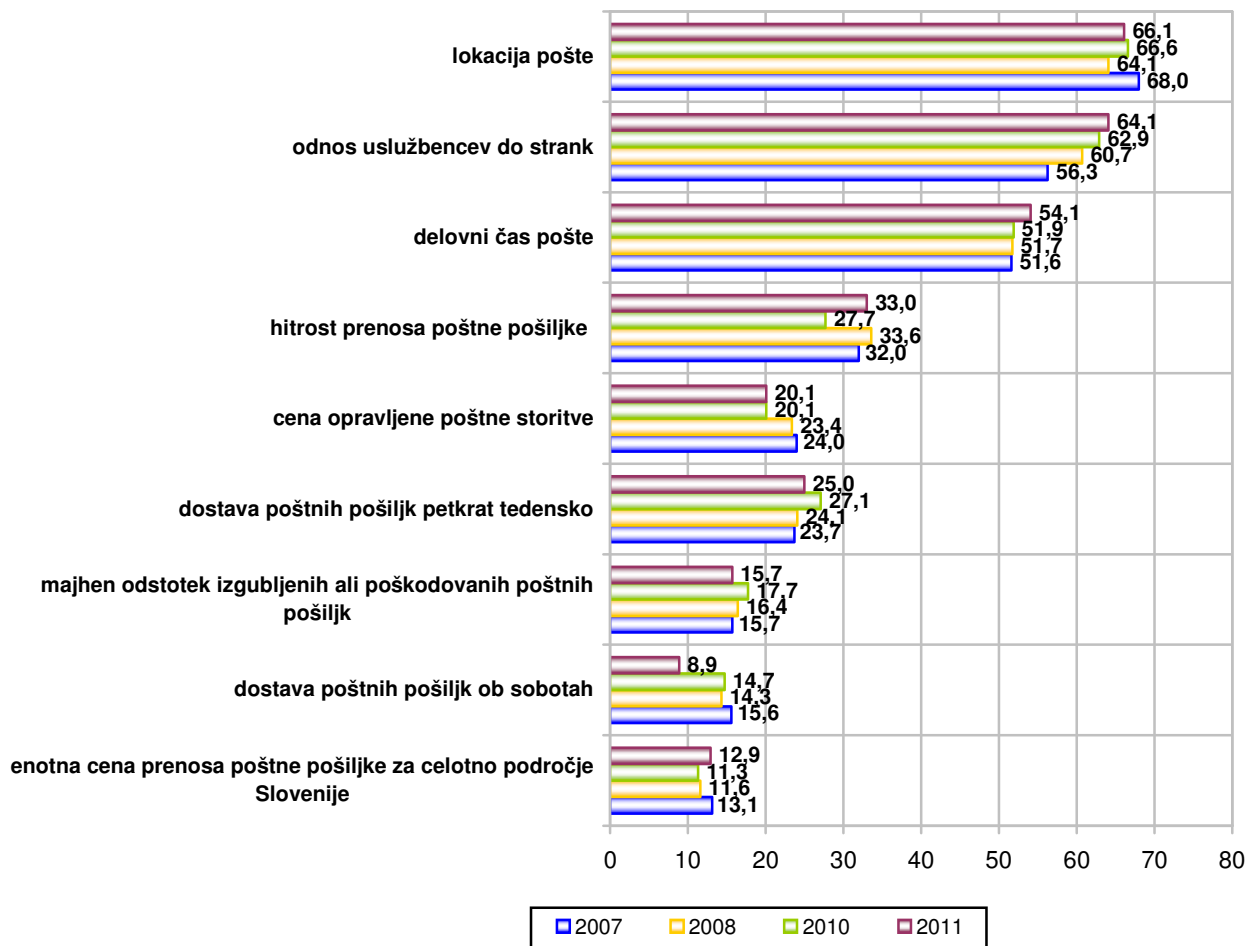


B. DRUGI IZBOR




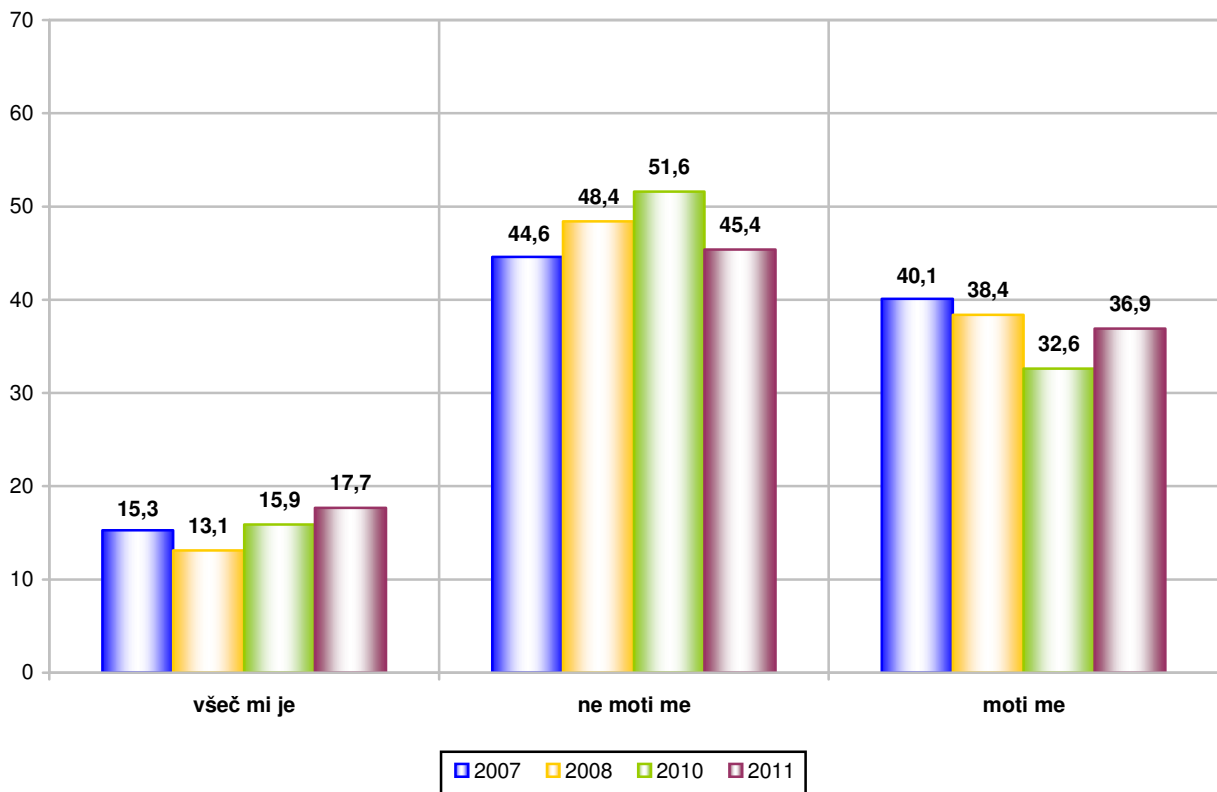
C. TRETJI IZBOR



D. SKUPAJ


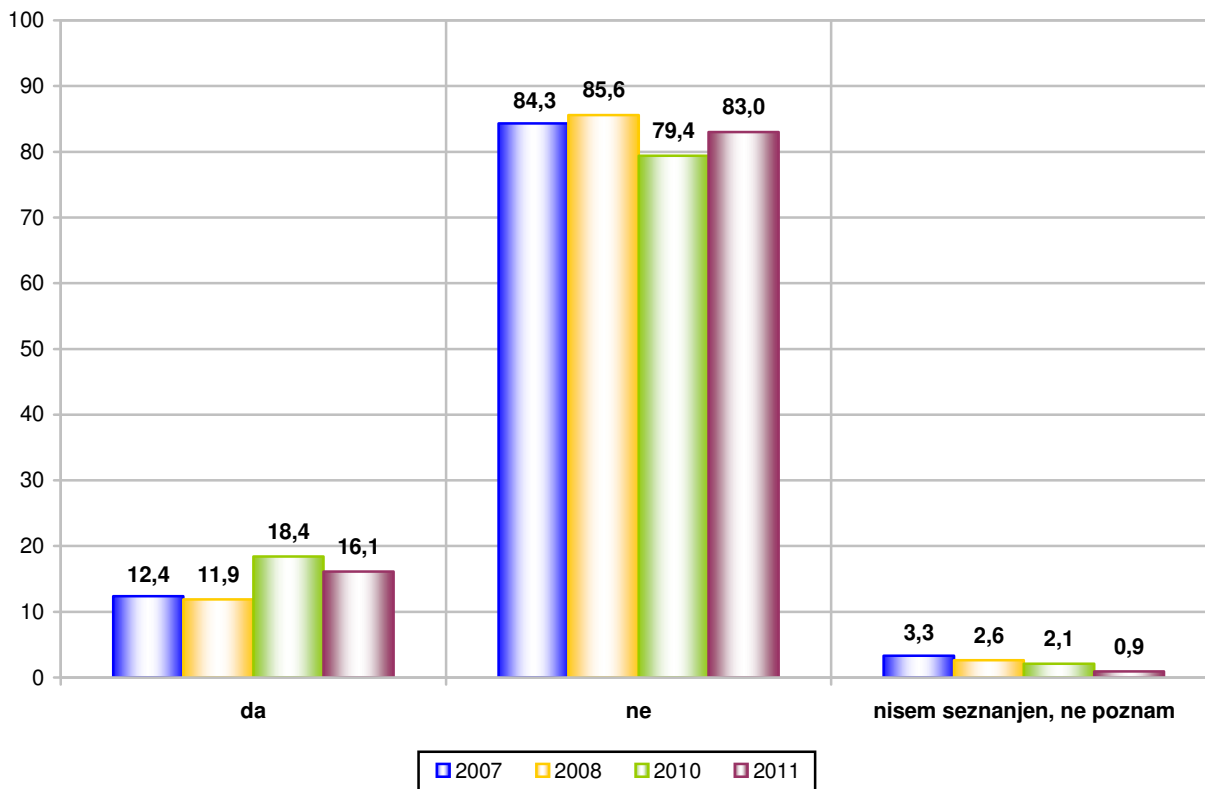
Med dejavniki, ki so povezani s kakovostjo poštne storitve, je anketirancem najbolj pomembna lokacija pošte (66,1 %), sledita odnos uslužbencev do strank (64,1 %) in delovni čas pošte (54,1 %). Ostali naštetih dejavniki so anketirancem nekoliko manj pomembni, najmanj pa jim je pomembna dostava poštnih pošiljk ob sobotah (8,9 %). V kategorijo manj pomembnih dejavnikov pa sodita še enotna cena prenosa poštne pošiljke za celotno področje Slovenije (12,9 %) in majhen odstotek izgubljenih ali poškodovanih poštnih pošiljk (15,7 %). Pomembnost posameznih dejavnikov je ostala v približno enakem sorazmerju kot v minulih merjenjih.

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 17,7 % anketirancem, moti 36,9 % anketiranih, nemoteče pa je za 45,4 % anketiranih. Tovrstna sporočila najbolj motijo najstarejše, bolj izobražene, dijake in študente, anketirance z najvišjimi prihodki, prebivalce mest ter Primorce.

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

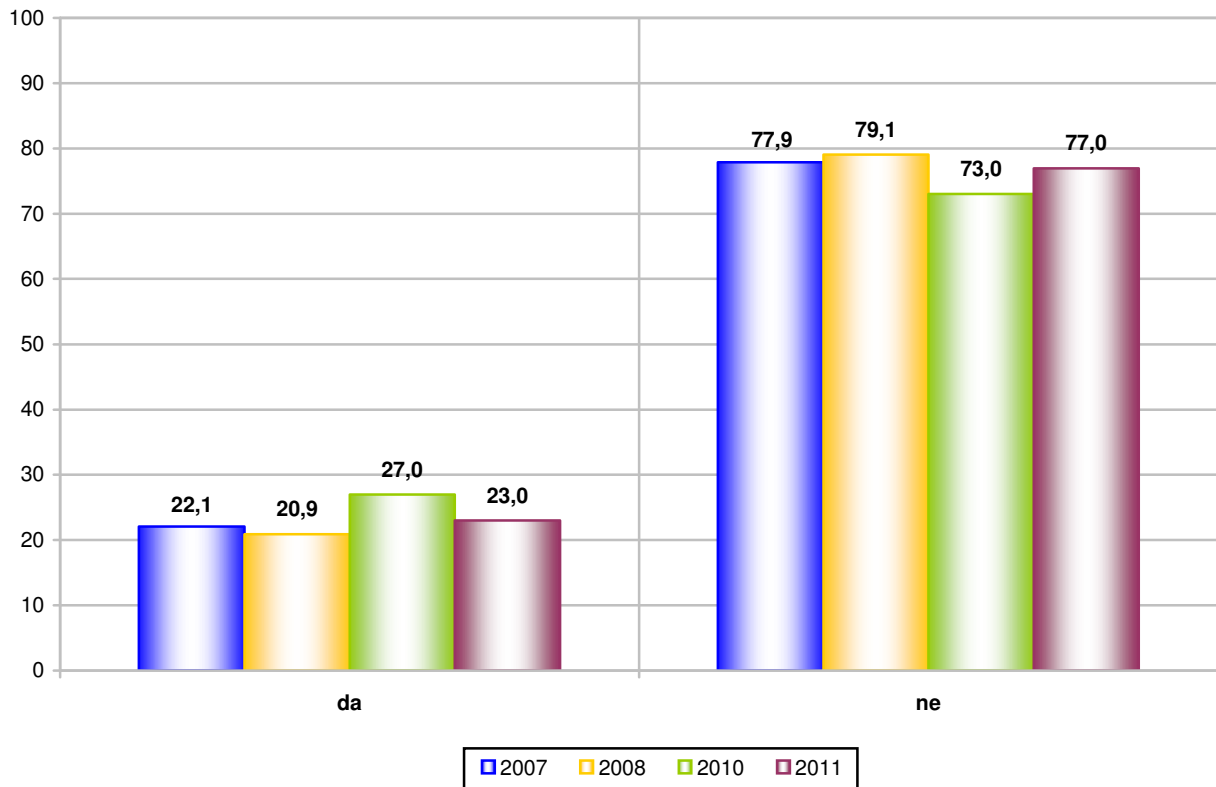


Nalepko, s katero lahko prepovedo vročanje nenaslovljenih oglaševalskih, marketinških in drugih reklamnih sporočil, uporablja 16,1 % anketirancev. Največ jih je med starejšimi, najbolj izobraženimi, upokojniki, anketiranci z najvišjimi prihodki, prebivalci velikih mest in anketiranci iz osrednje Slovenije.

Tabela: uporaba nalepke glede na odnos do prejemanja reklamnih sporočil

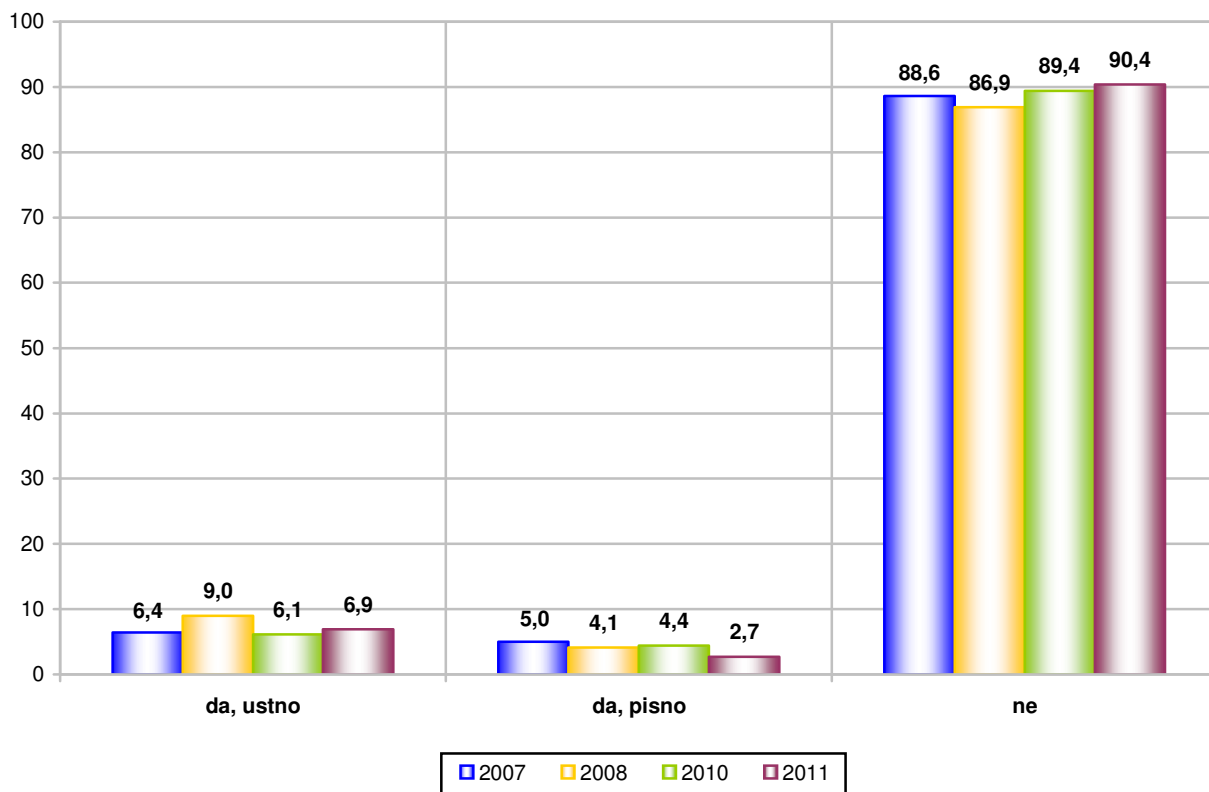
	všeč mi je	ne moti me	moti me
uporabljam	2,7%	13,3%	84,1%
ne uporabljam	20,8%	51,8%	27,4%
nisem seznanjen, ne poznam	-	33,3%	66,7%

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



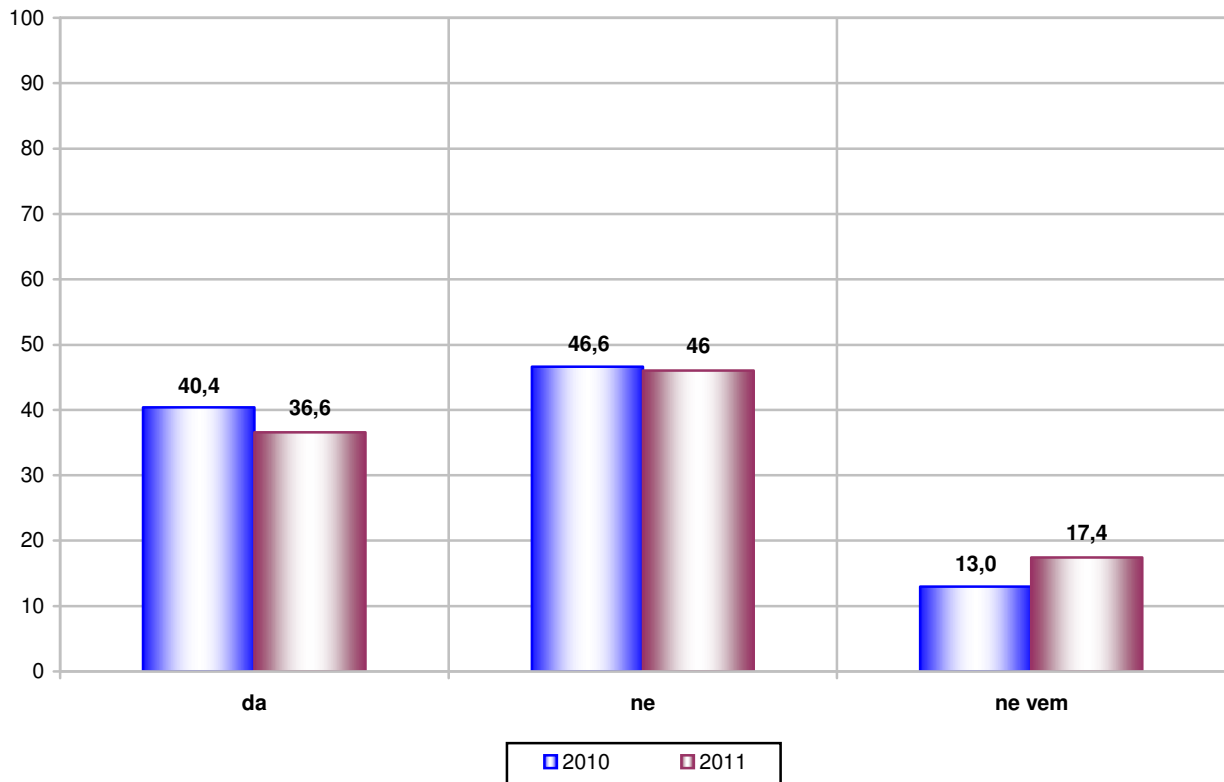
S pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami v primeru poškodovanih pošiljk, uničenja, prekoračitve roka prenosa itn. je seznanjena slaba četrtnina anketirancev (23,0 %). Največ teh je med najstarejšimi, srednješolsko izobraženimi, zaposlenimi, anketiranci z zmernimi prihodki, prebivalci mest in anketiranci iz osrednje Slovenije.

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



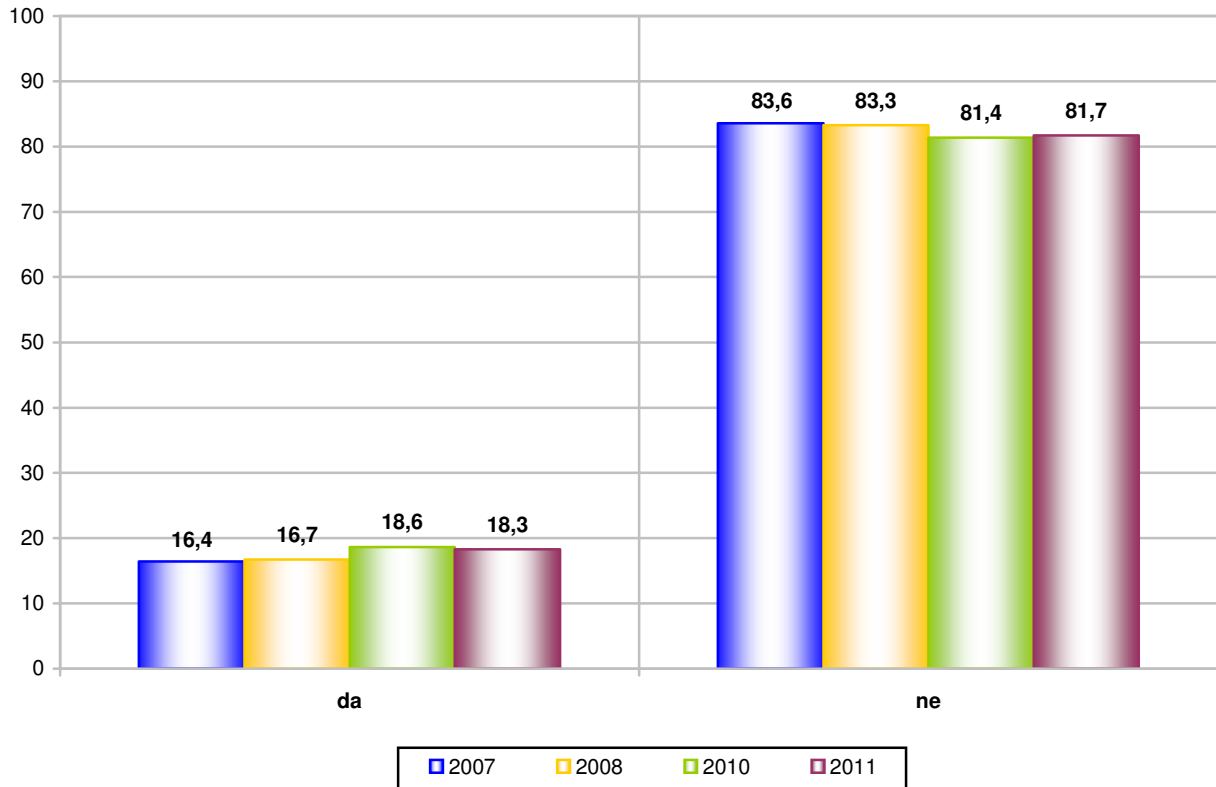
Pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno pošto storitvijo je do sedaj ustno vložilo 6,9 % anketirancev, pisno pa 2,7 %. Med tistimi, ki so se ustno že pritožili, je nekoliko več žensk, anketirancev v starostni skupini od 31 do 45 let, najvišje izobraženih, brezposelnih, anketirancev z zmernimi prihodki, prebivalcev mest in celjskega 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 ne 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 36,6 % anketirancev. Le teh je največ med moškimi, najmlajšimi, najbolj izobraženimi, dijaki in študenti, anketiranci brez dohodka, prebivalci velikih mest in anketiranci iz mariborskega dela Štajerske.

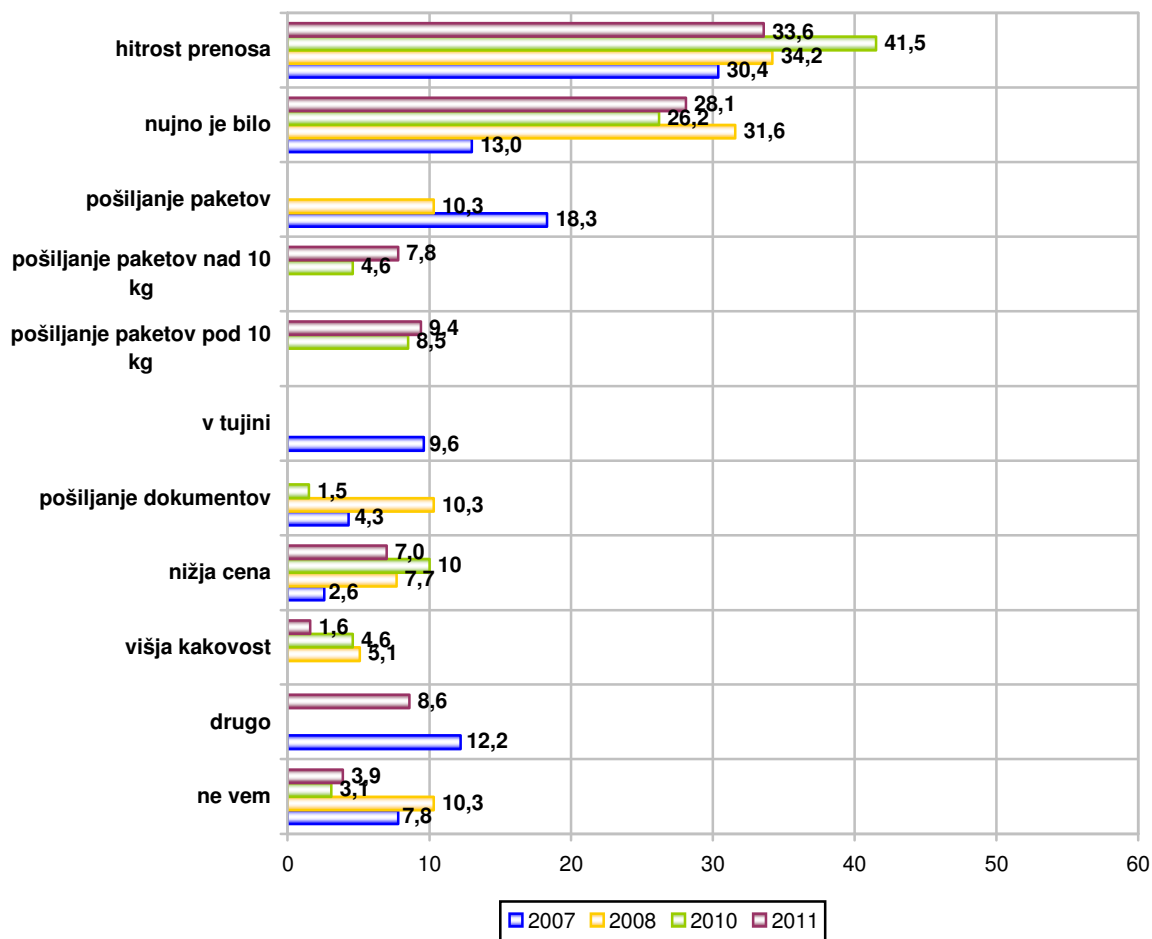
Ali ste poleg Pošte Slovenije že uporabili storitve še kakšnega drugega izvajalca poštnih storitev? (n = 700)



Storitve še kakšnega drugega izvajalca poštnih storitev razen Pošte Slovenije je do sedaj uporabljalo 18,3 % anketirancev. Največ teh je med moškimi, mlajšimi, najbolj izobraženimi, samozaposlenimi, anketiranci z najvišjimi prihodki, prebivalci mest ter Dolenjci.

Zakaj ste uporabili storitve drugih izvajalcev poštne storitev? (n = 128)

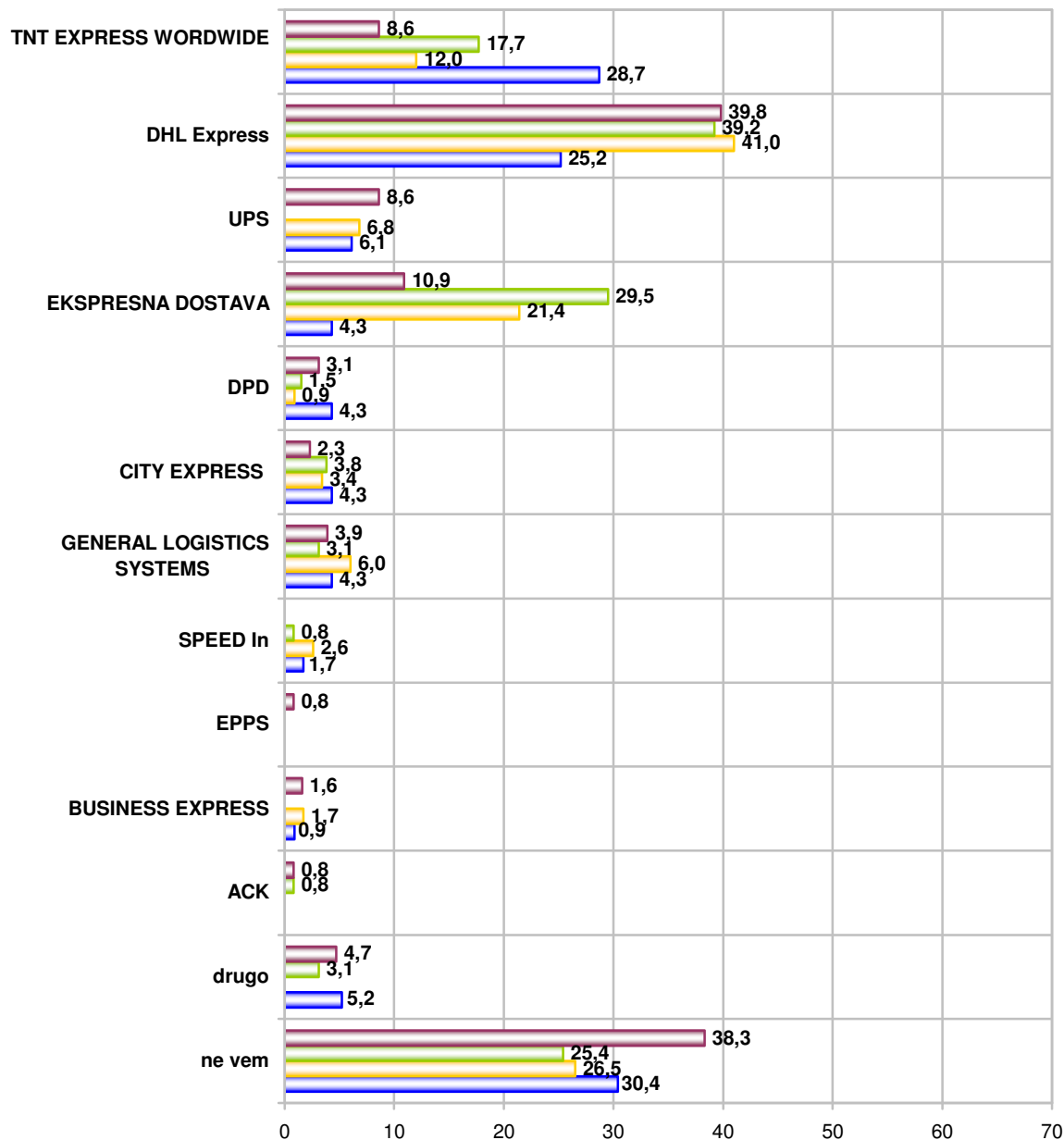
Odgovarjajo tisti, ki so že uporabili storitve drugih izvajalcev.



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 (33,6 %), ko je šlo za nujne zadeve (28,1 %), zaradi pošiljanja dokumentov (10,3 %) itd.

Storitve katerega izvajalca poštних storitev ste že uporabili? (n = 128)

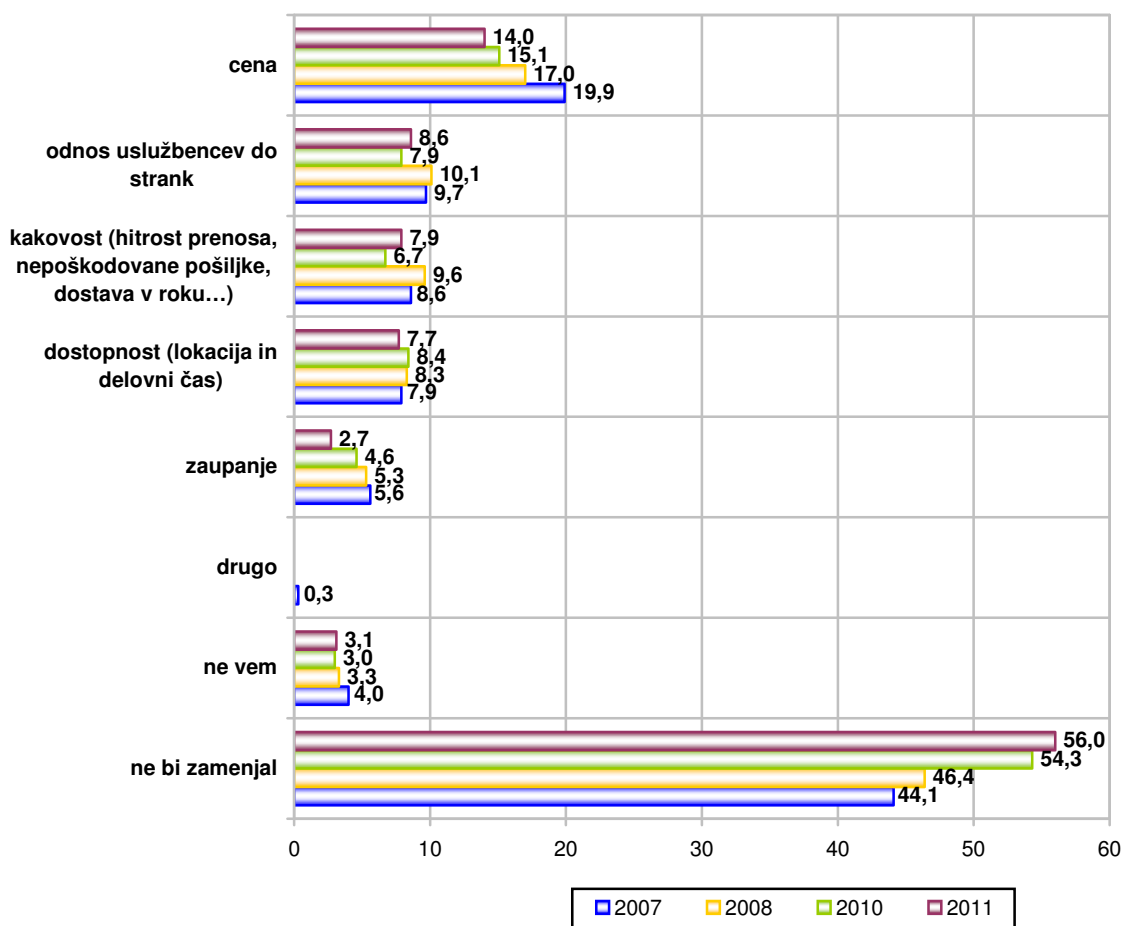
Odgovarjajo tisti, ki so že uporabili storitve drugih izvajalcev. (Več možnih odgovorov.)



* Pod drugo so anketiranci navedli: slovenske železnice (2x), irska pošta, fedex, kandska pošta, post austria.

Anketiranci, ki so že uporabil storitve drugih izvajalcev poštних storitev, so to praviloma storili pri DHL (39,8 %), pri Ekspresni dostavi (29,5 %) in TNT Express Worldwide ter UPS (8,6 %).

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 (56,0 %) ne bi nikakor zamenjala izvajalca poštних storitev, med ostalimi je največ takšnih, ki bi to storili zaradi cene (14,0 %), odnosa uslužbencev do strank (8,6 %), kakovosti (7,9 %) ali dostopnosti (7,7 %). Cena, kot dejavnik, ki bi vplival na izbiro drugega izvajalca poštних storitev, bi vplivala na največ najmlajših, bolj izobraženih, dijakov in študentov ter zaposlenih, anketirancev z največjim prihodkom ter anketirancev iz osrednje Slovenije.

4. PRILOGA

V nadaljevanju prilagamo strukturna križanja glede na sociodemografske značilnosti anketirancev