

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med splošno javnostjo

Oktober 2013

Naročnik:

Agencija za pošto in elektronske komunikacije Republike Slovenije
Stegne 7
1001 Ljubljana

Izvajalec:

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

VSEBINA

1. POVZETEK

2. PODATKI O RAZISKAVI

- CILJI RAZISKAVE IN METODOLOGIJA
- STRUKTURA VZORCA

3. REZULTATI RAZISKAVE

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

POVZETEK (I/III)

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med splošno javnostjo predstavlja kontinuirano merjenje zadovoljstva od leta 2007 dalje. V podjetju Episcenter smo med 2. in 6. septembrom 2013 s CATI metodo anketirali 706 polnoletnih prebivalcev Slovenije. V nadaljevanju po posameznih vsebinskih sklopih povzemamo ključne ugotovitve.

• ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV

- ✓ Največji del anketirancev pisemske pošiljke preko poštних nabiralnikov oddaja manj kot enkrat mesečno (39 %, lani 41 %).
- ✓ Povečuje se delež tistih, ki menijo, da je ukinitve poštних nabiralnikov v primeru majhnega števila pošiljk upravičena (53 %, lani 44 %). Večina ni opazila ukinitve (75 %, lani 79 %). Z ukinitvijo nabiralnikov se sicer bolj kot ženske strinjajo moški.
- ✓ V povprečju se anketirancem zdi, da je nabiralnik ustrezno blizu njihovem domu ($M=3,62$).

• OBISK POŠTE

- ✓ Tako kot lani večina anketirancev pošto obiskuje enkrat (29 %) ali dva do trikrat (31 %) na mesec. V primerjavi s preteklimi merjenji se je povečal delež tistih, ki pošto obiskujejo manj kot enkrat mesečno (20 %, lani 16 %).
- ✓ Dve tretjini anketirancev obiskuje vedno isto pošto, kot glavni razlog za to navajajo lokacijo (76 %, lani 79 %), bolj kot lani pa tudi usposobljenost in prijaznosti uslužbencev (9 %, lani 4 %). Delež tistih, ki ne obiskujejo vedno iste pošte, je ostal enak kot lani (34%).
- ✓ Anketirancem se v povprečju zdi pošta ustrezno blizu njihovem domu ($M=3,46$). Glede na pretekla merjenja se povečuje delež tistih, ki se jim zdi pošta ustrezno daleč ali zelo blizu, zmanjšuje pa se delež tistih, ki se jim zdi daleč ali zelo daleč.
- ✓ Delovni čas se zdi neustrezen 24 % anketirancem, lani 26 %, oboje je bistveno več kot prejšnja leta (10 % do 15 %).
- ✓ Največ anketirancev ob obisku pošte opravi plačilni promet (61 %, lani enako), sledi sprejem (45 %, lani 38 %) in oddaja (38 %, lani 33 %) priporočene ali vrednostne pošiljke, oddaja pisma (36 %, lani 29 %), sprejem paketa (20 %, lani 11 %), oddaja paketa pod 10 kg (12 %, lani 4 %) in oddaja voščilnice (11 %, lani 5 %). Padel je nakup trgovskega blaga (11 %, lani 13 %) in nakup znamk (10 %, lani 13 %).
- ✓ Anketiranci so v povprečju zadovoljni s hitrostjo opravljanja storitev ($M=4,16$). Zadovoljnih je 80 %, od tega 41 % zelo zadovoljnih.
- ✓ Prodaji poštних storitev preko franšiz je naklonjenih 51 % anketirancev, lani 44 %.

POVZETEK (II/III)

• ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV

- ✓ Zaradi elektronske pošte se med splošno javnostjo vse bolj zmanjšuje uporaba klasičnih poštних storitev; letos 55 % navaja, da zaradi e-pošte manj uporabljajo klasične poštne storitve (lani 51 %).
- ✓ Dobra tretjina (34 %) odda 1-2 pismi, dobra tretjina (35 %) več kot 2 pismi mesečno. Po drugi strani se zmanjšuje delež anketirancev, ki mesečno prejmejo več kot 15 pisem (17 %, lani 21 %, leta 2007 31 %) in povečuje delež anketirancev, ki prejmejo 1-9 naslovljenih pisem mesečno (61 %, lani 49 %, leta 2007 39 %).
- ✓ Delež anketirancev, ki oddajajo in sprejemajo pakete, narašča. Delež anketirancev, ki oddajo vsaj en paket do 10 kg, raste (letos 42 %, leta 2010 31 %). Delež anketirancev, ki oddajo vsaj 1 paket nad 10 kg, prav tako raste (letos 10 %, leta 2010 3 %). Delež ljudi, ki prejme vsaj en paket, je enak leta 2010 in 2013 (73 %).

• PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA

- ✓ Pravo ceno prenosa standardnega pisma pozna 3 % anketirancev (leta 2007 6 %), nepravo ceno pa 16 % (leta 2007 9 %). Večina cene še vedno ne pozna, ta delež dolgoročno sicer upada.
- ✓ Raste delež tistih, ki se jim cena za prenos standardnega pisma zdi zelo poceni, poceni ali ustrezna (89 %, leta 2007 77 %), pada pa delež ljudi, ki se jim zdi draga ali zelo draga (11 %, leta 2007 18 %).
- ✓ Delež tistih, ki menijo, da je predpisan čas prenosa en dan, dolgoročno pada (letos 37 %, leta 2007 49 %), raste pa delež tistih, ki menijo, da je predpisan čas prenosa dva ali tri dni (letos 28 %, leta 2007 19 %). Dolgoročno pada delež tistih, ki menijo, da mora pismo vedno prispeti naslednji delovni dan (letos 40 %, leta 2007 54 %), raste pa delež tistih, ki menijo, da to ni nujno (40 %, leta 2007 26 %).
- ✓ Velika večina (90 %) ocenjuje čas prihoda pismonoše na dom kot ustrezen in ta delež dolgoročno raste, pada pa delež tistih, ki se jim zdi, da ni ustrezen in tistih, ki jim je vseeno. Da je dostava ob sobotah nujna, meni 54 % anketirancev, 51 % pa, da ni nujna.

POVZETEK (III/III)

• OCENA KAKOVOSTI STORITEV

- ✓ Povprečna ocena zadovoljstva z dostopnostjo potrebnih informacij na pošti je visoka (M=4,19). Skupen delež zadovoljnih in zelo zadovoljnih z dostopnostjo potrebnih informacij skozi leta ostala približno enak (letos 80 %, leta 2007 79 %).
- ✓ Najpomembnejši dejavniki kakovosti so *lokacija pošte* (38 %), *odnos uslužbencev* (17 %) ter *delovni čas pošte* (14 %).
- ✓ S postopkom pritožbe je seznanjenih 19 % anketirancev (lani 17 %), 8 % jih je že kdaj vložilo pritožbo (lani 7 %).

• UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV

- ✓ Druge izvajalce poštnih storitev poleg Pošte Slovenije uporablja 19 % anketirancev, trend rahlo raste.
- ✓ Glavni dejavnik, ki bi lahko vplival na zamenjavo ponudnika poštnih storitev je predvsem cena (26 %, lani 25 %). Ponudnika ne bi menjalo 36 % (lani 32 %).
- ✓ Storitve drugih ponudnikov so uporabili predvsem zaradi *hitrosti* (40 %, lani 42 %), *nujnosti* (28 %, lani 22 %) in *cene* (17 %, enako lani).
- ✓ Anketiranci, ki poleg Pošte Slovenije koristijo storitve drugih izvajalcev se največkrat obrnejo na DHL Express (57 %, lani 47 %), TNT Express Worldwide (19 %, lani 6 %) in General Logistics Systems (14 %, lani 10 %).

• ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

- ✓ Podobno kot v preteklih letih, večina (88 %, lani 86 %) ne uporablja nalepke, ki prepoveduje vstavljanje nenaslovljenih reklamnih sporočil v nabiralnik.
- ✓ Od prvega merjenja se zmanjšuje tudi delež anketirancev, za katere so nenaslovljena reklamna sporočila, ki jih prejmejo v nabiralnik, moteča (27 %, lani 30 %, leta 2007 40 %).

2. PODATKI O RAZISKAVI

- CILJI RAZISKAVE IN METODOLOGIJA
- STRUKTURA VZORCA

CILJI IN METODOLOGIJA

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med splošno javnostjo predstavlja kontinuirano merjenje zadovoljstva od leta 2007 dalje. Tudi letošnja je zastavljena na način in v obliki kot je bilo že izvedeno v preteklih merjenjih, z namenom ustrezne primerjave s predhodnimi merjenji. Namen raziskave o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med splošno javnostjo je ugotoviti:

- ✓ obseg uporabe poštnih storitev,
- ✓ zadovoljstvo s kakovostjo poštnih storitev in
- ✓ poznavanje konkurenčnih ponudnikov poštnih storitev.

Metoda zbiranja podatkov: CATI metoda (računalniško podprto telefonsko anketiranje)

Vzorčni okvir: Telefonski imenik Slovenije (seznam mobilnih in stacionarnih telefonskih števil)

Način vzorčenja: verjetnostno, dvostopenjsko, na prvi stopnji izbor gospodinjstva, na drugi stopnji izbor ciljne osebe

Ciljna oseba: polnoletni prebivalec RS

Vprašalnik standardiziran z večino vprašanj zaprtega tipa, povprečna dolžina vprašalnika: 8 minut

Vzorec: reprezentativen glede na merjene demografske spremenljivke, naknadno korigiran s pomočjo uteži na demografskih spremenljivkah (spol, starost, izobrazba)

Velikost realiziranega vzorca: n=706

Obdobje anketiranja 2. - 6. september 2013

STRUKTURA VZORCA

N=706

		frekvenca	odstotek
Spol	moški	322	45,6
	ženski	384	54,4
Starost	do 24 let	71	10,1
	25 do 34 let	132	18,6
	35 do 44 let	125	17,7
	45 do 54 let	129	18,2
	55 do 64 let	104	14,7
	65 let ali več	146	20,7
Izobrazba	osnovna šola ali manj	148	20,9
	poklicna (2-3 letna)	148	20,9
	srednja (4 letna)	259	36,6
	višja oz. visoka ali več	150	21,2
	ne želi odgovoriti	2	0,3
Zaposlitveni status	samozaposlen	39	5,6
	zaposlen	283	40,1
	brezposeln	71	10,1
	upokojenec	219	31,1
	dijak, študent	73	10,3
	drugo	20	2,8
Osebni neto mesečni dohodek	do 400 €	146	20,6
	nad 400 € do 800 €	263	37,2
	nad 800 do 1.200 €	135	19,1
	nad 1.200 €	70	9,9
	nimam dohodkov	49	6,9
ne želi odgovoriti	44	6,3	

		frekvenca	odstotek
Tip kraja	podeželje	259	36,6
	kraj, manjše mesto	246	34,8
	mesto	107	15,1
	LJ/MB	95	13,4
Statistična regija	Pomurska	32	4,5
	Podravska	90	12,7
	Koroška	51	7,2
	Savinjska	122	17,3
	Zasavska	33	4,6
	Spodnje-posavska	17	2,3
	Dolenjska	37	5,2
	Osrednjeslovenska	137	19,4
	Gorenjska	84	11,8
Notranjsko-kraška	43	6,1	
Goriška	36	5,0	
Obalno-kraška	26	3,7	
Dostop do interneta	Da	579	82,0
	Ne	127	18,0

3. REZULTATI

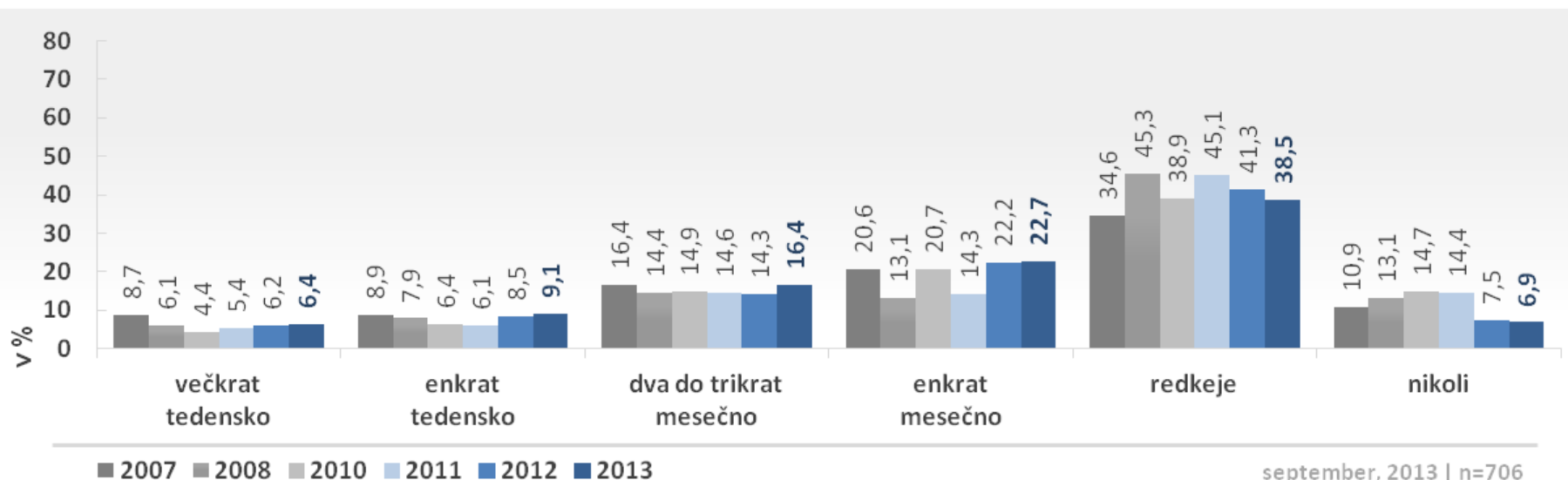
- **ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV**
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

***Pojasnilo:** V grafičnih prikazih so predstavljeni rezultati za vsa predhodna merjenja. Interpretacije ob grafičnih prikazih zajemajo:*

- posnetek trenutnega stanja z morebitnimi statistično značilnimi odstopanji glede na sociodemografijo ter
- primerjavo s predhodnim merjenjem oziroma dolgoročne trende, ki se nanašajo na celotni vzorec.

KAKO POGOSTO ODDAJATE POŠTO PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV?

Osnova: vsi



Največji del anketirancev (39 %) pisemske pošiljke preko poštних nabiralnikov oddaja manj kot enkrat mesečno.

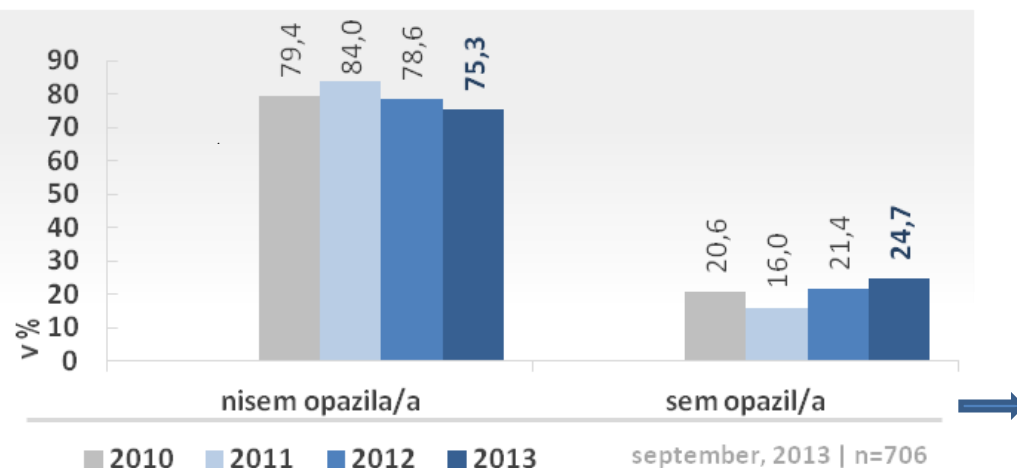
Med anketiranci, ki pošto preko poštних nabiralnikov oddajajo redkeje kot enkrat mesečno, je več mladih, starih med 18 in 24 let (59 %).

Med tistimi, ki pošto preko poštних nabiralnikov oddajajo večkrat tedensko je značilno večji delež upokojencev (10 %), med tistimi, ki pošto oddajajo enkrat mesečno pa anketirancev starih med 45 in 54 let.

Zaznavamo trend, da je pogostost oddajanja pošte preko poštних nabiralnikov v letih 2007 do 2010 padala, nato se je obrnila in v zadnjih treh letih 2011 do 2013 raste. Pri pogostem oddajanju pošiljk (od »večkrat tedensko« do »enkrat mesečno«) je trend padal od 2007 do 2010, se obrnil in rasel od 2011 do 2013. Pri redkem oddajanju poštних pošiljk (»redkeje« ali »nikoli«) pa je od 2007 do 2011 opaziti pozitiven trend, od 2011 dalje pa negativen.

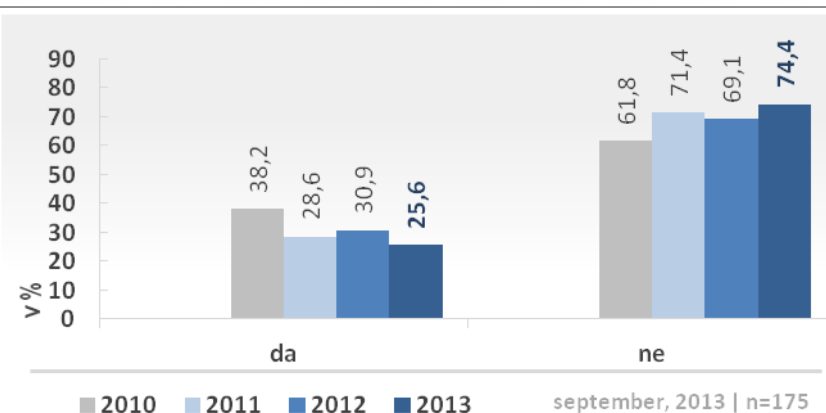
ALI STE OPAZILI, DA SO PONEKOD UKINILI NEKATERE POŠTNE NABIRALNIKE?

Osnova: vsi



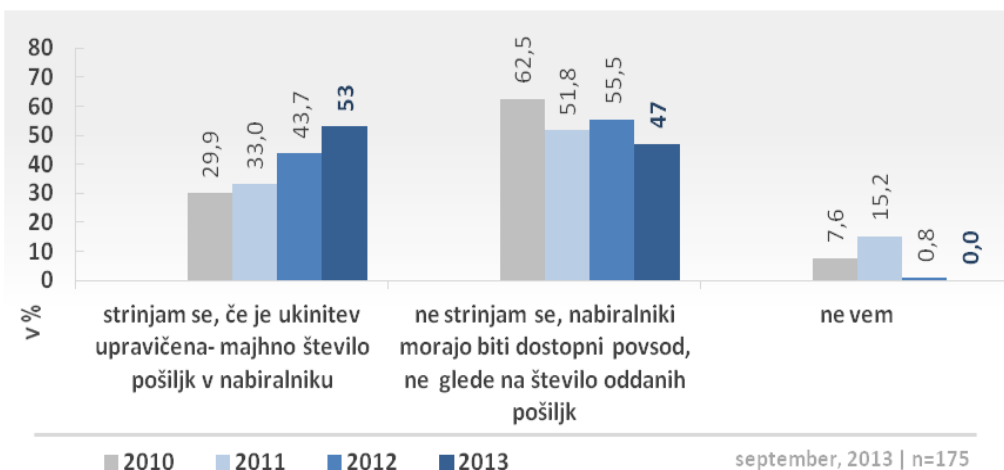
ALI SE VAM JE MORDA ZGODILO, DA SO UKINILI VAŠ NAJBLIŽJI POŠTNI NABIRALNIK?

Osnova: tisti, ki so opazili, da so nabiralniki ponekod ukinjeni



KAKŠNO JE VAŠE MNENJE GLEDE ZMANJŠEVANJA ŠTEVILA POŠTNIH NABIRALNIKOV?

Osnova: tisti, ki so opazili, da so nabiralniki ponekod ukinjeni



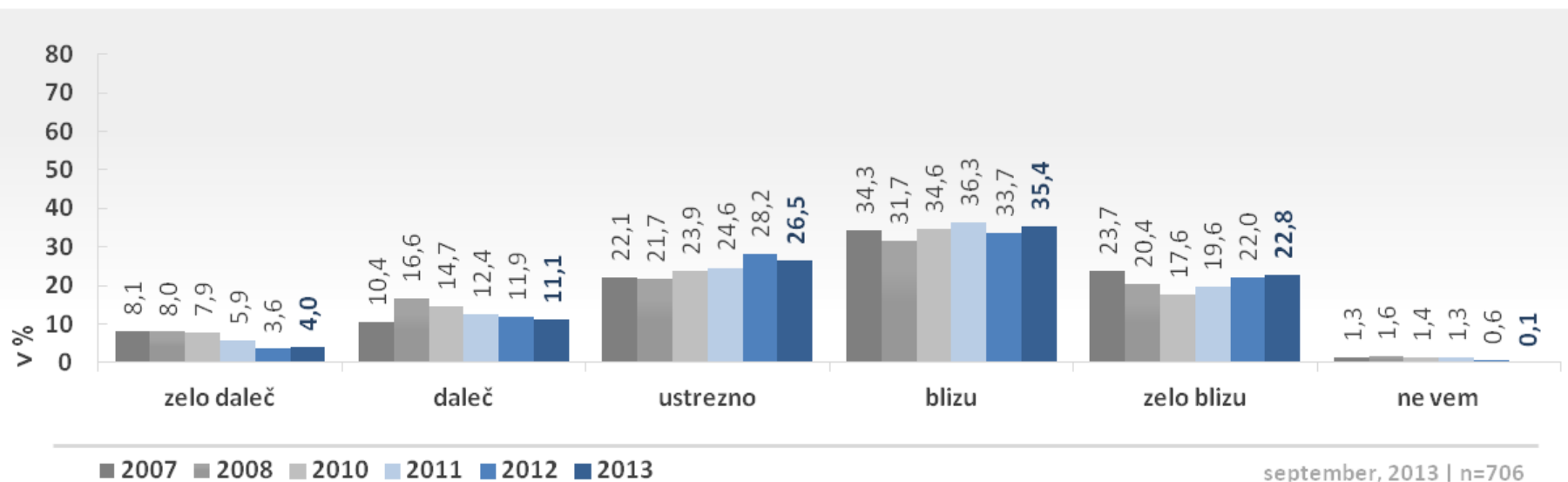
Le manjši del anketirancev (25 %) je opazil, da so ponekod ukinili poštne nabiralnike.

Med njimi 26 % navaja, da so ukinili njihov najbližji nabiralnik, nadpovprečno anketiranci iz podeželja (34 %). Prav tako se med njimi povečuje delež tistih, ki menijo, da je zmanjševanje poštne nabiralnikov v primeru majhnega števila pošiljk upravičeno. Z ukinitvijo se v večji meri strinjajo moški (67 %), stari med 25-34 let (72 %) ter zaposleni (67 %).

Trend zadnjih treh let je, da ljudje vedno bolj opažajo ukinitvev poštne nabiralnikov. Med tistimi, ki so opazili ukinitvev poštne nabiralnika, je vedno več tistih, ki se strinjajo z upravičeno ukinitvijo poštne nabiralnikov, in vedno manj tistih, ki jim je bil ukinjen najbližji nabiralnik.

KAKO BI OCENILI ODDALJENOST VAŠEGA NAJBLIŽJEGA POŠTNEGA NABIRALNIKA OD VAŠEGA DOMA?

Osnova: vsi



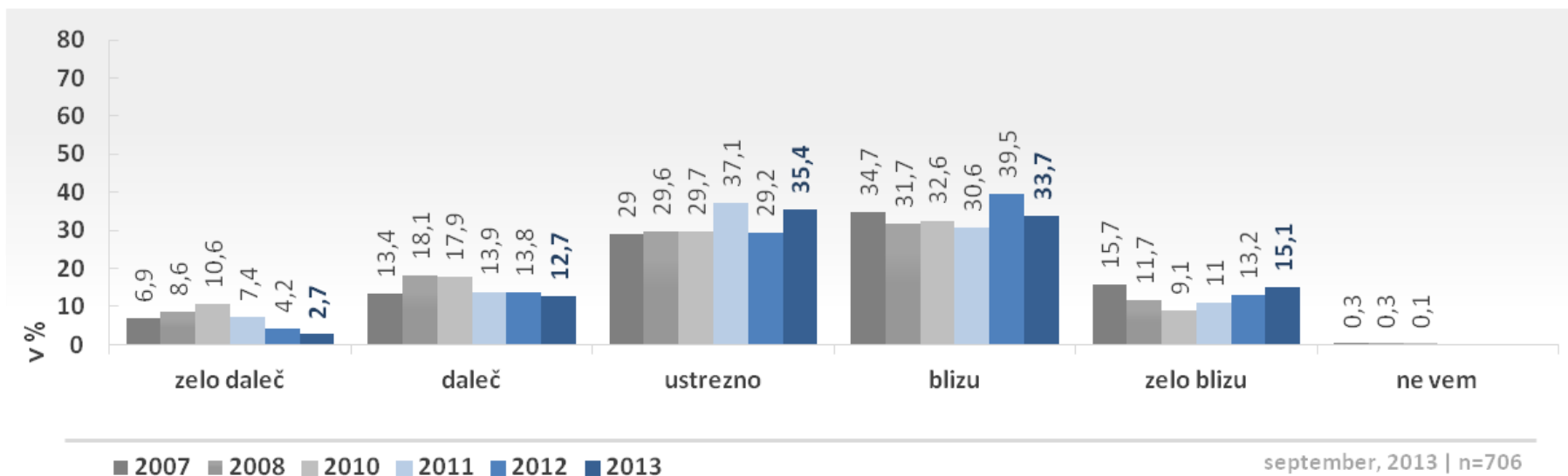
Čeprav se ukinjajo nekateri poštni nabiralniki, se je letos povečal delež anketirancev, ki menijo, da so poštni nabiralniki blizu oziroma zelo blizu njihovega doma. Prav tako se nadaljuje padanje deleža tistih, ki menijo, da so poštni nabiralniki daleč od njihovega doma. V primerjavi s prejšnjimi leti je rahlo padel delež tistih, ki menijo, da so poštni nabiralniki na ustrezni bližini. Povprečna ocena oddaljenosti nabiralnikov od njihovega doma je 3,26 na petstopenjski lestvici, kar pomeni, da je oddaljenost ustrezna.

V povprečju ustreznost oddaljenosti nabiralnikov od doma bolje ocenjujejo prebivalci Osrednjeslovenske in Gorenjske regije, slabše pa prebivalci Pomurske, Dolenjske in Notranjsko-kraške regije. Sicer pa delež teh, ki menijo, da je najbližji poštni nabiralnik *zelo daleč* značilno višji med upokojenci, starejšimi od 65 let, tistimi, ki prebivajo na podeželju ter anketiranci iz Spodnje-posavske in Goriške regije. Kot *ustrezno* pa oddaljenost od najbližjega poštnega nabiralnika ocenjuje značilno višji delež anketirancev iz Pomurske, Zasavske in Dolenjske regije ter prebivalci podeželja.

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- **OBISK POŠTNE ENOTE**
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

KAKO BI OCENILI ODDALJENOST VAŠE NAJBLIŽJE POŠTE OD VAŠEGA DOMA?

Osnova: vsi

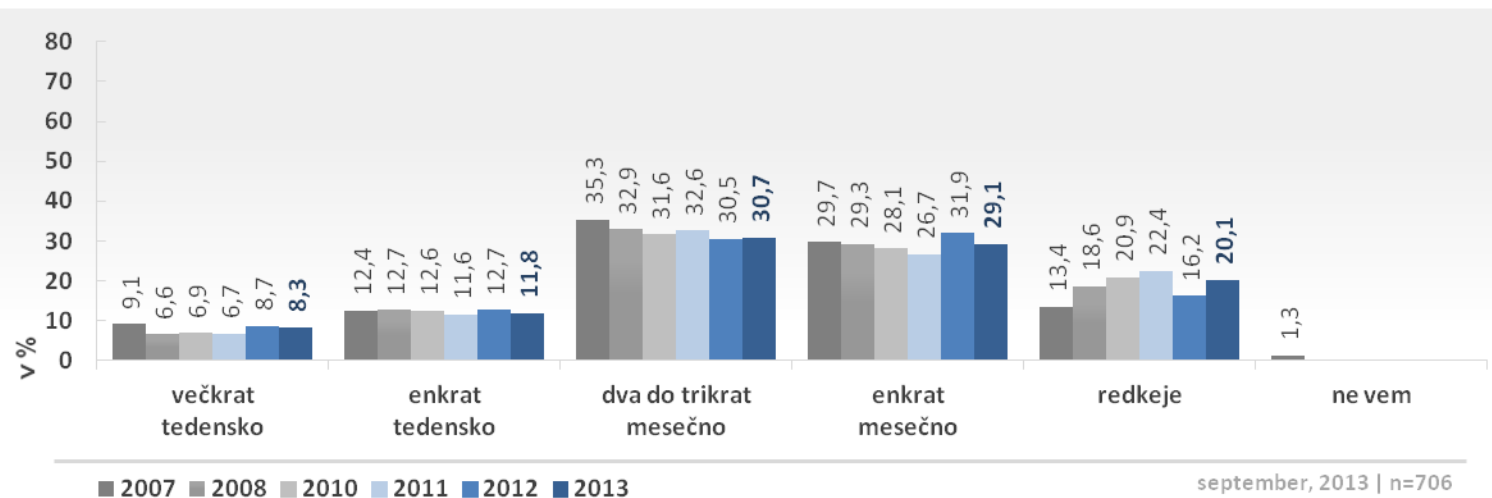


V povprečju anketiranci ocenjujejo, da je pošta ustrezno blizu njihovemu domu ($M=3,46$). V splošnem v zadnjih 4 letih zaznavamo trende, da se zmanjšuje število ljudi, ki se jim zdi najbližja pošta daleč ali zelo daleč, povečuje pa se število ljudi, ki se jim zdi ustrezno, blizu ali zelo blizu.

Oddaljenost pošte od doma sicer nekoliko slabše v povprečju ocenjujejo ljudje stari med 55 in 64 let ($M=3,31$), najmanj izobraženi ($M=3,17$) ter ljudje s podeželja ($M=3,06$).

KAKO POGOSTO OBIŠČETE POŠTO?

Osnova: vsi

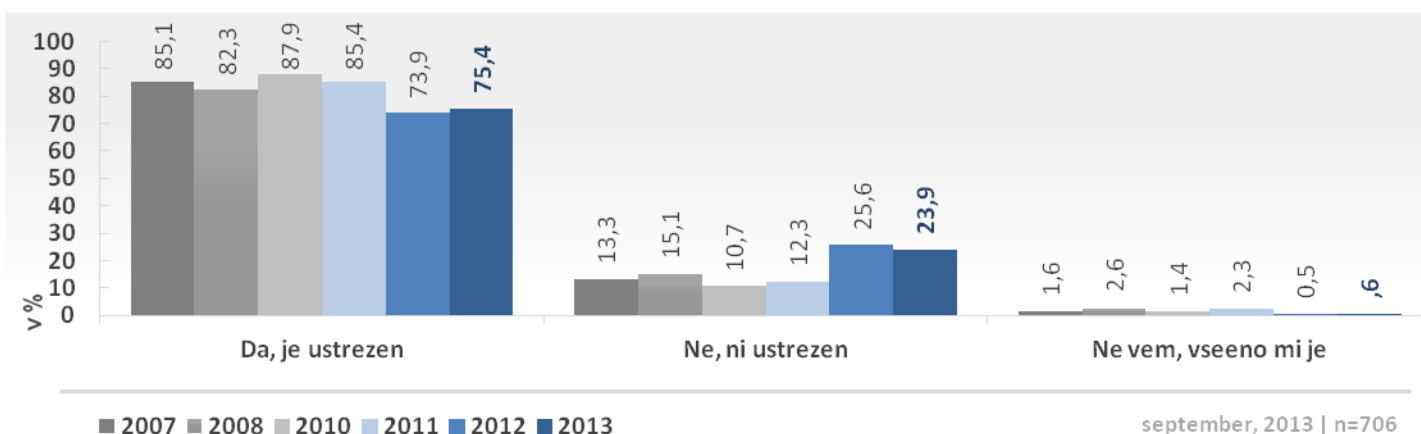


Trend kaže, da raste število ljudi, ki pošto obiščejo večkrat tedensko, in pada delež ljudi, ki pošto obiščejo dva do trikrat mesečno.

Pošto redkeje obiskujejo mladi med 18 in 24 let ter dijaki in študenti.

ALI SE VAM ZDI OBRATOVALNI ČAS POŠT (POŠTNIH ENOT), KI JIH OBISKUJETE, USTREZEN?

Osnova: vsi



Dolgoročno raste število ljudi, ki se jim obratovalni čas zdi neustrezen.

Na Dolenjskem se anketirancem zdi obratovalni čas pošt najmanj ustrezen, na Pomurskem in Goriškem pa najbolj. Med anketiranci starimi med 45 do 54 let je višji delež tistih, ki menijo, da obratovalni čas neustrezen.

KATERE STORITVE OBIČAJNO OPRAVITE OB OBISKU POŠTE?

Osnova: vsi

Še največ ljudi ob obisku pošte tudi letos opravi plačilni promet (61 %). Povečala sta se prejem (45 %, lani 38 %) in oddaja (38 %, lani 33 %) priporočenih ali vrednostnih pošiljk. Povečala se je tudi oddaja pisma (36 %, lani 29 %), sprejem paketa (20 %, lani 11 %), oddaja paketa pod 10 kg (12 %, lani 4 %) in oddaja voščilnice (11 %, lani 5 %). Nadaljuje se upad nakupa znamk (10 %, lani 12 %).

Plačilni promet v večji meri izvajajo starejši od 65 let, z osnovno in poklicno izobrazbo, iz podeželja. V manjši meri pa stari od 25 do 34 let, študenti in dijaki ter prebivalci LJ/MB.

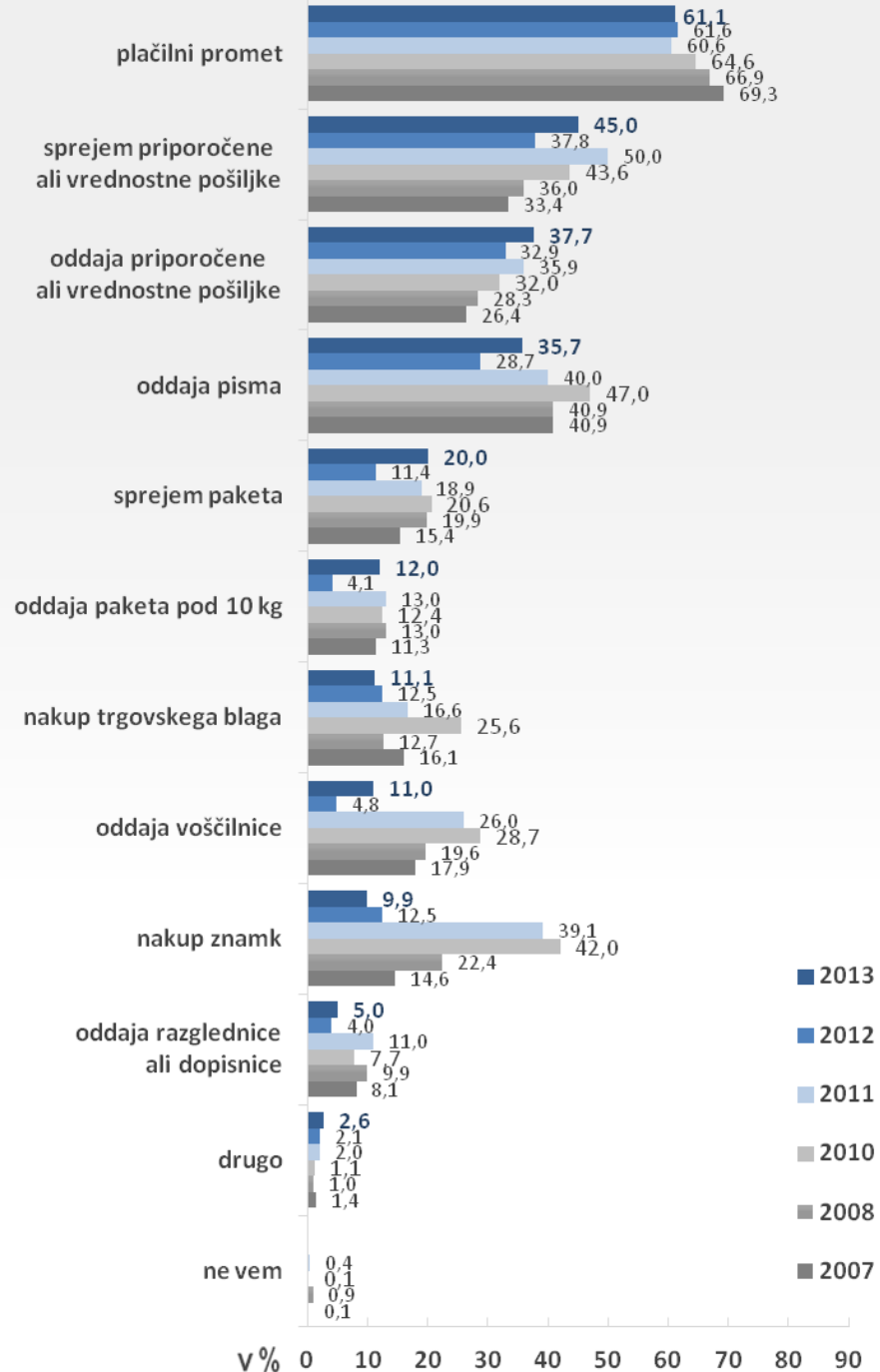
Voščilnice v večji meri oddajajo ženske. *Razglednice ali dopisnice* v večji meri oddajajo študenti in dijaki, *pisma* pa v manjši meri brezposelni in ljudje z osnovno šolo.

Priporočene ali vrednostne pošiljke v večji meri oddajajo stari med 25 do 34 let, z višjo oz. visoko izobrazbo, zaposleni, samozaposleni in prebivalci mest. V manjši meri mlajši od 24 let ter starejši od 65 let, tisti z osnovno šolo, upokojenci ter dijaki in študenti.

Pakete v večji meri sprejemajo mlajši od 24 let, s srednjo šolo, zaposleni ter dijaki in študenti. V manjši meri starejši od 55 let, tisti z osnovno šolo in upokojenci.

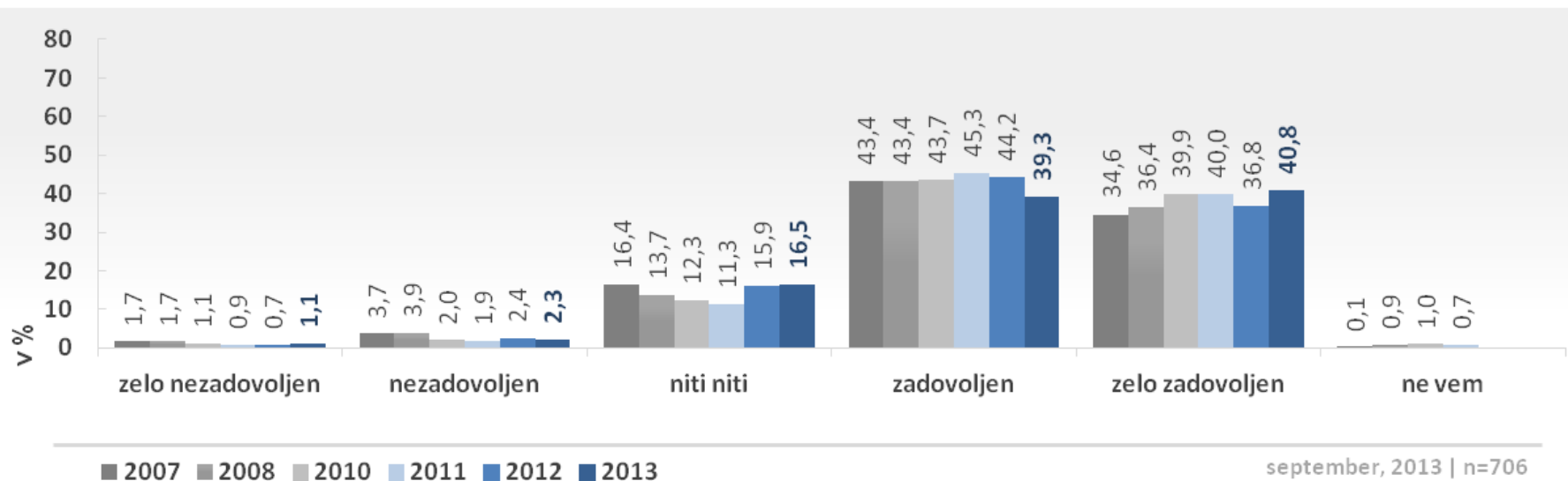
Trgovsko blago v večji meri kupujejo ženske, starejši od 65 let in upokojenci, v manjši meri pa zaposleni.

Znamke v večji meri kupujejo ljudje s poklicno izobrazbo in upokojenci.



OCENITE VAŠE ZADOVOLJSTVO S HITROSTJO OPRAVLJANJA STORITEV NA POŠTAH?

Osnova: vsi

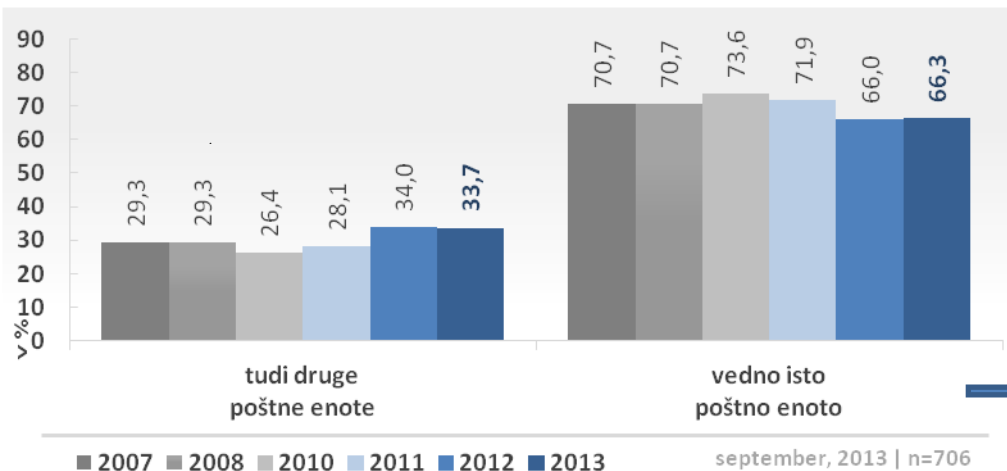


Glede hitrosti opravljanja storitev na pošti so anketiranci v povprečju izrazili zadovoljstvo ($M=4,16$), zadovoljnih je 80 % anketirancev, od tega 41 % zelo zadovoljnih. Trend je stabilen, število zelo nezadovoljnih in nezadovoljnih anketirancev pada.

S hitrostjo so v povprečju bolj zadovoljni starejši od 65 let ($M=4,41$). Stopnja zadovoljstva s hitrostjo opravljanja storitev na poštah upada s stopnjo izobrazbe; v povprečju so najbolj zadovoljni najmanj izobraženi ($M=4,34$), najmanj pa najbolj izobraženi ($M=3,95$). Sicer so v povprečju s hitrostjo še najmanj zadovoljni dijaki oziroma študentje ($M=3,92$).

ALI OBISKUJETE VEDNO ISTO POŠTO ALI VEČ RAZLIČNIH POŠTNIH ENOT?

Osnova: vsi



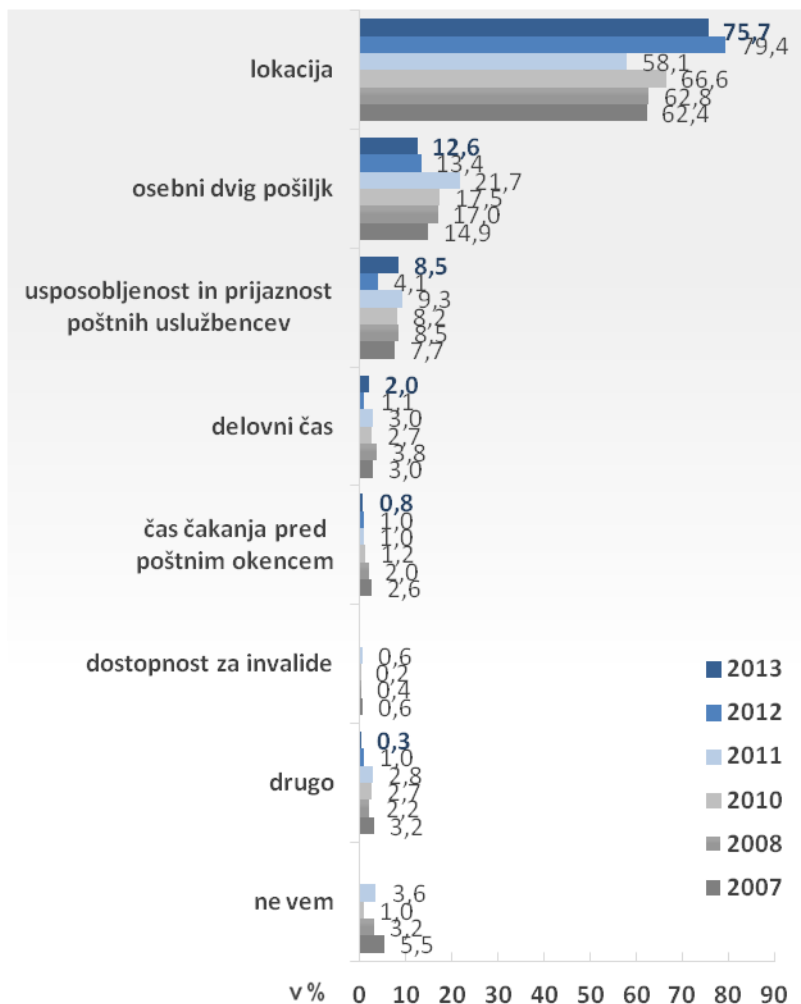
Dve tretjini anketirancev tako kot prejšnja leta še vedno obiskuje vedno isto poštno enoto. Rahlo je padel delež teh, ki kot glavni razlog za obisk vedno iste pošte navaja lokacijo (76 %, lani 79 %) narastel pa je delež teh, ki vedno isto pošto obiskujejo zaradi usposobljenosti in prijznosti poštne uslužbenecv (9 %, lani 4 %).

Med tistimi, ki obiskujejo vedno iste poštne enote, je več prebivalcev starejših od 55 let, anketirancev s poklicno izobrazbo ter teh, ki živijo v manjših mestih oziroma krajih.

Starejši kot razlog, da obiskujejo vedno isto poštno enoto, v večji meri navajajo usposobljeno in prijzno uslužbenecv, zaposleni med 25 in 34 let pa dvig poštnih pošiljk.

KAJ JE NAJPOMEMBNEJŠI RAZLOG, DA OBISKUJETE IZBRANO POŠTO?

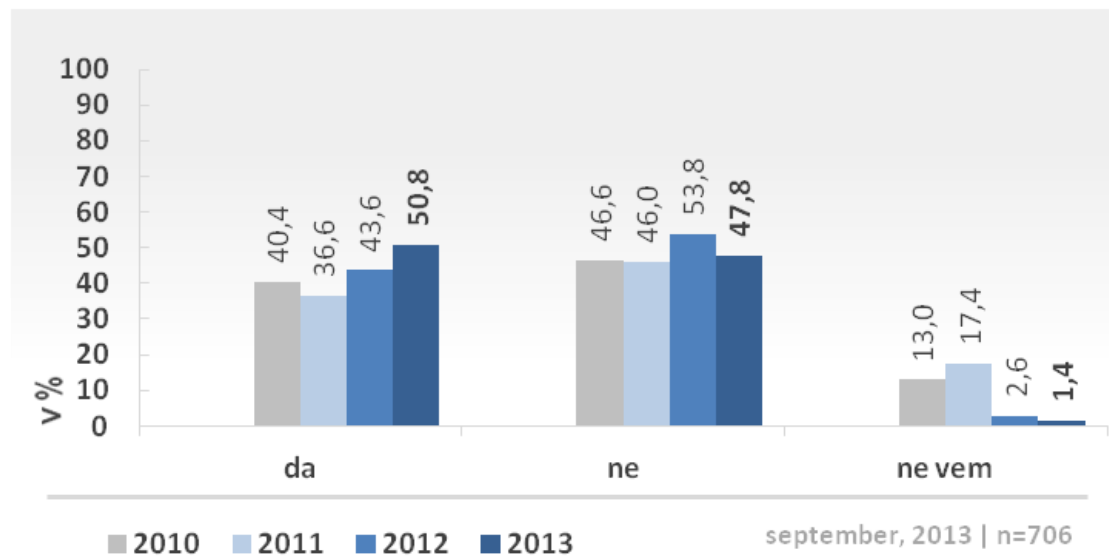
Osnova: tisti, ki obiskujejo vedno isto poštno enoto



september, 2013 | n=468

ALI MENITE, 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...)?

Osnova: vsi



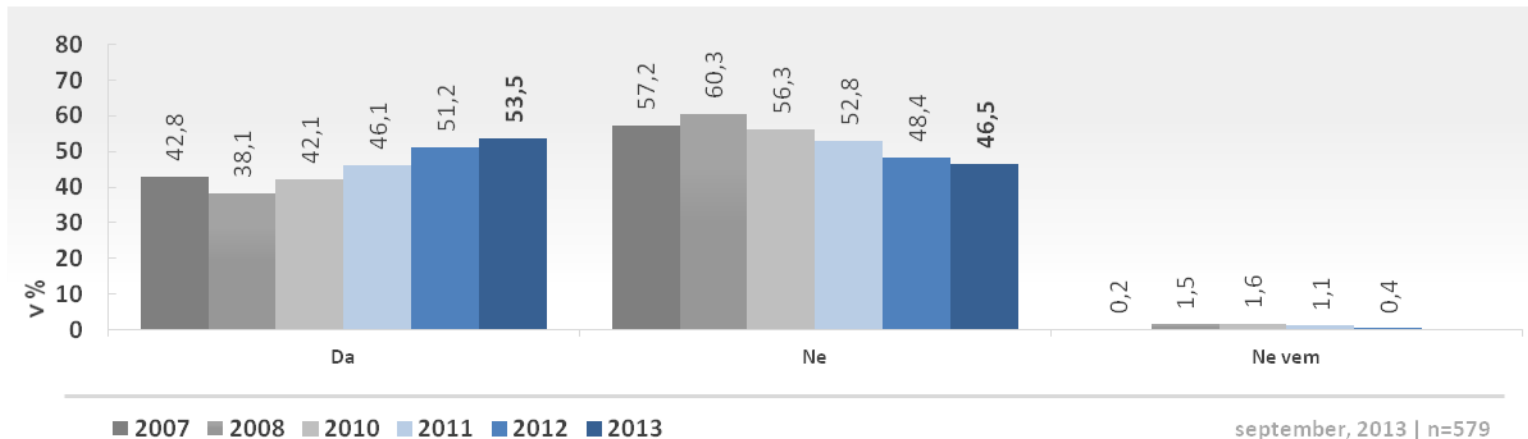
Še naprej se večja delež anketirancev, ki so naklonjeni prodaji poštne storitve preko franšiz.

Prodaji poštne storitve preko franšiz so bolj naklonjeni mladi med 25 in 34 let, najbolj izobraženi in zaposleni. Manj naklonjeni pa so starejši oziroma upokoženci ter tisti s poklicno izobrazbo.

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- **ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV**
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

ALI ZARADI ELEKTRONSKE POŠTE MANJ UPORABLJATE KLASIČNE POŠTNE STORITVE?

Osnova: uporabniki interneta

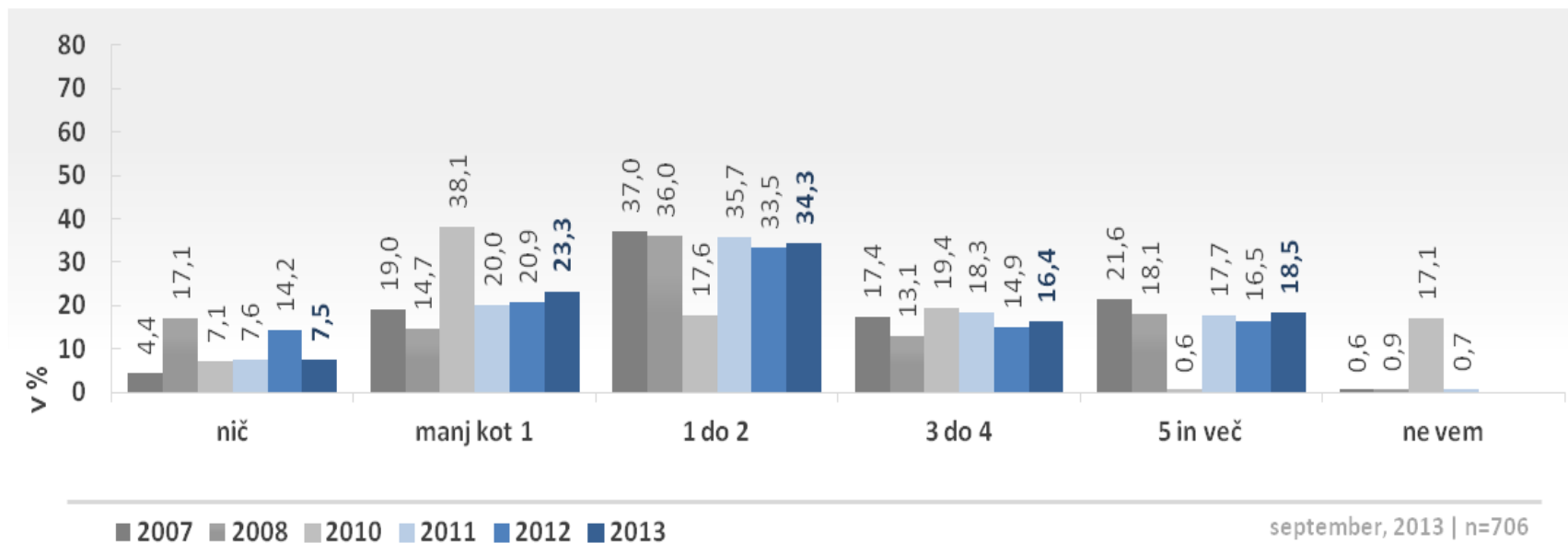


Nadaljuje se trend zmanjševanja uporabe klasičnih poštnih storitev. Letos 54 % navaja, da zaradi e-pošte manj uporabljajo klasične poštno storitve (lani 51 %).

Klasične poštno storitve zaradi elektronske pošte v manjši meri uporabljajo mladi do 34 let, najbolj izobraženi, zaposleni, dijaki ter študenti in anketiranci, ki bivajo v mestih.

KOLIKO PISEM V POVPREČJU ODDATE MESEČNO?

Osnova: vsi



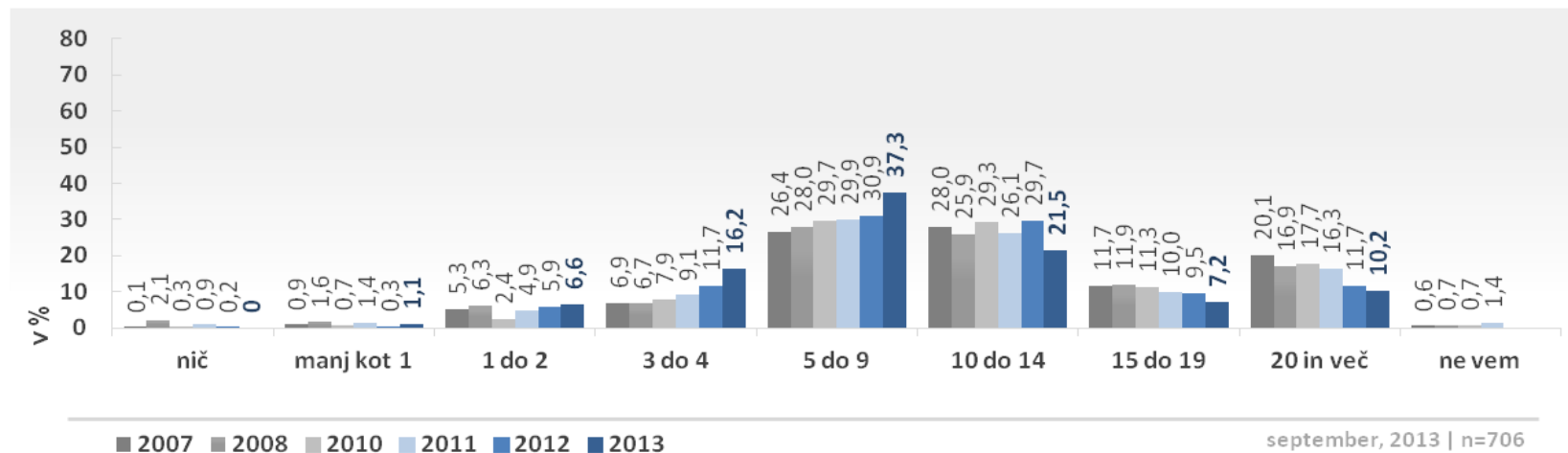
Dobra tretjina (34 %) anketirancev v povprečju mesečno odda 1-2 pismi, dobra tretjina (35 %) pa več kot 2 pismi.

Anketiranci stari med 35 do 44 let v večji meri oddajo 5 in več pisem. Da mesečno ne oddajo nobenega pisma v večji meri navajajo tisti z osnovnošolsko izobrazbo. Anketiranci s srednješolsko izobrazbo pa oddajo pa v večji meri oddajo 5 ali več pisem mesečno.

IN KOLIKO PISEM V POVPREČJU PREJMETE MESEČNO?

(NASLOVLJENA PISMA OSEBNO NA VAŠE IME (TUDI RAČUNI, POLOŽNICE, RAZGLEDNICE, DOPISNICE..))

Osnova: vsi



V primerjavi s preteklimi merjenji se povečuje delež anketirancev, ki prejmejo 1-9 naslovljenih pisem mesečno (60 %, lani 49 %). Zmanjšuje pa se delež anketirancev, ki mesečno prejmejo več kot 10 naslovljenih pisem (39 %, lani 51 %).

Manj kot 5 pisem mesečno v večji meri prejmejo ženske, mladi do 24 let, dijaki in študentje, anketiranci nižje stopnje izobrazbe

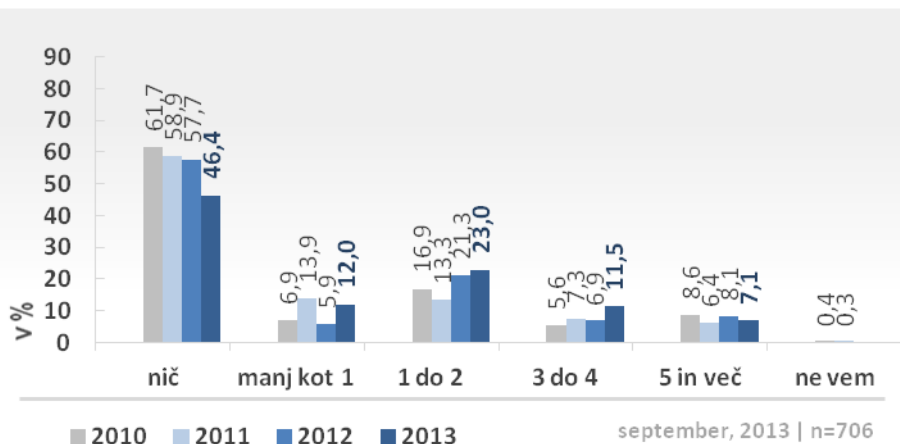
Več kot 10 pisem mesečno v večji meri prejmejo moški, v manjši meri anketiranci stari med 18-24 let ter tisti z nižjo stopnjo izobrazbe ter prebivalcev podeželja.

Med tistimi, ki prejmejo mesečno več kot 20 pisem je značilno višji delež moških, anketirancev starih med 35-54 let, poklicno izobraženih, ter prebivalcev podeželja.

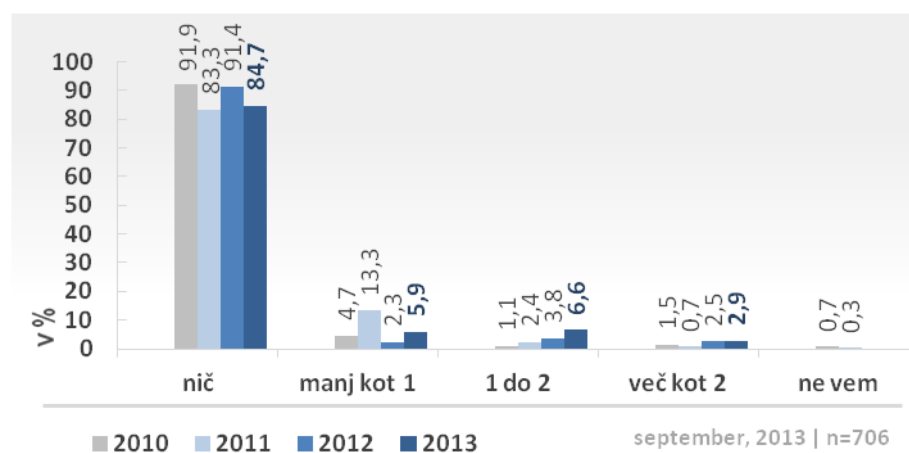
KOLIKO PAKETOV V POVPREČJU ODDATE LETNO?

Osnova: vsi

POD 10 KG



NAD 10 KG



Zaznavamo trend rasti deleža anketirancev, ki oddajajo pakete pod in nad 10 kg.

Najbolj se je povečal delež anketirancev, ki oddajo manj kot 1 ter 1 do 2 paketa (pod 10 kg in nad 10 kg), in prejmejo 3-4 pakete pod 10 kg.

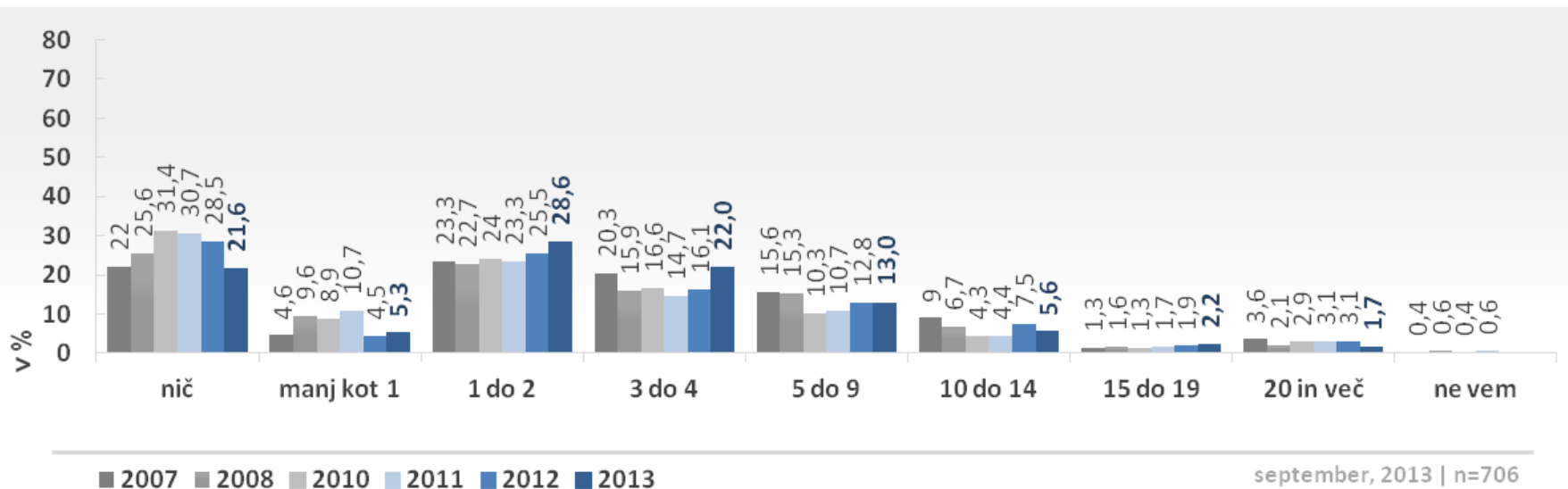
Starejši od 55 let v manjši meri oddajajo pakete do 10 kg, mlajši od 44 let pa v večji meri. Mlajši od 34 let tudi v večji meri oddajo 1-2 paketa do 10 kg mesečno, starostna skupina med 35 in 44 let pa v večji meri odda 5 in več paketov mesečno.

Bolj izobraženi v značilno manjši meri ne oddajo nobenega paketa, manj izobraženi pa v značilno večji meri ne oddajo nobenega paketa mesečno. Izobrazbena skupina s srednjo šolo v značilno večji meri odda 1-2 paketa do 10 kg mesečno. Med ženskami je značilno višji delež tistih, ki mesečno ne oddajo nobenega paketa bodisi pod bodisi nad 10 kg.

KOLIKO PAKETOV V POVPREČJU PREJMETE LETNO, VI OSEBNO?

(NASLOVLJENE PAKETE OSEBNO NA VAŠE IME.)

Osnova: vsi



Zaznavamo trend rasti deleža tistih, ki prejema 1 do 2 paketa mesečno ter tistih, ki prejmejo 15 do 19 paketov mesečno. Upada delež tistih, ki ne prejmejo nobenega paketa mesečno.

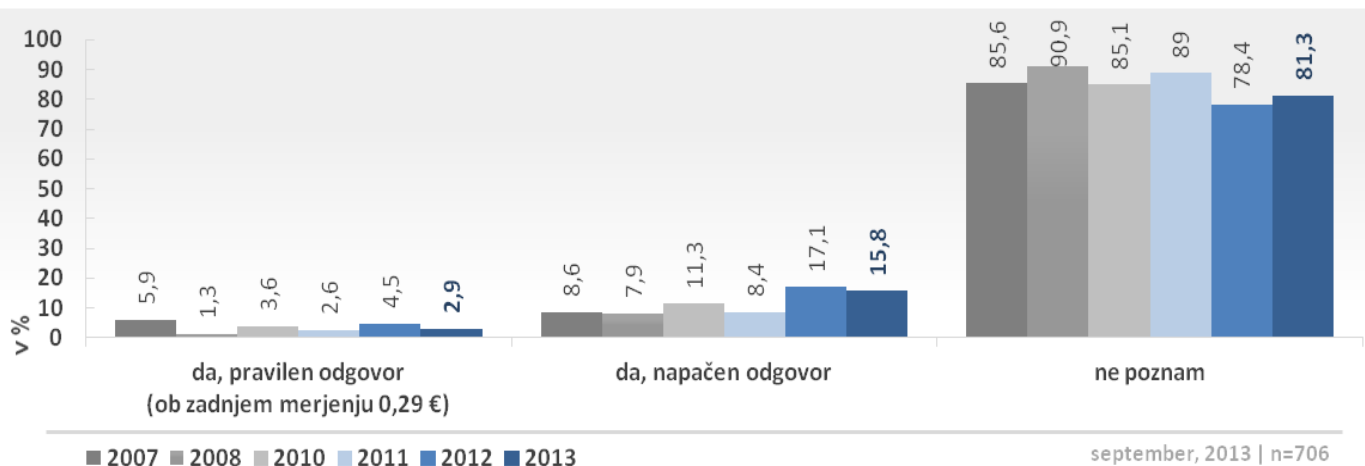
Starejši od 65 let v značilno manjši meri prejmejo 3 do 19 paketov in v značilno večji meri ne prejmejo nobenega paketa. Mlajši od 34 let v značilno večji meri prejmejo 3 do 4 pakete. Stari med 35 in 44 let v značilno večji meri prejmejo 20 in več paketov.

Tisti z osnovnošolsko izobrazbo v značilno manjši meri prejmejo 3 do 4 pakete ter 15 do 19 paketov mesečno. Poklicno izobraženi v značilno večji meri prejmejo 15 do 19 paketov. Srednješolsko izobraženi v značilno večji meri prejmejo 5 do 9 paketov in v značilno manjši meri ne prejmejo nobenega paketa. Tisti z višjo oz. visoko izobrazbo v značilno večji meri prejmejo 10 do 14 paketov in v značilno manjši meri ne prejmejo nobenega paketa.

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- **PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA**
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

ALI POZNATE CENO PRENOSA STANDARDNEGA PISMA- ZNAMKA A?

Osnova: vsi

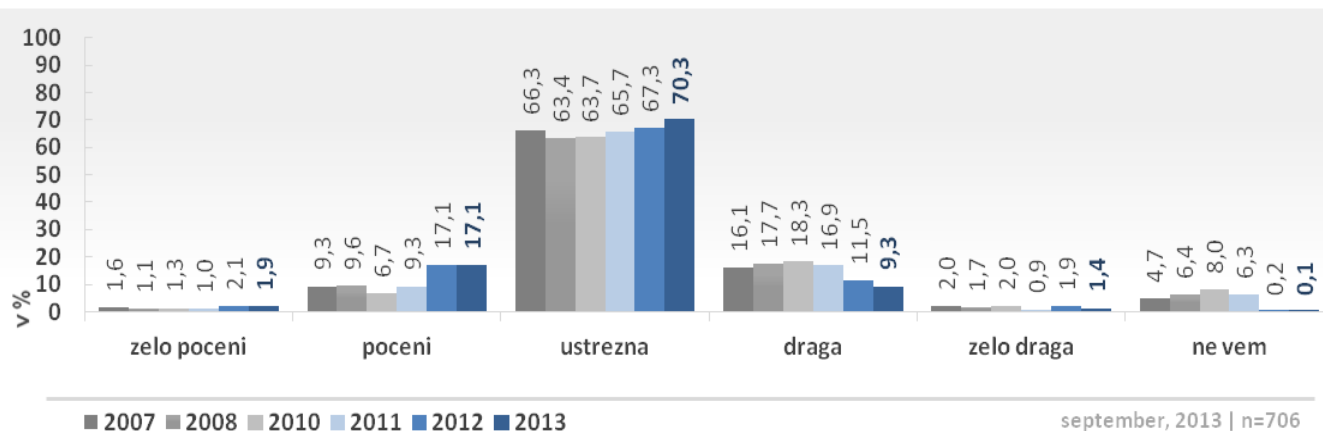


Tudi letos večina anketirancev ne pozna cene prenosa standardnega pisma, pravilno ceno je navedlo le 3 % anketirancev (lani 5 %).

Ceno prenosa standardnega pisma v večji meri poznajo anketiranci s srednjo izobrazbo ter dijaki in študentje.

KAKŠNA SE VAM ZDI CENA 0,29 EUR ZA PRENOS NAVADNEGA PISMA – ZNAMKA A?

Osnova: vsi

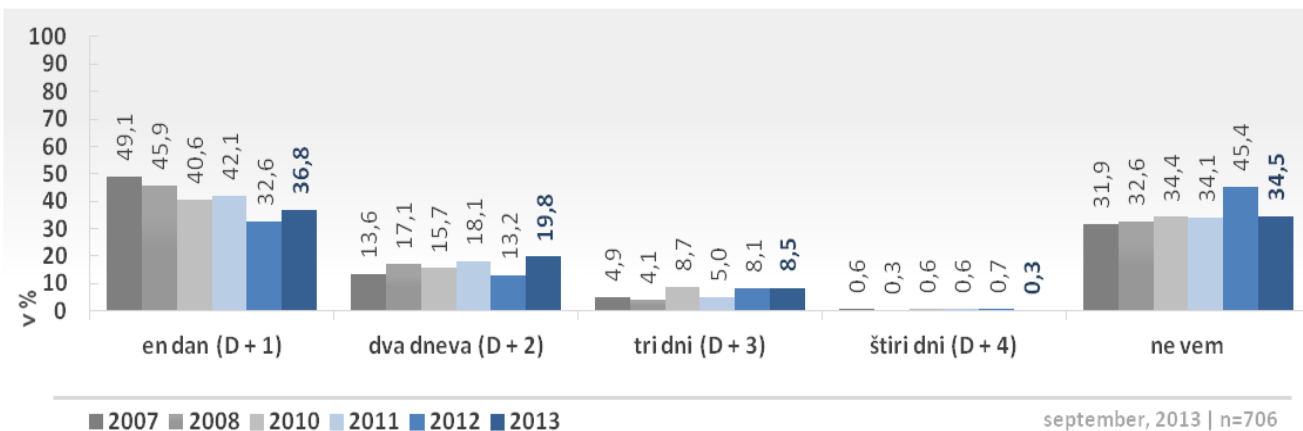


Večini anketirancev se cena (0,29 €) za prenos navadnega pisma zdi ustrezna. Delež se je celo povečal (70 %, lani 67 %), čeprav se je cena nekoliko dvignila. Zmanjšal se je delež tistih, ki se jim cena zdi draga (9 %, lani 12 %).

V povprečju se cena nekoliko manj ugodna zdi starejšim od 45 let, bolj ugodna pa mlajšim od 34 let.

ALI VESTE, KAKŠEN JE PREDPISAN ČAS PRENOSA NAVADNEGA PISMA?

Osnova: vsi



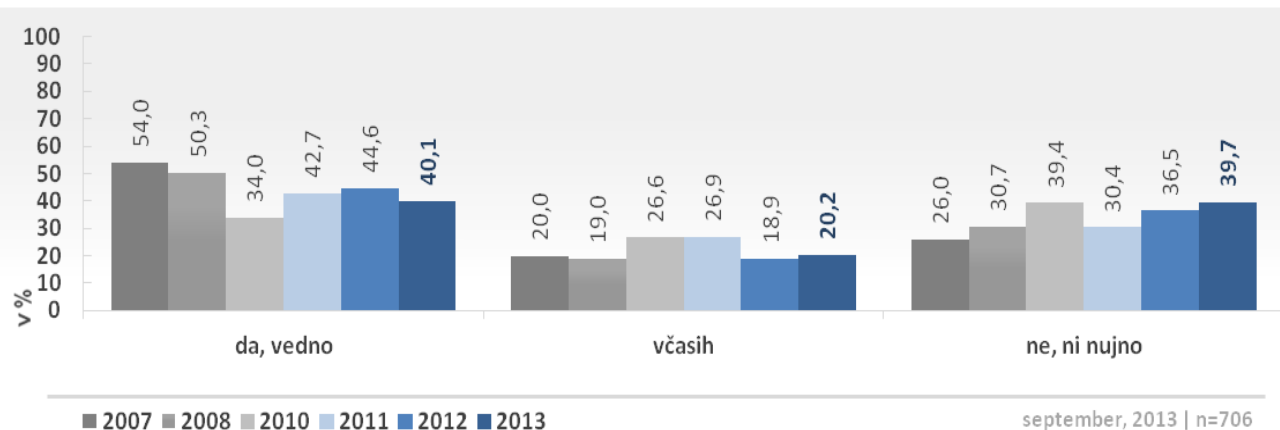
Narasel je delež tistih, ki navajajo odgovor *En dan* (37 %, lani 33 %), trend pa v splošnem pada. Delež tistih, ki ne vedo je zopet padel (35 %, lani 45 %).

Med slednjimi je značilno večji delež mladih do 24 let in tistih z osnovnošolsko izobrazbo.

Odgovor *Tri dni* v večji meri navajajo brezposelni ter stari med 25 in 34 let, v manjši meri pa starejši od 64 let.

ALI SE VAM ZDI NUJNO, DA BI MORALO PISMO PRISPETI DO NASLOVNIKA NASLEDNJI DELOVNI DAN, KOT JE BILO ODDANO?

Osnova: vsi

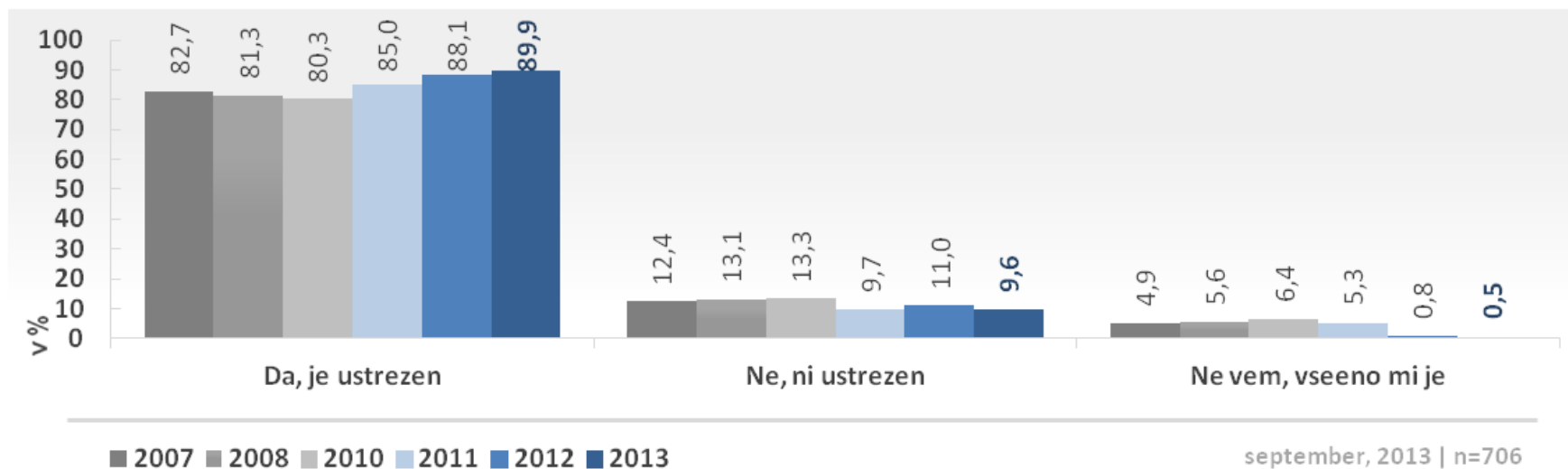


Dolgoročno pada delež tistih, ki menijo, da bi moralo pismo vedno prispeti naslednji delovni dan, raste pa delež tistih, ki menijo, da to ni nujno.

Med tistimi, ki menijo, da bi pismo vedno moralo prispeti naslednji dan, je večji delež višje oziroma visoko izobraženih, starih med 45 in 64 let ter zaposlenih oz. samozaposlenih. Medtem, ko upokojenci v večji meri navajajo, da ni nujno, da pismo prispe naslednji delovni dan.

ALI SE VAM ZDI ČAS PRIHODA PISMONOŠE NA VAŠ DOM USTREZEN?

Osnova: vsi

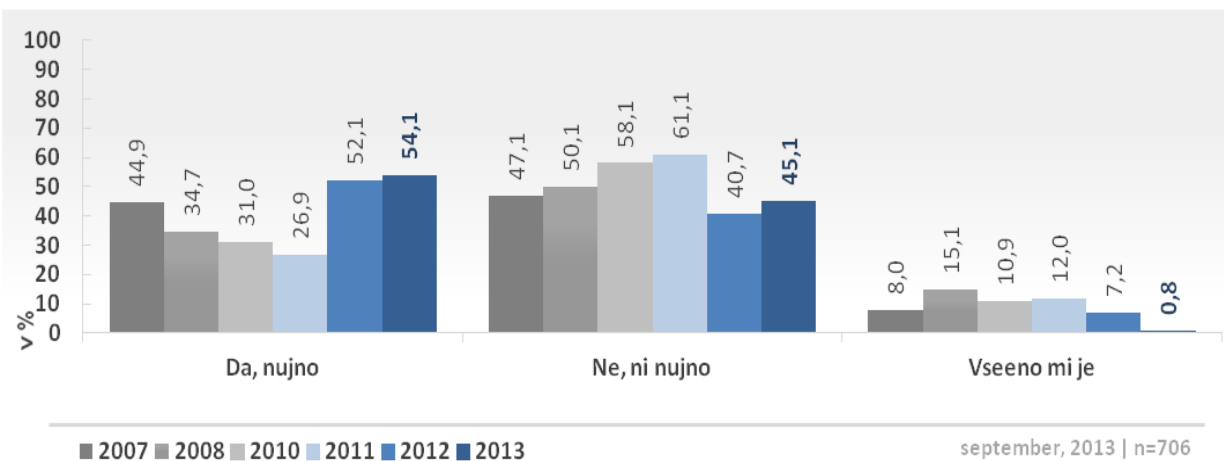


Velika večina (90 %) ocenjuje čas prihoda pismonoše na dom kot ustrezen in ta delež dolgoročno raste, pada pa delež ljudi, ki se jim zdi, da ni ustrezen in ki jim je vseeno.

S časom prihoda pismonoše na njihov dom so značilno bolj zadovoljni ljudje z osnovno šolo in starejši od 65 let, ti v večji meri čas pismonoše ocenjujejo kot ustrezen. Med tistimi, ki menijo, da čas prihoda pismonoše ni ustrezen pa je značilno večji delež zaposlenih in starih med 35 in 54 let. Med tistimi, ki jim je vseeno je značilno višji delež najvišje izobraženih.

ALI SE VAM ZDI SMISELNA DOSTAVA POŠTNIH POŠILJK NA DOM OB SOBOTAH ?

Osnova: vsi

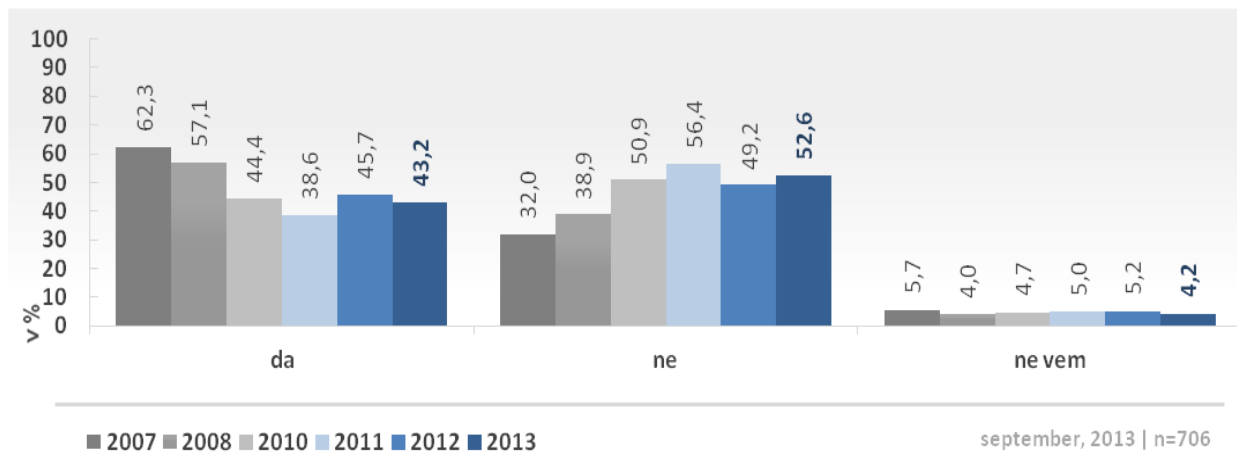


Glede na lani se je povečal tako delež tistih, ki menijo, da je dostava ob sobotah nujna (54 %, lani 52 %), in tistih, ki menijo, da ni nujna (45 %, lani 41 %). Iz leta v leto pa se manjša delež tistih, ki jim je za dostavo poštних pošiljk ob sobotah vseeno.

Med anketiranci, ki menijo, da je dostava ob sobotah nujna, je večji delež višje oz. visoko izobraženih, zaposlenih ter starih med 45-54 let. V manjši meri pa se dostava ob sobotah zdi nujna upokojencem, starejšim od 55 let ter prebivalcem podeželja.

ALI IMATE PRI VAS DOSTAVO POŠTNIH POŠILJK NA DOM OB SOBOTAH?

Osnova: vsi



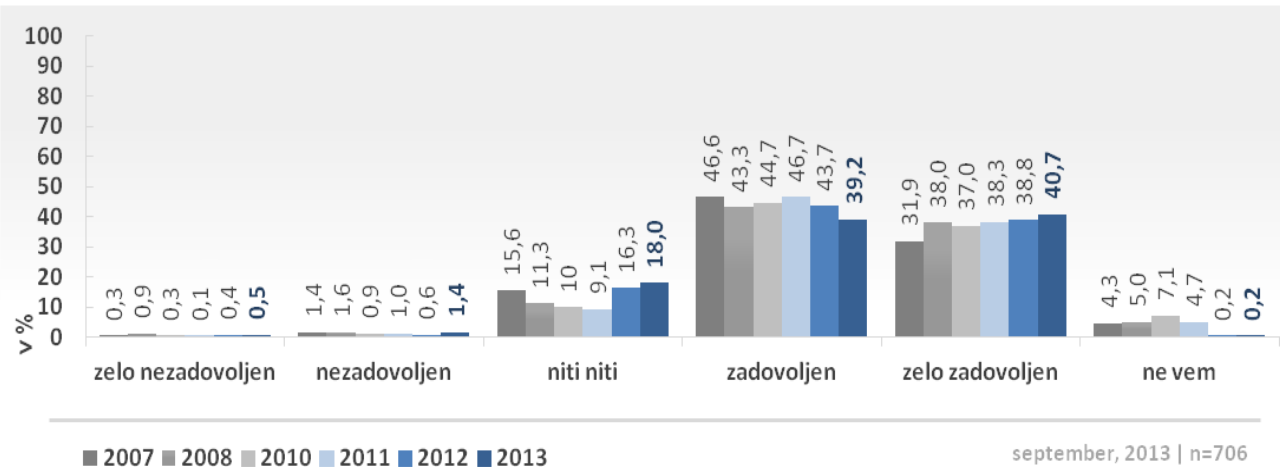
Dolgoročno raste delež tistih, ki nimajo dostave ob sobotah.

Da imajo dostavo poštних pošiljk na dom ob sobotah v manjši meri navajajo starejši od 55 let, upokojenci ter tisti z osnovnošolsko izobrazbo, v večji meri pa prebivalci mest, prebivalci Spodnje-posavske regije, zaposleni, visoko izobraženi ter stari med 25-34 let.

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- **OCENA KAKOVOSTI STORITEV**
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

OCENITE VAŠE ZADOVOLJSTVO Z DOSTOPNOSTJO POTREBNIH INFORMACIJ NA POŠTI (POŠTNIH ENOTAH)?

Osnova: vsi



Tudi letos se kaže zadovoljstvo z dostopnostjo potrebnih informacij na pošti, povprečna ocena je 4,19. Iz leta v leto raste delež tistih, ki so z dostopnostjo informacij zelo zadovoljni.

Z dostopnostjo informacij so bolj zadovoljne ženske, upokoјenci, stari nad 55 let ter tisti stari med 34 in 44 let. Nižjo stopnjo zadovoljstva dijaki in študentje, zaposleni, stari mladi do 35 let ter stari med 45-54 let.

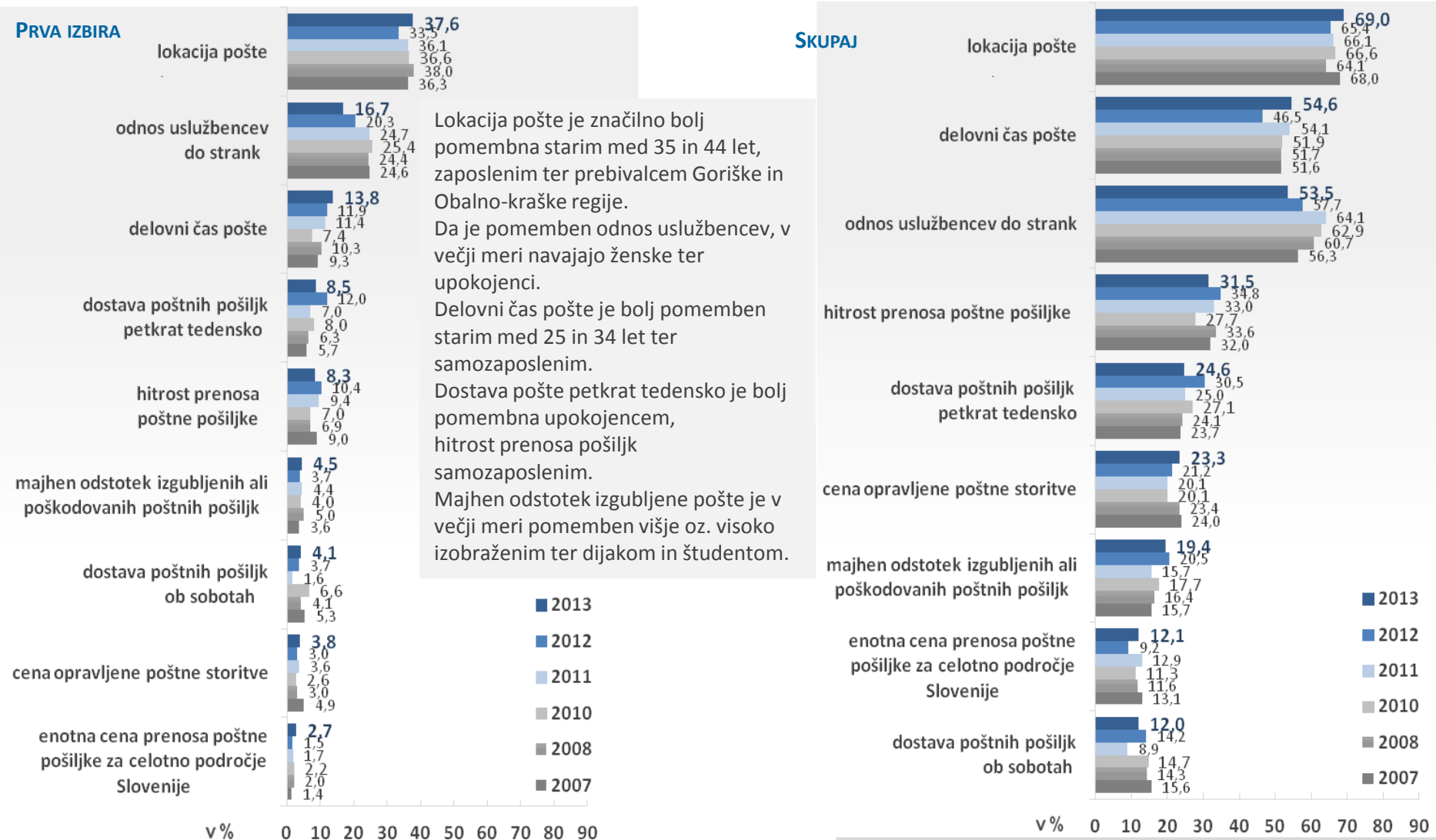
ZAKAJ NISTE ZADOVOLJNI Z DOSTOPNOSTJO INFORMACIJ? KATERE INFORMACIJE POGREŠATE?

Osnova: tisti, ki so izrazili nezadovoljstvo z dostopnostjo potrebnih informacij na pošti, n=13

- neprijaznost uslužbencev, nenatančnost in nepopolnost informacij
- imajo preveč drugih stvari, nimajo poštnih informacij, morali bi imeti cenik poštnih storitev, ne pa samo blaga, ki ga ponujajo - so bolj trafika
- ker je opoldne zaprto - informacije niso vedno na voljo
- ni pravih informacij
- ne delajo po predpisih do pooblaščenih oseb
- nedosegljivost poštarjev na telefon
- o pošiljanju paketov in ceni le tega je premalo informacij
- ob sobotah ne dobiš pošte, ker nimajo dovolj kadra
- osnovne info pri pošiljanju pisem, priporočenih pisem in paketov
- poštna številke tujih mest
- preveč so zaposleni z vsemi drugimi storitvami namesto primarnih poštnih, npr. prodaja, ipd
- problem je delovni čas, dostopnost je nemogoča
- slabo obnašanje uslužbencev - nepravilen odnos

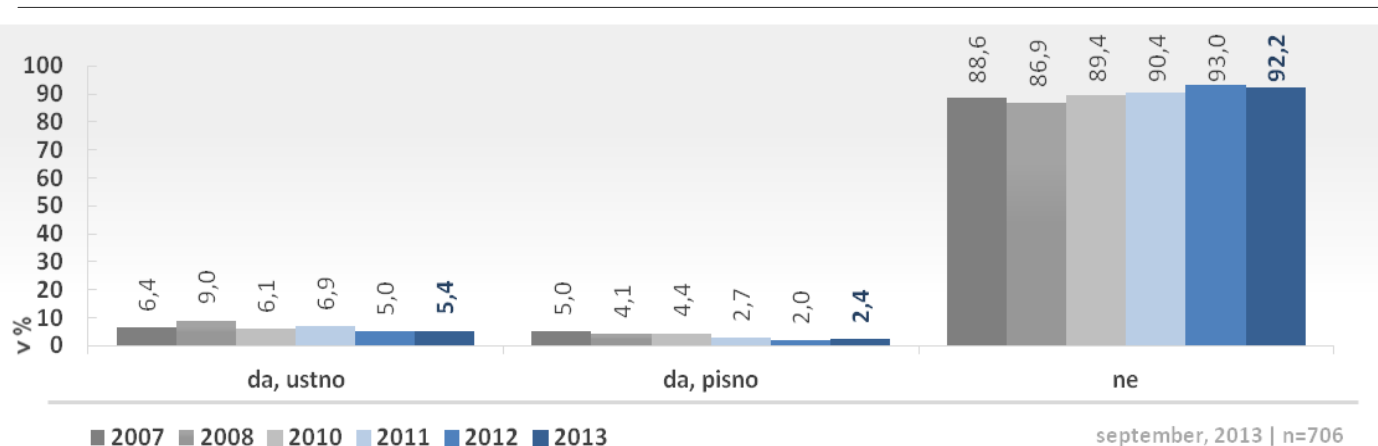
NAVEDLI VAM BOMO NEKAJ DEJAVNIKOV KAKOVOSTI POŠTNE STORITVE, VI PA IZMED VSEH DEJAVNIKOV IZBERITE TRI, KI SO ZA VAS NAJPOMEMBNEJŠI.

Osnova: vsi | Anketiranci so najprej navedli tisti dejavnik, ki je za njih najpomembnejši (prva izbira) ter nato še drugega in tretjega.



ALI STE ŽE KDAJ VLOŽILI KAKŠNO PRITOŽBO ZARADI NEZADOVOLJSTVA Z OPRAVLJENO POŠTNO STORITVIJO?

Osnova: vsi

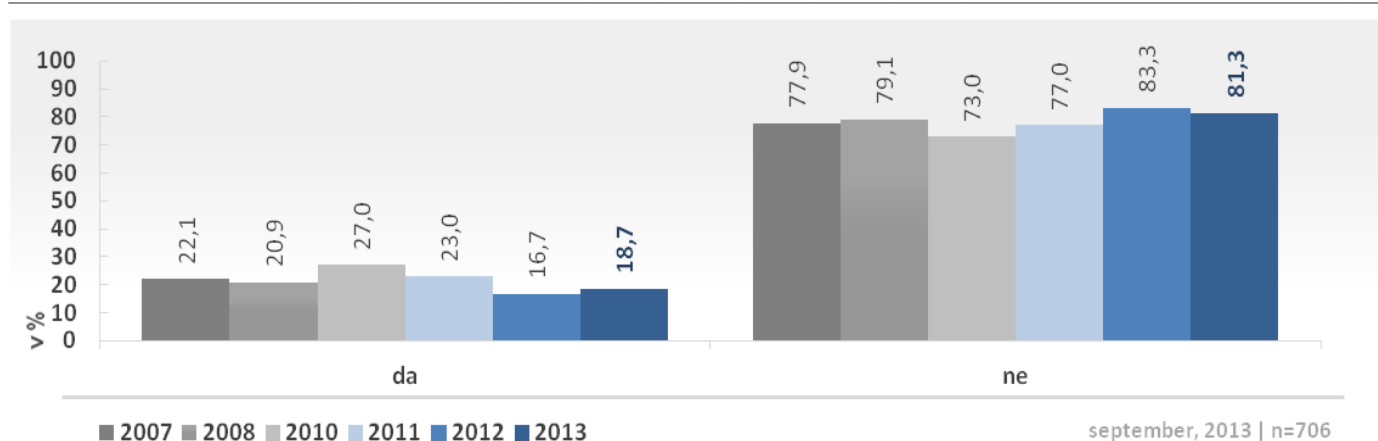


Število vloženih pritožb je letos rahlo naraslo (8 % , lani 7 %), sicer pa trend pada.

Med tistimi, ki so se že kdaj ustno pritožili zaradi nezadovoljstva, je več samozaposlenih. Med tistimi, ki so se pritožili pisno pa je značilno večji delež starih med 45 in 54 let, zaposlenih ter prebivalcev mest.

ALI STE SEZNANJENI S PRITOŽBENIM POSTOPKOM IN MOŽNIMI ODŠKODNINAMI V PRIMERU POŠKODOVANIH POŠILJK, UNIČENJA, PREKORAČITVE ROKA PRENOSA IPD.?

Osnova: vsi



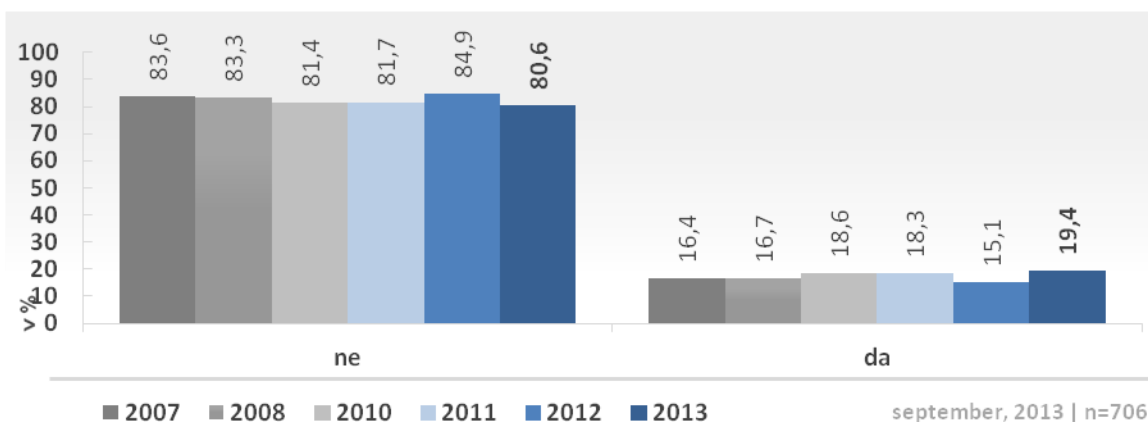
S pritožbenim postopkom in možnimi odškodninami je letos seznanjenih več anketirancev (19 % , lani 17 % lani).

S pritožbenim postopkom so bolj seznanjeni prebivalci s srednješolsko izobrazbo ter prebivalci Zasavske regije.

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- **UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV**
- ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL

ALI STE POLEG POŠTE SLOVENIJE ŽE UPORABILI STORITVE ŠE KAKŠNEGA DRUGEGA IZVAJALCA POŠTNIH STORITEV?

Osnova: vsi



Poleg Pošte Slovenije druge izvajalce poštne storitve uporablja 19 % anketirancev, kar je nekoliko več kot pretekla leta.

Med uporabniki poštne storitve drugih izvajalcev je značilno večji delež moških in samozaposlenih. V manjši meri pa se storitev drugih izvajalcev poslužujejo ženske, starejših od 55 let ter tisti s poklicno izobrazbo.

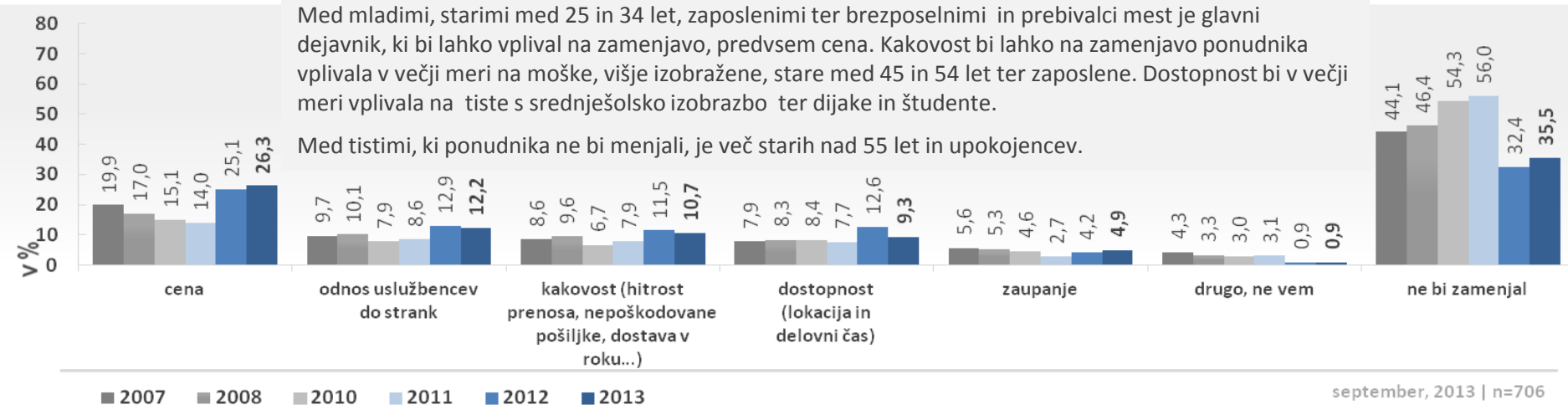
NAVEDLI VAM BOMO NEKAJ DEJAVNIKOV, VI PA POVEJTE, KATERI IZMED NJIH BI PO VAŠEM MNENJU LAHKO VPLIVAL NA VAS, DA BI ZAMENJALI IZVAJALCA POŠTNIH STORITEV?

Osnova: vsi

Najbolj pomemben dejavnik za morebitno zamenjavo izvajalca ostaja cena, katere pomen se je rahlo povečal. Rahlo pa je upadel pomen ostalih dejavnikov, kot so odnos do strank, kakovost in dostopnost. Glede na lani, se je nekoliko povečal delež tistih, ki izvajalca ne bi zamenjali (36 %, lani 32 %).

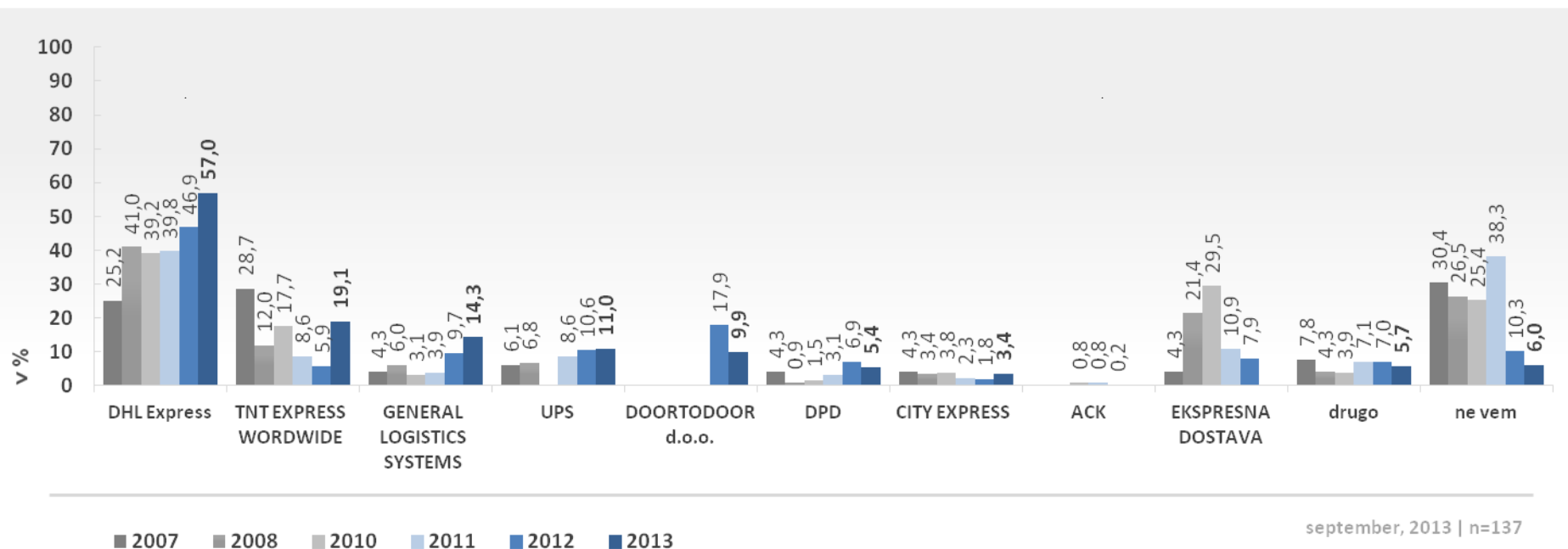
Med mladimi, starimi med 25 in 34 let, zaposlenimi ter brezposelnimi in prebivalci mest je glavni dejavnik, ki bi lahko vplival na zamenjavo, predvsem cena. Kakovost bi lahko na zamenjavo ponudnika vplivala v večji meri na moške, višje izobražene, stare med 45 in 54 let ter zaposlene. Dostopnost bi v večji meri vplivala na tiste s srednješolsko izobrazbo ter dijake in študente.

Med tistimi, ki ponudnika ne bi menjali, je več starih nad 55 let in upokojujencev.



STORITVE KATEREGA IZVAJALCA POŠTNIH STORITEV STE ŽE UPORABILI POLEG POŠTE SLOVENIJE?

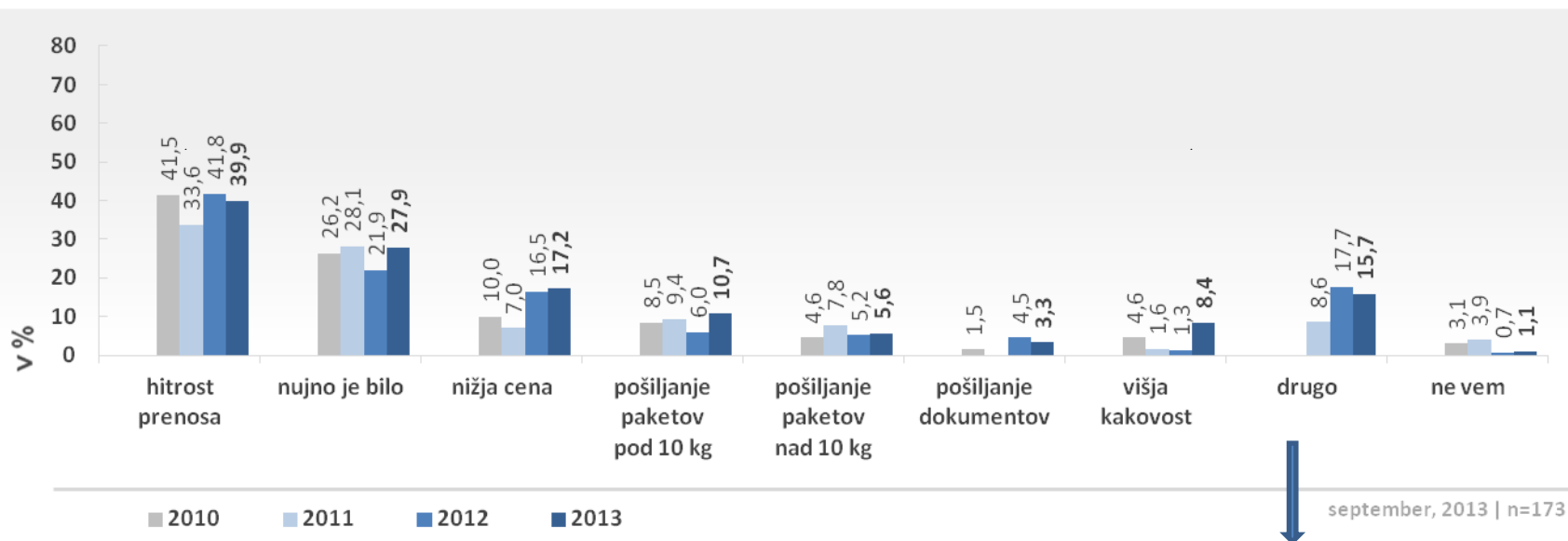
Osnova: uporabniki storitev drugih izvajalcev | Možnih je bilo več odgovorov.



Poleg Pošte Slovenije se je med anketiranci najbolj povečala uporaba storitev DHL Express, TNT Express Worldwide, General Logistics Systems, UPS in DPD, upadla pa je uporaba storitev Dootodoor, City Express in Ekspresna Dostava.

ZAKAJ STE UPORABILI STORITVE DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV?

Osnova: uporabniki storitev drugih izvajalcev | Možnih je bilo več odgovorov.



Storitve drugih izvajalcev anketiranci uporabijo predvsem zaradi hitrosti prenosa (40 %) oziroma nujnosti prenosa (28 %).

Hitrost prenosa je bila pri uporabi storitev drugih izvajalcev v večji meri razlog za samozaposlene, stare med 25 in 34 let in stare med 45 in 54 let ter višje oz. visoko izobražene.

Nujnost pošiljke je bil v večji meri razlog za zaposlene, najbolj izobražene ter stare med 25 in 34 let.

Nižjo ceno so v večji meri navedli stari med 25 in 34 let ter zaposleni, slednji so kot razlog v večji meri navedli tudi pošiljanje paketov do 10 kg.

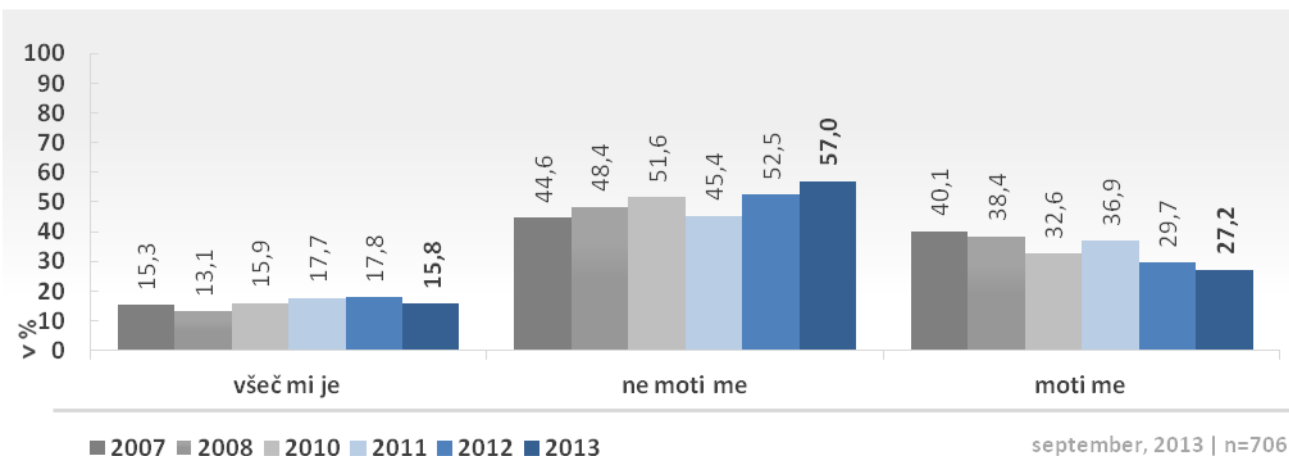
Po drugo so anketiranci navedli:

- pošiljanje v/ iz tujine (15x)
- dobavitelj storitve je uporabljal drugega izvajalca
- dostava s strani drugega podjetja
- izbira dobavitelja
- pošiljatelj je poslal preko drugega izvajalca
- prevzem pošiljke na domu
- večje ponudbe
- zaradi pogodbe, ker je bilo naročilo preko spleta
- želja naslovnika

- ODDAJA POŠILJK PREKO POŠTNIH NABIRALNIKOV
- OBISK POŠTE
- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA CENE IN ROKOV PRENOSA
- OCENA KAKOVOSTI STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH PONUDNIKOV POŠTNIH STORITEV
- **ODNOS DO NENASLOVLJENIH REKLAMNIH SPOROČIL**

KAJ MENITE O PREJEMANJU NENASLOVLJENIH OGLAŠEVALSKIH, MARKETIŠKIH IN DRUGIH REKLAMNIH SPOROČIL NA DOM?

Osnova: vsi

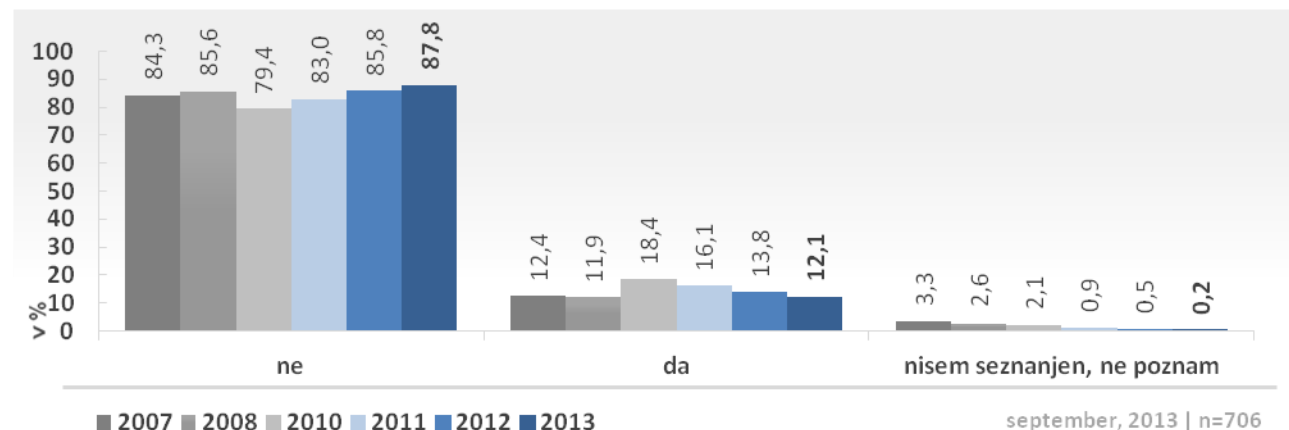


Trend je, da se zmanjšuje delež anketirancev, ki jih prejemanje nenaslovljenih reklamnih sporočil moti.

Nenaslovljena reklamna sporočila so bolj všeč ženskam ter prebivalcem Savinjske regije. Med tistimi, ki jih tovrstna sporočila prejeta na dom motijo je značilno večji delež starejših od 64 let ter upokojevcev.

ALI UPORABLJATE RUMENO NALEPKO, KI PREPOVEDUJE VSTAVLJANJE NENASLOVLJENIH OGLAŠEVALSKIH, MARKETIŠKIH IN DRUGIH REKLAMNIH SPOROČIL V VAŠ NABIRALNIK?

Osnova: vsi



Zadnja štiri leta se znižuje tudi delež anketirancev, ki uporabljajo rumeno nalepko.

Rumeno nalepko v večji meri uporabljajo moški, starejši od 64 let, upokojevci, višje oz. visoko izobraženi ter prebivalci Zasavske in Osrednjeslovenske regije ter Ljubljane oz. Maribora.

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

Episcenter d.o.o. | www.episcenter.si

t: 1 470 26 00

e: info@episcenter.si | mojca.jakacic@episcenter.si