

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med poslovno javnostjo

November 2012

Naročnik:

**Agencija za pošto in elektronske
komunikacije Republike Slovenije**
Stegne 7, p. p. 418
1001 Ljubljana

Izvajalec:

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

VSEBINA

- 1. POVZETEK**
- 2. CILJI RAZISKAVE, METODOLOGIJA IN STRUKTURA VZORCA**
- 3. REZULTATI RAZISKAVE**
 - ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
 - PERCEPCIJA ROKOV PRENOSA
 - KAKOVOST STORITEV
 - UPORABA STORITEV DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV

POVZETEK (I/II)

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med poslovno javnostjo predstavlja kontinuirano merjenje zadovoljstva od leta 2007 dalje. V podjetju Episcenter smo med 7. in 21. novembrom s CATI metodo anketirali 300 podjetij. V nadaljevanju po posameznih vsebinskih sklopih povzemamo ključne ugotovitve.

• ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV

- ✓ Med poslovno javnostjo se, glede na pretekla leta, zmanjšuje število oddanih pisemskih pošiljk tako v Sloveniji kot mednarodno; povečuje pa se število oddanih paketnih pošiljk.
- ✓ Večina (56 %) ocenjuje, da je v njihovih podjetjih uporaba tradicionalnih poštnih storitev zaradi uporabe interneta in elektronske pošte upadla za več kot 20 %.
- ✓ V svojih poslovnih prostorih poštne pošiljke sprejema 75 % podjetij, delež teh se vsako leto povečuje. Po drugi strani večina podjetij (53 %) poštne pošiljke še vedno oddaja v prostorih pošt, se pa iz leta v leto povečuje tudi delež tistih, ki poštne pošiljke v svojih poslovnih prostorih tudi oddajajo (41 %, leta 2007 30 %).

• PERCEPCIJA ROKOV PRENOSA

- ✓ Da je predpisan čas prenosa navadnega pisma en dan (D+1) tudi tokrat navaja skoraj polovica anketirancev (48 %, lani 49 %).
- ✓ Da bi pismo do naslovnika moralo vedno prispeti naslednji delovni dan, ko je bilo oddano, meni velika večina vprašanih (77 %, lani manj- 58 %). Glede na pretekla merjenja, je tokrat manjši delež tistih, ki dopuščajo, da bi pismo le včasih moralo prispeti naslednji delovni dan (9 %, lani 24 %).
- ✓ Kar zadeva dostavo pošiljk v poslovne prostore ob sobotah, so si anketiranci enotni, tudi ob tokratnem merjenju jih velika večina (89 %) meni, da to ni nujno. Prav tako večina (88 %), podobno kot v preteklih merjenjih, nima urejene dostave poštnih pošiljk v poslovne prostore ob sobotah.

POVZETEK (II/II)

• KAKOVOSTI STORITEV

- ✓ Med dejavniki kakovosti poštних storitev je, tako kot v prejšnjih merjenjih, tudi tokrat najpomembnejši dejavnik zanesljiv prenos poštne pošiljke (M=4,9). Še najmanj, a še zmeraj pomemben dejavnik, pa je tudi tokrat lokacija pošte oz. poslovalnice ponudnika poštних storitev (M=3,9).
- ✓ Ocena zadovoljstva s storitvami pošte Slovenije je v splošnem tudi tokrat visoka (M=4,18), zadovoljnih je 85 % anketiranih podjetij, od tega 35 % zelo zadovoljnih.
- ✓ Večina (79 %) tudi ob tokratnem merjenju navaja, da še ni vložila pritožbe zaradi nezadovoljstva z opravljeno poštno storitvijo.

• UPORABA STORITEV DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV

- ✓ Cena storitev je za večino anketiranih (45 %, lani 38 %) najpomembnejši dejavnik, ki bi lahko vplival na to, da bi v podjetju zamenjali izvajalca poštних storitev. Cenovno občutljivost ter večjo fleksibilnost je po drugi strani letos opaziti tudi glede na manjši delež podjetij, v katerih so dejali, da ponudnika ne bi menjali (15 %, lani 29 %). Sicer je med dejavniki, ki bi lahko vplivali na menjavo ponudnika, na drugem mestu, tako kot v preteklih merjenjih, kakovost storitev.
- ✓ Večina anketirancev (86 %) tudi letos sicer ne bi menjali ponudnika, v primeru, da bi ta ponudil nižjo ceno za nižjo kakovost. Se je pa delež teh, ki bi v tem primeru zamenjali ponudnika povečal (14 %, lani 8 %). Po drugi strani pa upada delež tistih, ki bi v podjetju zamenjali ponudnika, v primeru, da bi jim ta ponudil višjo kakovost za višjo ceno (20 %, lani 28 %, leta 2007 41 %).
- ✓ Ovire za zamenjavo obstoječega ponudnika poštних storitev največ anketiranih podjetij vidi v zaupanju (29 %, lani 40 %), sledi pomanjkanje informacij (16 %, lani 10 %) ter pogodba z obstoječim ponudnikom (14 %, lani je bil to problem za 28 % anketiranih). Da ne vidijo ovir za zamenjavo ponudnika, tako kot lani, tudi letos pravi 28 % anketiranih podjetij.
- ✓ Poleg Pošte Slovenije največ podjetij (35 %) uporablja storitev DHL Express, čeprav manj kot prejšnja leta (leta 2007 47 %). Znižuje se tudi delež uporabnikov storitev TNT Express Worldwide (21 %, leta 2007 31 %). Storitve podjetja Doortodoor, ki je letos prvič na seznamu, uporablja 10 % anketiranih podjetij.

CILJI, METODOLOGIJA IN STRUKTURA VZORCA

Raziskava o zadovoljstvu uporabnikov s poštnimi storitvami med poslovno 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 poslovno 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: Poslovni register

Način vzorčenja: verjetnostno, stratificirano

Ciljna oseba: skrbnik pogodbe z izvajalcem poštnih storitev, vodja vložišča oziroma direktor

Vprašalnik standardiziran z večino vprašanj zaprtega tipa, povprečna dolžina vprašalnika: 7 minut

Obdobje anketiranja 7. - 21. november 2012

Velikost in struktura realiziranega vzorca: n=300; struktura vzorca glede na velikost in regijo podjetja:

	n	%
Velikost podjetja do 50 zaposlenih (malo podjetje)	101	33,7 %
nad 50 do 200 zaposlenih (srednje podjetje)	103	34,3 %
več kot 200 zaposlenih (veliko podjetje)	96	32,0 %
Telefonska regija 01 Ljubljanska	124	41,3 %
02 Mariborska	58	19,3 %
03 Celjska	34	11,3 %
04 Gorenjska	27	9,0 %
05 Primorska	31	10,3 %
07 Dolenjska	26	8,7 %

3. REZULTATI

V nadaljevanju predstavljamo rezultate tokratnega merjenja, ki smo ga izvedli v agenciji Episcenter. Rezultati vključujejo tudi primerjavo rezultatov predhodnih merjenj, ki jih je med leti 2007 in 2011 izvedla agencija Ninamedia.

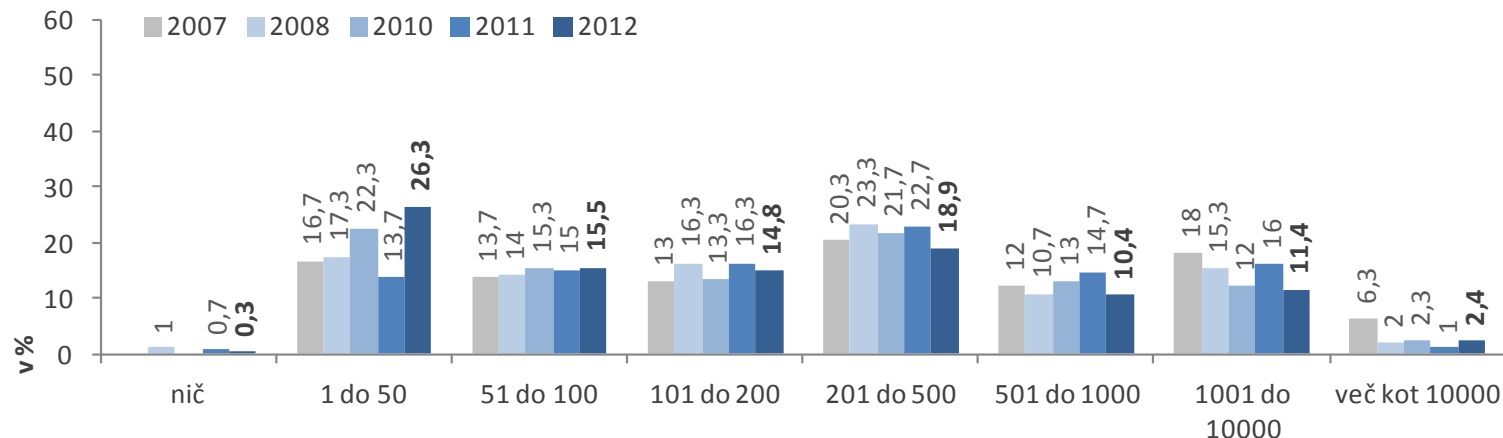
- **ODDAJA IN PREJEM PISEMskih POŠILJK IN PAKETOV**
- PERCEPCIJA ROKOV PRENOSA
- KAKOVOST STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV

POVPREČNO ŠTEVILO ODDANIH NASLOVLJENIH NAVADNIH PISEMSKIH POŠILJK NA MESEC

Osnova: opredeljeni, n=297 (po Sloveniji), n= 299 (mednarodno).

Anketiranci so navedli povprečno število oddanih pošiljk, njihove odgovore smo združili v razrede, kot je razvidno na slikah.

Po SLOVENIJI:

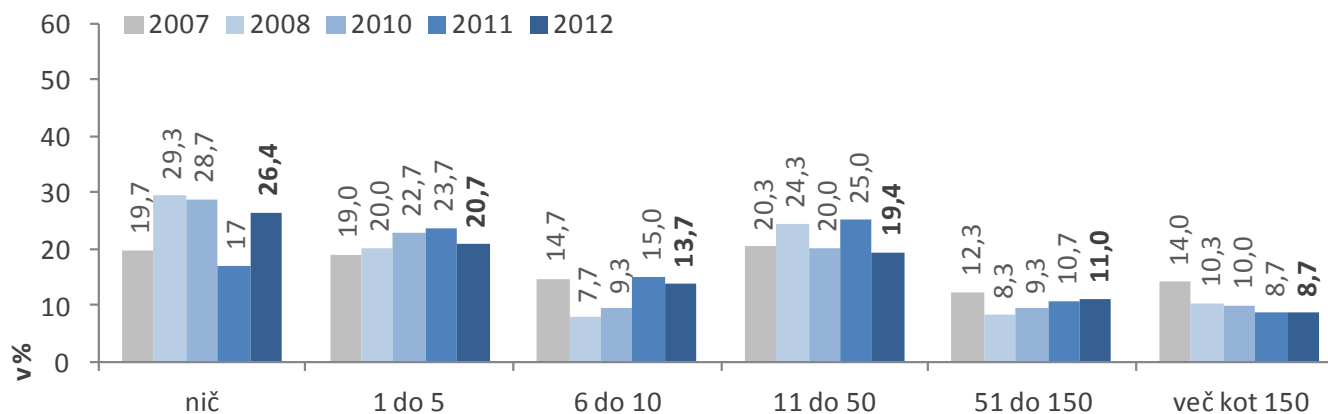


Več kot 200 navadnih pisemskih pošiljk mesečno po Sloveniji odda 43 % podjetij.

77 % malih podjetij mesečno odda do 100 navadnih pisemskih pošiljk.

72 % velikih podjetij odda več kot 200 navadnih pisemskih pošiljk po Sloveniji.

MEDNARODNO:



Več kot 10 navadnih pisemskih pošiljk mesečno v tujino odda 39 % podjetij.

72 % malih podjetij mesečno odda največ 5 navadnih pisemskih pošiljk v tujino.

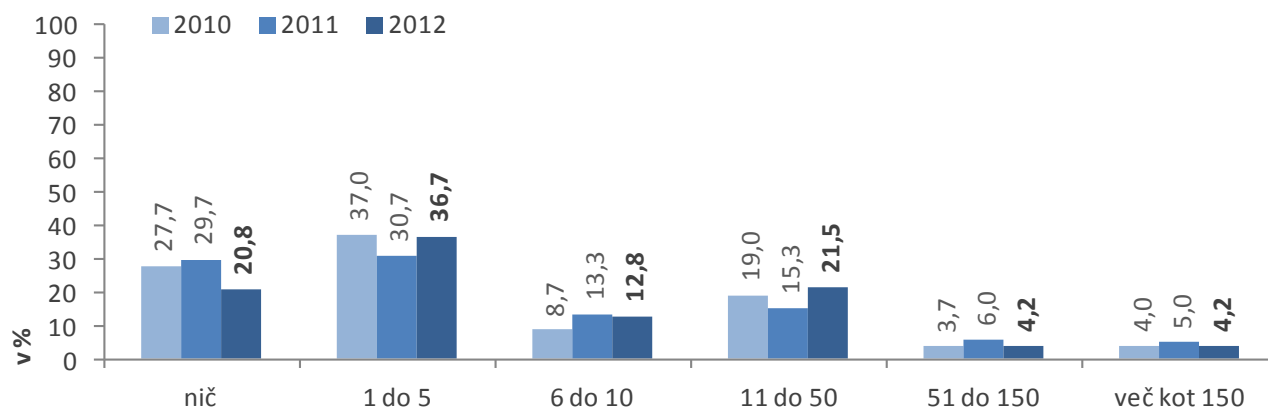
45 % velikih podjetij odda več kot 50 navadnih pisemskih pošiljk v tujino.

POVPREČNO ŠTEVILO ODDANIH NASLOVLJENIH PAKETNIH POŠILJK POD 10 KG NA MESEC

Osnova: opredeljeni, n=289 (po Sloveniji), n= 287 (mednarodno).

Anketiranci so navedli povprečno število oddanih pošiljk, njihove odgovore smo združili v razrede, kot je razvidno na slikah.

Po SLOVENIJI:



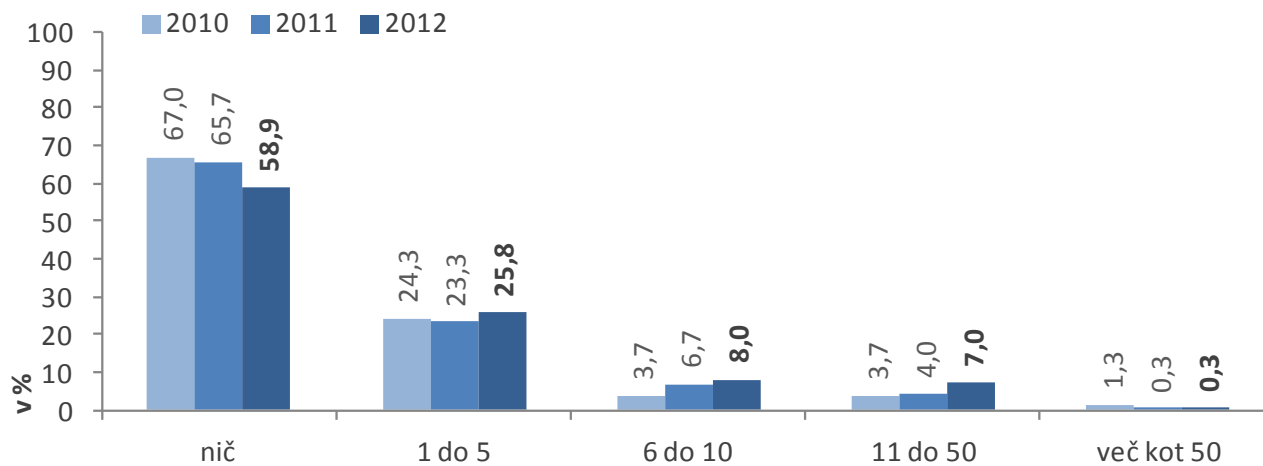
Več kot 10 paketov pod 10 kg mesečno po Sloveniji odda 30 % podjetij.

35 % malih podjetij mesečno ne odda nobenega paketa pod 10 kg.

45 % srednjih podjetij odda 1 do 5 paketov pod 10 kg mesečno.

22 % velikih podjetij odda 6 do 10 paketov pod 10 kg mesečno.

MEDNARODNO:



Mednarodno 69 % ne odda nobenega paketa pod 10 kg.

73 % malih podjetij mesečno ne odda nobenega paketa pod 10 kg.

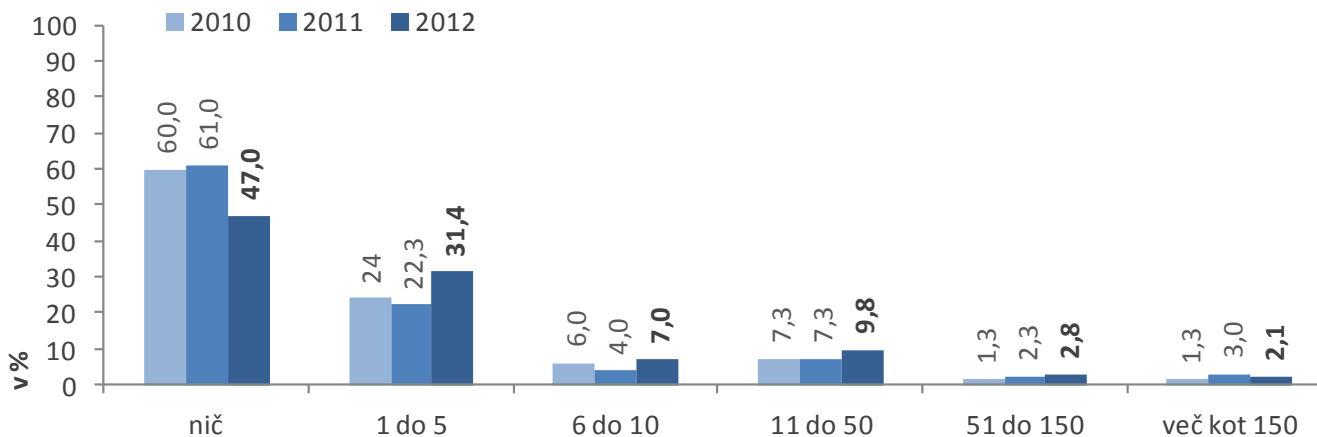
50 % velikih podjetij odda v tujino 1 do 10 paketov pod 10 kg mesečno.

POVPREČNO ŠTEVILO ODDANIH NASLOVLJENIH PAKETNIH POŠILJK NAD 10 KG NA MESEC

Osnova: opredeljeni, n=287 (po Sloveniji), n= 285 (mednarodno).

Anketiranci so navedli povprečno število oddanih pošilk, njihove odgovore smo združili v razrede, kot je razvidno na slikah.

Po SLOVENIJI:

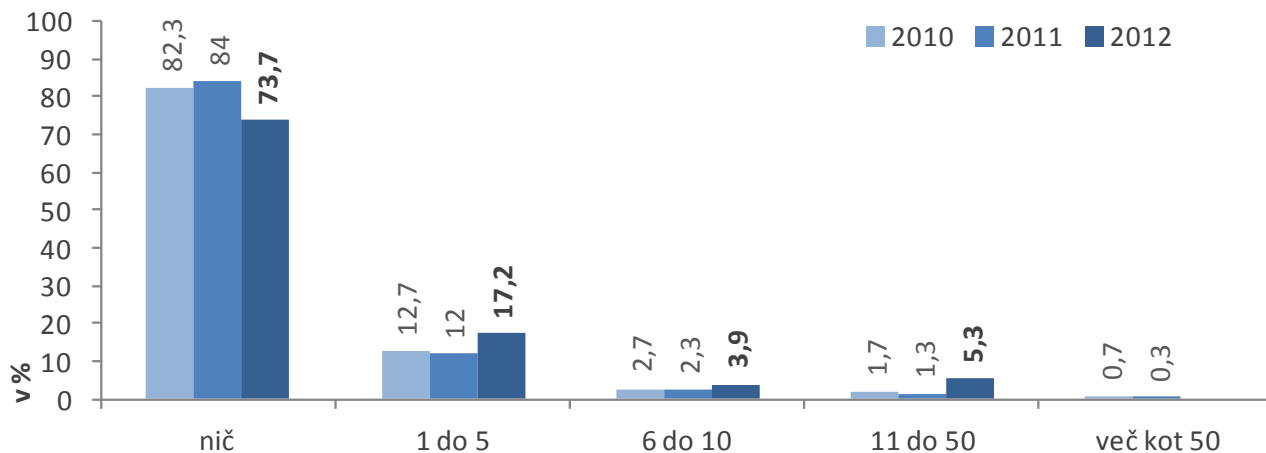


1 do 10 paketov nad 10 kg mesečno po Sloveniji odda 38 % podjetij.

59 % malih podjetij mesečno ne odda nobenega paketa nad 10 kg.

17 % velikih podjetij odda več kot 10 paketov nad 10 kg mesečno po Sloveniji.

MEDNARODNO:



Mednarodno 74 % podjetij ne odda nobenega paketa nad 10 kg.

Med malimi podjetji je 84 % takih, ki mesečno ne oddajo nobenega paketa nad 10 kg.

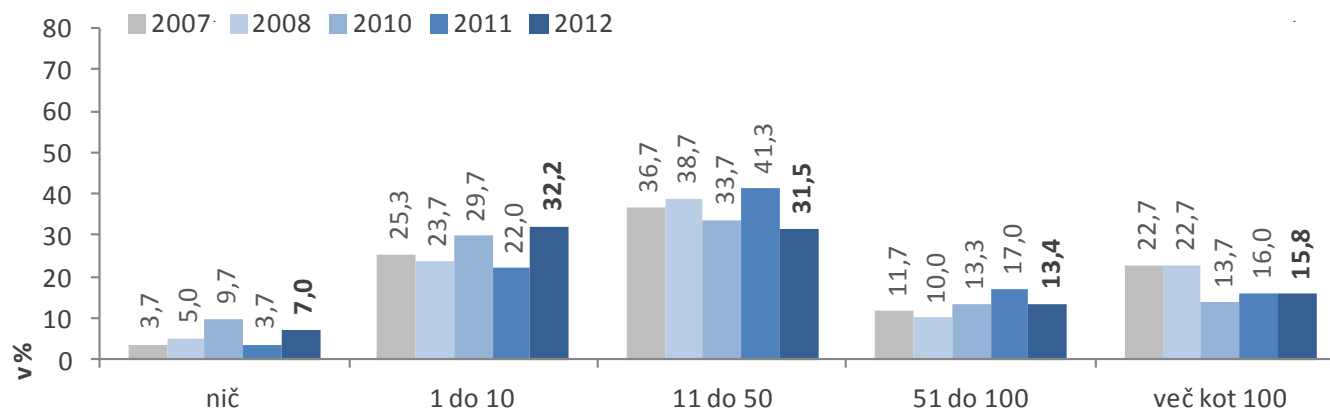
18 % velikih podjetij pa odda v tujino več kot 5 paketov nad 10 kg mesečno.

POVPREČNO ŠTEVILO ODDANIH NASLOVLJENIH PRIPOROČENIH ALI VREDNOSTNIH POŠILJK NA MESEC

Osnova: opredeljeni, n=298 (po Sloveniji), n= 297 (mednarodno).

Anketiranci so navedli povprečno število oddanih pošiljk, njihove odgovore smo združili v razrede, kot je razvidno na slikah.

Po SLOVENIJI:

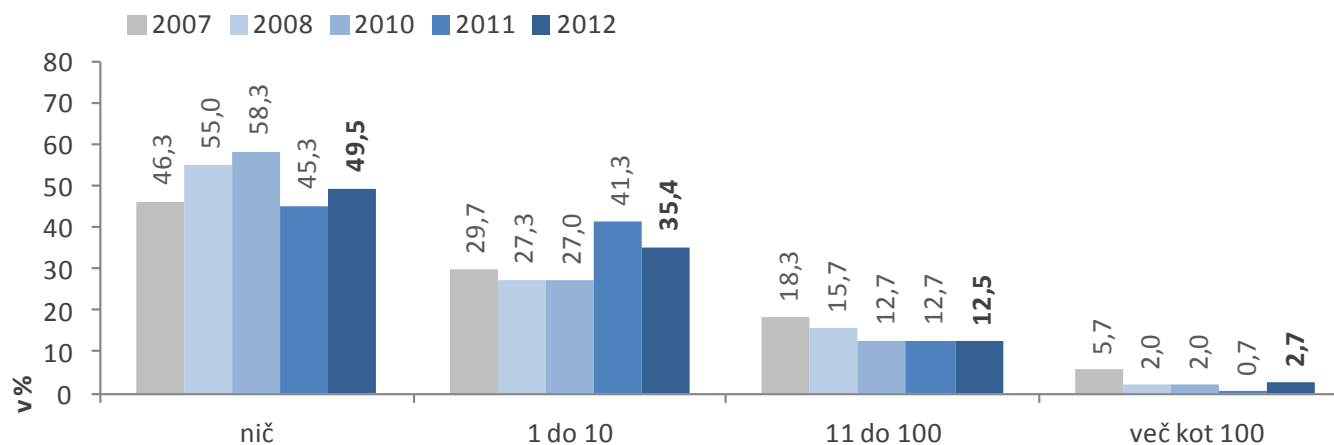


Več kot 50 naslovljenih priporočenih ali vrednostnih pošiljk mesečno po Sloveniji odda 29 % podjetij.

14 % malih podjetij ne odda nobene tovrstne pošiljke, 60 % pa 1 do 10.

Med velikimi podjetji več kot 100 tovrstnih pošiljk po Sloveniji odda 38 % podjetij.

MEDNARODNO:



Mednarodno več kot 10 naslovljenih priporočenih ali vrednostnih pošiljk odda 15 % podjetij

Med malimi podjetji je 72 % takih, ki mednarodno mesečno ne oddajo nobene tovrstne pošiljke.

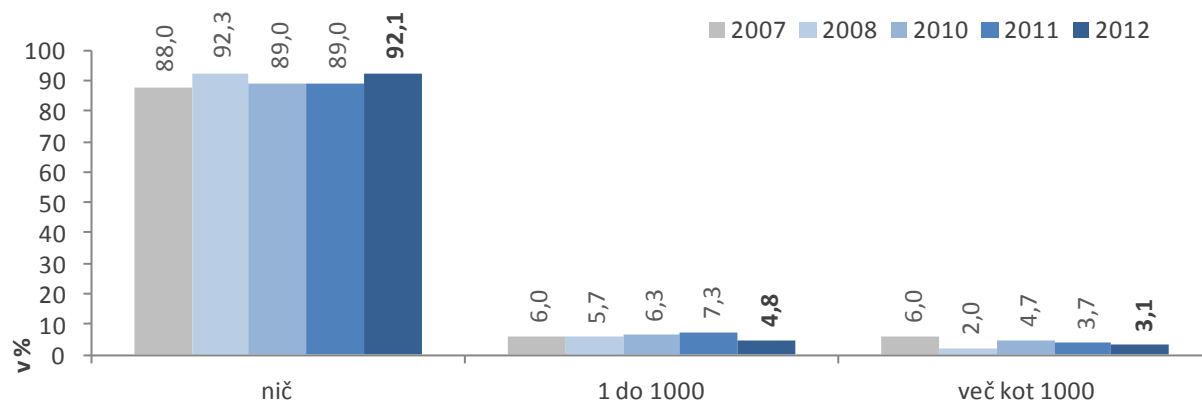
Med velikimi podjetji več kot 10 tovrstnih pošiljk mednarodno mesečno pošlje 34 % podjetij

POVPREČNO ŠTEVILO ODDANE NENASLOVLJENE DIREKTNE POŠTE - REKLAME

Osnova: opredeljeni, n=292 (po Sloveniji).

Anketiranci so navedli povprečno število oddanih pošiljk, njihove odgovore smo združili v razrede, kot je razvidno na slikah.

Po SLOVENIJI:



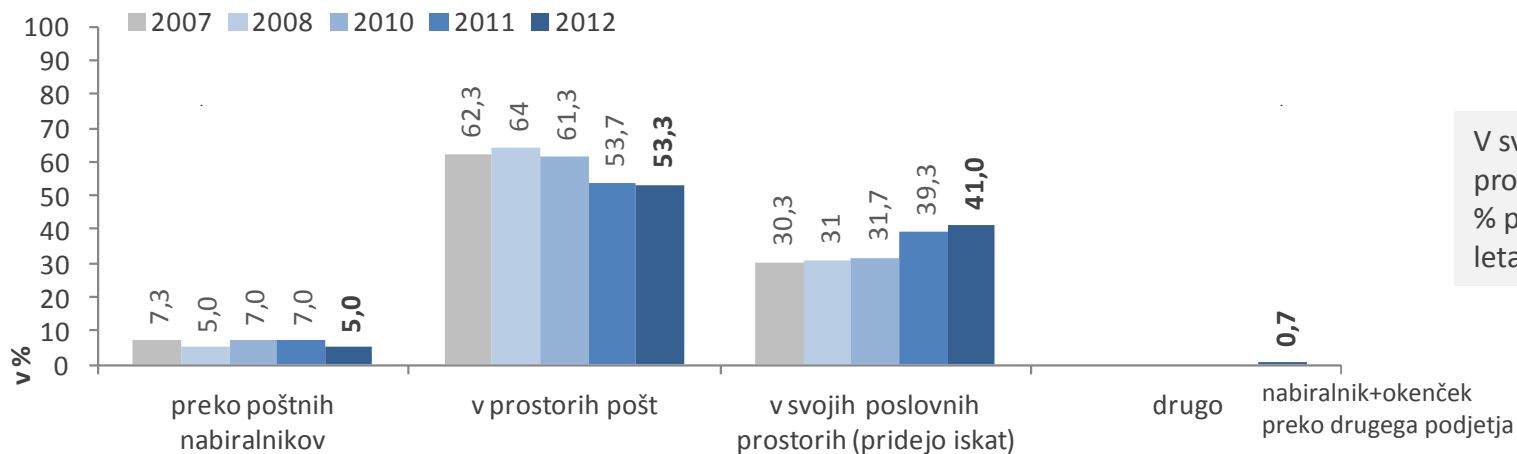
Še najmanj reklamne- nenaslovljene direktne pošte pošiljajo srednje velika podjetja; 97 % ji v povprečju mesečno ne pošlje nobene reklame.

Med velikimi podjetji do 1000 reklamnih pošiljk mesečno polje 8 % podjetij, enak delež pošlje več kot 1000 tovrstnih pošiljk.

Med malimi podjetji mesečno direktno nenaslovljeno poto pošilja 6 % podjetji.

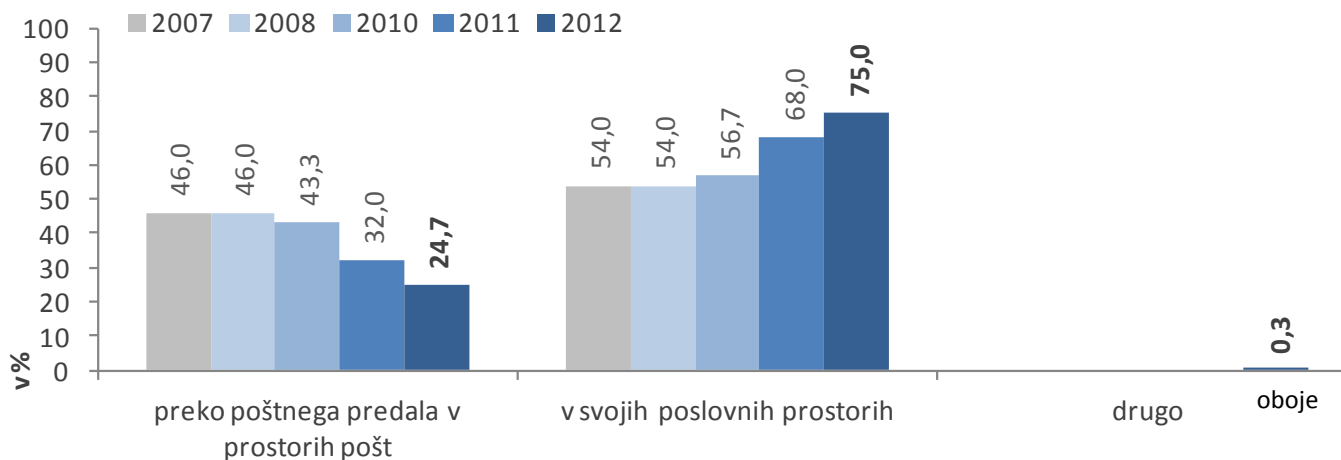
NA KAKŠEN NAČIN ODDAJATE POŠTNE POŠILJKE?

Osnova: vsi, n=300



V svojih poslovnih prostorih pošto oddaja 41 % podjetij, delež teh se iz leta v leto zvišuje.

NA KAKŠEN NAČIN SPREJEMATE POŠTNE POŠILJKE?



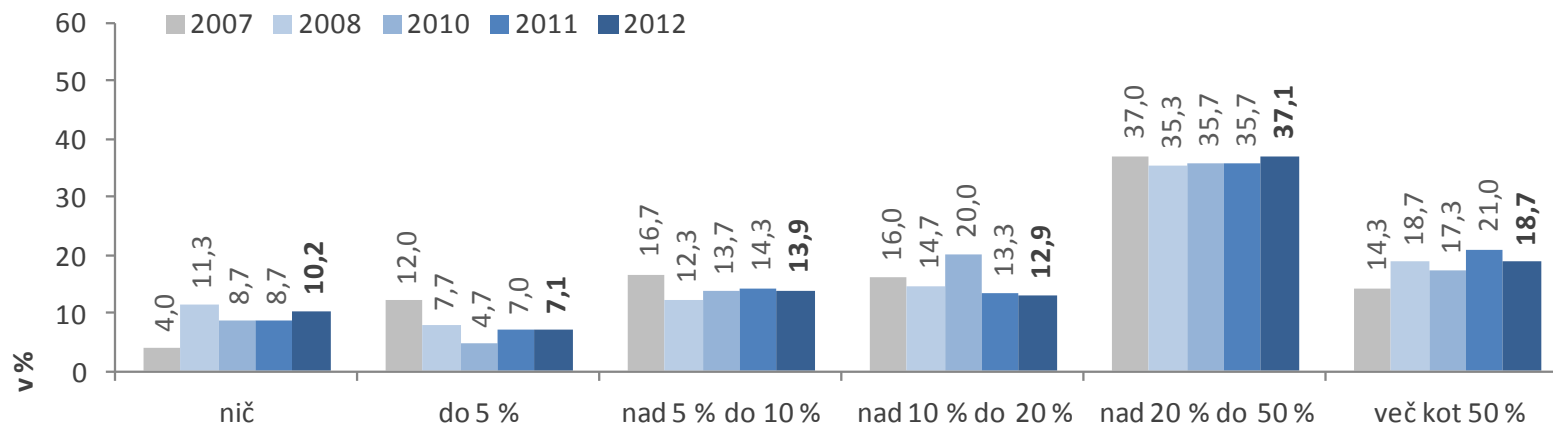
Vse več podjetij tudi sprejema pošto v svojih poslovnih prostorih.

Preko poštnega predala v prostorih pošte, pošiljke sprejema le še četrtnina anketiranih podjetij.

KOLIKŠNA JE PRI VAS ZAMENJAVA TRADICIONALNIH POŠTNIH STORITEV Z UPORABO INTERNETA IN ELEKTRONSKE POŠTE?

Osnova: opredeljeni, n=294

Anketiranci so navedli % upada klasične pošte zaradi e-pošte in interneta, njihove odgovore smo združili v razrede, kot je razvidno na slikah.



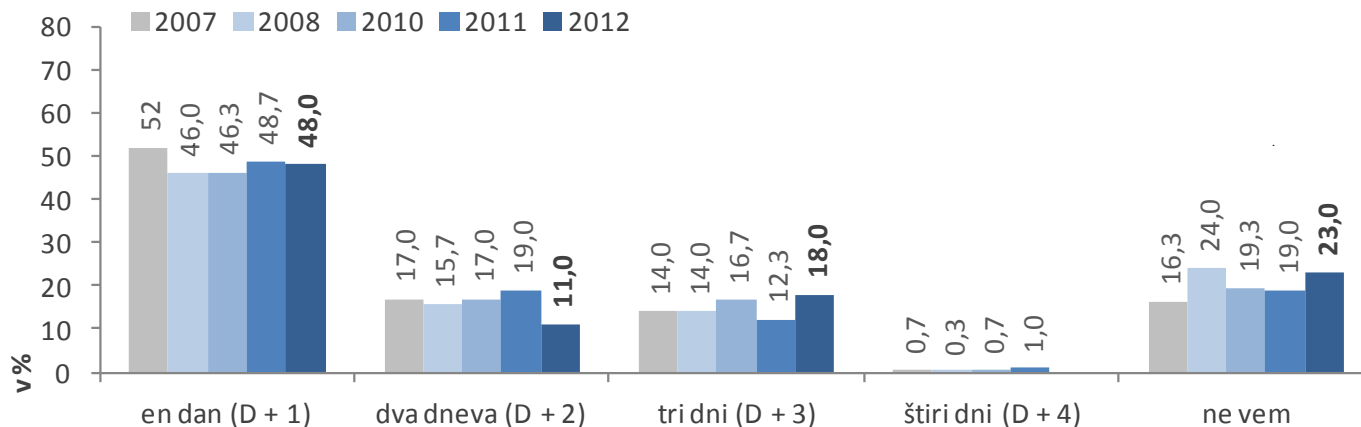
Večina ocenjuje, da je pri njih uporaba klasičnih poštних storitev zaradi uporabe interneta in elektronske pošte upadla med 20 in 50 %.

Da je uporaba klasičnih poštних storitev upadla za več kot 50 % meni 19 % anektiranih podjetij. Velik upad uporabe klasičnih poštних storitev je značilno večji med malimi podjetij, med njimi jih kar 31 % ocenjuje, da je uporaba klasičnih poštних storitev upadla za več kot polovico na račun uporabe interneta in elektronske pošte. Po drugi strani je med velikimi podjetji ta upad manjši- 42 % velikih podjetij ocenjuje, da upad ni večji presešel desetine.

- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- **PERCEPCIJA ROKOV PRENOSA**
- KAKOVOST STORITEV
- UPORABA STORITEV DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV

ALI VESTE, KAKŠEN JE PREDPISAN ČAS PRENOSA NAVADNEGA PISMA?

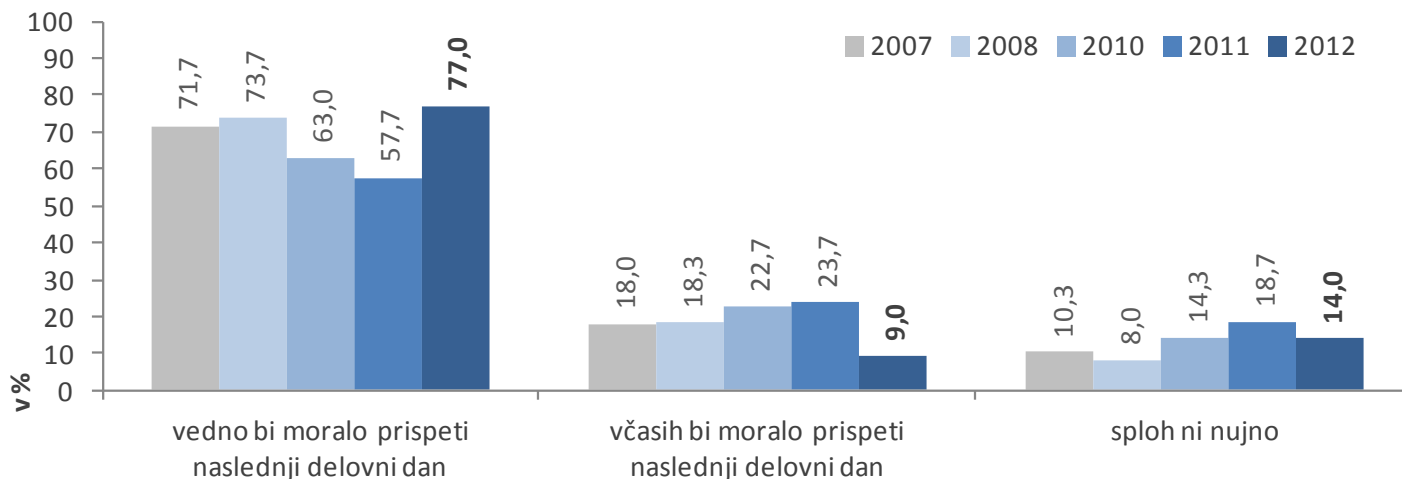
Osnova: vsi, n=300



Podobno kot v preteklih merjenjih skoraj polovica anketiranih navaja, da je predpisan čas prenosa en dan.

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

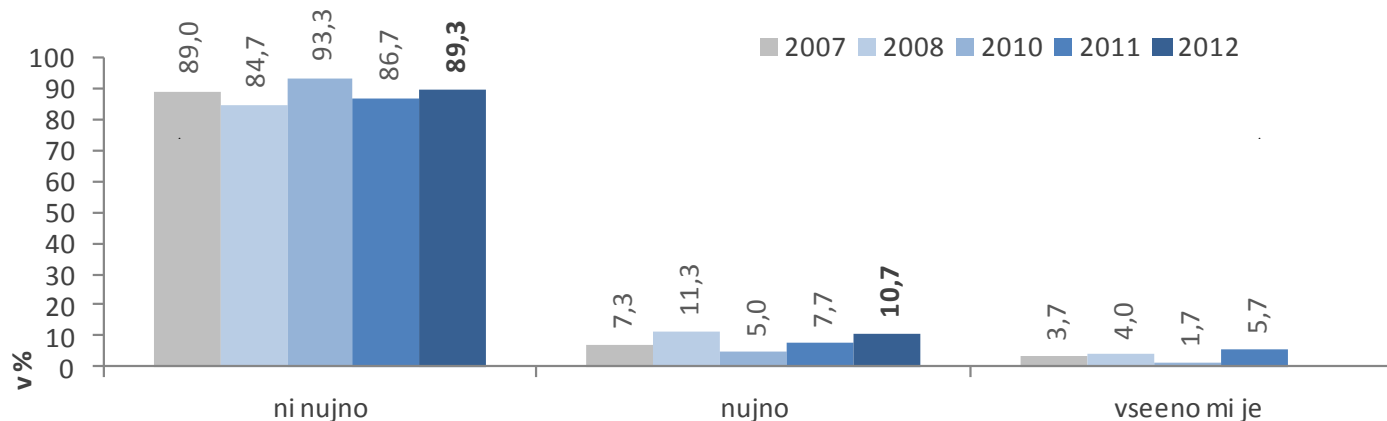
Osnova: vsi, n=300



Da bi moralo pismo vedno prispeti naslednji delovni dan, meni 77 % anketiranih, kar je nekoliko več glede na pretekla merjenja.

ALI SE VAM ZDI SMISELNA DOSTAVA POŠTNIH POŠILJK V VAŠE POSLOVNE PROSTORE OB SOBOTAH?

Osnova: vsi, n=300

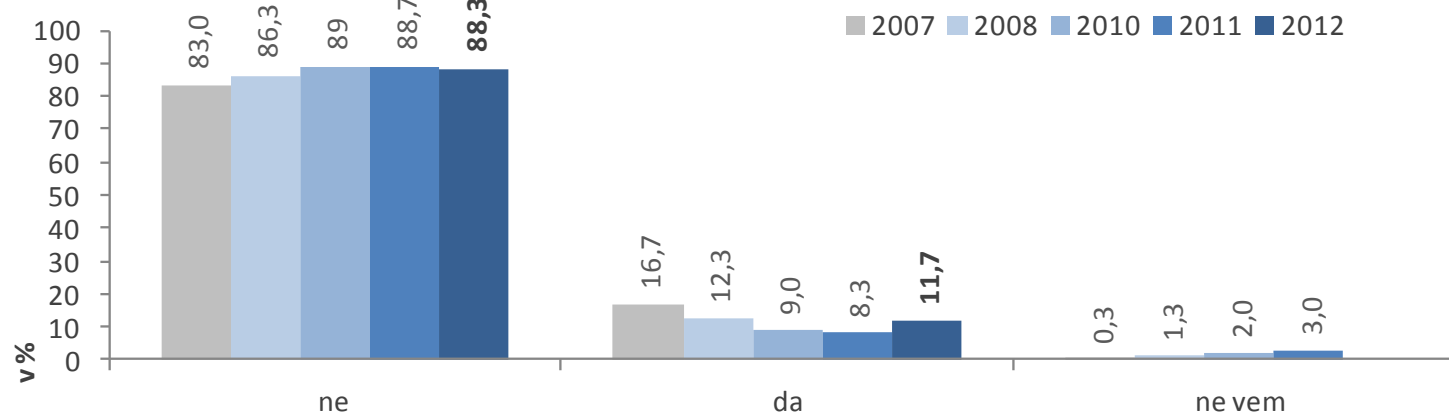


Velika večina meni, da dostava poštних pošiljk ob sobotah ni nujna.

Med malimi podjetji je značilno več takšnih, ki meni, da je dostava nujna tudi ob sobotah; tako meni 20 % malih podjetij.

ALI IMATE DOSTAVO POŠTNIH POŠILJK V VAŠE POSLOVNE PROSTORE OB SOBOTAH?

Osnova: vsi, n=300



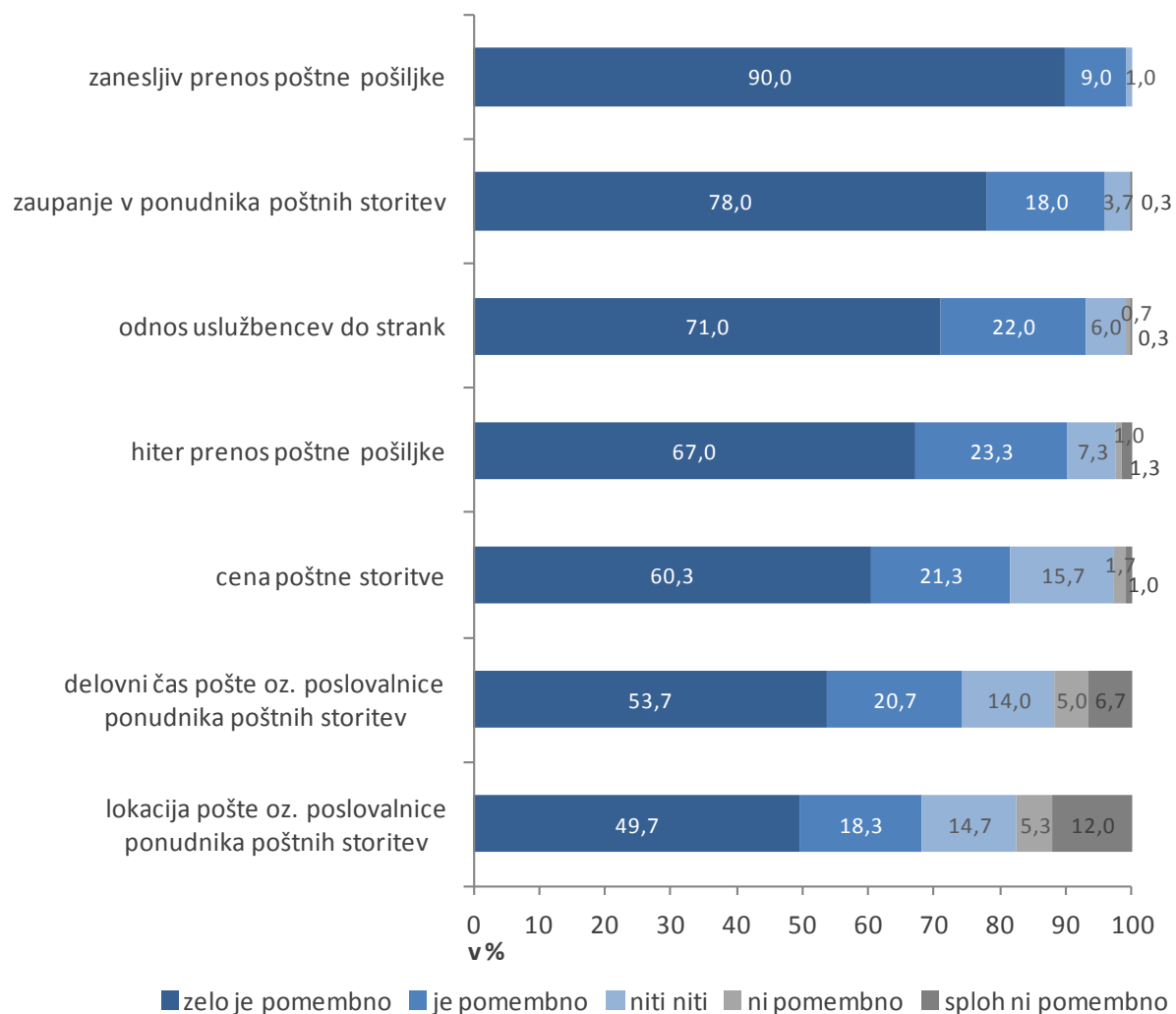
Dostavo poštних pošiljk ima urejeno 88 % podjetij, kar je primerljiv delež s preteklimi merjenji.

- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA ROKOV PRENOSA
- **KAKOVOST STORITEV**
- UPORABA STORITEV DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV

POMEMBNOST POSAMEZNIH DEJAVNIKOV KAKOVOSTI POŠTNIH STORITEV

Osnova: vsi, n=300

Anketiranci so pomembnost dejavnikov ocenjevali na lestvici od 1 do 5 (1 = dejavnik za podjetje sploh ni pomemben, 5 = je zelo pomemben).



Ne glede na velikost podjetja je najpomembnejši dejavnik kakovosti poštних storitev *zanesljiv prenos pošiljke*. Da je ta pomemben meni 99 % anketiranih podjetij.

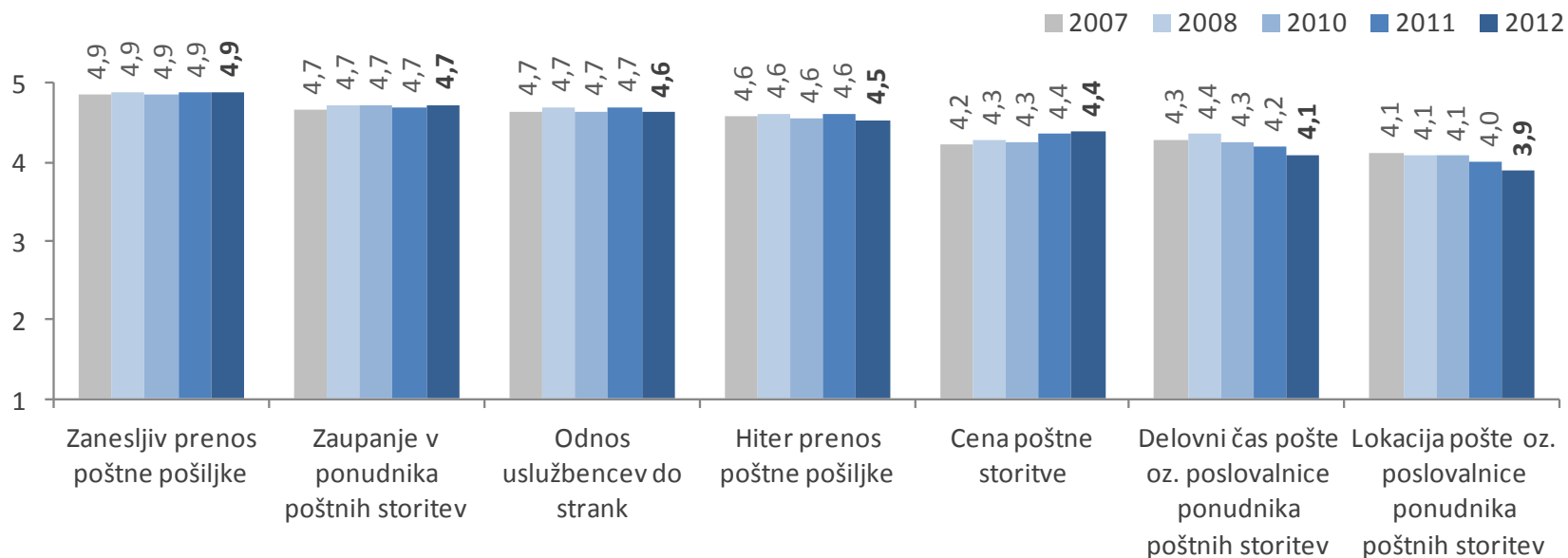
Po pomembnosti sledijo:

- zaupanje,
- odnos uslužbencev in
- hiter prenos.

Še najmanj (69 %) jih ocenjuje, da je pomembna lokacija pošte oz. poslovalnice ponudnika.

POVPREČNE OCENE POMEMBNOСТИ POSAMEZNIH DEJAVNIKOV KAKOVOSTI POŠTNIH STORITEV

Osnova: vsi, n=300



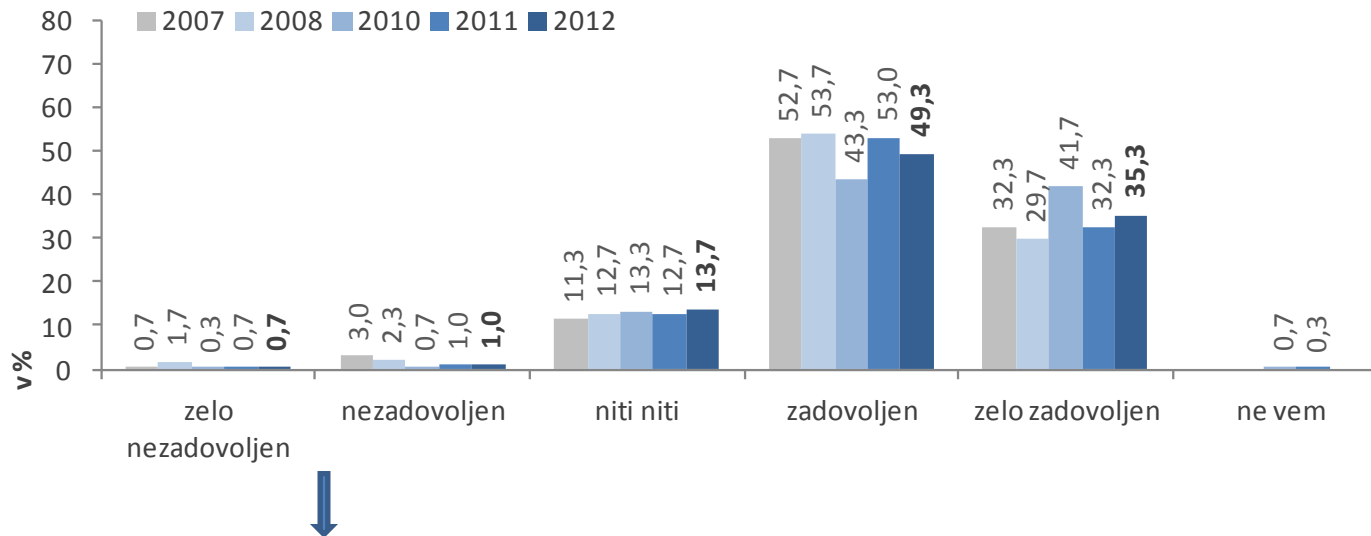
Povprečne ocene pomembnosti posameznih dejavnikov so primerljive z ocenami iz preteklih merenj.

Od prvega merjenja leta 2007 pa je opaziti rahel pozitiven trend v pomembnosti cene poštних storitev, ta je iz leta v leto pomembnejša. Po drugi strani pa je opaziti rahel negativni trend v pomembnosti delovnega časa in lokacije pošte, ta je za podjetja sicer še vedno pomemben, a vse manj.

OCENITE VAŠE ZADOVOLJSTVO S STORITVAMI POŠTE SLOVENIJE?

Osnova: vsi, n=300

Anketiranci so zadovoljstvo ocenjevali na lestvici od 1 do 5 (1 = zelo nezadovoljen, 5 = zelo zadovoljen).



Anketiranci so v povprečju zadovoljni s storitvami pošte Slovenije, zadovoljnih je 85 % anektiranih podjetij.

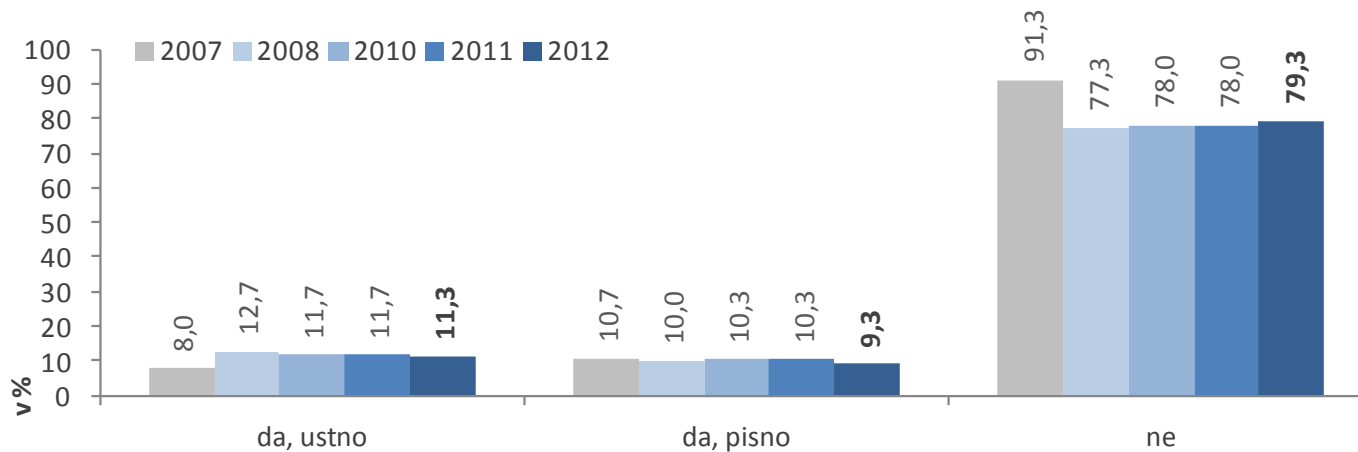
ZAKAJ NISTE ZADOVOLJNI S STORITVAMI POŠTE SLOVENIJE?

Osnova: tisti, ki so izrazili nezadovoljstvo s storitvami Pošte Slovenije, n=5

- *prekratek delovni čas pošte (2x)*
- *previsoka cena*
- *hitrost prenosa*
- *dela premalo okenc in je zadeva počasna*

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

Osnova: vsi, n=300



Podobno kot v preteklih, letih, tudi letos večina anketiranih podjetij (79%) ni vložila pritožbe zaradi nezadovoljstva z opravljeno storitvijo.

Ustno pritožbo je sicer vložilo 11 % anketiranih, delež teh je nekoliko večji med malimi podjetij (17 %).

- ODDAJA IN PREJEM PISEMSKIH POŠILJK IN PAKETOV
- PERCEPCIJA ROKOV PRENOSA
- KAKOVOST STORITEV
- **UPORABA STORITEV DRUGIH IZVAJALCEV POŠTNIH STORITEV**

KATERI IZMED DEJAVNIKOV BI PO VAŠEM MNENJU LAHKO VPLIVAL NA VAŠE PODJETJE, DA BI ZAMENJALI IZVAJALCA POŠTNIH STORITEV?

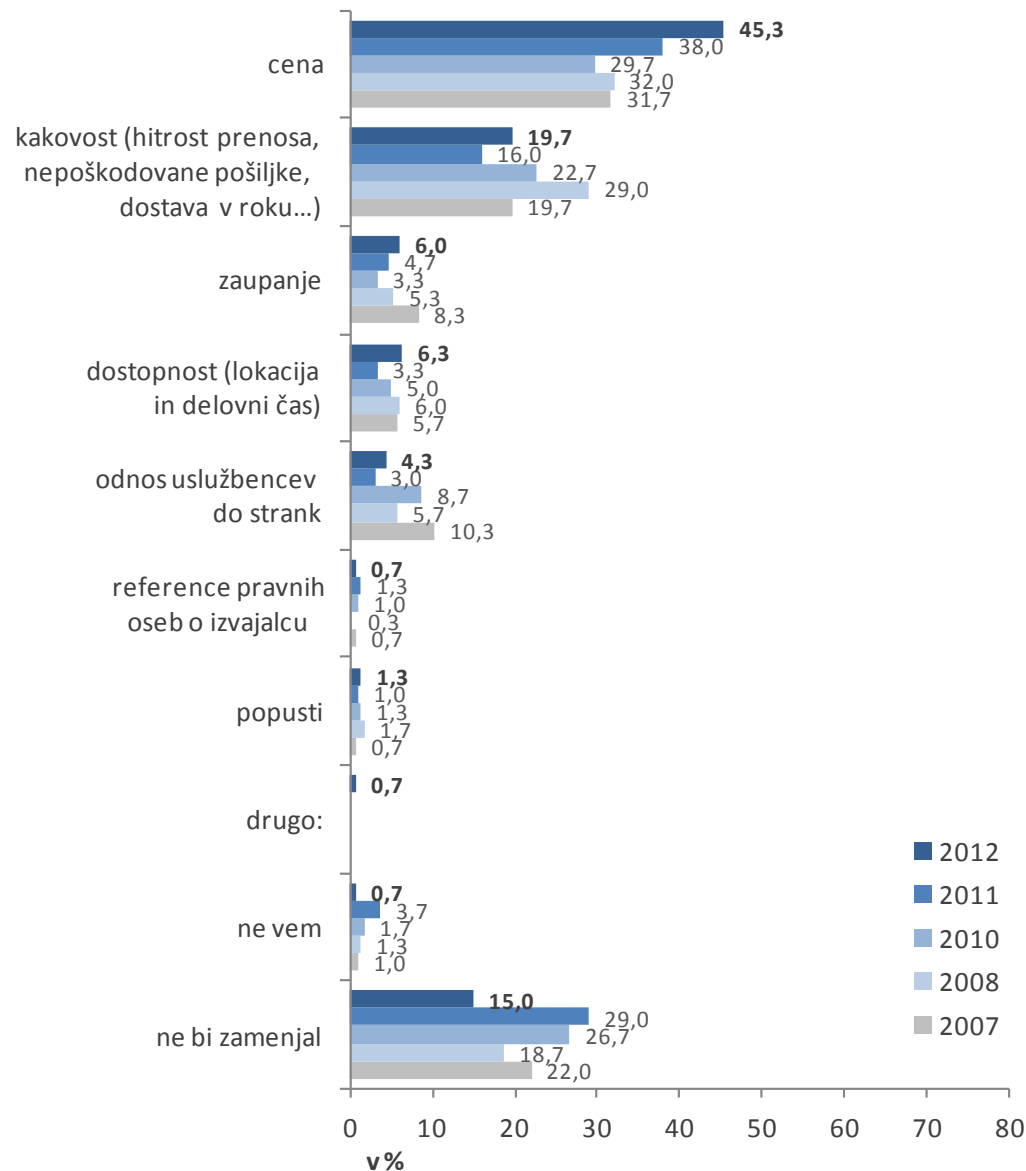
Osnova: vsi, n=300. Možnih je bilo več odgovorov.

Med dejavniki, ki bi lahko vplivali na podjetje, da bi zamenjali izvajalca poštne storitve, jih, v primerjavi s preteklimi merjenji, letos še večji delež navaja ceno storitev (45 %). Ta je značilno bolj pomembna med malimi podjetniki (navaja jo 55 % malih podjetij).

Med srednje velikimi podjetji je značilno bolj pomemben dejavnik, ki bi lahko vplival na zamenjavo, kakovost (32 %).

Med velikimi podjetji, pa je bolj kot za mala in srednje velika podjetja pomemben tudi odnos uslužbencev do strank (10 %).

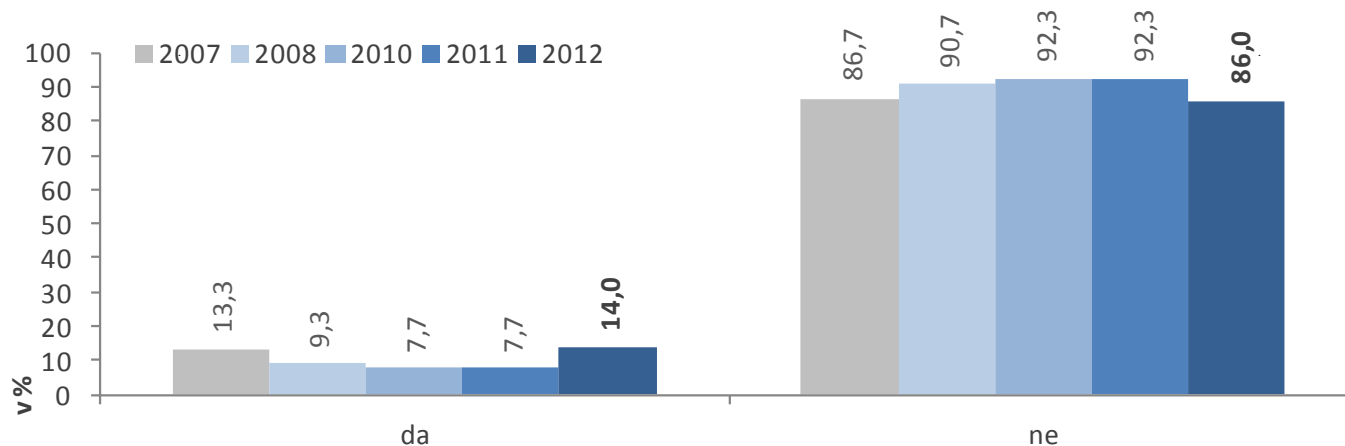
Slab odstotek (0,7 %) anketirancev je pod drugi navedlo, da bi lahko po malem na zamenjavo vplivali vsi navedeni dejavniki.



ALI BI BILI PRIPRAVLJENI ZAMENJATI PONUDNIKA POŠTNIH STORITEV V PRIMERU, DA BI PONUDIL...

Osnova: vsi, n=300

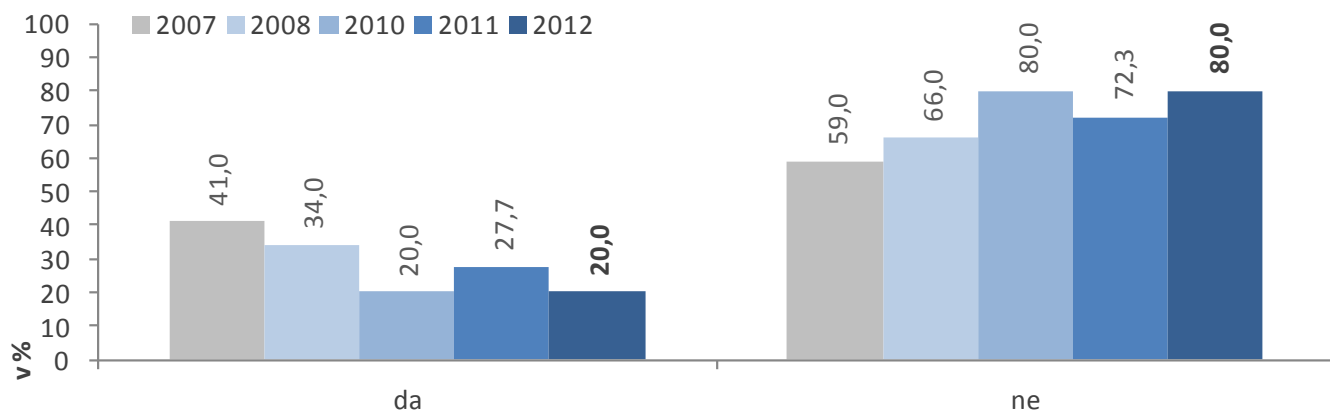
NIŽJO CENO IN NIŽJO KAKOVOST:



Glede na pretekla merjenja je letos nekoliko več podjetij, ki bi bila pripravljena zamenjati ponudnika, če bi jim ta ponudil nižjo ceno ob nižji kakovosti (14 %).

Večina (86 %) sicer tudi letos v takšnih pogojih ne bi menjala ponudnika.

VIŠJO CENO IN VIŠJO KAKOVOST:



Od začetka merjenja pa do letos pa se je prepolovil delež tistih, ki bi bili pripravljene zamenjati ponudnika, če bi jim ta ponudil višjo ceno za višjo kakovost.

Delež teh je sicer nekoliko višji med velikimi podjetji (26 %).

KJE VIDITE OVIRE ZA ZAMENJAVO OBSTOJEČEGA PONUDNIKA POŠTNIH STORITEV?

Osnova: vsi, n=300. Možnih je bilo več odgovorov.

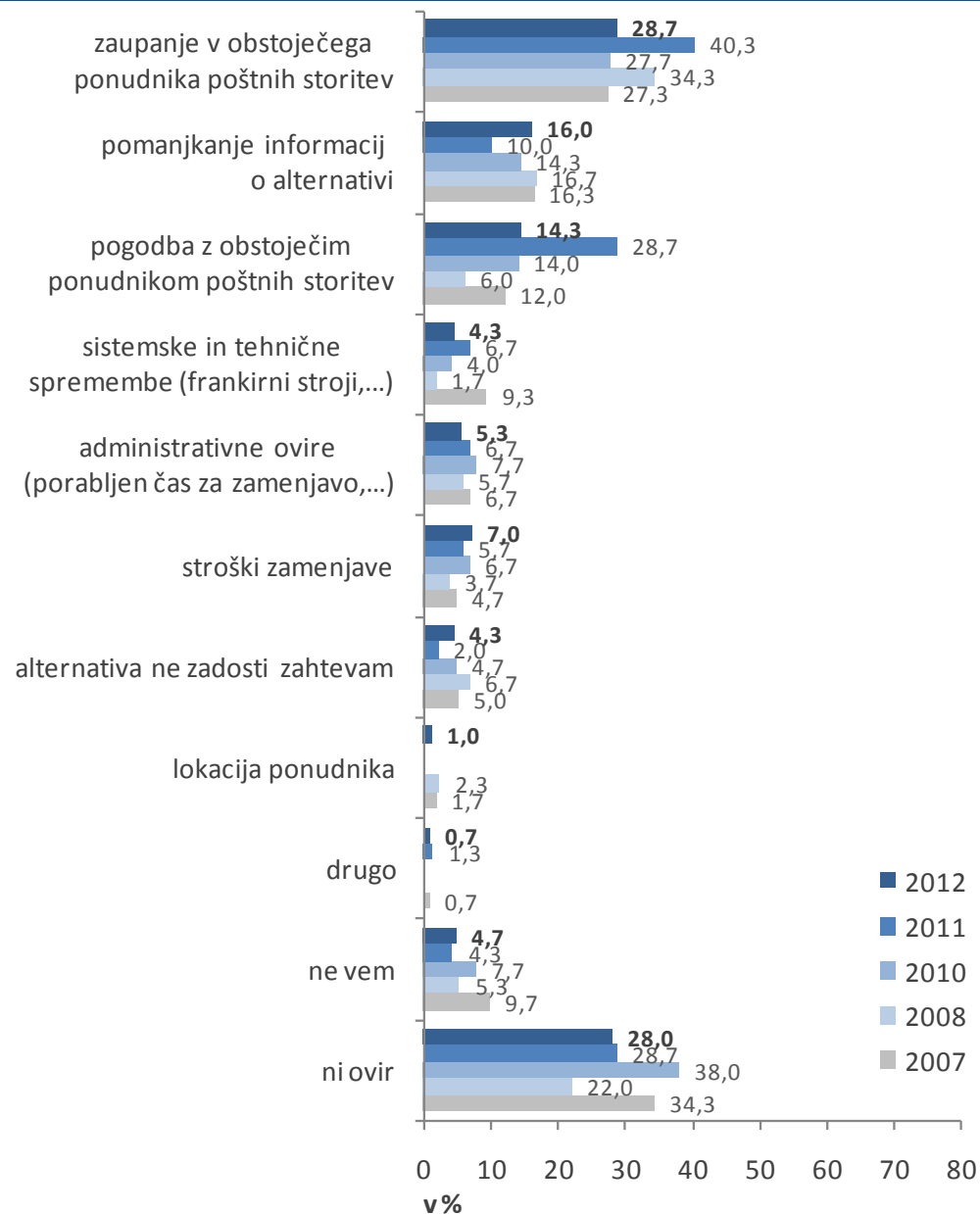
Tudi letos je najpomembnejša ovira za zamenjavo obstoječega ponudnika poštних storitev *zaupanje v obstoječega ponudnika poštних storitev*.

Da je ovira predvsem pomanjkanje informacij o alternativah, navaja 16 % .

Da težavo za zamenjavo ponudnika predstavlja pogodba z obstoječim, letos navaja manj podjetji- 14 %.

Ostale vidike kot ovire za zamenjavo ponudnika navaja manj kot desetina vprašanih. Slab odstotek (0,7 %) je navedel, da ponudnika bodisi ne bi zamenjali bodisi so ga že zamenjali.

Da ni ovir za zamenjavo, podobno kot lani, navaja 28 % anketiranih podjetij.



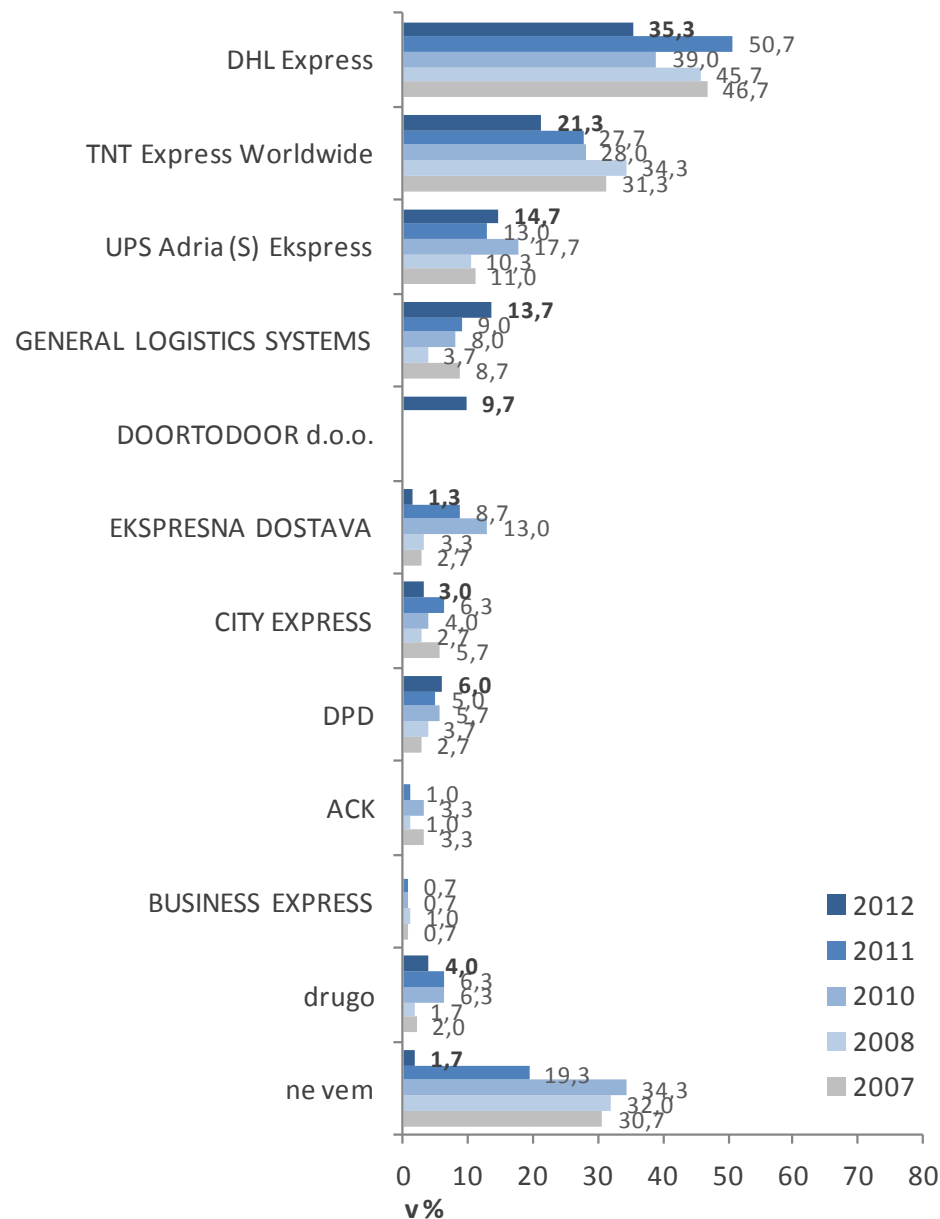
KATERE IZVAJALCE POŠTNIH STORITEV ŠE UPORABLJATE POLEG POŠTE SLOVENIJE?

Osnova: vsi, n=300

Poleg Pošte Slovenije največ podjetij (35 %) uporablja storitev DHL Express, čeprav manj kot prejšnja leta (leta 2007 47 %).

Znižuje se tudi delež uporabnikov storitev TNT Express (21 %, leta 2007 31 %).

Storitve podjetja Doortodoor, ki je letos prvič na seznamu, uporablja 10 % anketiranih podjetij.



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



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

t: 1 470 26 00

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