
Raziskava o zadovoljstvu / potrebah uporabnikov s poštnimi storitvami - poslovna javnost

Oktober 2021

*Naročnik: Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije
Izvajalec: Ninamedia d.o.o.*

- **Najbolj pogosta pošiljka med podjetji je naslovljena navadna pisemska pošiljka** po Sloveniji, ki jih podjetja v povprečju pošljejo 320 mesečno. Glede na velikost podjetja je to najbolj pogosta pošiljka v malih, srednjih in velikih podjetjih.
- Med paketnimi pošiljkami podjetja najpogosteje pošiljajo **pakete do 10 kg** (povprečno 17,4 mesečno).
- Med pošiljkami, ki jih podjetja oddajajo, **prevladujejo neprednostne pošiljke**, njihov delež med vsemi oddanimi pošiljkami je 90,3 %.
- Dobra polovica podjetij **poštne pošiljke oddaja v prostorih pošt** (54,3 %), dobra tretjina pa v svojih poslovnih prostorih (35,5 %). Preko poštних nabiralnikov pošto oddaja slaba desetina podjetij.
- Večina podjetij **poštne pošiljke sprejema v svojih poslovnih prostorih** (71,7 %), **priporočena pisma pa bi najraje prevzemali tako, kot je sedaj urejeno** (95,7 %).
- V povprečju so podjetja zaradi e-pošte v zadnjem letu za 19,4 % **zmanjšala uporabo poštних storitev**, pri čemer v zadnjem letu uporaba poštних storitev ni nič upadla pri tretjini anketiranih podjetij. Slabi dve tretjini (65,1 %) anketirancev se strinjata oz. popolnoma strinjata, da **podjetje uporabi pisemsko korespondenco le tedaj, ko nima na voljo ustrezne elektronske alternative**.

- Anketiranci ocenjujejo, da bodo tri četrtnine podjetij (75,0 %) čez 5 do 10 let **manj uporabljale pisemske storitve**, medtem ko bo dobra polovica podjetij (52,3 %) **uporabljala paketne storitve približno enako kot sedaj**.
- Storitve, ki jih bodo po mnenju anketirancev podjetja v najvišjem deležu **vedno opravljala po pošti** so: **naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke po Sloveniji** (89,1 %), **naslovljene standardne pisemske pošiljke po Sloveniji** (80,6 %) in **naslovljene navadne pisemske pošiljke po Sloveniji** (74,3 %).
- Večini anketiranih podjetij (68,4 %) se zdi **cena, ki jo plačujejo za prenos standardnega pisma, sprejemljiva**, dobra desetina (14,8 %) ocenjuje, da cena ni sprejemljiva, 16,8 % pa cene za prenos standardnega pisma ne pozna.
- **Dostavo vsak delovni dan potrebujejo tri četrtnine podjetij** (74,3 %), glede na predhodni dve raziskavi, pa se je povišal delež tistih, ki bi jim zadoščala dostava 3x tedensko ali vsak drugi delovni dan – teh je dobra petina (21,4 %). Če bi se dostava izvajala samo 3 x tedensko, bi jih največ dostavo **potrebovalo ob ponedeljkih, sredah in petkih**.
- Največji delež anketirancev kot zelo pomemben dejavnik kakovosti poštne storitve ocenjuje **zanesljiv prenos poštne pošiljke** (92,4 %), sledi zaupanje v ponudnika poštних storitev (79,6 %). Najmanj pomembna je možnost izbire med hitrejšim prednostnim in cenejšim neprednostnim prenosom.

- Pritožbo (bodisi ustno bodisi pisno) je zaradi nezadovoljstva z opravljeno pošto storitvijo vložila šestina anketiranih (16,8 %). **Najpogostejši razlog za vloženo pritožbo je poškodovana pošiljka.**
- Glavni izvajalec, preko katerega večina podjetij opravi največ prenosov, je **Pošta Slovenije** (91,8 %). Delež zadovoljnih in zelo zadovoljnih s storitvami Pošte Slovenije je 85,3 %, povprečna ocena pa 4,27.
- Četrtna vprašanih (25,7 %) je poleg storitev Pošte Slovenije v zadnjem letu uporabila tudi storitve **DHL**, dobra petina **GLS** (22,4 %), četrtna **DPD** (20,4 %) in dobra desetina **TNT** (11,8 %). **Štiri desetine (41,4 %) niso uporabile nobenega drugega izvajalca poštних storitev**, kar je precej višji delež kot v predhodnih treh raziskavah.
- Glavni dejavnik, ki bi lahko vplival na zamenjavo izvajalca poštних storitev je **cena**, sledita **dostopnost in kakovost**. V zadnjih treh raziskavah se je povečal delež tistih, ki Pošto Slovenije, kot izvajalca poštних storitev, ne bi zamenjali, delež teh je v letošnji raziskavi polovica (51,8 %).
- Za menjavo ponudnika v primeru nižje cene za nižjo kakovost bi se odločilo 6,4 %, v primeru višje cene za višjo kakovost pa 17,9 % vprašanih. **Glavna razloga za zvestobo sta pogodba in zaupanje v obstoječega ponudnika.**

Povzetek

(4/4)

- Največ anketirancev je pripravljenih plačati višjo ceno, da **se ohrani lokacija pošte** (28,3 %), sledijo hitrost prenosa (23,0 %), dostava pošilk petkrat tedensko (21,4 %), dostava v podjetje (21,1 %) ter delovni čas pošte (20,4 %) in enotna cena za celotno področje Slovenije (20,4 %). V povprečju so pripravljeni plačati dobrih 6 % višjo ceno.
- V času se povečuje delež tistih, ki bi **še vedno uporabljali storitev, tudi če bi se cena pisma povišala za 5 do 10 %**. V tokratni raziskavi je takšnih osem desetlin (79,6 %), **manjša pa se delež tistih, ki bi v primeru povišanja cene zamenjali izvajalca** (6,9 %).
- **Paketomate** poznajo slabe tri četrtine anketirancev (72,7 %), uporabnikov je 2,0 %; **paketne trgovine** pozna sedem desetlin anketirancev (70,4 %), uporabnikov pa je 1,6 %; **paketnike** pozna slaba polovica (43,1 %) anketirancev, uporabnikov pa je 1,6 %.
- Več kot osem desetlin anketirancev (82,3 %) je zelo zadovoljnih ali zadovoljnih **s prilagoditvami pošt in izvajanjem poštnih storitev v času po pojavu koronavirusa**, delež nezadovoljnih je nizek (3,7 %). V povprečju je zadovoljstvo višje kot v predhodni raziskavi, **povprečna ocena zadovoljstva je 4,32**.
- **Dobra desetina (11,2 %) anketirancev je po 1. juliju 2021 opravila spletni nakup in prejela pošiljko iz 3. države**, večina (79,4 %) je svojo uporabniško izkušnjo ocenila kot **zadovoljivo**.

Vsebina

1. Opredelitev raziskave, metodologija in vzorec
2. Oddaja in sprejem pisemskih pošilk in paketov
3. Cena prenosa
4. Dostava v podjetje
5. Kakovost storitev
6. Uporaba storitev izvajalcev poštnih storitev
7. Zadovoljstvo s poštnimi storitvami
8. Ohranitev poštnih storitev
9. Poznavanje in uporaba paketomatov, paketnih trgovin in paketnikov
10. Poštne storitve v posebnih razmerah po pojavu koronavirusa
11. Spletni nakupi po 1. juliju
12. Poznavanje agencije na področju poštnih storitev AKOS



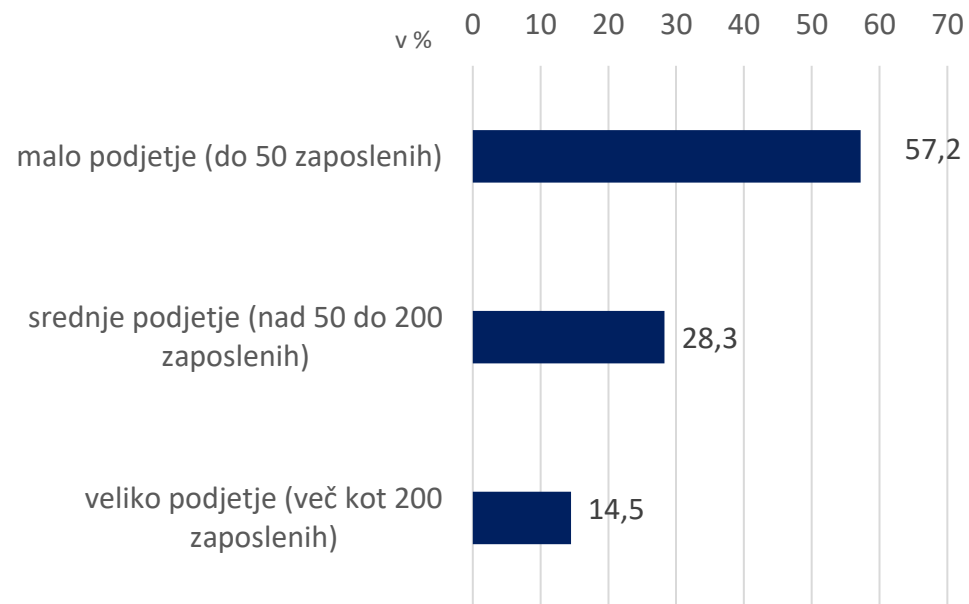
Opredelitev raziskave, metodologija in vzorec

Metodologija in vzorec

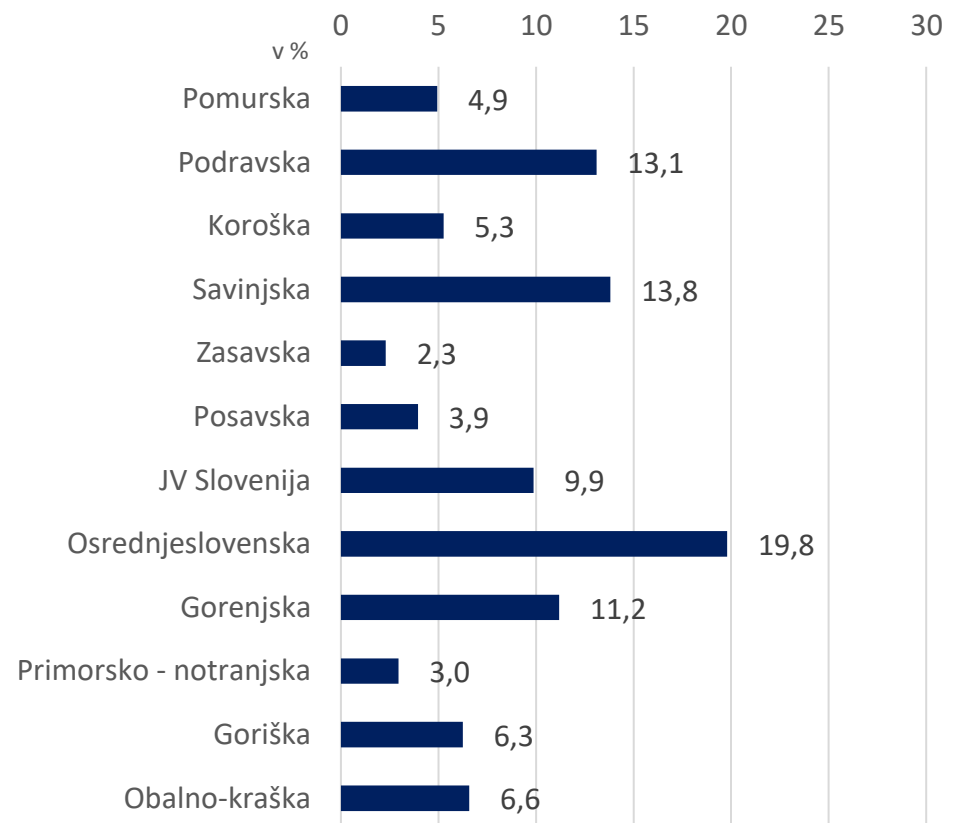
Namen raziskave	Spremljanje trenda uporabe poštnih storitev in zadovoljstva uporabnikov s cenami, roki prenosa in kakovostjo poštnih storitev; osveščenost uporabnikov s storitvami vseh izvajalcev poštnih storitev; uporaba paketomatov, paketnih trgovin in paketnikov; zadovoljstvo s poštnimi storitvami v času epidemije koronavirusa.
Časovni okvir	19. do 27. oktober 2021
Metodologija	CATI (telefonsko anketiranje): 94 % in CAWI (spletno anketiranje): 6 %
Vzorčni okvir	BIZI (poslovni imenik)
Ciljna skupina	Skrbnik pogodbe, vodja vložišča, direktor
Velikost vzorca	n=304

Struktura vzorca

VELIKOST PODJETJA (n=304)



STATISTIČNA REGIJA, V KATERI DELUJE PODJETJE (n=304)





Oddaja in sprejem
pisemskih pošilk in paketov

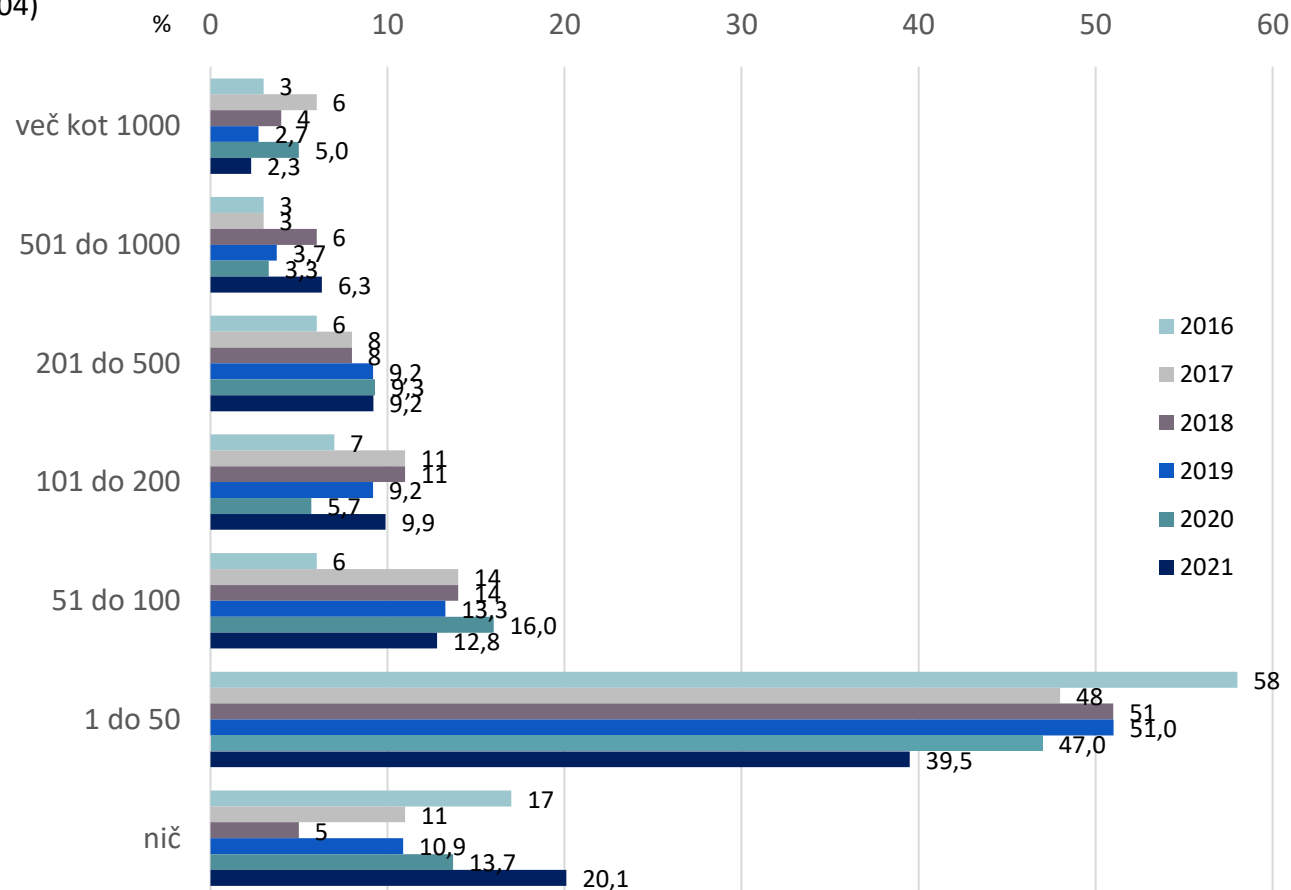
Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene navadne pisemske pošiljke (po Sloveniji)

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



Podjetja v povprečju oddajo 320 navadnih pisemskih pošilk po Sloveniji mesečno, največ velika podjetja.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene navadne pisemske pošiljke (po Sloveniji)

2/2

* V poročilu prikazani podatki „**Povprečje**“ predstavljajo srednjo vrednost, ki jo izračunamo tako, da vsoto vseh podatkov delimo s številom podatkov N (torej število vseh pisemskih pošilk delimo s številom anketiranih podjetij, ki so podatek posredovala).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje *	167	352	341	274,3	373,4	320,0
Mala podjetja	34	209	274	147,5	152,7	71,9
Srednja podjetja	226	309	410	138,3	318,9	222,0
Velika podjetja	970	1605	596	1146,6	1351,9	1492,8

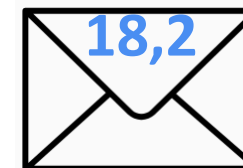
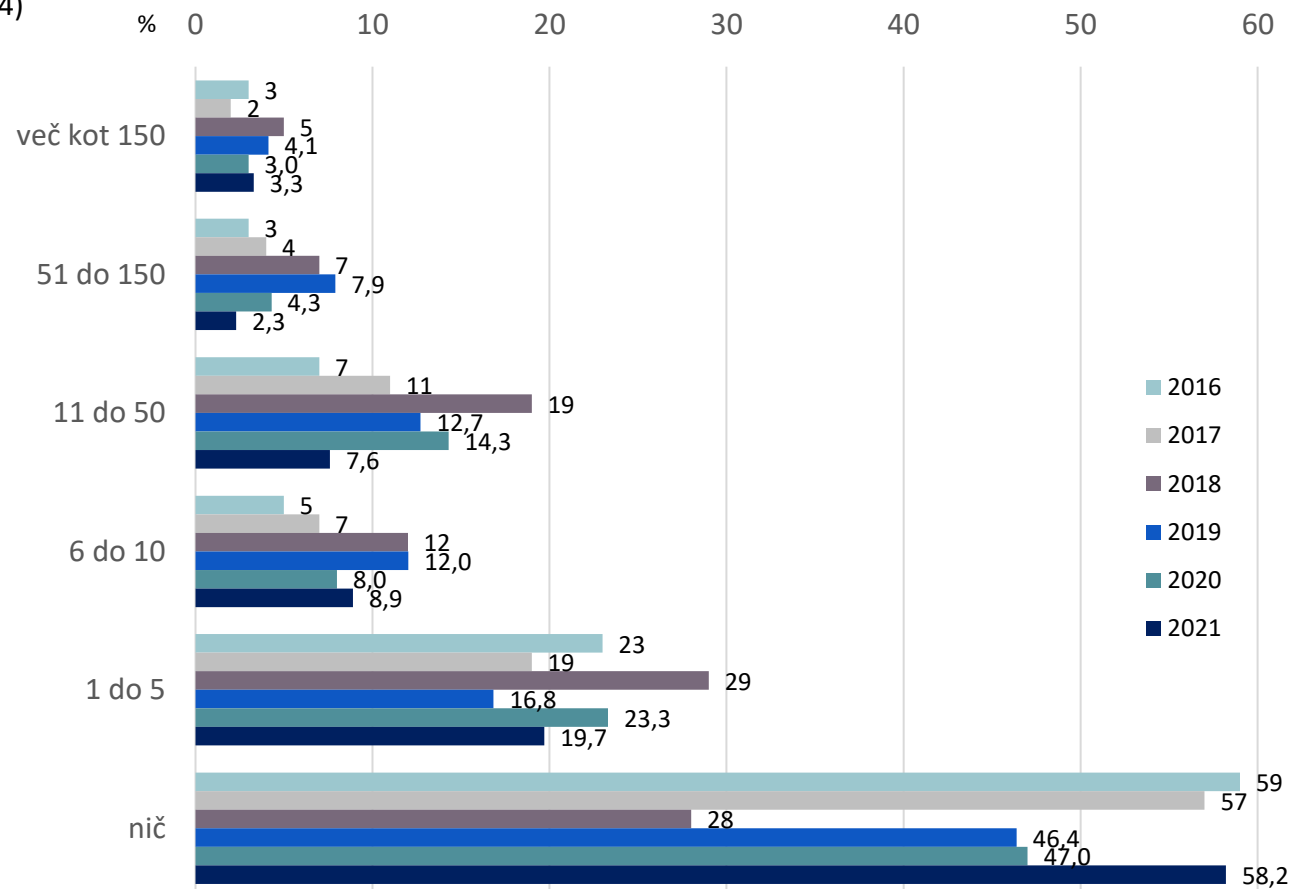
Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene navadne pisemske pošiljke (čezmejno)

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



Podjetja v povprečju oddajo 18,2 navadnih pisemskih pošilk v tujino mesečno.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene navadne pisemske pošiljke (čezmejno)

2/2

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	21	18	32	28,8	23,6	18,2
Mala podjetja	5	4	8	8,3	7,2	6,2
Srednja podjetja	64	29	41	47,7	30,6	23,1
Velika podjetja	56	95	143	90,9	76,2	56,0

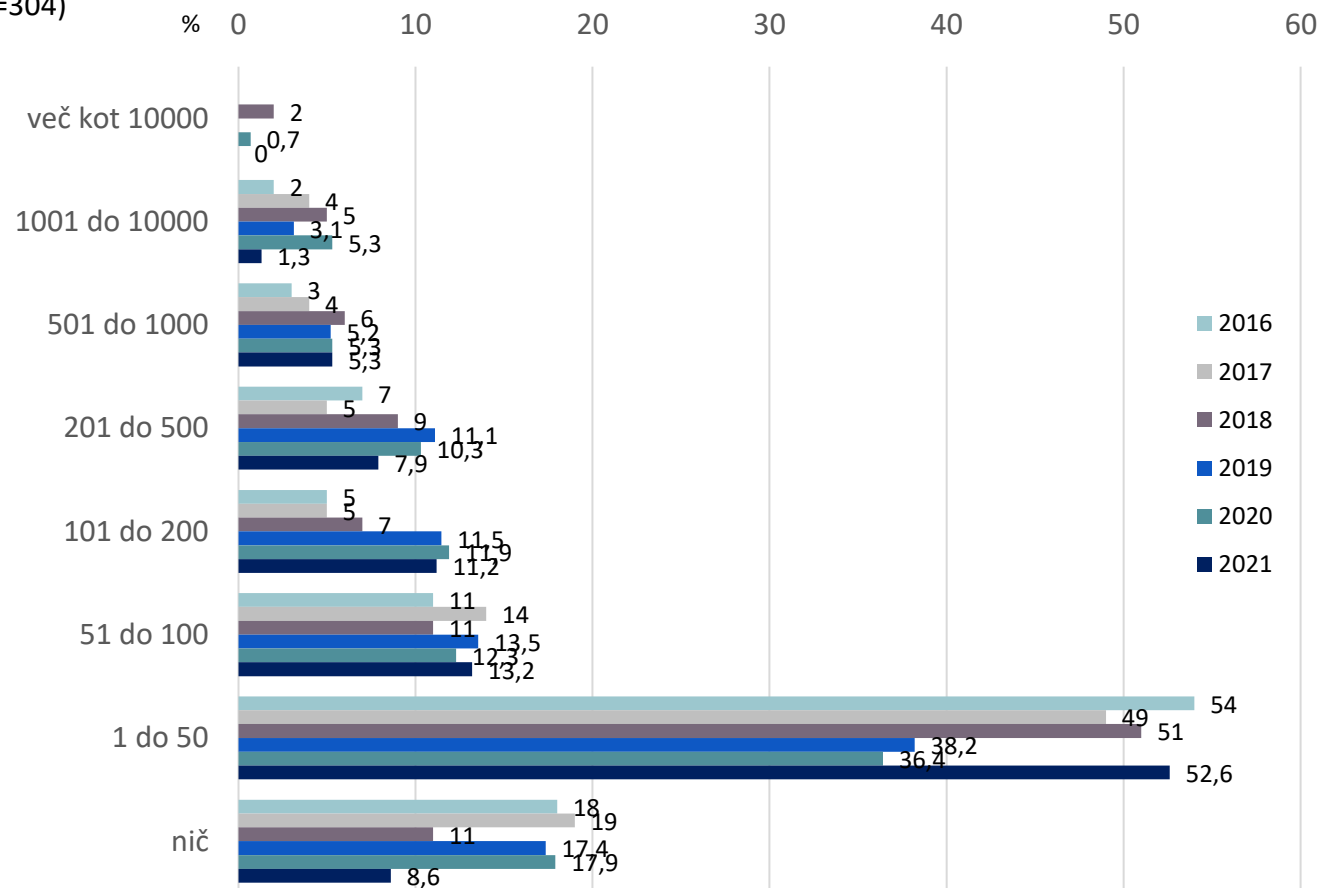
Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene standardne pisemske pošiljke (po Sloveniji)

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



Podjetja v povprečju oddajo 142,5 standardnih pisemskih pošiljk po Sloveniji mesečno.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene standardne pisemske pošiljke (po Sloveniji)

2/2

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	157	194	683	235,3	407,9	142,5
Mala podjetja	36	43	80	96,9	192,1	57,5
Srednja podjetja	202	293	1856	255,5	214,4	182,4
Velika podjetja	922	1121	1636	873,5	1665,9	400,9

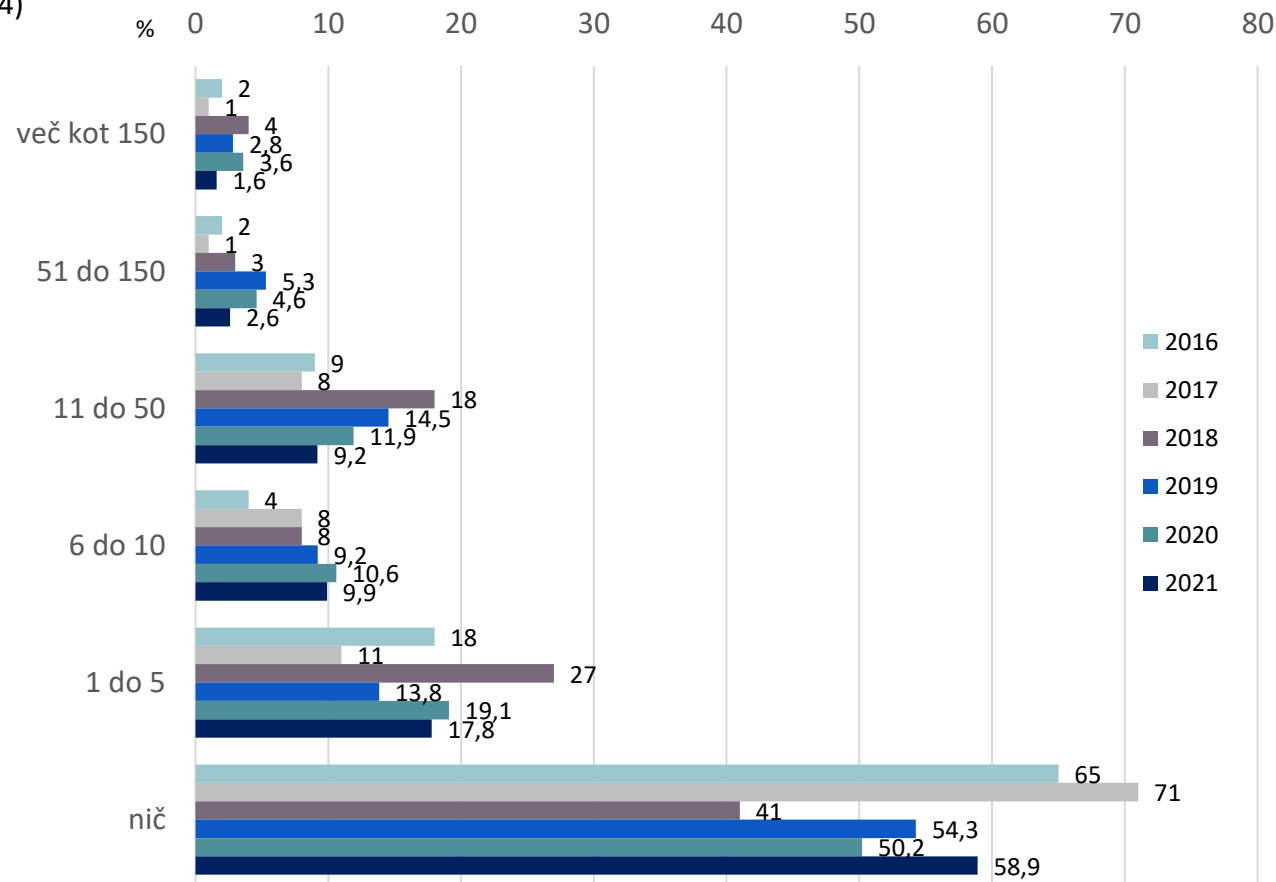
Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene standardne pisemske pošiljke (čezmejno)

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



Podjetja v povprečju oddajo 12,3 standardnih pisemskih pošilk v tujino mesečno.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene standardne pisemske pošiljke (čezmejno)

2/2

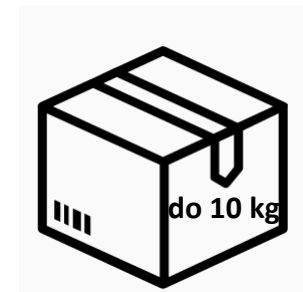
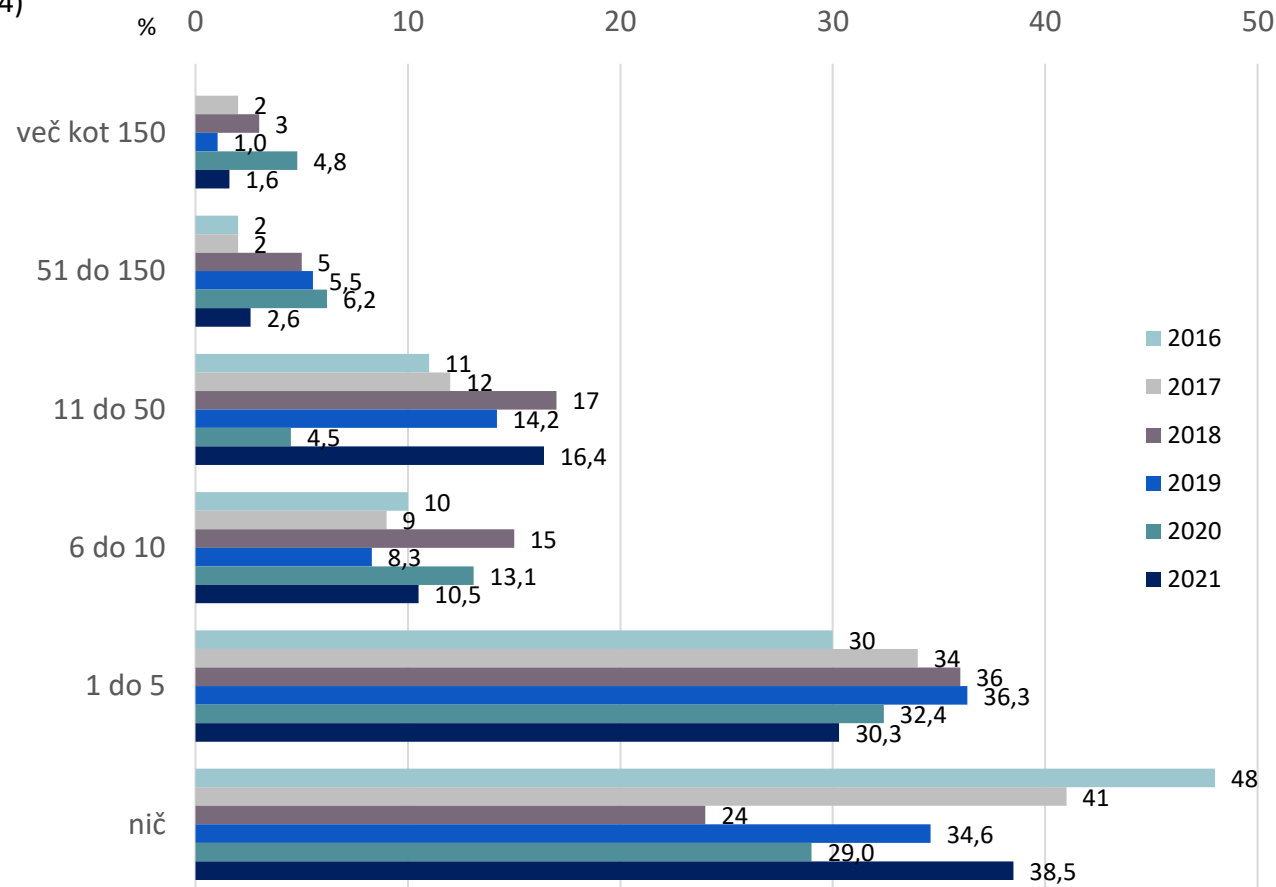
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	17	8	31	23,8	26,7	12,3
Mala podjetja	9	2	7	7,9	6,4	5,0
Srednja podjetja	40	13	38	35,2	40,0	10,0
Velika podjetja	29	45	131	81,6	85,1	45,7

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene paketne pošiljke do 10 kg (po Sloveniji)

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.
(n=304)



17,4

Podjetja v povprečju oddajo 17,4 paketnih pošiljk do 10 kg po Sloveniji mesečno.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene paketne pošiljke do 10 kg (po Sloveniji)

2/2

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	6	46	51	133	65,9	17,4
Mala podjetja	5	10	62	148,7	80,3	17,5
Srednja podjetja	8	5	31	14,6	30,2	9,4
Velika podjetja	14	450	30	298,5	73,4	32,8

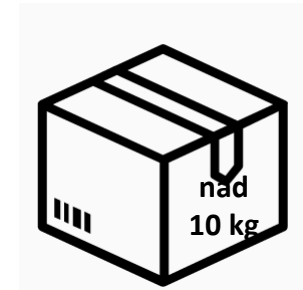
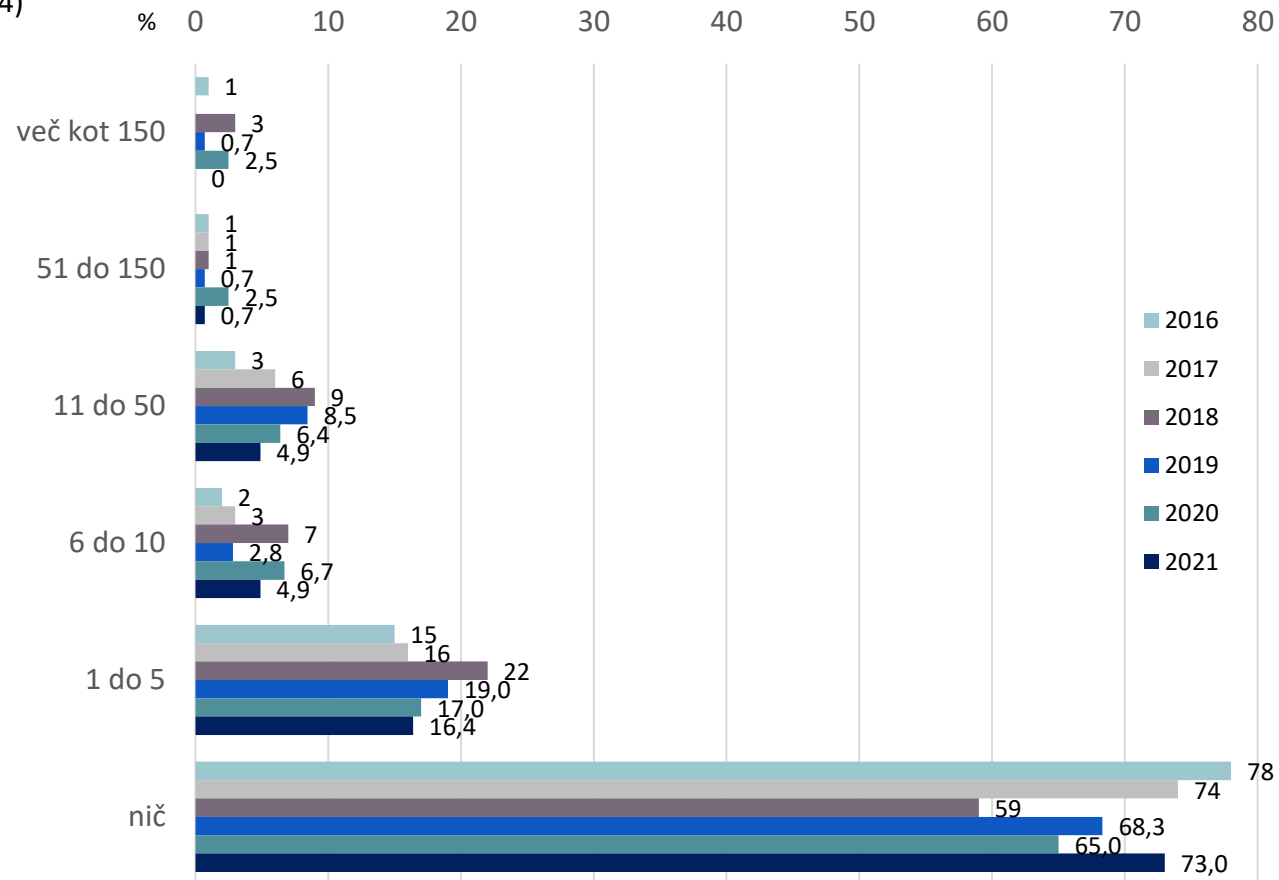
Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene paketne pošiljke nad 10 kg (po Sloveniji)

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



3,2

Podjetja v povprečju oddajo 3,2 paketnih pošiljk nad 10 kg po Sloveniji mesečno.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene paketne pošiljke nad 10 kg (po Sloveniji)

2/2

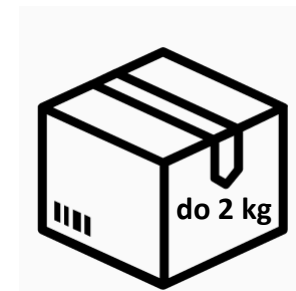
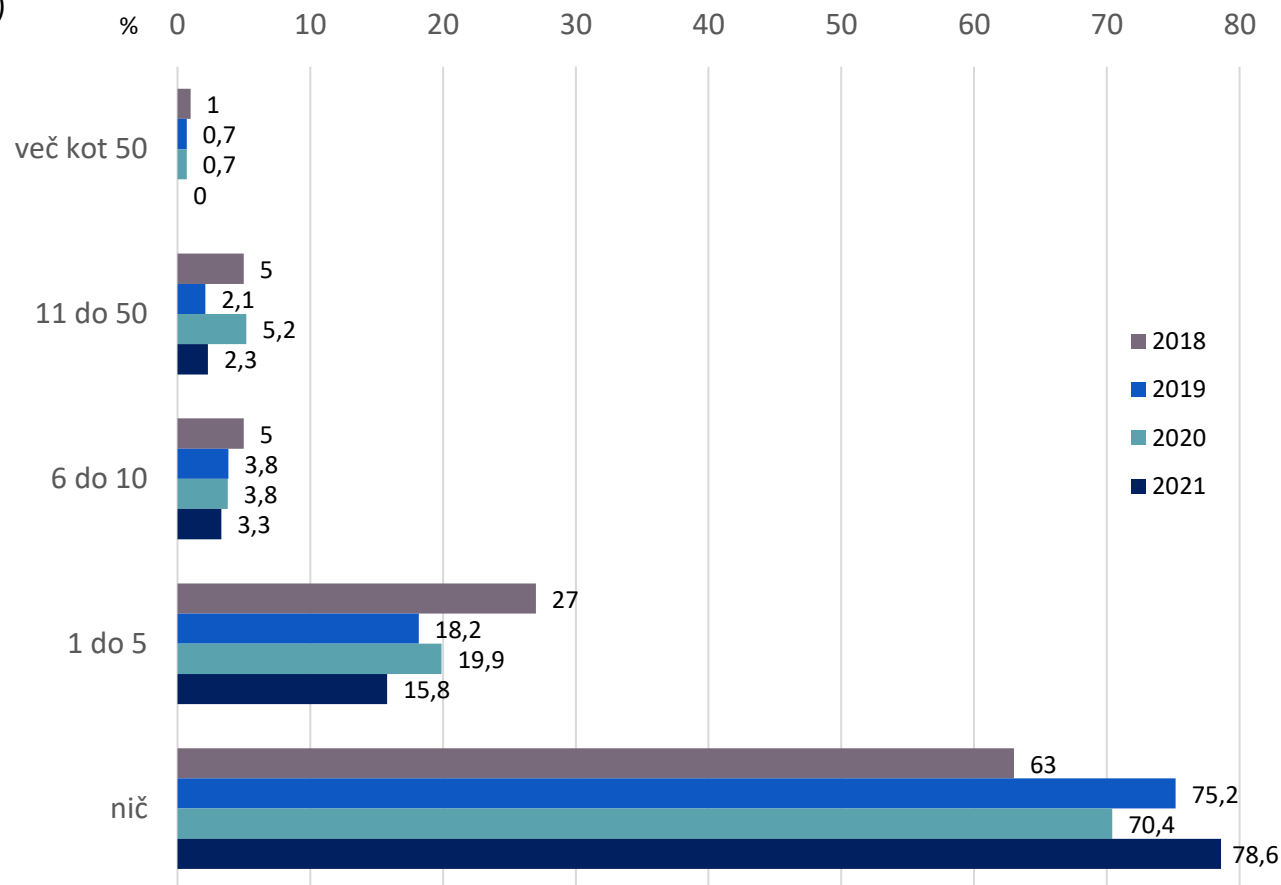
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	2	5	43	6,4	20,2	3,2
Mala podjetja	2	3	34	7,9	8,5	2,4
Srednja podjetja	1	2	13	3,9	29,9	1,9
Velika podjetja	4	35	139	3,3	54,0	8,7

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:
Naslovljene paketne pošiljke do 2 kg (čezmejno)

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



1,4

Podjetja v povprečju oddajo 1,4 paketnih pošiljk do 2 kg v tujino mesečno.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene paketne pošiljke do 2 kg (čezmejno)

2/2

	2018	2019	2020	2021
Povprečje	3	2,2	3,7	1,4
Mala podjetja	2	0,6	4,0	1,0
Srednja podjetja	5	3,8	2,6	0,7
Velika podjetja	8	7,2	4,8	4,2

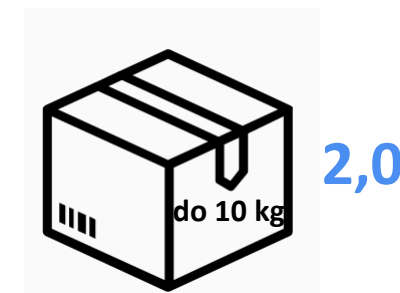
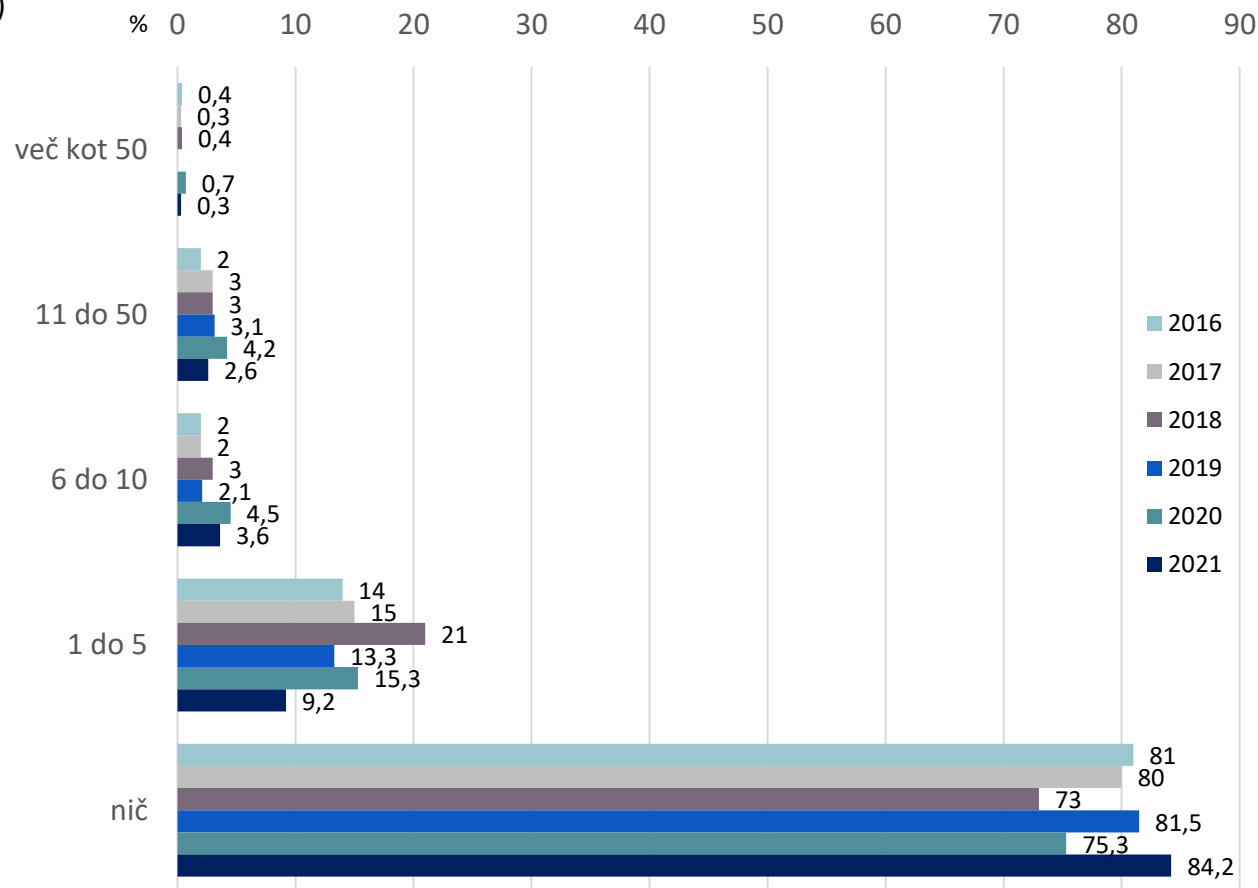
Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene paketne pošiljke do 10 kg (čezmejno)

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



Podjetja v povprečju oddajo 2 paketni pošiljki do 10 kg v tujino mesečno.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene paketne pošiljke do 10 kg (čezmejno)

2/2

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	2	2	2	1,6	4,3	2,0
Mala podjetja	1	2	2	0,8	5,1	2,4
Srednja podjetja	4	2	2	2,6	2,0	0,6
Velika podjetja	4	3	5	4,0	5,4	3,2

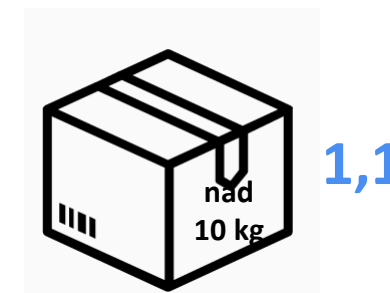
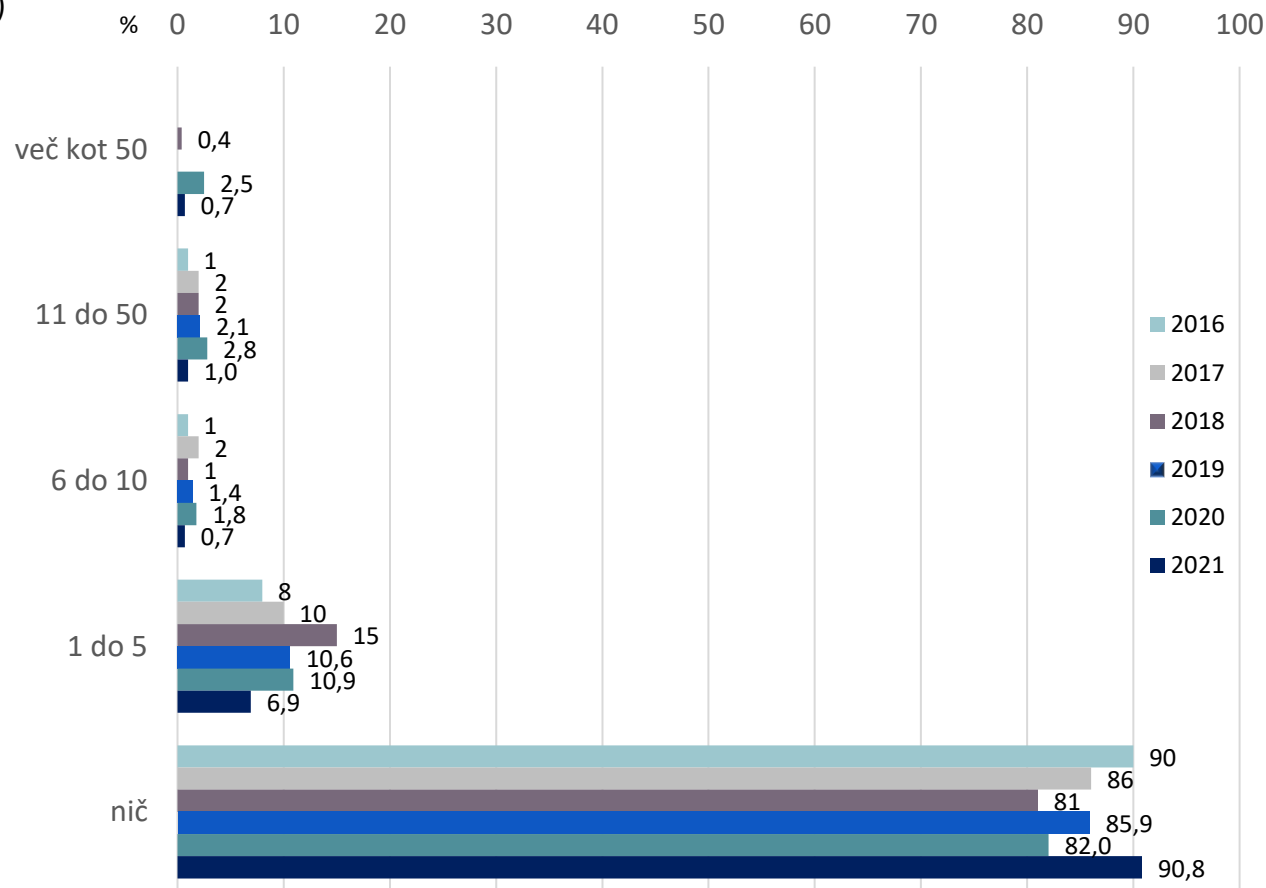
Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene paketne pošiljke nad 10 kg (čezmejno)

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



Podjetja v povprečju oddajo 1,1 paketnih pošiljk nad 10 kg v tujino mesečno.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene paketne pošiljke nad 10 kg (čezmejno)

2/2

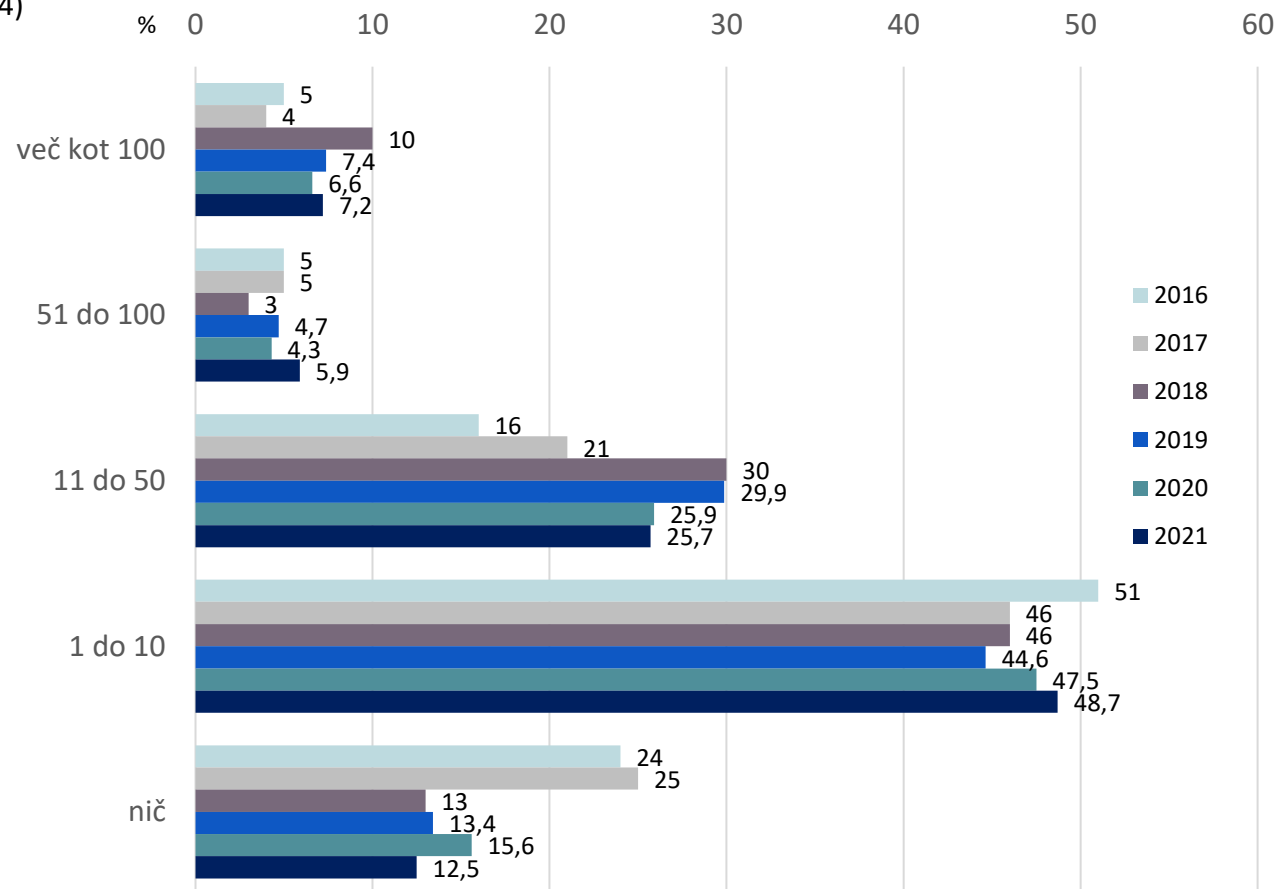
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	1	1	2	0,9	4,2	1,1
Mala podjetja	0,3	0,7	2	0,3	3,2	0,8
Srednja podjetja	3	1	2	2,0	4,5	0,4
Velika podjetja	2	1	2	2,0	8,2	3,7

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (po Sloveniji) 1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



Podjetja v povprečju oddajo 39,4 priporočenih ali vrednostnih pošiljk po Sloveniji mesečno.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (po Sloveniji) 2/2

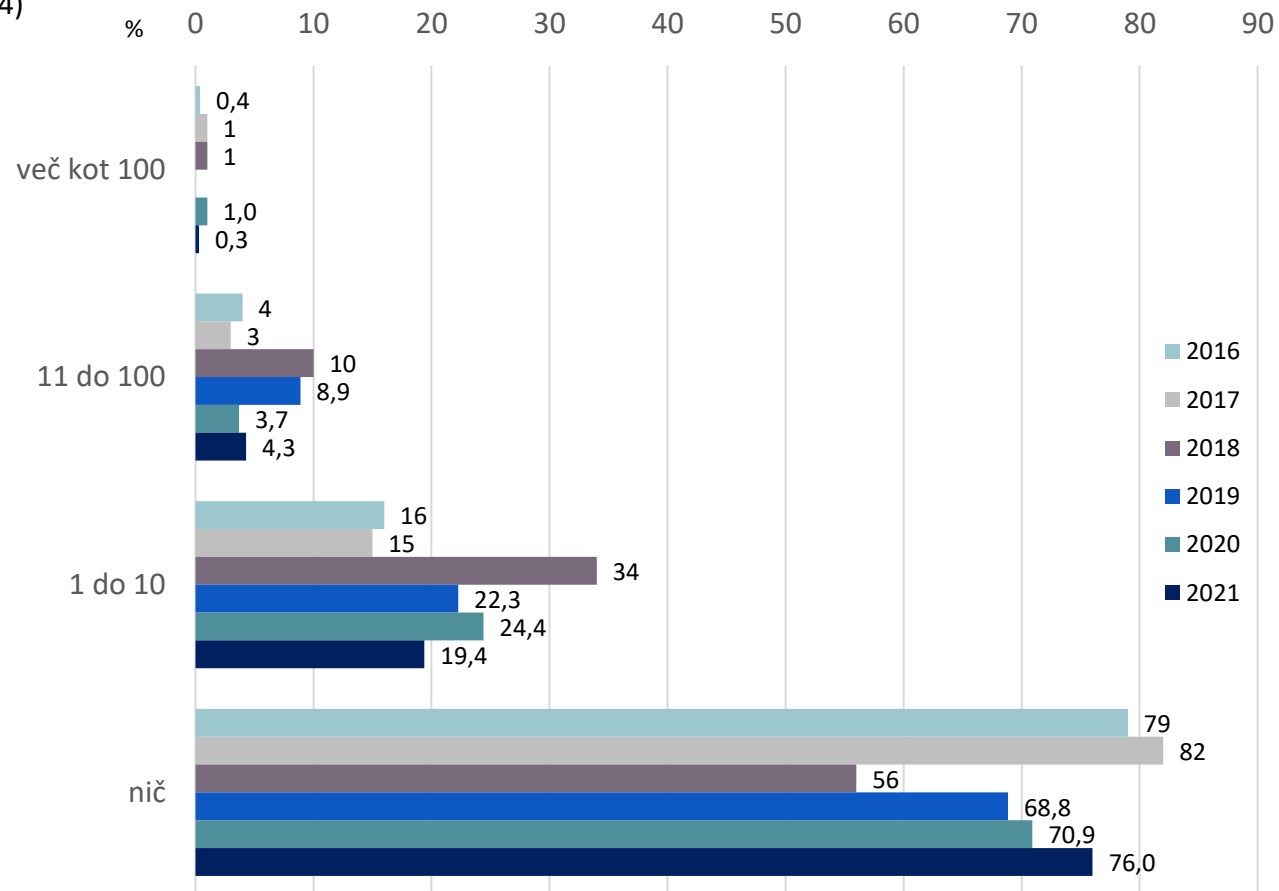
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	25	28	59	64,2	76,2	39,4
Mala podjetja	9	6	23	14,3	17,1	15,3
Srednja podjetja	34	43	54	38,2	40,0	56,4
Velika podjetja	118	149	252	375,4	379,0	101,4

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (čezmejno) 1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



3,6

Podjetja v povprečju oddajo 3,6 priporočenih ali vrednostnih pošiljk v tujino mesečno.

Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke (čezmejno) 2/2

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	3	3	11	3,8	13,2	3,6
Mala podjetja	1	0,6	2	1,6	1,8	1,0
Srednja podjetja	4	4	11	5,9	15,4	4,1
Velika podjetja	15	12	57	10,8	56,9	12,8

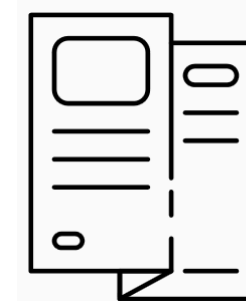
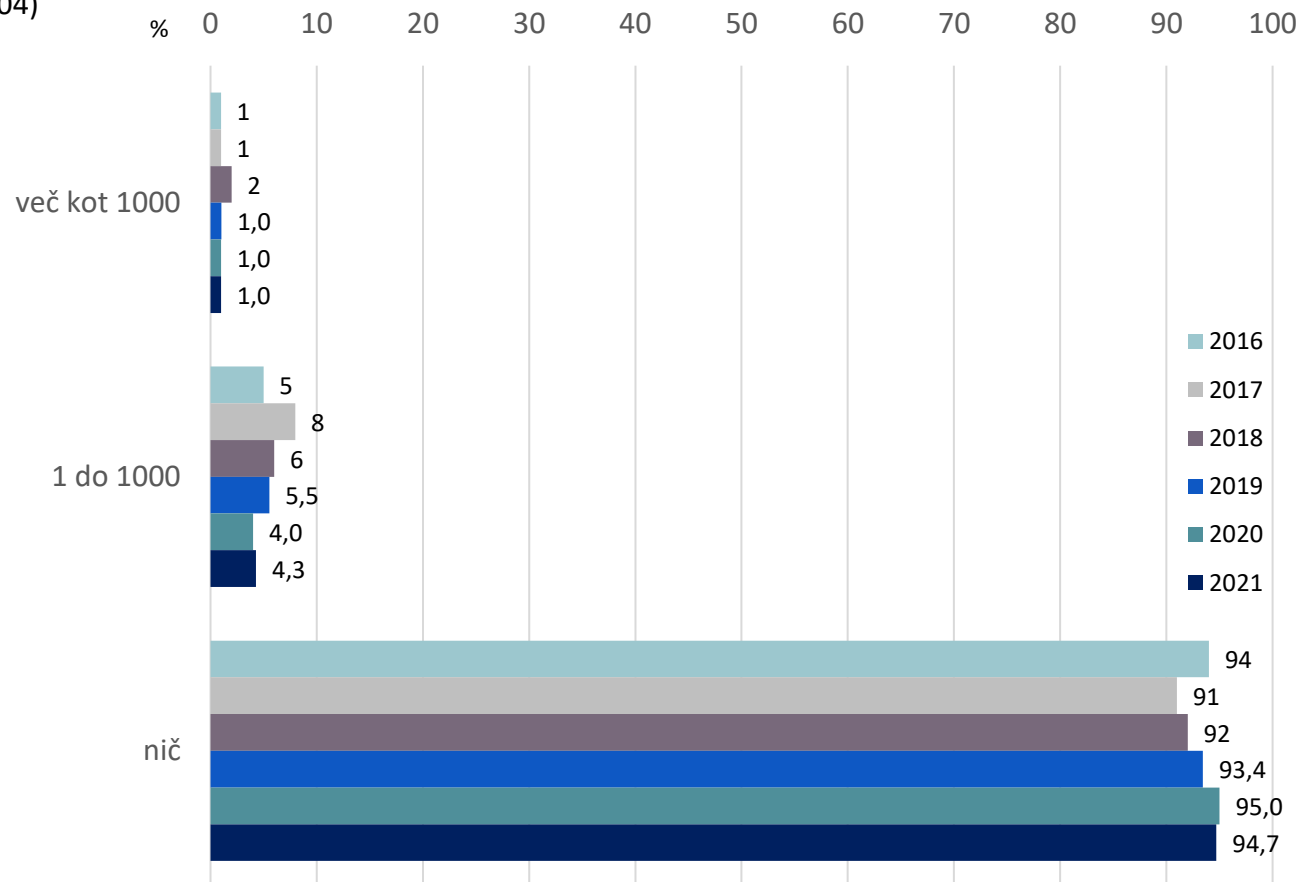
Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Nenaslovljena direktna pošta – reklame (po Sloveniji)

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.

(n=304)



78,8

Podjetja v povprečju oddajo 78,8 enot nenaslovljene direktne pošte po Sloveniji mesečno, največ velika podjetja.

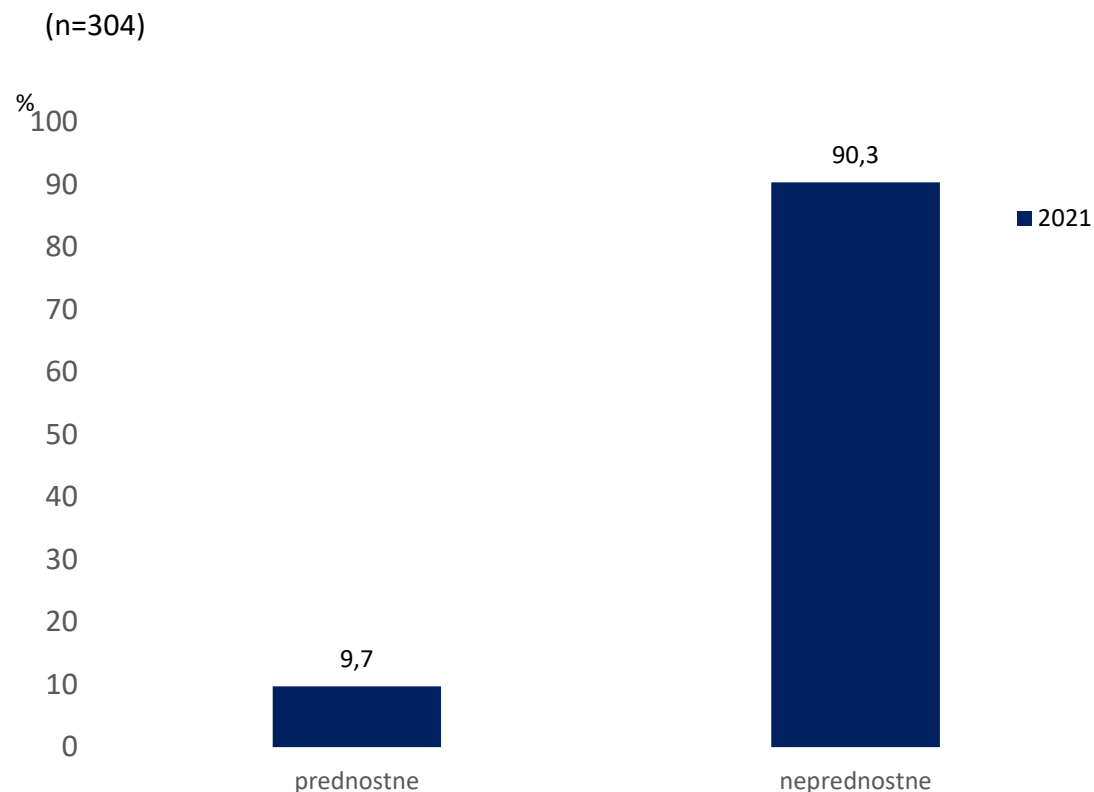
Koliko jih v povprečju oddate mesečno:

Nenaslovljena direktna pošta – reklame (po Sloveniji)

2/2

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	43	114	297	165,9	225,4	78,8
Mala podjetja	1	121	30	27,3	57,3	10,3
Srednja podjetja	84	119	109	8,9	514,9	128,7
Velika podjetja	278	45	2030	1322,5	391,8	252,1

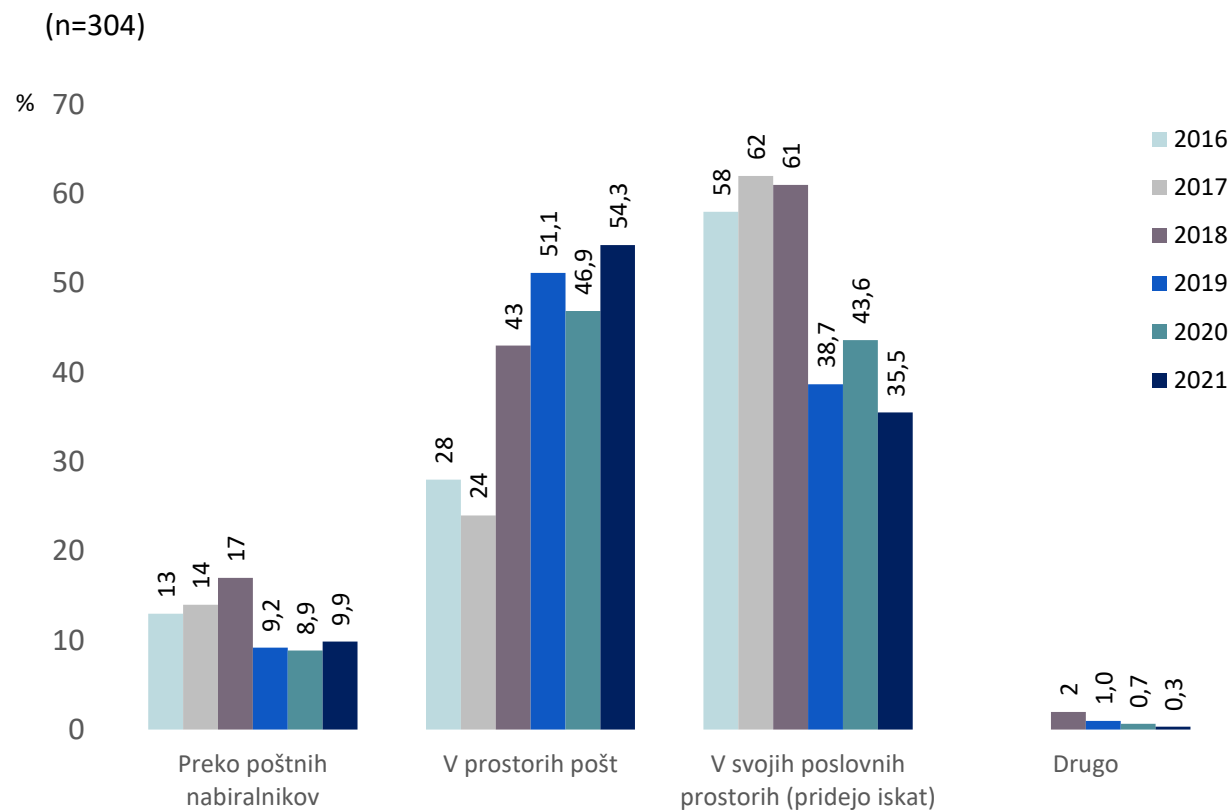
Ali lahko ocenite razmerje med prednostnimi in neprednostnimi pošiljkami, ki jih oddajate?



Med pošiljkami, ki jih podjetja oddajajo, prevladujejo neprednostne pošiljke, njihov delež med vsemi oddanimi pošiljkami je 90,3 %. Prednostne pošiljke dosegajo manj kot desetino (9,7 %) vseh oddanih pošiljk.

	prednostne	neprednostne
Povprečje	9,7 %	90,3 %
Mala podjetja	6,0 %	94,0 %
Srednja podjetja	12,3 %	87,7 %
Velika podjetja	19,4 %	80,6 %

Na kakšen način oddajate poštne pošiljke?

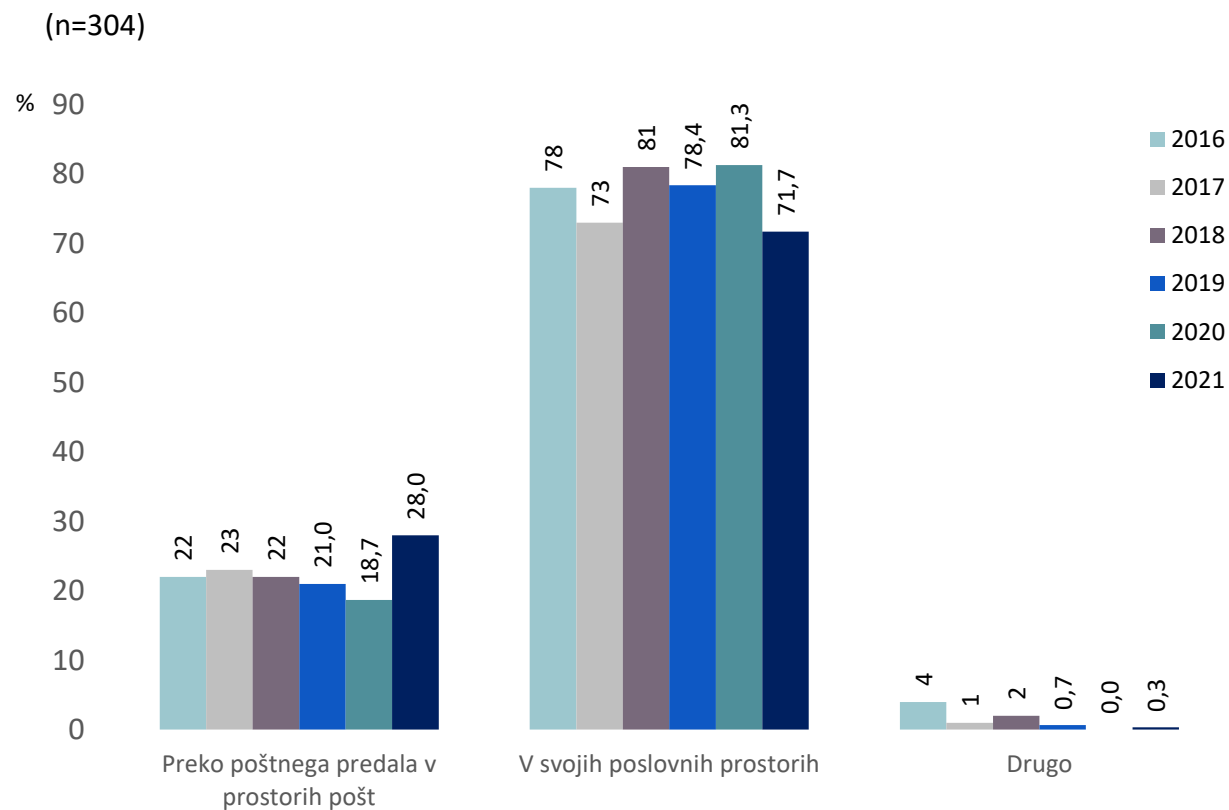


Pod drugo so navedli: samo e-poslovanje

Dobra polovica podjetij (54,3 %) poštne pošiljke oddaja v prostorih pošt, dobra tretjina pa v svojih poslovnih prostorih (35,5 %). Preko poštних nabiralnikov pošto oddaja slaba desetina (9,9 %) podjetij.

V zadnjih treh raziskavah smo zabeležili višji delež podjetij, ki pošiljke oddajajo v prostorih pošt in opazno nižji delež tistih, ki pošiljke oddajajo v svojih poslovnih prostorih ali preko poštних nabiralnikov.

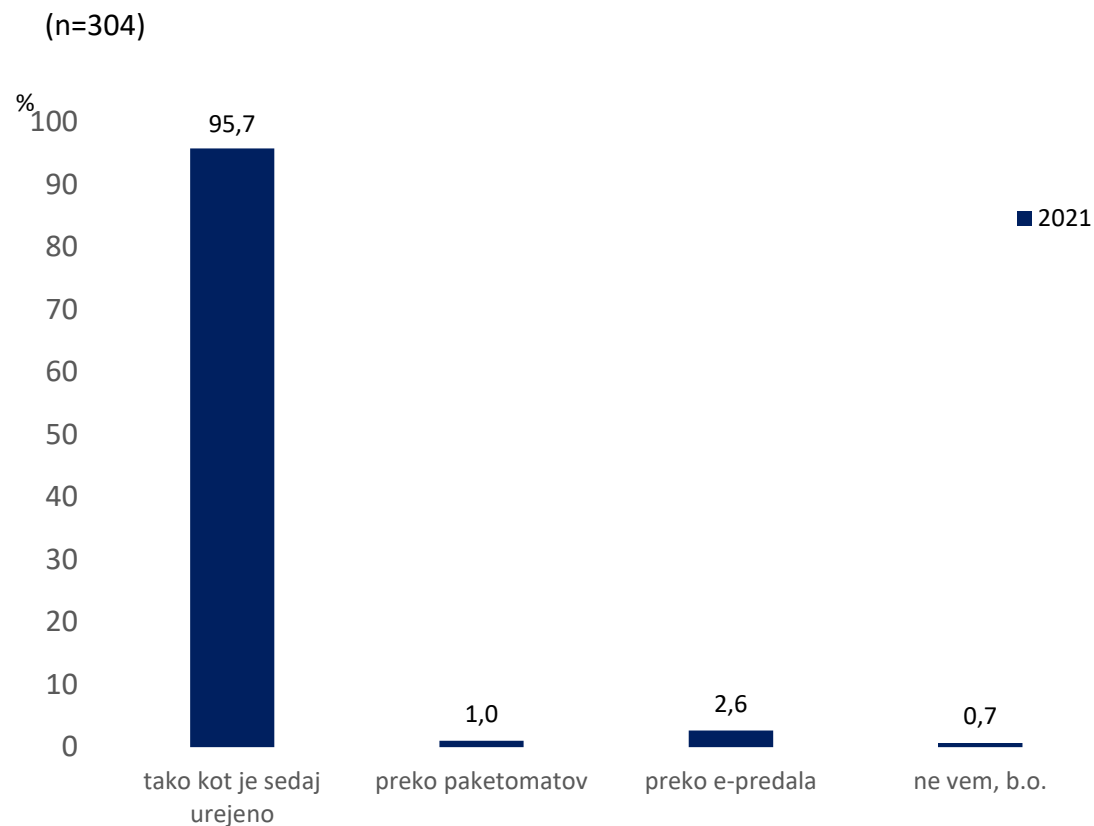
Na kakšen način sprejemate poštne pošiljke?



Pod drugo so navedli: oboje

Sedem desetlin (71,7 %) podjetij poštne pošiljke sprejema v svojih poslovnih prostorih, dobra četrtna (28,0 %) pa preko poštne predala v prostorih pošt, kar je opazno višji delež kot v preteklih raziskavah.

Na kakšen način bi najraje prevzemali priporočena pisma?

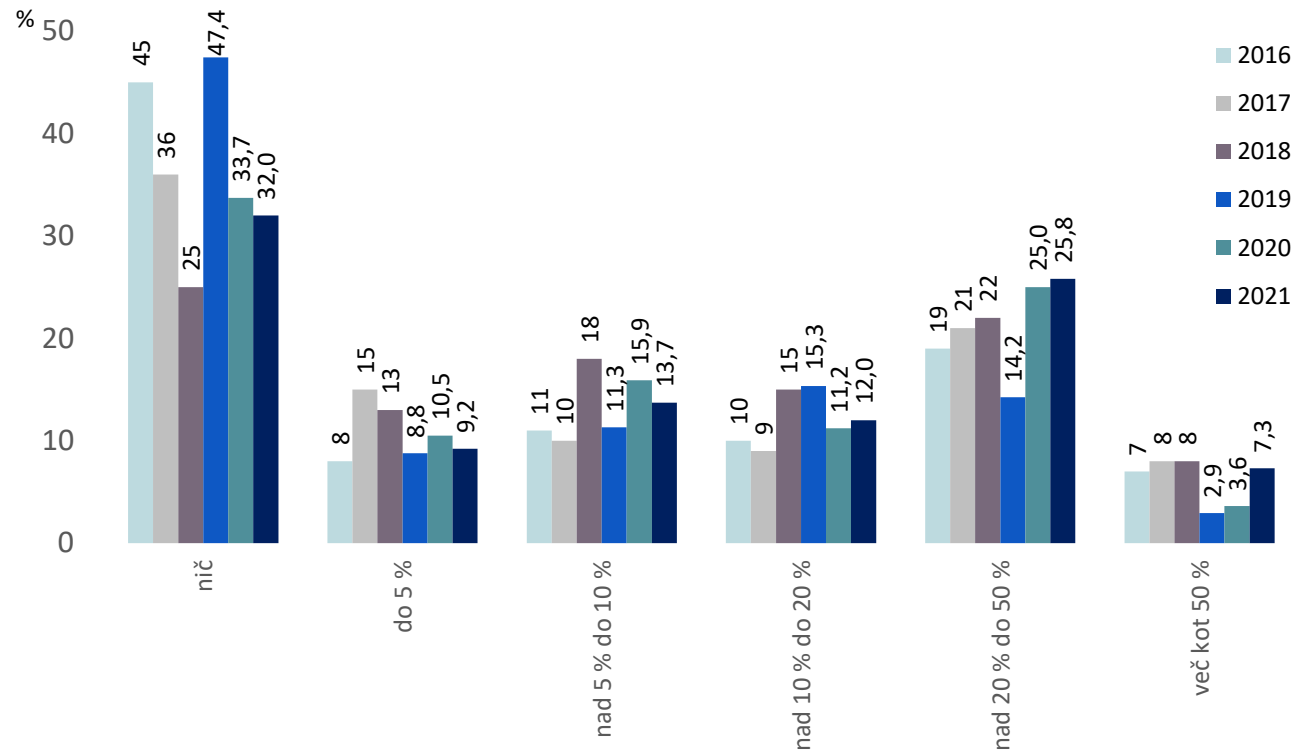


Anketiranci bi priporočena pisma najraje prevzemali tako, kot je sedaj urejeno.

Za koliko odstotkov je v zadnjem letu pri vašem podjetju upadla uporaba poštnih storitev, ki ste jih zamenjali z uporabo interneta in elektronske pošte?

1/2

Odgovori „ne vem“ so izključeni.
(n=284)



19,4 %

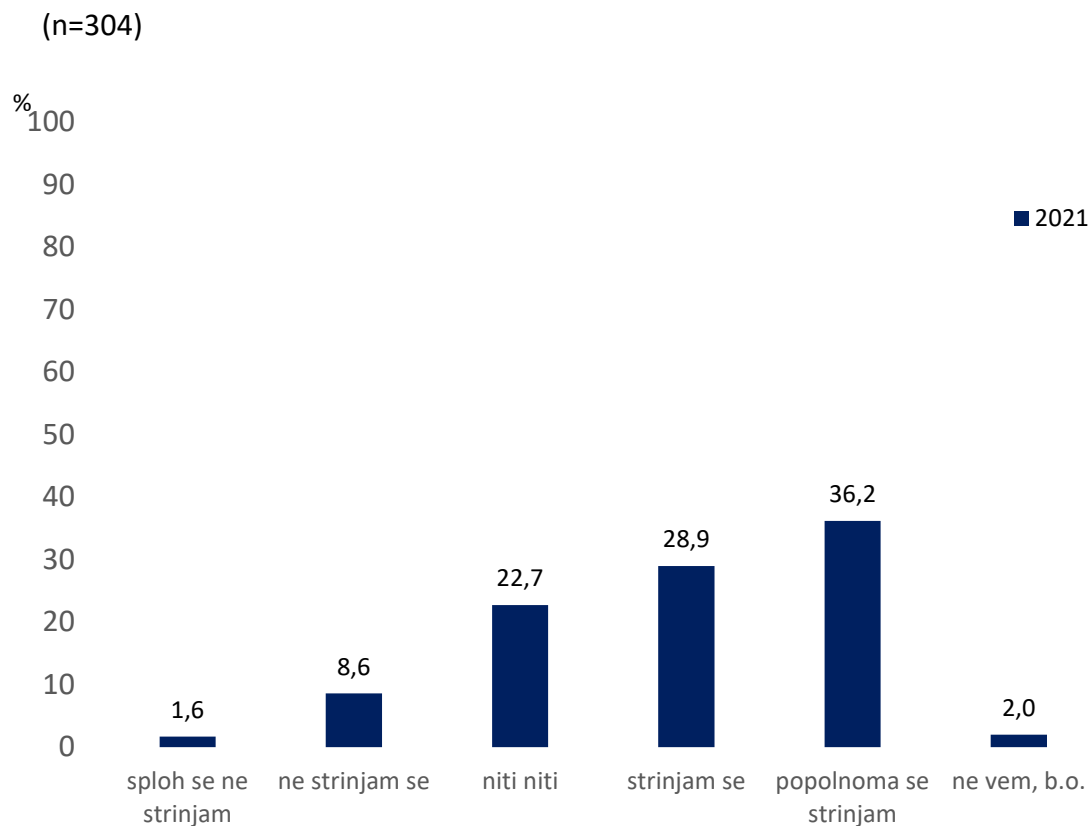
V povprečju so podjetja zaradi e-pošte v zadnjem letu za 19,4 % zmanjšala uporabo poštnih storitev, pri čemer v zadnjih dveh letih uporaba poštnih storitev ni nič upadla pri tretjini anketiranih podjetij. V zadnjih dveh raziskavah se je precej povečal delež tistih, ki so uporabo poštnih storitev zmanjšali za več kot 20 % do 50 %.

Za koliko odstotkov je v zadnjem letu pri vašem podjetju upadla uporaba poštних storitev, ki ste jih zamenjali z uporabo interneta in elektronske pošte?

2/2

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečje	17 %	18 %	20 %	12,4 %	16,4 %	19,4 %
Mala podjetja	17 %	17 %	23 %	13,3 %	17,3 %	21,3 %
Srednja podjetja	17 %	20 %	13 %	10,0 %	15,2 %	16,5 %
Velika podjetja	14 %	21 %	13 %	12,7 %	15,1 %	17,2 %

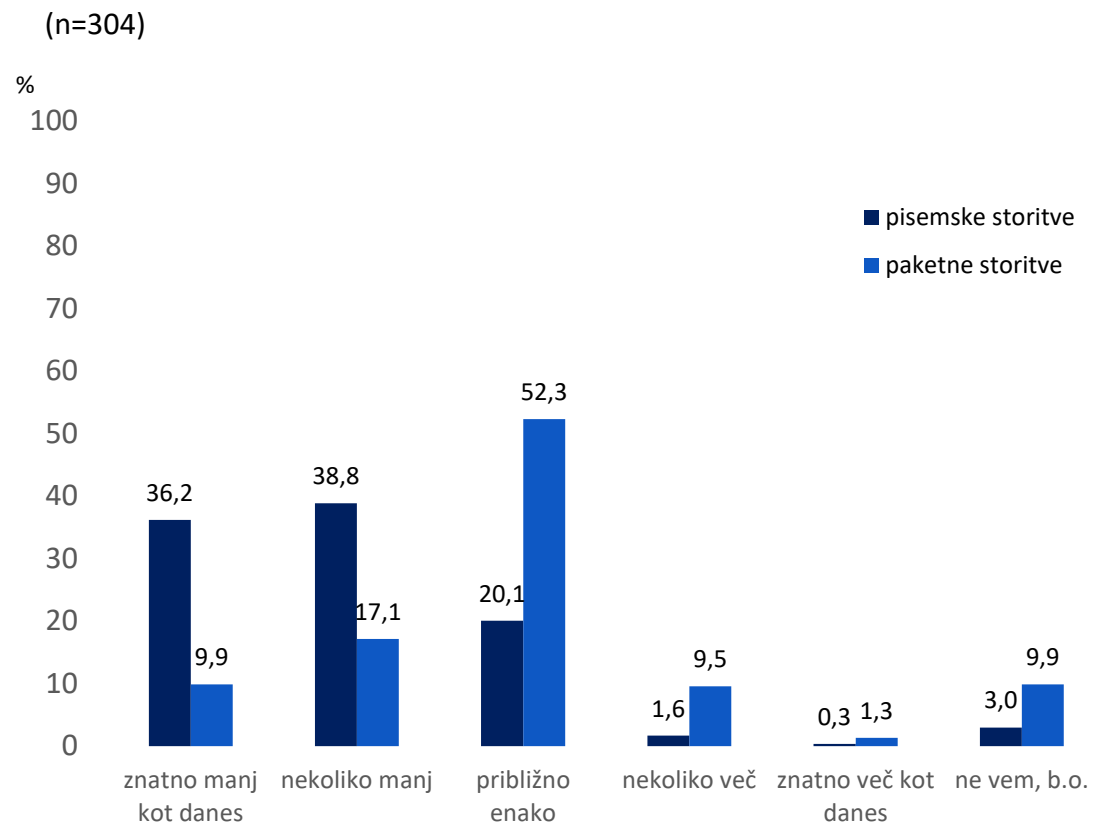
Podjetje uporabi pisemsko korespondenco le tedaj, ko nima na voljo ustrezne elektronske alternative. – Strinjanje s trditvijo



Povprečna ocena strinjanja s trditvijo je 3,91, pri čemer se slabi dve tretjini (65,1 %) anketirancev strinjata oz. popolnoma strinjata, da podjetje uporabi pisemsko korespondenco le tedaj, ko nima na voljo ustrezne elektronske alternative, desetina (10,2 %) pa je nasprotnega mnenja.

	2021
Povprečje	3,91
Mala podjetja	3,94
Srednja podjetja	3,92
Velika podjetja	3,79

V kolikšni meri ocenjujete, da boste čez 5 do 10 let uporabljali pisemske in paketne storitve?

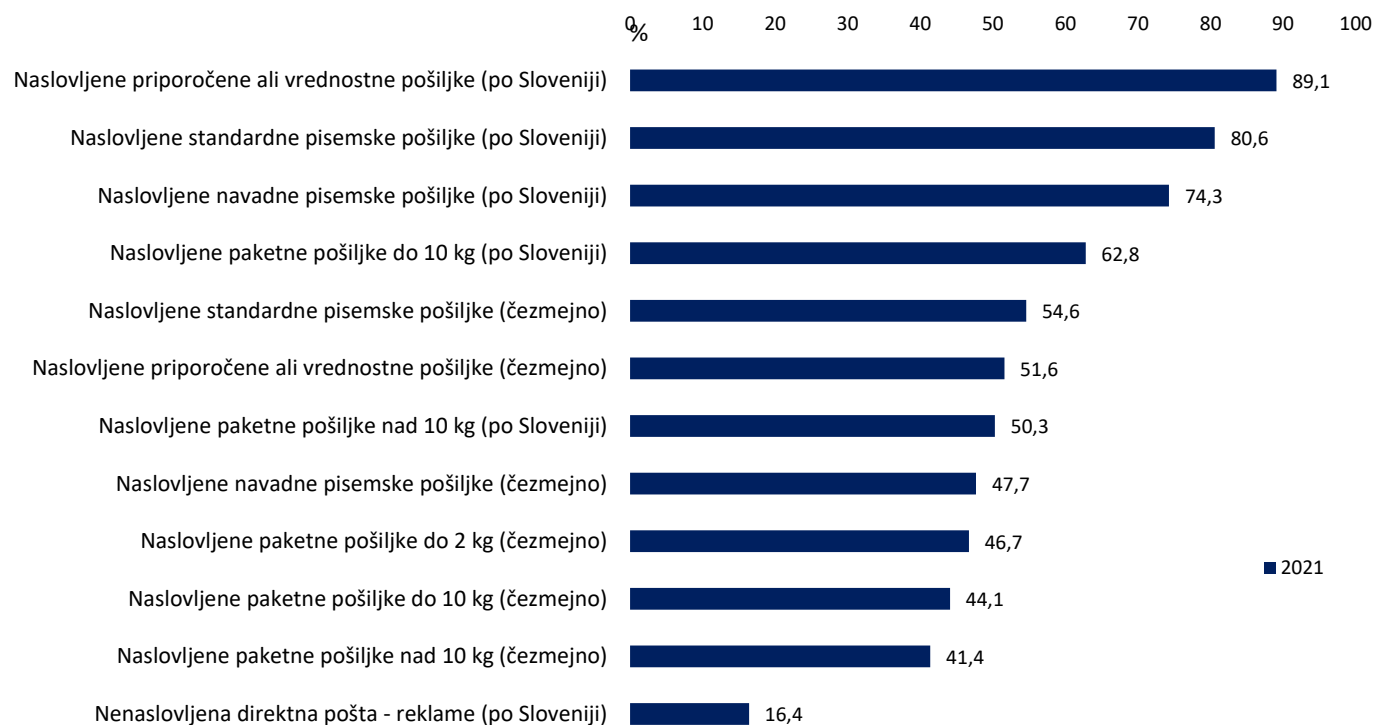


Anketiranci ocenjujejo, da bodo tri četrtine podjetij (75,0 %) čez 5 do 10 let manj uporabljale pisemske storitve, medtem ko bo dobra polovica podjetij (52,3 %) uporabljala paketne storitve približno enako kot sedaj. Tudi povprečne ocene kažejo na manjšo uporabo pisemskih in približno enako uporabo paketnih storitev.

	pisemske storitve	paketne storitve
Povprečje	2,00	3,05
Mala podjetja	1,85	3,21
Srednja podjetja	2,27	2,81
Velika podjetja	2,07	2,86

Podjetja bodo nekatere storitve vedno opravljala po pošti. Katere storitve bodo to?

(Več možnih odgovorov; n=304)

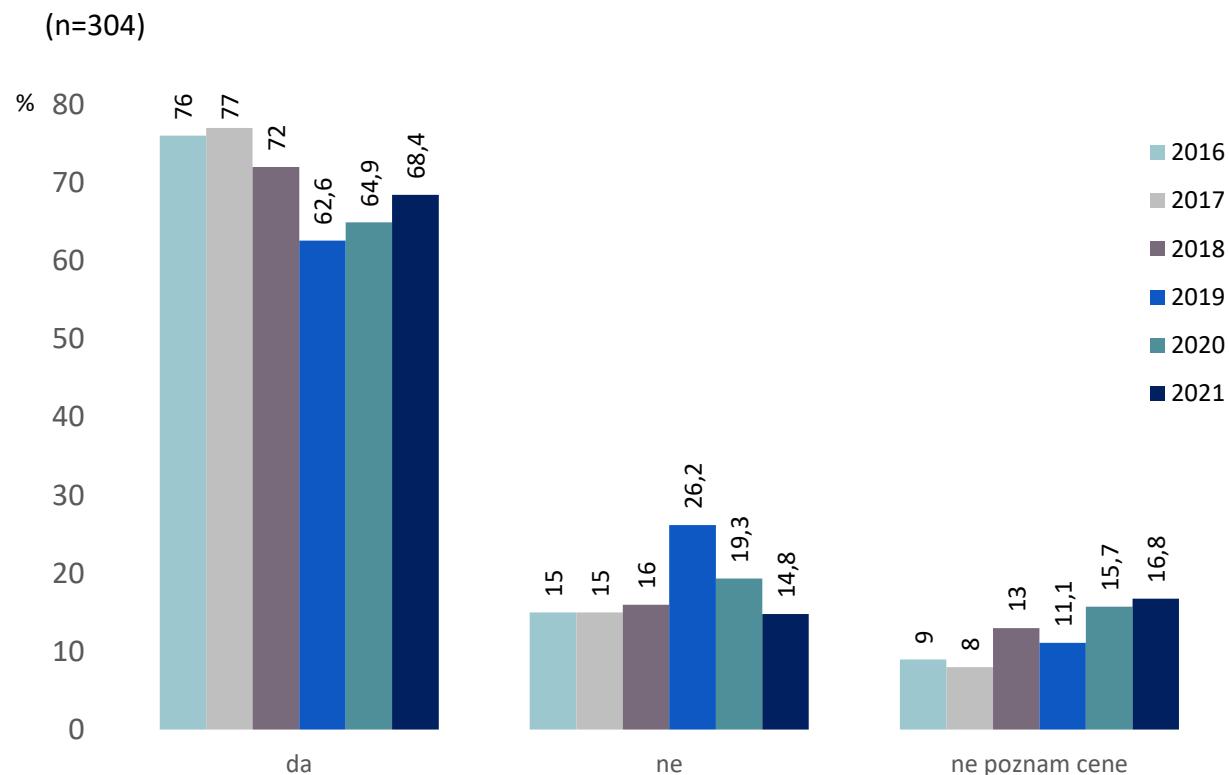


Storitve, ki jih bodo po mnenju anketirancev podjetja v najvišjem deležu vedno opravljala po pošti so: naslovljene priporočene ali vrednostne pošiljke po Sloveniji (89,1 %), naslovljene standardne pisemske pošiljke po Sloveniji (80,6 %) in naslovljene navadne pisemske pošiljke po Sloveniji (74,3 %). Najnižji delež smo zabeležili za nenaslovljeno direktno pošto (reklame) po Sloveniji (16,4 %).



Cena prenatal

Ali se vam zdi cena, ki jo vaše podjetje plačuje za prenos standardnega pisma, sprejemljiva?



Večini anketiranih podjetij (68,4 %) se zdi cena, ki jo plačujejo za prenos standardnega pisma, sprejemljiva, dobra desetina (14,8 %) ocenjuje, da cena ni sprejemljiva, 16,8 % pa cene za prenos standardnega pisma ne pozna.

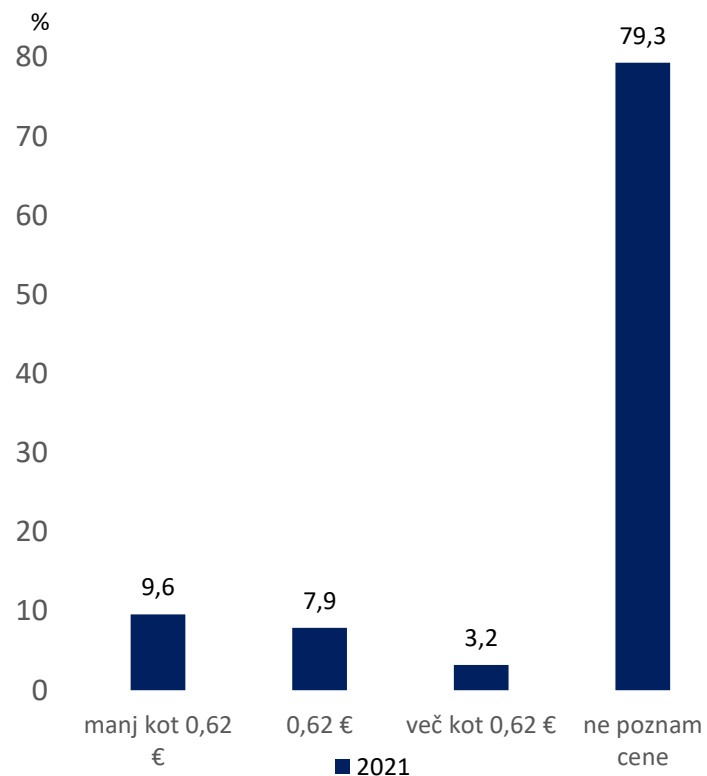
Kakšno ceno vaše podjetje plačuje za prenos standardnega pisma?

(Odgovarjajo tisti, ki so pri prejšnjem vprašanju odgovorili, da poznajo ceno za prenos standardnega pisma; n=253)

V tabeli je prikazana povprečna cena, ki so jo navedli anketiranci kot ceno, ki jo podjetje plačuje za prenos standardnega pisma (gre za spontano navedene cene):

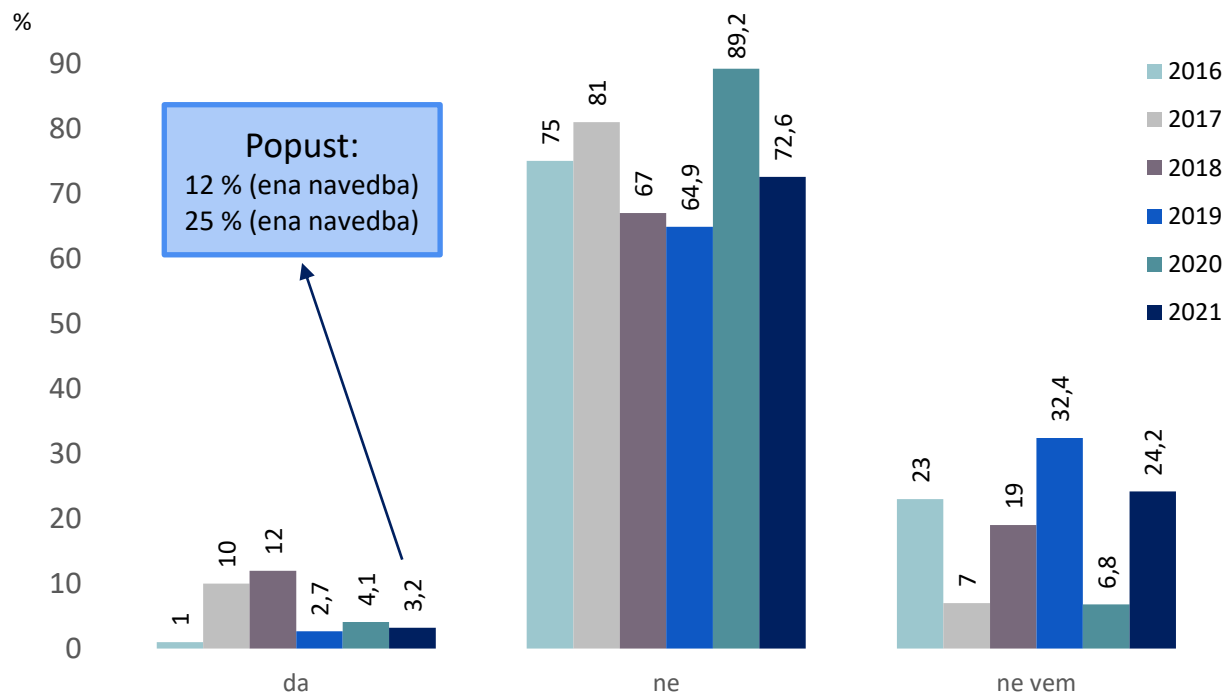
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečna cena	0,41 €	0,87 €	0,50 €	0,54 €	0,56 €	0,66 €
Mala podjetja	0,44 €	0,73 €	0,48 €	0,54 €	0,56 €	0,66 €
Srednja podjetja	0,38 €	1,43 €	0,63 €	0,49 €	0,53 €	0,67 €
Velika podjetja	0,37 €	0,41 €	0,40 €	0,62 €	0,60 €	0,61 €
Dejanska cena	0,37 €	0,37 €	0,40 €	0,48 €	0,55 €	0,62 €

79,3 % vprašanih ne pozna cene, ki jo podjetje plačuje za prenos standardnega pisma. Med tistimi, ki so ceno znali navesti, jih največ plačuje manj kot 0,62 € za prenos standardnega pisma.

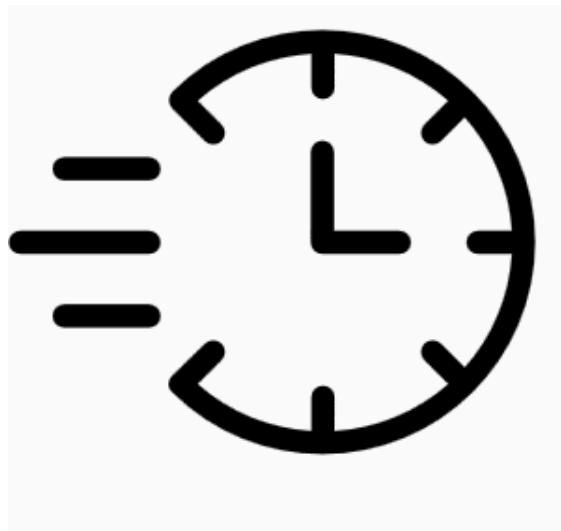


Ali je to cena s popustom?

(Odgovarjajo tisti, ki so znali navesti ceno, ki jo podjetje plačuje za prenos standardnega pisma; n=63)

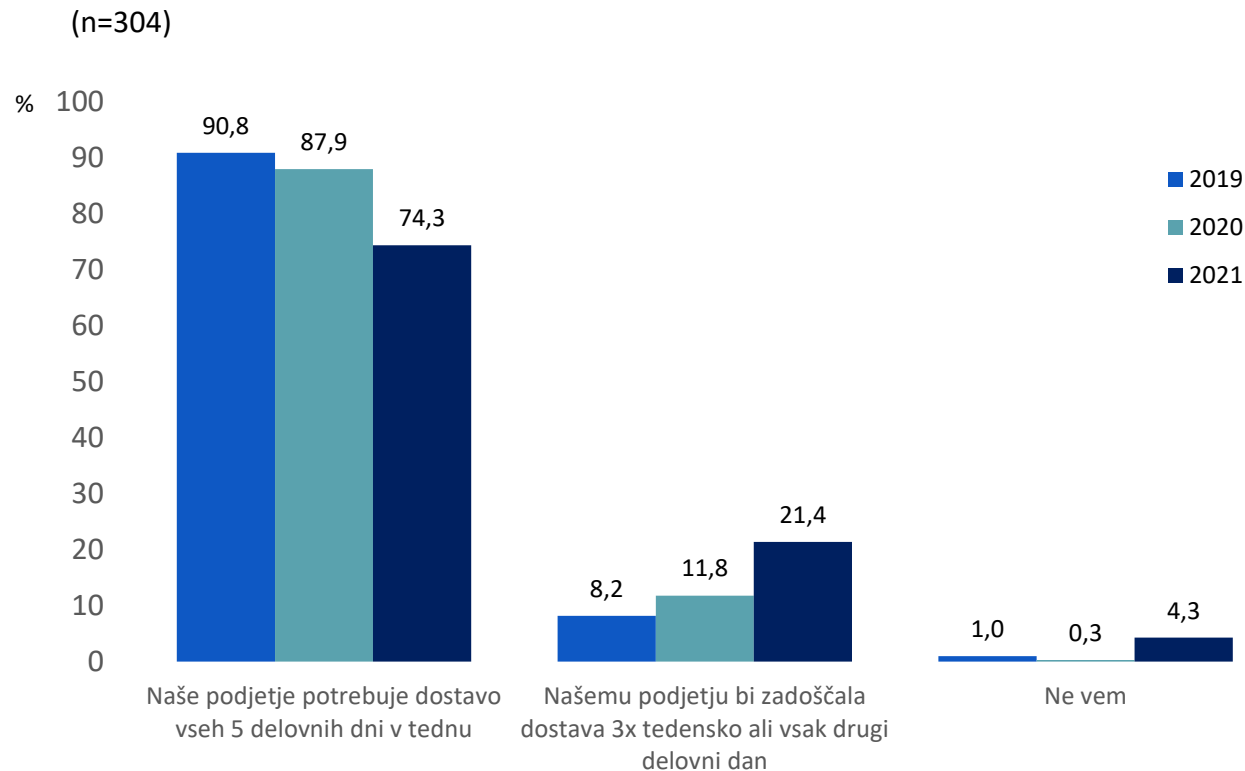


Med vsemi anketiranimi podjetji 3,2 % anketirancev navaja, da je v ceni upoštevan popust, 72,6 % popusta nima, četrтина (24,2 %) pa na vprašanje ni znala odgovoriti.



Dostava v podjetje

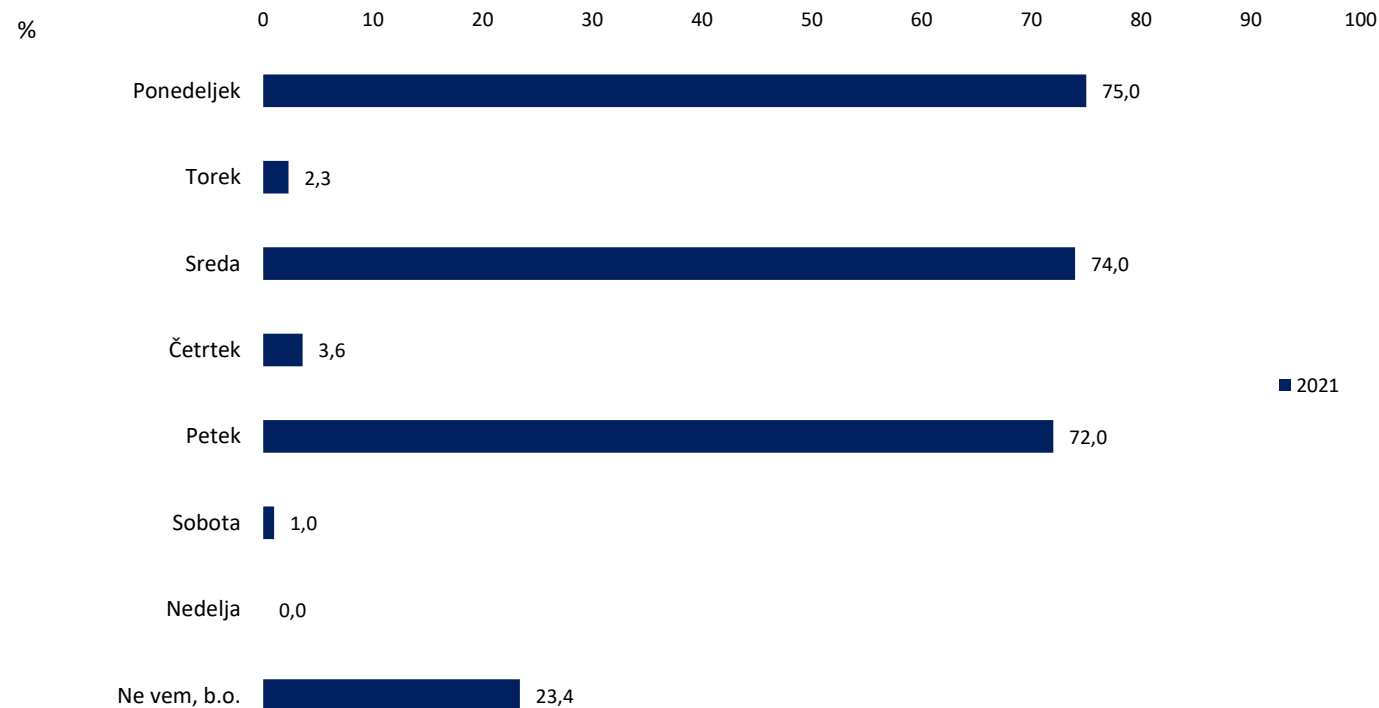
Ali vaše podjetje potrebuje dostavo 5x tedensko ali bi bilo dovolj, če bi imeli dostavo vsak drugi delovni dan, namesto petkrat tedensko?



Tri četrtine (74,3 %) anketiranih podjetij potrebujejo dostavo vsak delovni dan, glede na predhodni dve raziskavi, pa se je povečal delež tistih, ki bi jim zadoščala dostava 3x tedensko ali vsak drugi delovni dan – teh je dobra petina (21,4 %).

Katere dni v tednu bi vaše podjetje potrebovalo dostavo, če bi se izvajala 3x tedensko?

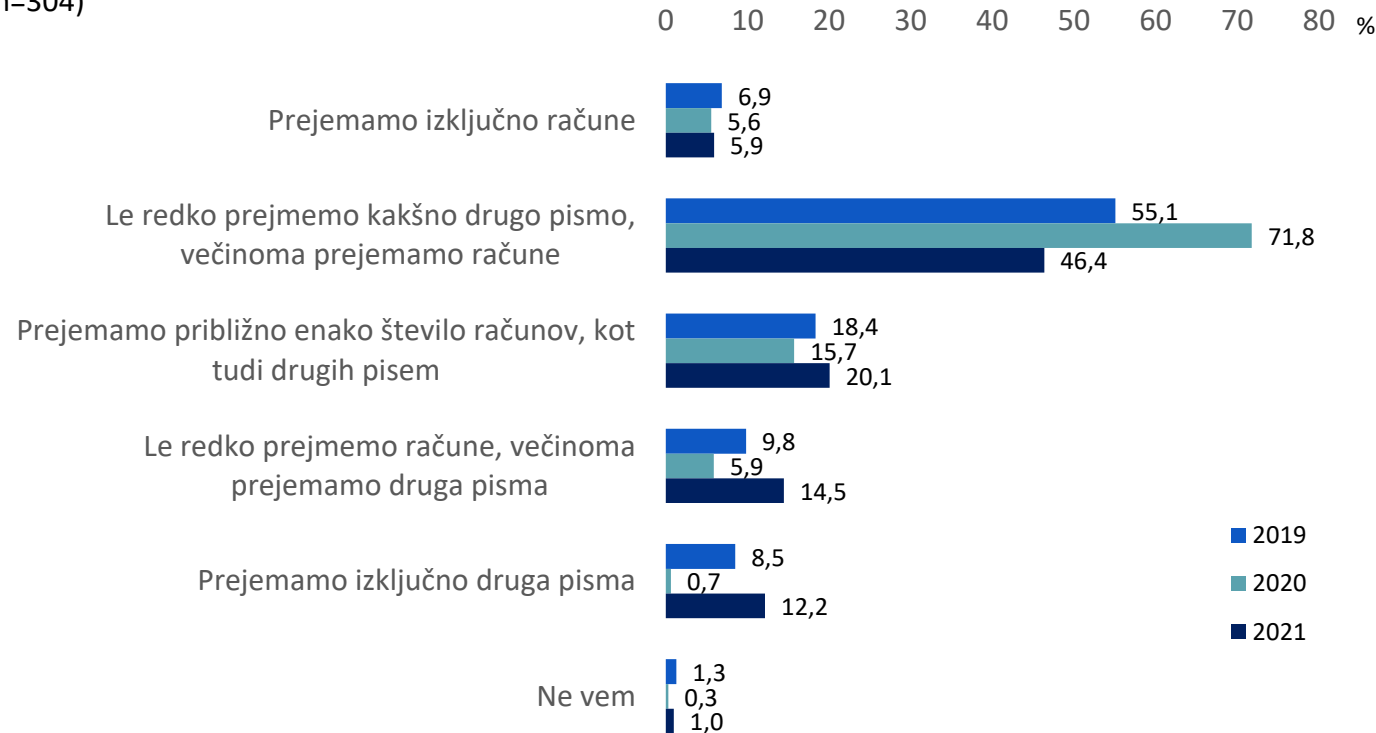
(Možni trije odgovori; n=304)



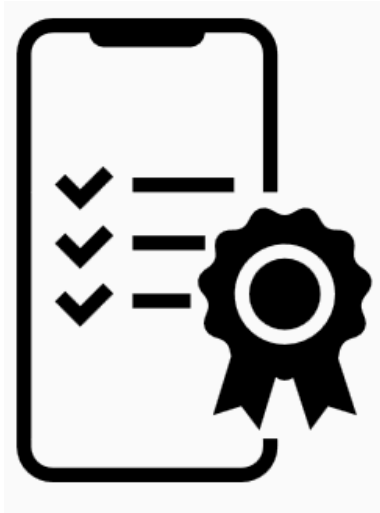
Anketirancem smo dali možnost, da sami izberejo tri dneve v tednu, ko bi jim ustrezala dostava, če bi se izvajala samo 3 x tedensko. Največ bi jih dostavo potrebovalo ob ponedeljkih, sredah in petkih.

Prosimo ocenite, kolikšen delež med vsemi pismi, ki jih prejme vaše podjetje, predstavljajo računi.
Pri oceni NE upoštevajte reklam.

(n=304)



V letošnji raziskavi se je precej znižal delež tistih, ki le redko prejmejo kakšno drugo pismo in večinoma prejemajo račune. Takšnih je slaba polovica (46,4 %). Petina (20,1 %) jih prejema približno enako število računov, kot tudi drugih pisem, sledijo tista podjetja, ki le redko prejemajo račune (14,5 %), dobra desetina (12,2 %) prejema izključno druga pisma, 5,9 % pa izključno račune.



Kakovost storitev

V kolikšni meri so navedeni dejavniki kakovosti poštne storitve pomembni za vaše podjetje? (1/2)

(n=304, podatek 2021)

1= zelo nepomembno 2=nepomembno 3=niti niti 4=pomembno 5=zelo pomembno

DEJAVNIK	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	ne vem (%)
Lokacija pošte oz. poslovalnice ponudnika poštних storitev	6,9	4,9	9,2	16,1	62,8	-
Delovni čas pošte oz. poslovalnice ponudnika poštних storitev	6,3	3,3	9,9	16,8	63,8	-
Hiter prenos poštne pošiljke	0,7	1,3	7,2	19,1	71,7	-
Zanesljiv prenos poštne pošiljke	-	0,3	1,3	5,9	92,4	-
Cena poštne storitve	1,6	2,0	13,2	20,4	61,2	1,6
Zaupanje v ponudnika poštних storitev	0,3	-	2,3	17,4	79,6	0,3
Odnos uslužbencev do strank	-	0,3	3,6	18,4	77,6	-
Čas čakanja v čakalni vrsti	6,6	4,9	10,5	16,4	61,5	-
Možnost izbire med hitrejšim prednostnim in cenejšim neprednostnim prenosom	5,3	4,6	16,1	21,7	51,0	1,3

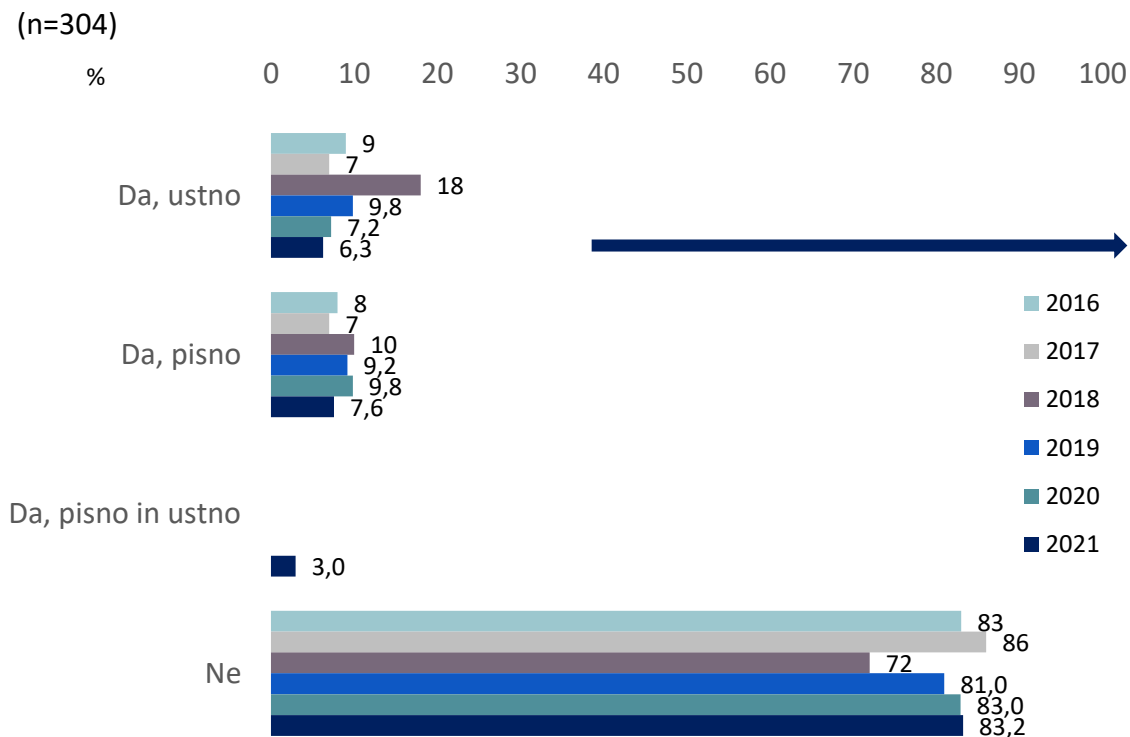
Največji delež anketirancev kot zelo pomemben dejavnik kakovosti poštne storitve ocenjuje zanesljiv prenos poštne pošiljke (92,4 %), sledi zaupanje v ponudnika poštних storitev (79,6 %).

V kolikšni meri so navedeni dejavniki kakovosti poštne storitve pomembni za vaše podjetje? - Povprečne ocene (2/2)

	Zanesljiv prenos poštne pošiljke	Zaupanje v ponudnika poštних storitev	Odnos uslužbencev do strank	Hiter prenos poštne pošiljke	Cena poštne storitve	Delovni čas pošte oz. poslovalnice ponudnika poštних storitev	Lokacija pošte oz. poslovalnice ponudnika poštних storitev	Čas čakanja v čakalni vrsti	Možnost izbire med hitrejšim prednostnim in cenejšim neprednostnim prenosom
2016	4,9	4,7	4,7	4,6	4,2	4,3	4,1	-	-
2017	4,9	4,8	4,7	4,6	4,4	4,3	4,3	-	-
2018	4,9	4,7	4,7	4,8	4,4	4,4	4,3	4,2	-
2019	4,93	4,81	4,74	4,69	4,53	4,27	4,15	4,22	-
2020	4,91	4,82	4,74	4,61	4,45	4,17	4,04	3,88	-
2021	4,90	4,77	4,73	4,60	4,40	4,29	4,23	4,21	4,10

Vsi navedeni dejavniki kakovosti so visoko pomembni, povprečne ocene pomembnosti se gibljejo med 4,90 za zanesljiv prenos poštne pošiljke (ki je najpomembnejši dejavnik kakovosti v vseh izvedenih raziskavah do sedaj) in 4,10 za možnost izbire med hitrejšim prednostnim in cenejšim neprednostnim prenosom, ki je v letošnji raziskavi prvič dodan med dejavnike kakovosti in je med vsemi dejavniki najmanj pomemben, vendar pa kljub temu za slabe tri četrtine anketiranih pomemben oz. zelo pomemben dejavnik.

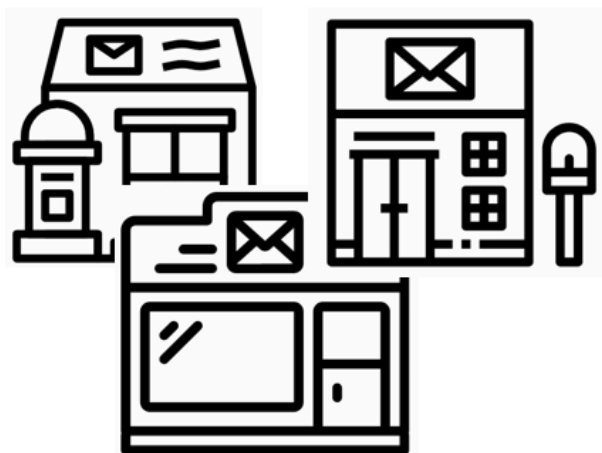
Ali ste že kdaj vložili kakšno pritožbo zaradi nezadovoljstva z opravljeno pošto storitvijo?



Pritožbo (bodisi ustno bodisi pisno) je zaradi nezadovoljstva z opravljeno pošto storitvijo vložila šestina anketiranih (16,8 %).

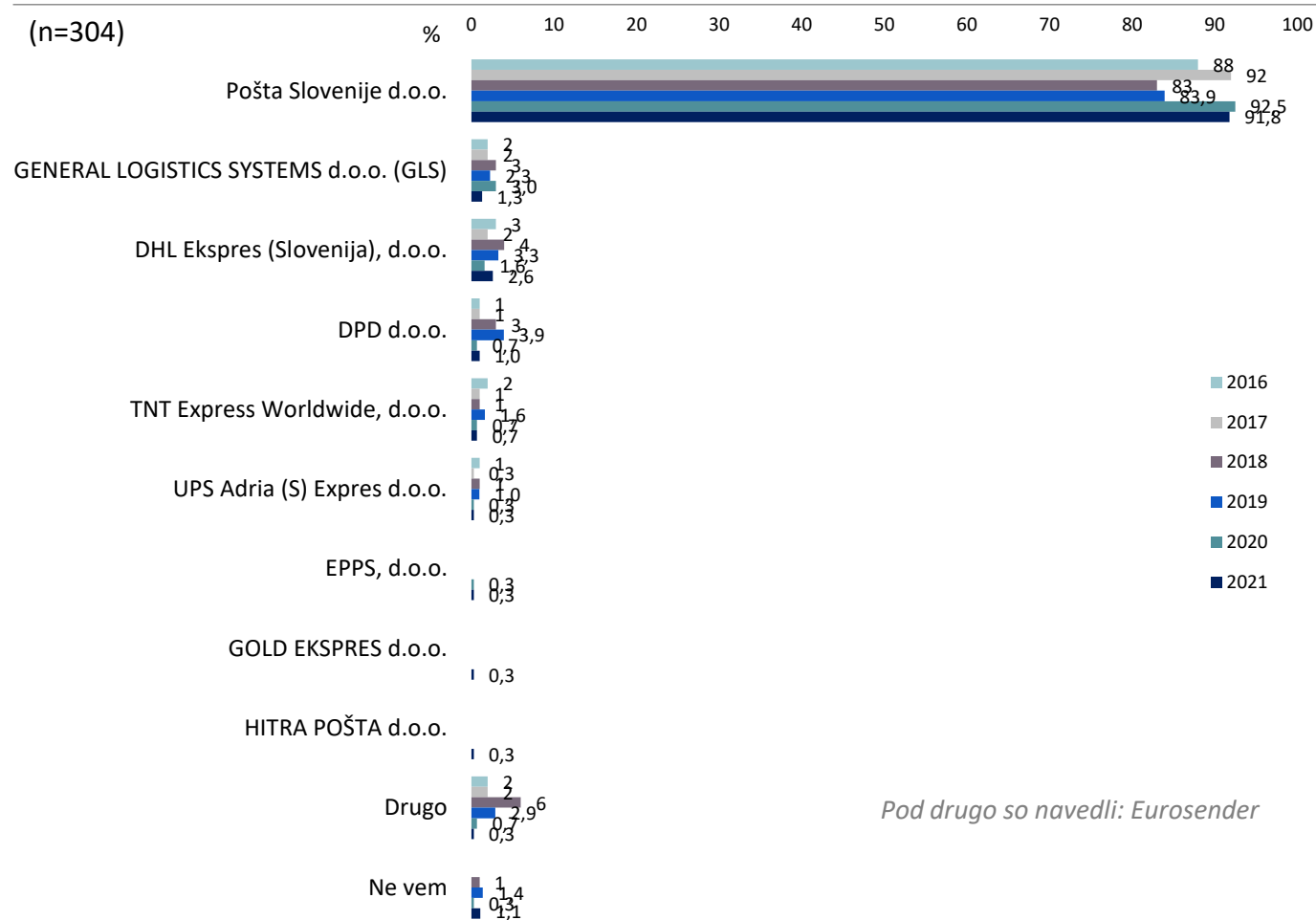
Kaj je bil razlog za pritožbo? (Možnih več odgovorov, n=51; podatek 2021)	
Poškodovana pošiljka	33,3 %
Izgubljena pošiljka	25,5 %
Problemi z dostavo	17,6 %
Napačna dostava	13,7 %
Nepravočasna dostava	9,8 %
Odnos poštnega uslužbenca	9,8 %
Pošta v nabiralnik namesto v poslovne prostore	2,0 %
Drugo*	17,6 %

* Pod drugo so navedli: delovni čas poslovanja, izgubljena knjiga po krivdi poštarja, ni bilo pošte (3x), obračun storitev, pošto so prestavili v trgovino, prejemnik ni dobil priporočene pošiljke in se tudi ni našla, račun ni bil v redu.



Uporaba storitev izvajalcev
poštних storitev

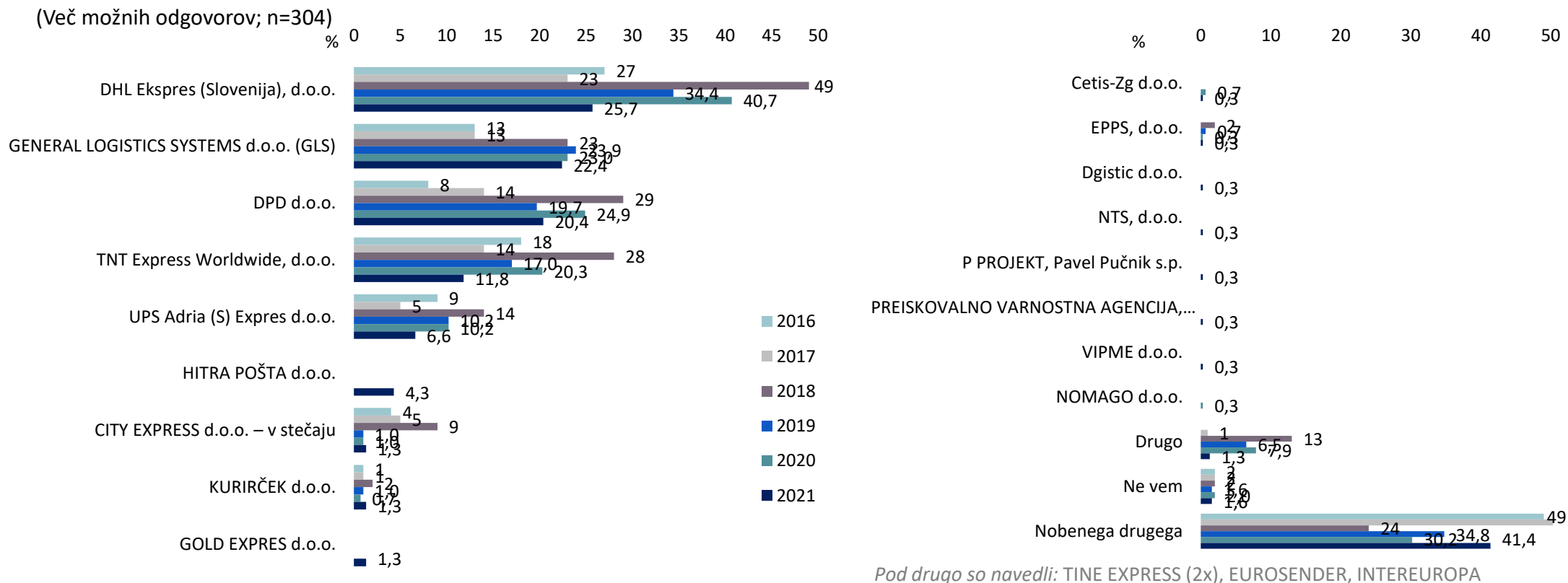
Preko katerega izvajalca ste v zadnjem letu opravili največ prenosov?



Glavni izvajalec, preko katerega večina podjetij opravi največ prenosov, je Pošta Slovenije (91,8 %).

Pod drugo so navedli: Eurosender

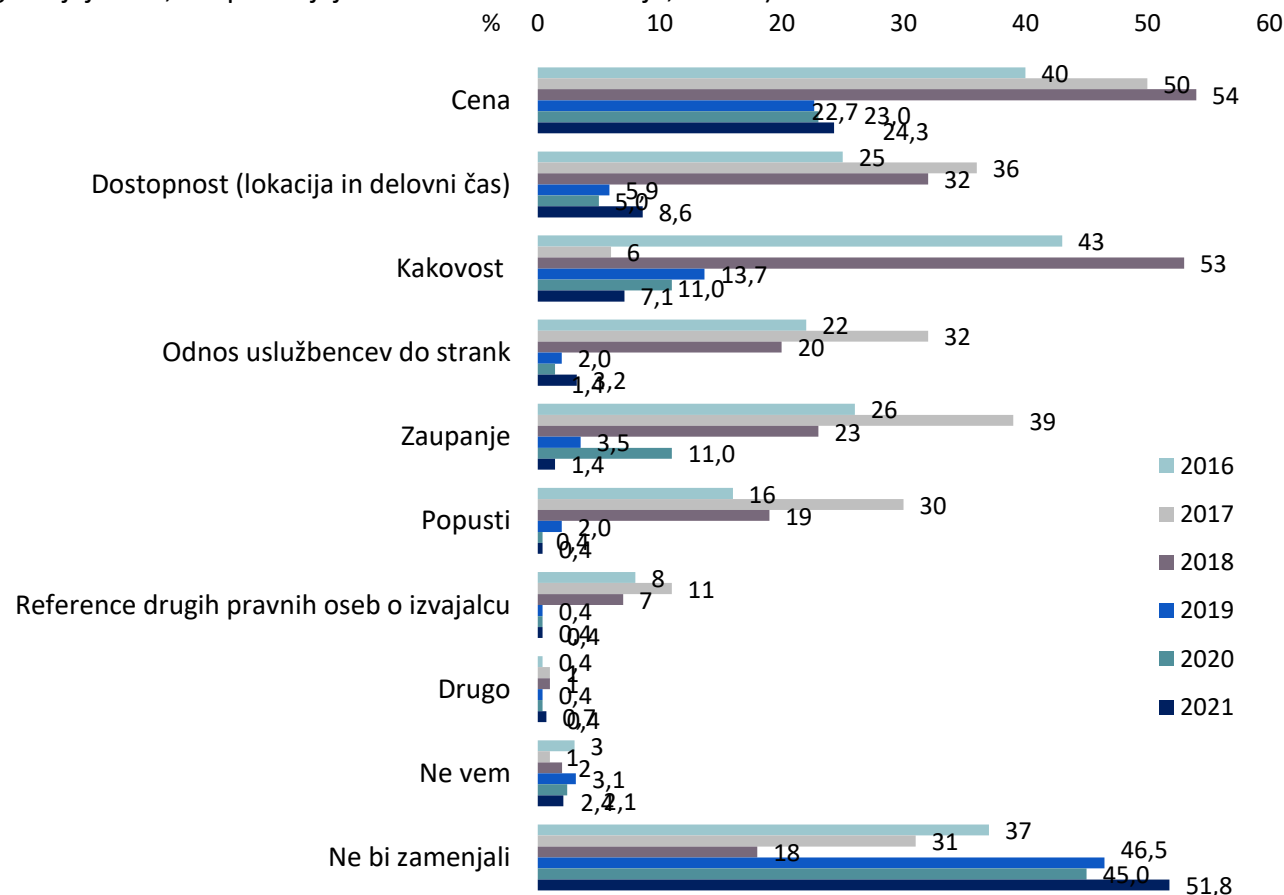
Katere izvajalce poštnih storitev ste v vašem podjetju v zadnjem letu še uporabljali poleg Pošte Slovenije?



Četrtna vprašanih (25,7 %) je poleg storitev Pošte Slovenije v zadnjem letu uporabila tudi storitve DHL, dobra petina GLS (22,4 %), četrtna DPD (20,4 %) in dobra desetina TNT (11,8 %). Štiri desetine (41,4 %) niso uporabile nobenega drugega izvajalca poštnih storitev, kar je precej višji delež kot v predhodnih treh raziskavah.

Kateri izmed navedenih dejavnikov bi po vašem mnenju lahko vplival na vaše podjetje, da bi zamenjali izvajalca poštних storitev, torej Pošto Slovenije?

(Odgovarjajo tisti, ki uporabljajo storitve Pošte Slovenije; n=280)



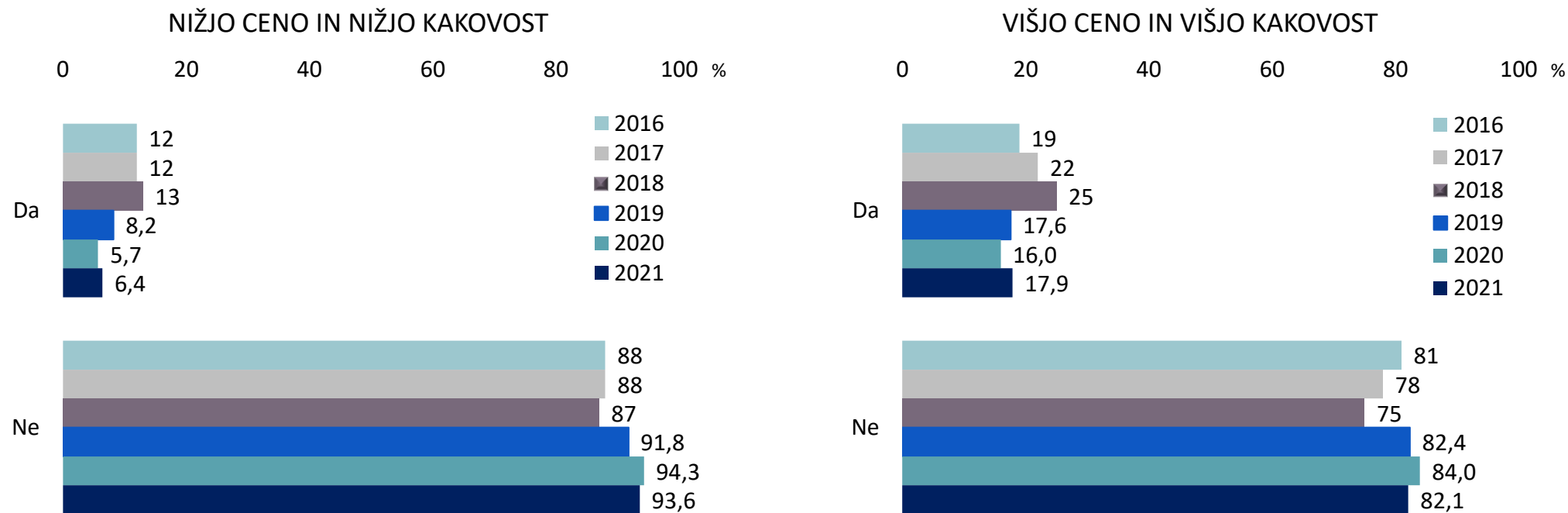
Glavni dejavnik, ki bi lahko vplival na zamenjavo izvajalca poštних storitev je cena, kar je navedla četrtna anketiranih (24,3 %), s precej nižjim deležem navedb sledita dostopnost in kakovost – oba dejavnika s slabo desetino navedb.

V zadnjih treh raziskavah se je povečal delež tistih, ki Pošte Slovenije, kot izvajalca poštних storitev, ne bi zamenjali, delež teh je polovica (51,8 %).

Pod drugo je so navedli: čas dostave, hitra obdelava stranke

Ali bi bili pripravljeni zamenjati ponudnika poštних storitev v primeru, da bi ponudil:

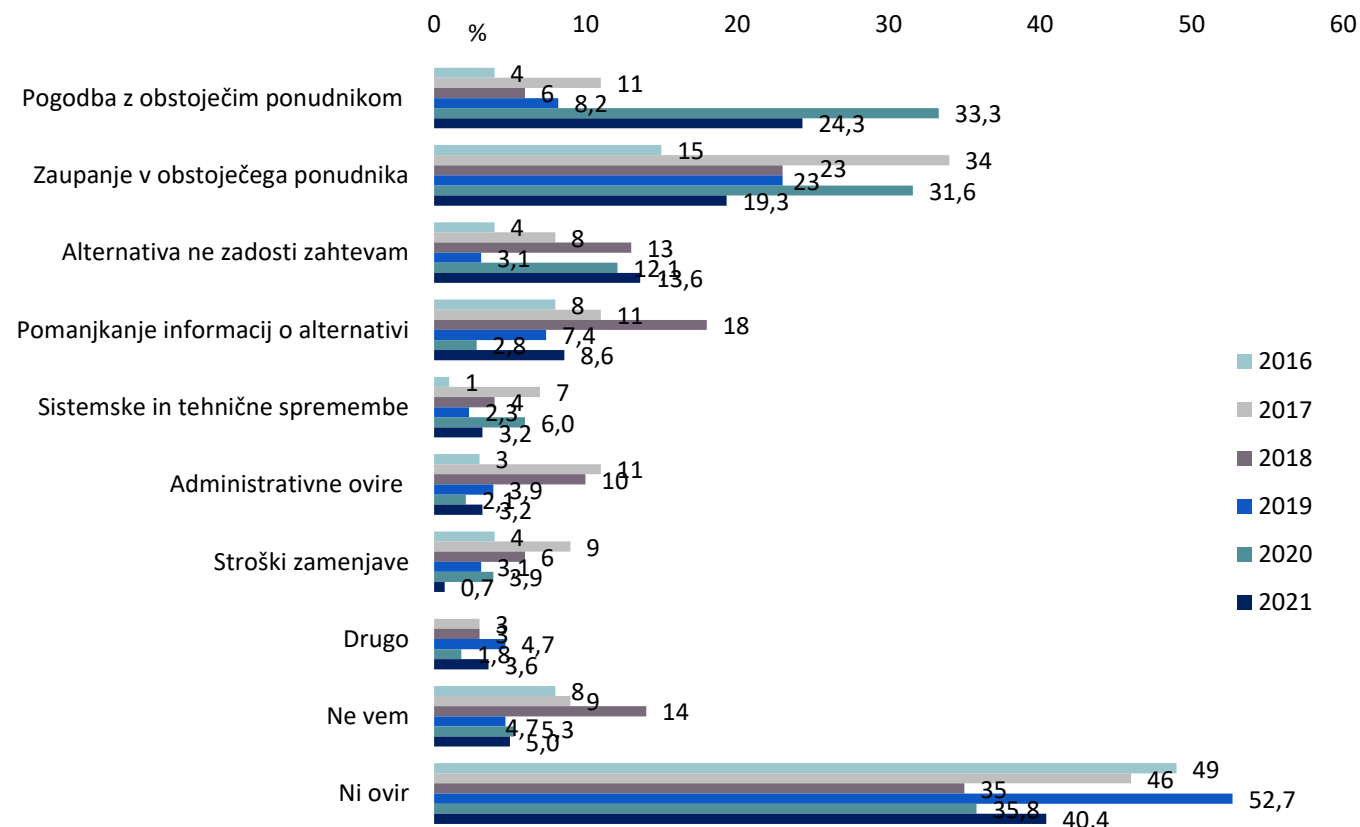
(Odgovarjajo tisti, ki uporabljajo storitve Pošte Slovenije; n=280)



Za menjavo ponudnika poštних storitev bi se jih več odločilo v primeru višje cene za višjo kakovost (17,9 %), kot nižje cene za nižjo kakovost (6,4 %). Velika večina podjetij pa se za menjavo ne bi odločila.

Kje vidite ovire za zamenjavo obstoječega ponudnika poštних storitev, torej Pošte Slovenije?

(Odgovarjajo tisti, ki uporabljajo storitve Pošte Slovenije, več možnih odgovorov; n=280)



Štiri desetine vprašanih (40,4 %) menijo, da ni ovir za zamenjavo ponudnika poštних storitev, najvišji delež pa meni, da ponudnika ne bi menjali zaradi obstoječe pogodbe (24,3 %) in zaupanja v obstoječega ponudnika (19,3 %). Oba dejavnika je v tokratni raziskavi navedel precej nižji delež anketiranih, kot v predhodni raziskavi, smo pa za pogodbo z obstoječim ponudnikom že drugič zabeležili višji delež odgovorov, kot za zaupanje v obstoječega ponudnika.

Pod drugo so navedli: ni konkurentov (2x), cena storitev, čas dostave, delovni čas, dostopnost alternative, kvaliteta storitev in cena, monopol, monopol za prednostne pošiljke, nezadovoljstvo

Zakaj vaš glavni izvajalec poštnih storitev ni Pošta Slovenije?

Dobesedne navedbe.

(Odgovarjajo tisti, ki ne uporabljajo storitev Pošte Slovenije, več možnih odgovorov; n=24)

Navedba	Število navedb
HITROST	13
CENA	5
FLEKSIBILNOST	2
PRENOS PAKETOV	2
UGODEN PAKET STORITEV	1
MEDNARODNI PROMET	1
POGOJI SO BOLJŠI, PRIDEJO ISKAT, SLEDLJIVOST PREK INTERNETA	1
ČASOVNA RAZPOLOŽLJIVOST	1
ZANESLJIVOST	1
ZAUPANJE	1
NE VEM	2

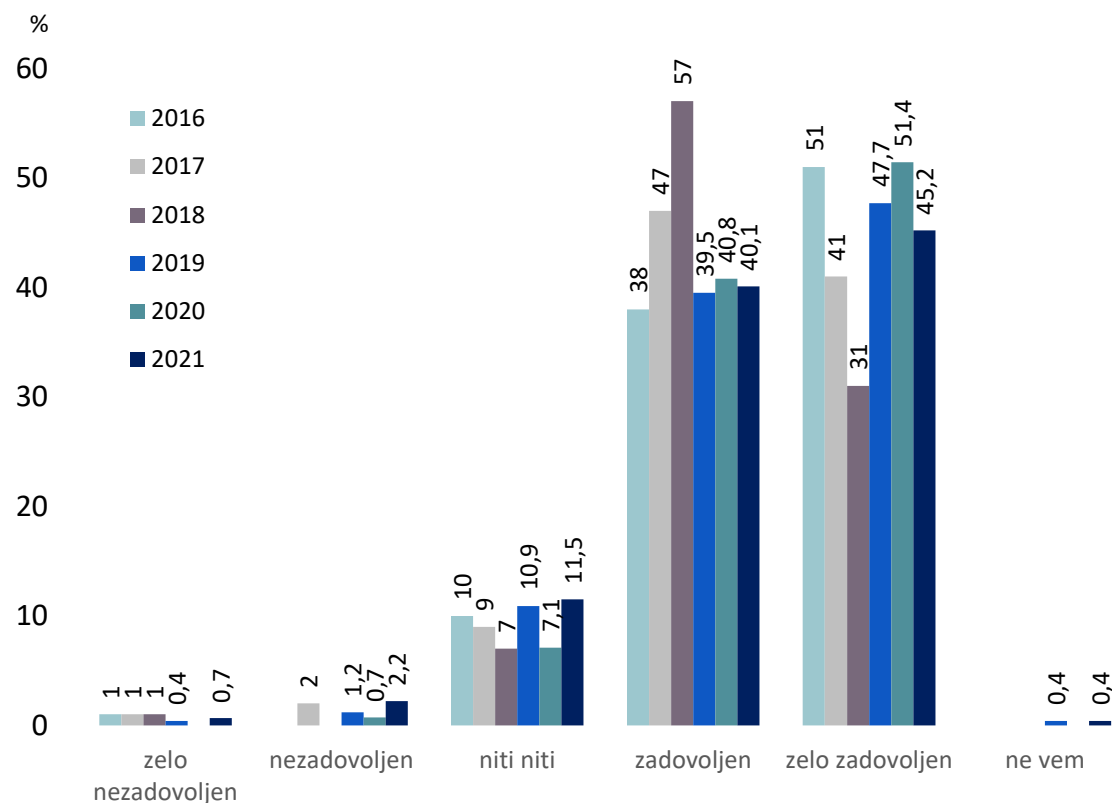


Zadovoljstvo s poštnimi
storitvami

Kako ste zadovoljni s storitvami Pošte Slovenije?

1/2

(Odgovarjajo tisti, ki uporabljajo storitve Pošte Slovenije; n=280)



Delež zadovoljnih in zelo zadovoljnih s storitvami Pošte Slovenije je 85,3 %, povprečna ocena pa 4,27, pri čemer so v povprečju najbolj zadovoljni v velikih podjetjih. V zadnjih treh raziskavah se je na račun zadovoljnih (ocena 4), povečal delež tistih, ki so s storitvami Pošte Slovenije zelo zadovoljni (ocena 5).

V letošnji raziskavi smo zabeležili osem anketirancev, ki so nezadovoljni s storitvami Pošte Slovenije, kot razlog nezadovoljstva so navedli hitrost prenosa (4x), prekratek delovni čas pošte (3x) in odnos uslužbencev do strank.

Kako ste zadovoljni s storitvami Pošte Slovenije?

2/2

(Odgovarjajo tisti, ki uporabljajo storitve Pošte Slovenije; n=280)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Povprečna ocena zadovoljstva	4,4	4,3	4,2	4,33	4,43	4,27
Mala podjetja	4,3	4,2	4,0	4,27	4,43	4,26
Srednja podjetja	4,5	4,4	4,3	4,43	4,47	4,28
Velika podjetja	4,4	4,4	4,3	4,47	4,34	4,32

Kako ste zadovoljni s storitvami izvajalca poštних storitev, preko katerega ste v zadnjem letu opravili največ prenosov?

(n=304)

Podatek za 2021.

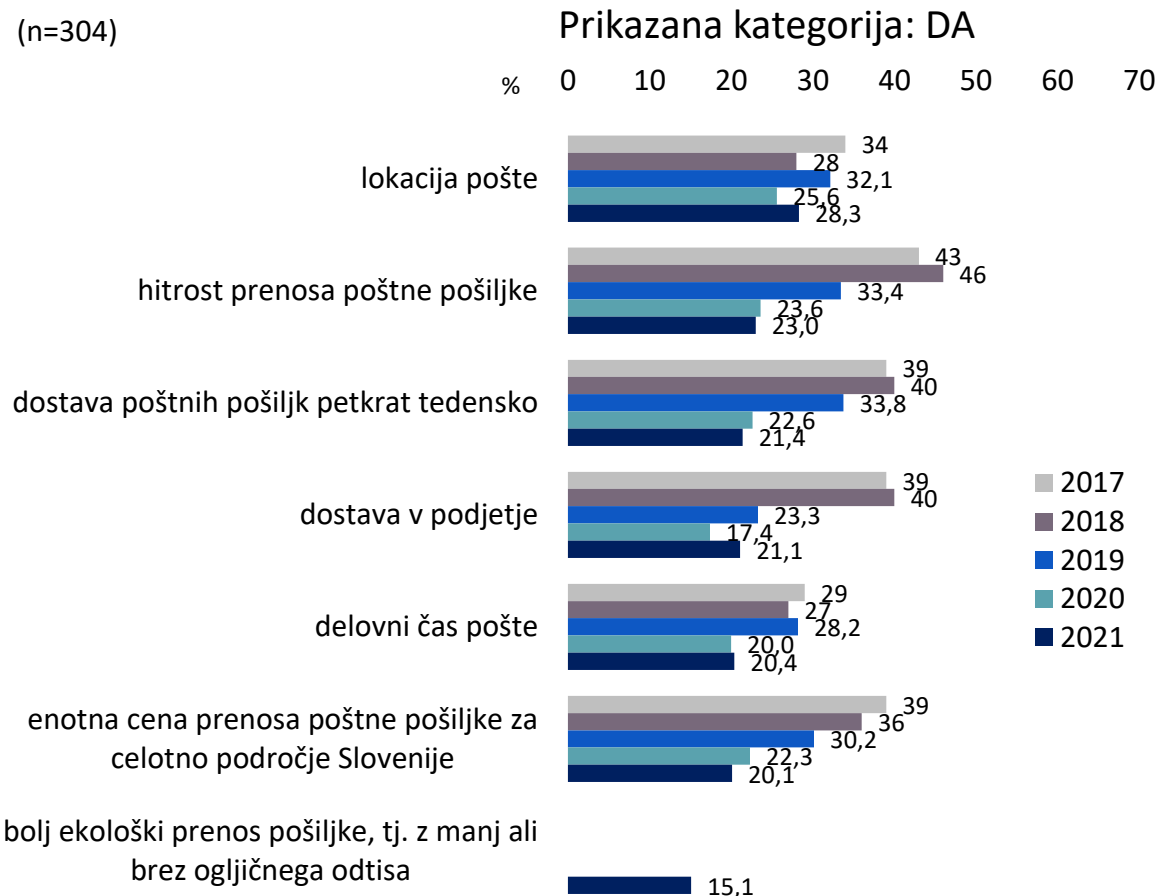
Podatki so zaradi nizkih numerusov zgolj ilustrativni.

	št. ocen	Povprečje
DHL Ekspres (Slovenija), d.o.o.	8	4,88
DPD d.o.o.	3	4,33
EPPS, d.o.o.	1	5,00
GENERAL LOGISTICS SYSTEMS d.o.o.	4	4,00
GOLD EKSPRES d.o.o.	1	5,00
HITRA POŠTA d.o.o.	1	5,00
POŠTA SLOVENIJE d.o.o.	280	4,27
TNT Express Worldwide, d.o.o.	2	4,50



Ohranitev poštnih storitev

Ali bi bili pripravljeni plačati višjo ceno poštних storitev, da se ohrani:



Največ anketirancev je pripravljenih plačati več, da se ohrani lokacija pošte (28,3 %), s približno enakimi deleži sledijo hitrost prenosa (23,0 %), dostava poštних pošiljk petkrat tedensko (21,4 %), dostava v podjetje (21,1 %), delovni čas pošte (20,4 %) in enotna cena prenosa pošiljke po Sloveniji (20,4 %). Za bolj ekološki prenos pošiljke, dejavnik smo v letošnji raziskavi stestirali prvič – je 15,1 % anketirancev pripravljenih plačati višjo ceno.

V povprečju se deleži tistih, ki bi bili pripravljeni plačati višjo ceno, v času zmanjšujejo.

Koliko odstotkov višjo ceno ste pripravljeni plačati, da se ohrani:

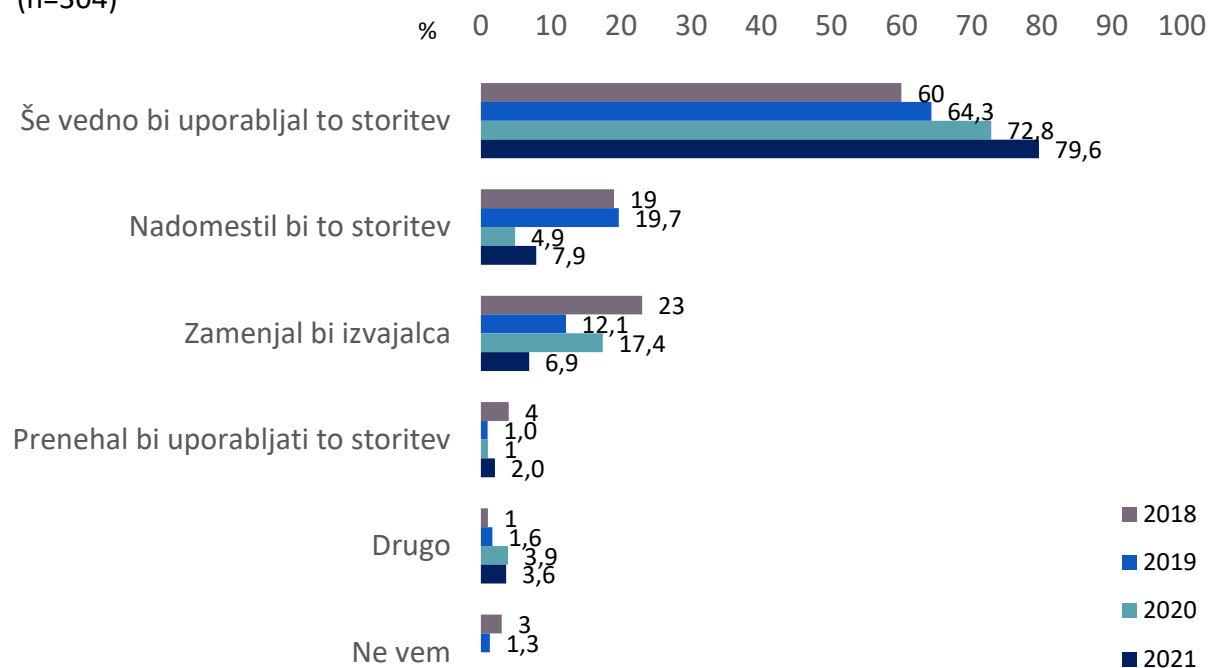
(Odgovarjajo tisti, ki bi bili pripravljeni plačati višjo ceno.)

Navedene so povprečne vrednosti.

	2017	2018	2019	2020	2021
lokacija pošte (n=85)	7,8 %	6,8 %	4,6 %	5,5 %	7,3 %
hitrost prenosa poštne pošiljke (n=69)	6,2 %	7,0 %	4,1 %	4,7 %	5,9 %
dostava poštnih pošiljk petkrat tedensko (n=63)	5,8 %	6,8 %	4,2 %	4,7 %	6,4 %
dostava v podjetje (n=63)	6,0 %	6,4 %	4,2 %	5,3 %	5,5 %
delovni čas pošte (n=61)	7,3 %	7,3 %	4,7 %	5,4 %	8,2 %
enotna cena prenosa poštne pošiljke za celotno področje Slovenije (n=59)	6,4 %	6,1 %	4,6 %	4,6 %	6,8 %
bolj ekološki prenos pošiljke (n=45)	7,1 %	7,2 %	6,1 %	6,1 %	6,4 %

Kaj bi naredili, če bi se povišala cena pisma za 5 do 10 %?

(n=304)



Pod drugo so navedli: več po elektronski pošti (5x), ni v mojih rokah, zmanjšal obseg pošiljanja pošiljk, ne vem (4x)

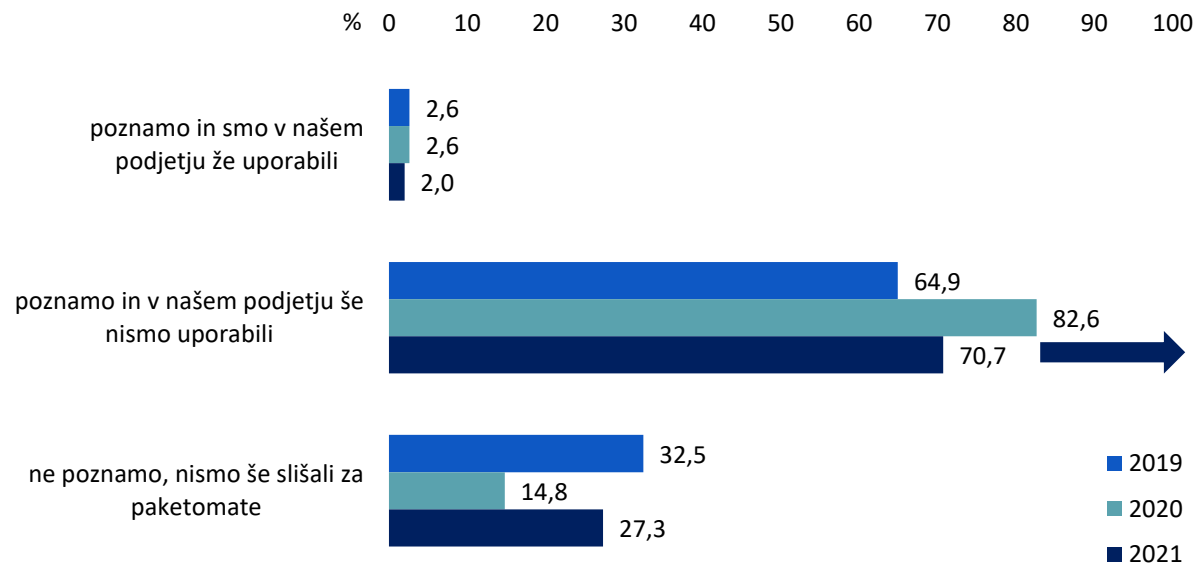
V času se povečuje delež tistih, ki bi še vedno uporabljali storitev, tudi če bi se cena pisma povišala za 5 do 10 %. V tokratni raziskavi je takšnih osem desetlin (79,6 %), manjša pa se delež tistih, ki bi v primeru povišanja cene zamenjali izvajalca (6,9 %).



Poznavanje in uporaba paketomатов, paketnih trgovin in paketnikov

Ali poznate paketomate, samopostrežne avtomate, kjer lahko sami prevzamete ali oddajate svoje pošiljke?

(n=304)



Paketomate poznajo slabe tri četrtine (72,7 %) anketirancev, uporabnikov pa je 2,0 %. Dobra četrtina za paketomate še ni slišala (27,3 %), kar je višji delež kot v predhodni raziskavi.

Zakaj še nikoli niste uporabili paketomata?

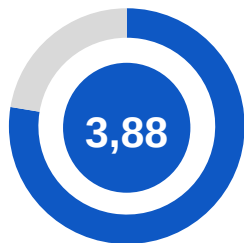
(n=215; podatek 2021)

nimamo posebnega razloga oziroma ne vem	88,8 %
lokacija je neprimerna	6,0 %
domnevamo, da je preveč zapleteno	2,2 %
smo poskusili uporabiti, a je preveč zapleteno	1,9 %
ni potrebe	0,6 %
cena je previsoka	0,5 %

V kolikšni meri ste bili zadovoljni z uporabo paketomata? Ali boste to možnost uporabili tudi v prihodnje?

(Odgovarjajo tisti, ki poznajo in uporabljajo paketomate (n=6))

Zadovoljstvo (podatek 2021)	
1 - zelo nezadovoljen	-
2 - nezadovoljen	1 x
3 - niti niti	-
4 - zadovoljen	1 x
5 - zelo zadovoljen	4 x



Povprečna ocena 2019



Povprečna ocena 2020



Povprečna ocena 2021

Podatki so zaradi nizkih numerusov zgolj ilustrativni.

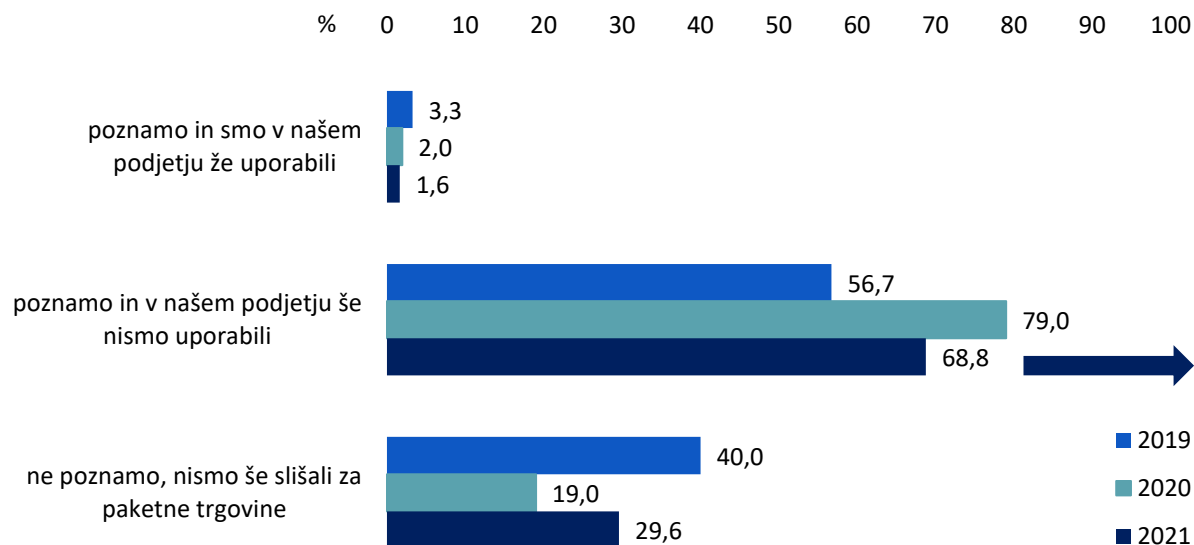
Uporaba v prihodnje (podatek 2021)	
bomo še uporabili	5 x
ne bomo več uporabili	1 x

Opis uporabniške izkušnje (kratak opis uporabe, vsečni in moteči elementi; podatek 2021):

- Enostavnost uporabe (3 x)
- Neodvisnost od časa prevzema
- Nič posebnega
- Smo samo tam pustili

Ali poznate paketne trgovine na primer na bencinskem servisu ali v trafiki, kjer lahko prevzamete ali oddajate svoje pošiljke?

(n=304)



Paketne trgovine pozna sedem desetih anketirancev (70,4 %), uporabnikov pa je 1,6 %. Za paketne trgovine še ni slišalo 29,6 % vprašanih, kar je višji delež kot v predhodni raziskavi.

Zakaj še nikoli niste uporabili paketne trgovine?

(n=209; podatek 2021)

nimamo posebnega razloga oziroma ne vem	95,1 %
lokacija je neprimerna	3,3 %
domnevamo, da je preveč zapleteno	0,8 %
smo poskusili uporabiti, a je preveč zapleteno	0,5 %
ni potrebe	0,3 %

V kolikšni meri ste bili zadovoljni z uporabo paketne trgovine? Ali boste to možnost uporabili tudi v prihodnje?

(Odgovarjajo tisti, ki poznajo in uporabljajo paketomate (n=5))

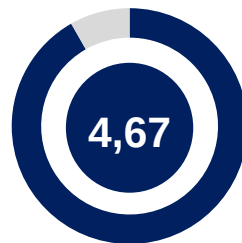
Zadovoljstvo (podatek 2021)	
1 - zelo nezadovoljen	-
2 - nezadovoljen	1 x
3 - niti niti	-
4 - zadovoljen	1 x
5 - zelo zadovoljen	1 x
ne vem	2 x



Povprečna ocena 2019



Povprečna ocena 2020



Povprečna ocena 2021

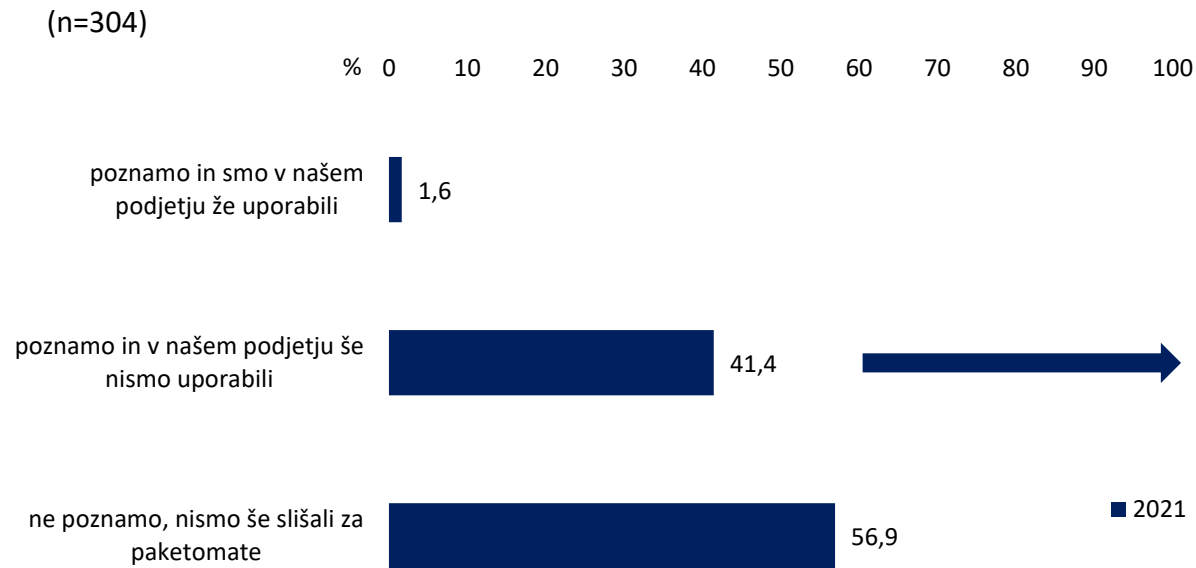
Podatki so zaradi nizkih numerusov zgolj ilustrativni.

Uporaba v prihodnje (podatek 2021)	
bomo še uporabili	3 x
ne bomo več uporabili	1 x
ne vem	1 x

Opis uporabniške izkušnje (kratak opis uporabe, vsečni in moteči elementi; podatek 2021):

- Enostavna uporaba (2 x)
- Na Petrolu niso našli paketa, čeprav je bil tam
- Ni izkušenj
- Točnost in zaupanje

Ali poznate paketnike, predalčnike, ki omogočajo 24/7 brezstični prevzem pošiljke?



Zakaj še nikoli niste uporabili paketnikov?

(n=126; podatek 2021)

nimamo posebnega razloga oziroma ne vem	95,7
lokacija je neprimerna	2,4
cena je previsoka	0,8
smo poskusili uporabiti, a je preveč zapleteno	0,8
ni potrebe	0,3

Paketnike pozna slaba polovica (43,1 %) anketirancev, uporabnikov pa je 1,6 %.
Štiri desetine za paketnike še niso slišale (41,4 %).

V kolikšni meri ste bili zadovoljni z uporabo paketnikov? Ali boste to možnost uporabili tudi v prihodnje?

(Odgovarjajo tisti, ki poznajo in uporabljajo paketnike (n=5))

Zadovoljstvo (podatek 2021)	
1 - zelo nezadovoljen	-
2 - nezadovoljen	-
3 - niti niti	-
4 - zadovoljen	-
5 - zelo zadovoljen	5 x



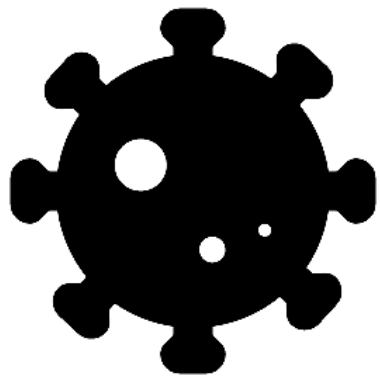
Povprečna ocena 2021

Podatki so zaradi nizkih numerusov zgolj ilustrativni.

Uporaba v prihodnje (podatek 2021)	
bomo še uporabili	5 x

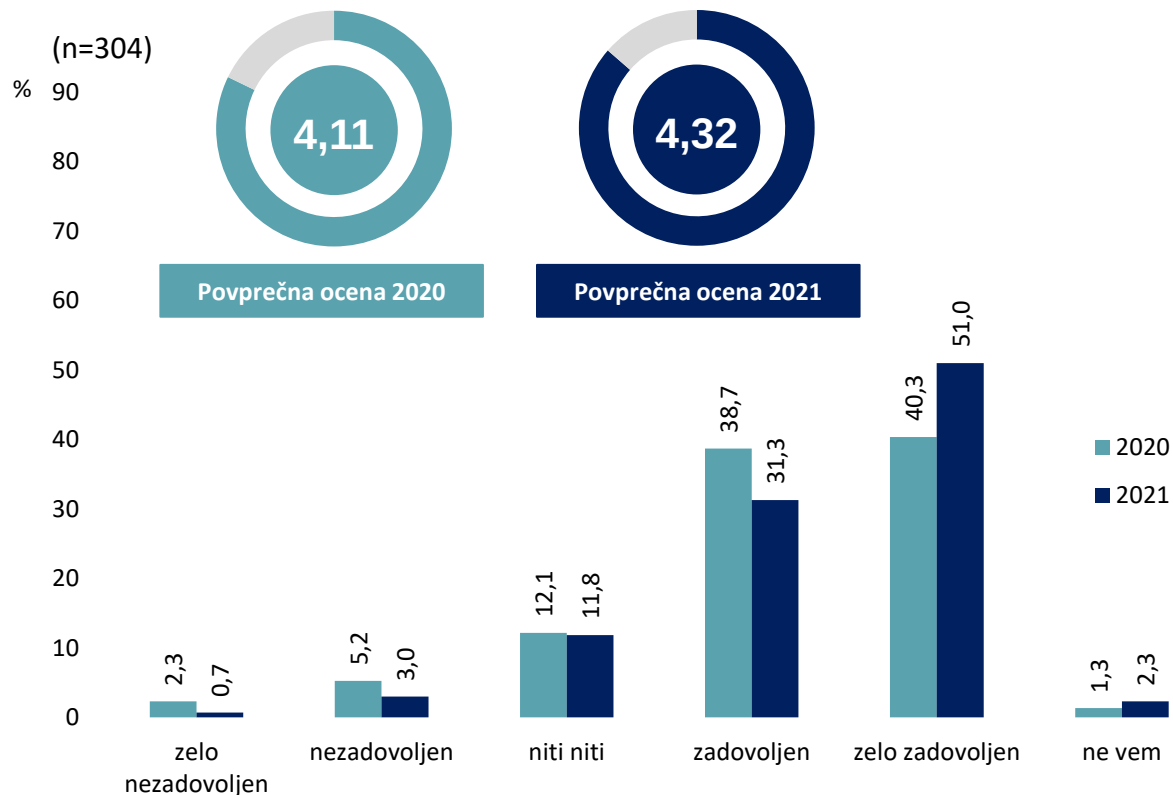
Opis uporabniške izkušnje (kratek opis uporabe, vsečni in moteči elementi; podatek 2021):

- Ekonomija časa in poti
- Vse OK
- Nič posebnega (3 x)



Poštne storitve v posebnih
razmerah po pojavu
koronavirusa

Kako bi ocenili svoje zadovoljstvo s prilagoditvami poštних izvajalcev in izvajanjem poštних storitev v posebnih razmerah v času po pojavu koronavirusa?



Opredelite svoje nezadovoljstvo, kaj vas je motilo? (n=11; podatek 2021)	
omejen dostop	10 x
zaprta pošta	3 x
prilagojen (skrajšan) delovni čas pošt	3 x
dostava pošiljk manj kot 5x v tednu	3 x
vročanje priporočenih pošiljk v nabiralnik brez podpisa	1 x
drugo	2 x

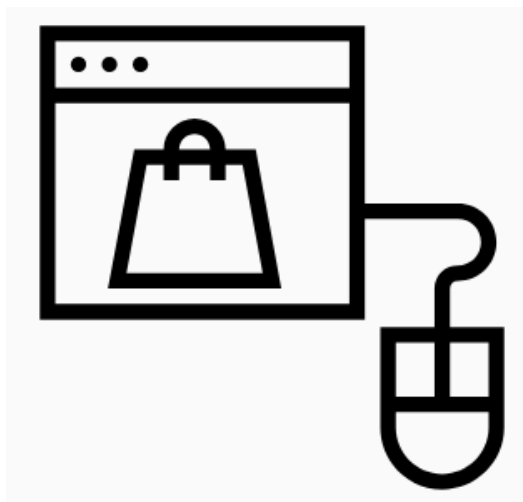
Pod drugo so navedli: plačilo dodatka za hitro dostavo, vrste pred okenci (1 do 2 uri)

Več kot osem desetlin anketirancev (82,3 %) je zelo zadovoljnih ali zadovoljnih s prilagoditvami pošt in izvajanjem poštних storitev v času po pojavu koronavirusa, delež nezadovoljnih je nizek (3,7 %). V povprečju je zadovoljstvo višje kot v predhodni raziskavi, povprečna ocena zadovoljstva je 4,32.

Ali ste v času epidemije zaznali kakšno dobro prakso, ki bi jo želeli ohraniti tudi po koncu epidemije? - **dobesedne navedbe**

(n=304)

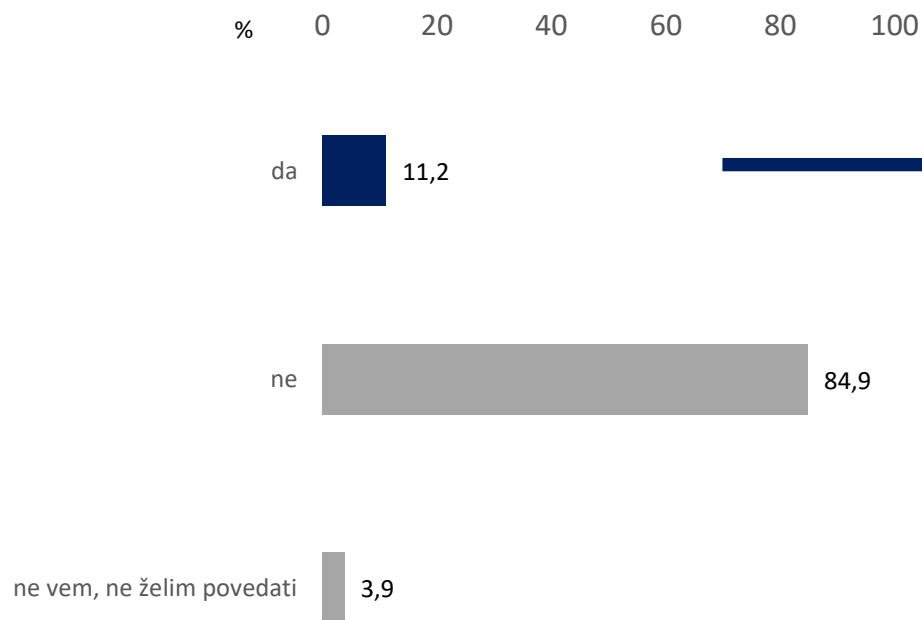
Navedba	Število navedb
NOBENE, NE VEM	281
BREZSTIČNO POSLOVANJE	9
MANJ GNEČE	4
POKLIČEJO PRED DOSTAVO	3
TOČNOST	3
DOSTAVA, KI SE JE ZMANJŠALA IZ 5x NA 3x	1
MANJ GOTOVINE V OBTOKU	1
NI POTREBNO PODPISOVATI	1
V ČAKALNEM PROSTORU NI VELIKO LJUDI, DISTANCA, MOŽNOST OSEBNEGA PROSTORA	1



Spletni nakupi po 1. juliju

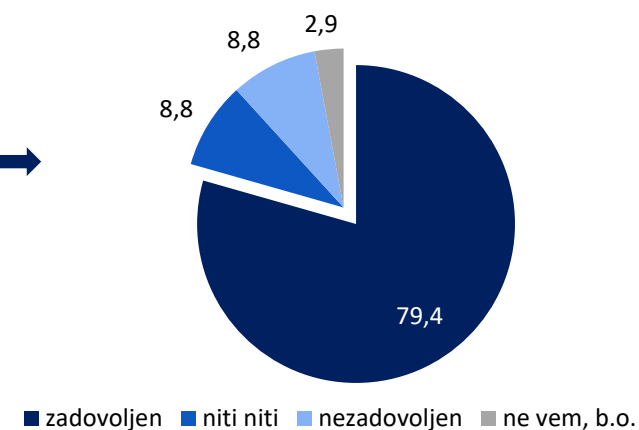
Ali ste po 1. juliju 2021 opravili spletni nakup in prejeli pošiljko iz 3. države?

(n=304)



2021

Kako ste bili zadovoljni z izkušnjo? (n=34)



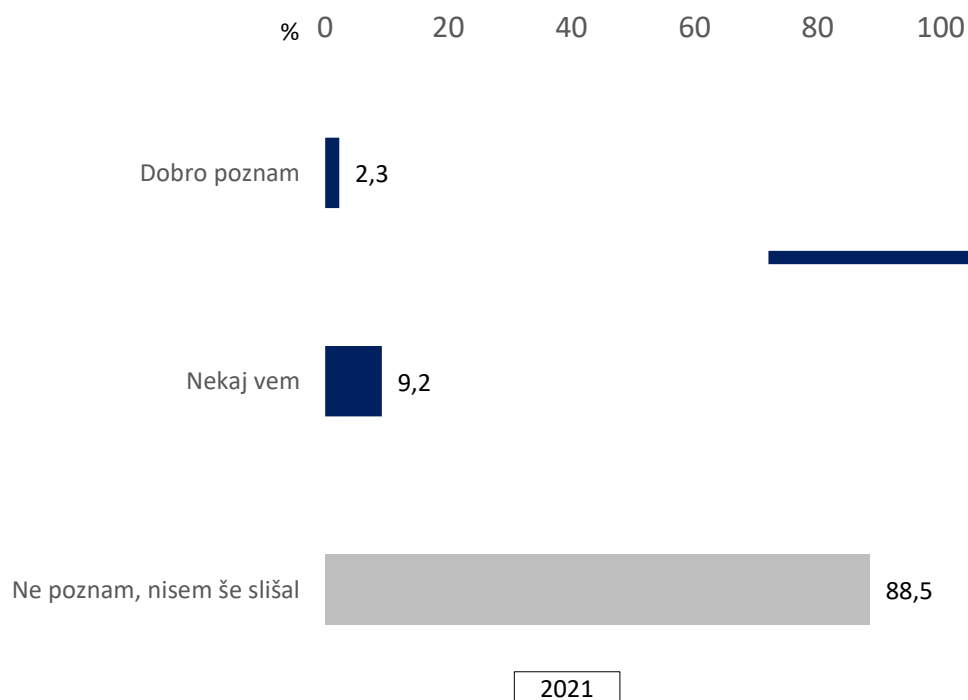
Dobra desetina (11,2 %) anketirancev je po 1. juliju 2021 opravila spletni nakup in prejela pošiljko iz 3. države, večina (79,4 %) je svojo uporabniško izkušnjo ocenila kot zadovoljivo. Trije anketiranci, ki so bili nezadovoljni, so kot razlog navedli zaplete z uvoznim postopkom (2x) in skrite stroške nakupa.



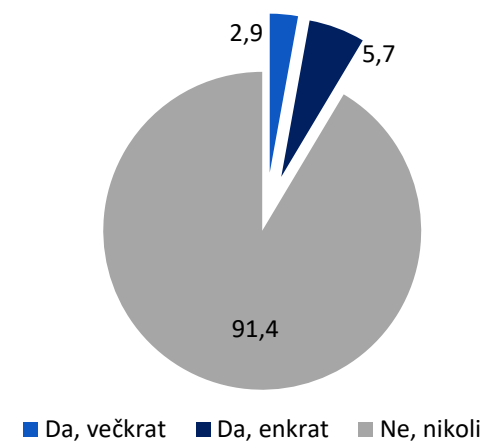
Poznavanje agencije na področju poštnih storitev AKOS

Ali poznate pristojnosti agencije na področju poštnih storitev AKOS?

(n=304)



Ali ste se že kdaj obrnili na agencijo? (n=35)



Dobra desetina (11,5 %) anketirancev pozna pristojnosti agencije na področju poštnih storitev, med njimi je 2,3 % dobrih poznavalcev in 9,2 % takšnih, ki o agenciji nekaj vedo. Med poznavalci je 91,4 % takšnih, ki se še nikoli niso obrnili na agencijo. Trije anketiranci, ki so se že obrnili na agencijo, so svojo izkušnjo opisali: kličeš v prazno in se nihče ne oglasi, neodzivnost, ne vem.



Ninamedia d.o.o.

Parmova 41
1000 Ljubljana

e-naslov: info@ninamedia.si

telefon: +386 1 23 62 120

