

Raport z badania zapotrzebowania na usługi pocztowe

Wstęp		3
Część I		
Usługi powszechne	1.1. Znajomość operatorów pocztowych	7
	1.2. Świadomość usług powszechnych	8
	1.3. Katalog usług powszechnych	9
	1.4. Operator wyznaczony do świadczenia usług powszechnych	11
Część II		
Usługi pocztowe	2.1. Korzystanie z usług pocztowych	14
	2.2. Szczegółowe sposoby i modele korzystania z najpopularniejszych usług pocztowych	17
	2.2.1. Zwyczajny list krajowy	17
	2.2.2. Polecony list krajowy	19
	2.2.3. List zagraniczny	20
	2.2.4. Paczka pocztowa krajowa	21
	2.2.5. Paczka pocztowa zagraniczna	23
	2.2.6. Przesyłka kurierska	24
	2.2.7. Przesyłka reklamowa	26
	2.3. Składowe obowiązku świadczenia usług powszechnych – obowiązki, oczekiwania, ocena	27
	2.3.1. Dostępność usług	27
	2.3.2. Przystępność cenowa	31
	2.3.3. Jakość usług – terminowość przesyłek pocztowych	34
	2.3.4. Częstotliwość doręczeń	36
	2.4. Inne parametry jakościowe – oczekiwania, ocena	37
	2.4.1. Jakość obsługi klienta	37
	2.4.2. Sposób doręczenia	39
	2.4.3. Reklamacje	40
	2.4.4. Bezpieczeństwo	42
	2.5. Ocena operatora wyznaczonego	43
Część III		
E-usługi	3.1. Potencjalni klienci e-usług	46
	3.2. Elektroniczne Potwierdzenie Odbioru	46
	3.3. Usługi e-administracji	46
Część IV		
Wnioski		50

Celem badania¹ przeprowadzanego na zlecenie Prezesa Urzędu Komunikacji Elektronicznej² jest poznanie opinii na temat potrzeb osób i instytucji korzystających z usług pocztowych. Uzyskane informacje pozwoliły na ocenę sposobu wypełniania przez operatora wyznaczonego obowiązku zapewnienia dostępności i jakości usług powszechnych.

Poza zapotrzebowaniem na usługi powszechne badanie dotyczyło także innych zagadnień związanych ze świadczeniem usług pocztowych. W raporcie podsumowującym przeprowadzone badanie omówione są wyniki odnoszące się do świadomości klientów i katalogu usług powszechnych. Raport przedstawia modele i schematy korzystania z najpopularniejszych usług pocztowych. Ponadto w dokumencie przedstawione są parametry jakościowe usług pocztowych oraz ocena operatora wyznaczonego.

Raport został uzupełniony o dane uzyskane podczas kontroli Poczty Polskiej w zakresie zapewnienia dostępu do usług osobom niepełnosprawnym oraz rozpatrywania reklamacji usług powszechnych.

W dokumencie znalazło się również podsumowanie badania opinii publicznej dotyczącego e-usług, jako uzupełniających tradycyjne usługi pocztowe.

¹ Badanie ankietowe zostało przeprowadzone w IV kwartale 2016 r. przez Konsorcjum Millward Brown S.A. oraz DANA E Sp. z o.o. metodą wywiadu indywidualnego wspomaganego komputerowo (CAPI), na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie 1204 Polaków w wieku powyżej 18 roku życia oraz ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie 400 instytucji. Dobór próby miał charakter kwotowo – warstwowy. Dane dotyczące jakości usług i wyników kontroli zostały opracowane w I połowie 2017 r.

² Zgodnie z art. 192a ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 1489 z późn. zm.) Prezes UKE, co najmniej raz na 4 lata, przeprowadza badanie społeczne zapotrzebowania na usługi powszechne w rozumieniu ustawy z dnia 23 listopada 2012 r. – Prawo pocztowe (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1481), obejmujące w szczególności badanie środowiska technologicznego, ekonomicznego i społecznego oraz związanych z tym potrzeb korzystających z usług powszechnych oraz sposobu wypełniania przez operatora wyznaczonego obowiązku zapewnienia dostępności i jakości usług powszechnych.



Część I

Usługi powszechne



Usługi pocztowe są usługami świadczonymi w ogólnym interesie gospodarczym. Stanowią istotne narzędzie komunikacji, zapewniając korzyści społeczne. Są także ważnym elementem łączności i handlu. Zadaniem państwa jest zapewnienie użytkownikom dostępu do usługi powszechnej o odpowiedniej jakości, świadczonej w sposób ciągły na terytorium całego kraju i po przystępnych cenach.

Obowiązek ten jest realizowany poprzez określenie zakresu przedmiotowego oraz sposobu świadczenia usług powszechnych³, tj. usług podstawowych z punktu widzenia użytkowników⁴.

Dostępność usług powszechnych jest gwarantowana prawem. Sposobem na zapewnienie dostępności usług pocztowych jest wskazanie operatora wyznaczonego do świadczenia usług powszechnych. Musi on wykazać, że spełnia wszystkie określone prawem wymagania oraz daje gwarancję wywiązania się z obowiązków ustanowionych dla operatora wyznaczonego. Podstawowym obowiązkiem takiego operatora jest świadczenie usług pocztowych o charakterze powszechnym na obszarze całego kraju, utrzymanie ich niedyskryminującej, społecznie akceptowanej ceny, a także zapewnienie właściwego rozmieszczenia placówek pocztowych, umożliwiającego dostępność terytorialną do usług.

Powyższe założenia wynikają z przepisów ustawy Prawo pocztowe.

Wybór operatora zobowiązanego do świadczenia usług powszechnych dokonywany jest w drodze decyzji Prezesa UKE, na podstawie wyników przeprowadzonego konkursu.

Obecnie operatorem wyznaczonym jest Poczta Polska S.A., która na mocy decyzji Prezesa UKE zobowiązana jest do świadczenia usług powszechnych od 1 stycznia 2016 r. do 31 grudnia 2025 r.



³ Art. 45 ustawa z dnia 23 listopada 2012 r. Prawo pocztowe (t.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 1481) do usług powszechnych zalicza świadczone w obrocie krajowym i zagranicznym:

- przesyłki listowe, w tym polecone i z zadeklarowaną wartością o masie do 2 kg,
- przesyłki dla ociemniałych,
- paczki pocztowe, w tym z zadeklarowaną wartością o masie do 10 kg,
- paczki pocztowe nadesłane z zagranicy do 20 kg

⁴ Art. 46 Prawa pocztowego:

1. Do świadczenia usług powszechnych na terytorium całego kraju jest obowiązany operator wyznaczony.
2. Obowiązek, o którym mowa w ust. 1, obejmuje świadczenie usług powszechnych:
 - 1) w sposób jednolity w porównywalnych warunkach;
 - 2) przy zapewnieniu na terytorium całego kraju rozmieszczenia:
 - a) placówek pocztowych operatora wyznaczonego;
 - b) nadawczych skrzynek pocztowych odpowiedniego do zapotrzebowania na danym terenie;
 - 3) z zachowaniem wskaźników czasu przebiegu przesyłek pocztowych;
 - 4) po przystępnych cenach;
 - 5) z częstotliwością zapewniającą co najmniej jedno opróżnienie nadawczej skrzynki pocztowej i doręczanie przesyłek pocztowych, co najmniej w każdy dzień roboczy i nie mniej niż przez 5 dni w tygodniu z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy;
 - 6) w sposób umożliwiający uzyskanie przez nadawcę dokumentu potwierdzającego odbiór przesyłki rejestrowanej.

1.1. Znajomość operatorów pocztowych

Najbardziej rozpoznawalnym wśród użytkowników operatorem pocztowym jest Poczta Polska. 98,2% klientów indywidualnych przyznało w badaniu, że zna tego operatora. Drugim w kolejności najczęściej wymienianym operatorem pocztowym jest firma kurierska DHL. Wskazało ją 12,9% respondentów. Niewiele mniejszy odsetek ankietowanych wymienił firmy DPD (10,8%) oraz InPost (10,6%).

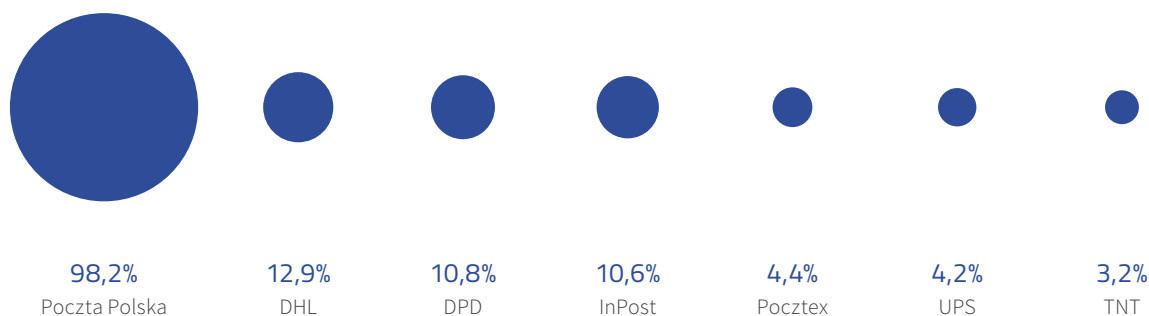
Poczta Polska jest także operatorem, z którego najczęściej korzystają użytkownicy usług pocztowych. 88,9% klientów instytucjonalnych przyznało, że to właśnie z usług tego operatora korzysta najczęściej. Tylko niewiele ponad jedna dziesiąta badanych (11,1%) przyznała, że korzysta z usług innych operatorów.

Także zdecydowana większość klientów indywidualnych (96,2%) wskazała na Pocztę Polską jako na operatora, z którego korzysta. Respondenci indywidualni wskazywali ponadto, że korzystają z usług DPD (9,4% wskazań), DHL (8,9%), InPost (5,7%), Pocztex (1,8% – usługa przesyłki kurierskiej świadczona przez Pocztę Polską), UPS (1,7%), TNT (1,5%).

Wykres 1.

Znajomość operatorów świadczących usługi pocztowe – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

Jakich operatorów pocztowych Pan/Pani zna?



Źródło: UKE

1.2. Świadomość usług powszechnych

Prawne gwarantowanie dostępu do podstawowych usług pocztowych jest według większości badanych dobrym rozwiązaniem. Takiej oceny dokonało 75,6% klientów instytucjonalnych.

W przypadku użytkowników indywidualnych 68,7% oceniło gwarantowanie dostępu do podstawowych usług pocztowych jako dobre rozwiązanie.

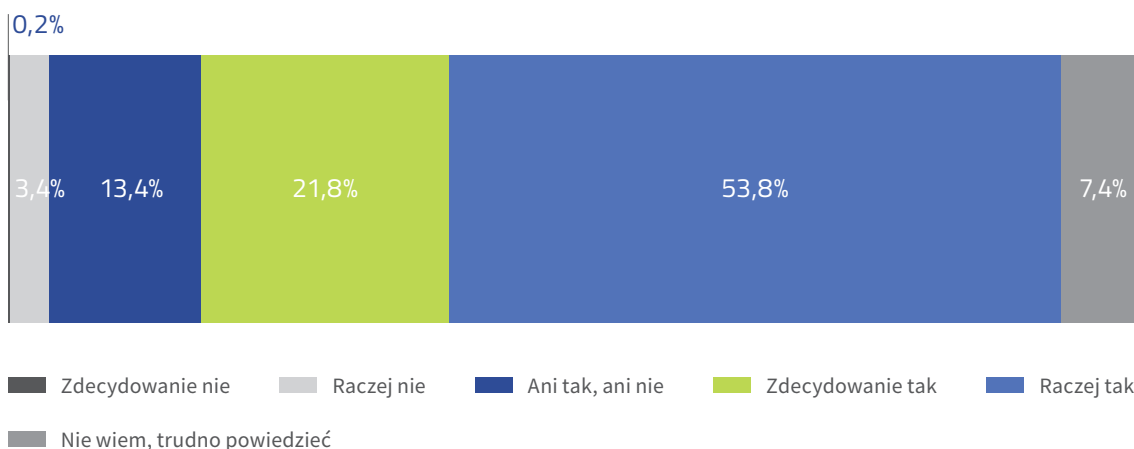
Wyniki badania wskazują, że pomimo pozytywnego nastawienia do koncepcji gwarantowanych usług pocztowych, zdecydowana większość użytkowników nie zna terminu prawnego „pocztowe usługi powszechne”.

Pojęcie to znane było jedynie 8,2% klientów indywidualnych oraz 28,7% użytkowników instytucjonalnych. Jednocześnie aż 84,5% użytkowników indywidualnych i 59% instytucji nie słyszało o „pocztowych usługach powszechnych”.

Wykres 2.

Odniesienie do gwarantowania dostępu do usług powszechnych – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.

Czy z perspektywy instytucji prawnej gwarantowanie dostępu do podstawowych usług pocztowych jest dobrym rozwiązaniem?

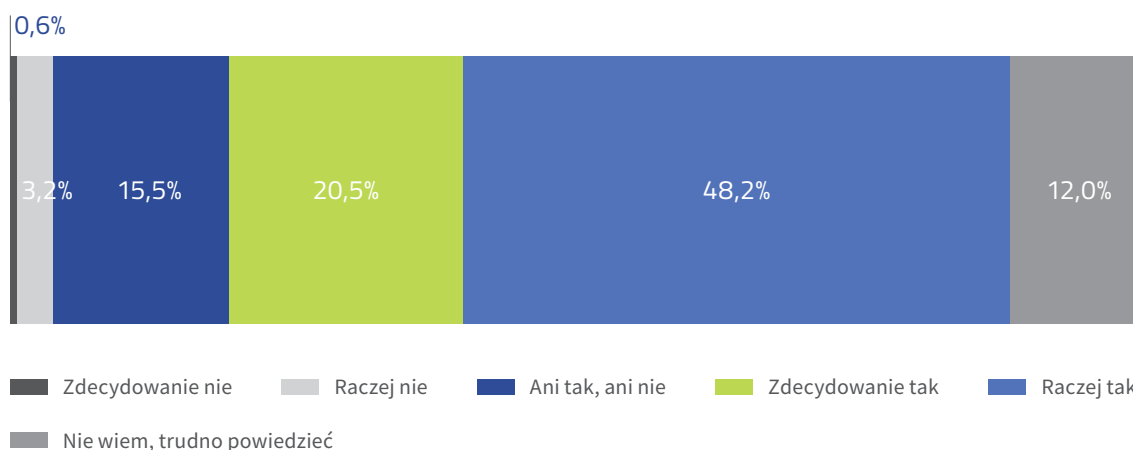


Źródło: UKE

Wykres 3.

Odniesienie do gwarantowania dostępu do usług powszechnych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.

Czy Pani/Pana zdaniem prawne gwarantowanie społeczeństwu dostępu do podstawowych usług pocztowych jest dobrym rozwiązaniem?



Źródło: UKE

1.3. Katalog usług powszechnych

Katalog usług powszechnych tworzą:

- przesyłki listowe świadczone w obrocie krajowym i zagranicznym, w tym polecone i z zadeklarowaną wartością, o masie do 2 kg,
- przesyłki dla ociemniałych,
- paczki pocztowe, w tym z zadeklarowaną wartością, o masie do 10 kg, paczki pocztowe nadesłane z zagranicy do 20 kg
- worki M⁵.

Tak określony zakres usług powszechnych został oceniony przez większość uczestników badania jako wystarczający. Tego zdania było 61,8% klientów indywidualnych i 71,9% instytucjonalnych.

W opinii użytkowników indywidualnych katalog usług powszechnych powinien zawierać: zwykły list krajowy, polecony list krajowy, paczkę pocztową krajową, list zagraniczny, przesyłki dla osób ociemniałych, paczkę pocztową zagraniczną.

Jednocześnie aż 38,6% uznało, że do katalogu powinna zostać włączona przesyłka kurierska (usługa, która obecnie do niego nie należy). Ponadto wśród odpowiedzi pojawiły się: przekaz pocztowy, papierowe potwierdzenie odbioru przesyłki poleconej, przesyłka hybrydowa⁶, przesyłka hybrydowa odwrócona⁷.

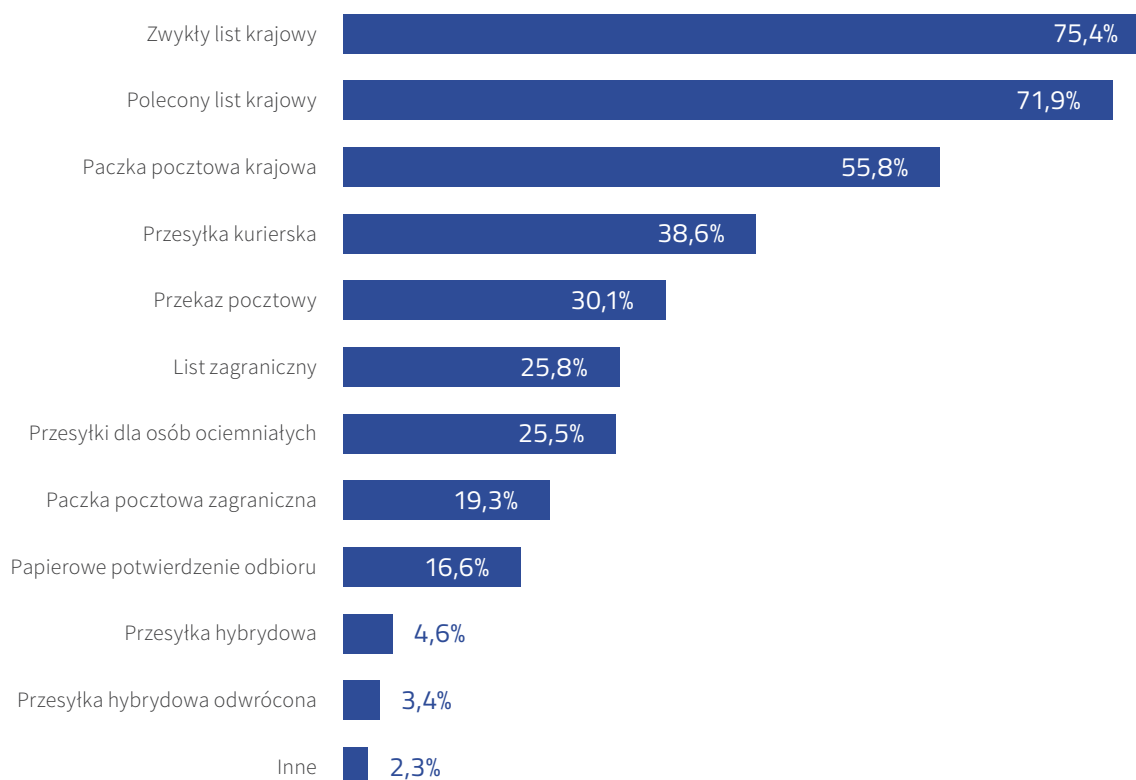
⁵ Por. art. 45 ust. 1 Prawa pocztowego; przepisy Światowej Konwencji Pocztowej (Dz. U. z 2015 r. poz. 1522).

⁶ Przesyłka hybrydowa to przesyłka przyjmowana w formie elektronicznej, drukowana i pakowana przez operatora pocztowego, a następnie wysyłana w formie tradycyjnego listu.

⁷ Przesyłka hybrydowa odwrócona jest to przesyłka przyjmowana w formie papierowej wysyłana przez operatora pocztowego w formie listu elektronicznego.

Wykres 4.

Usługi pocztowe, które powinny znaleźć się w katalogu usług powszechnych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.



Źródło: UKE



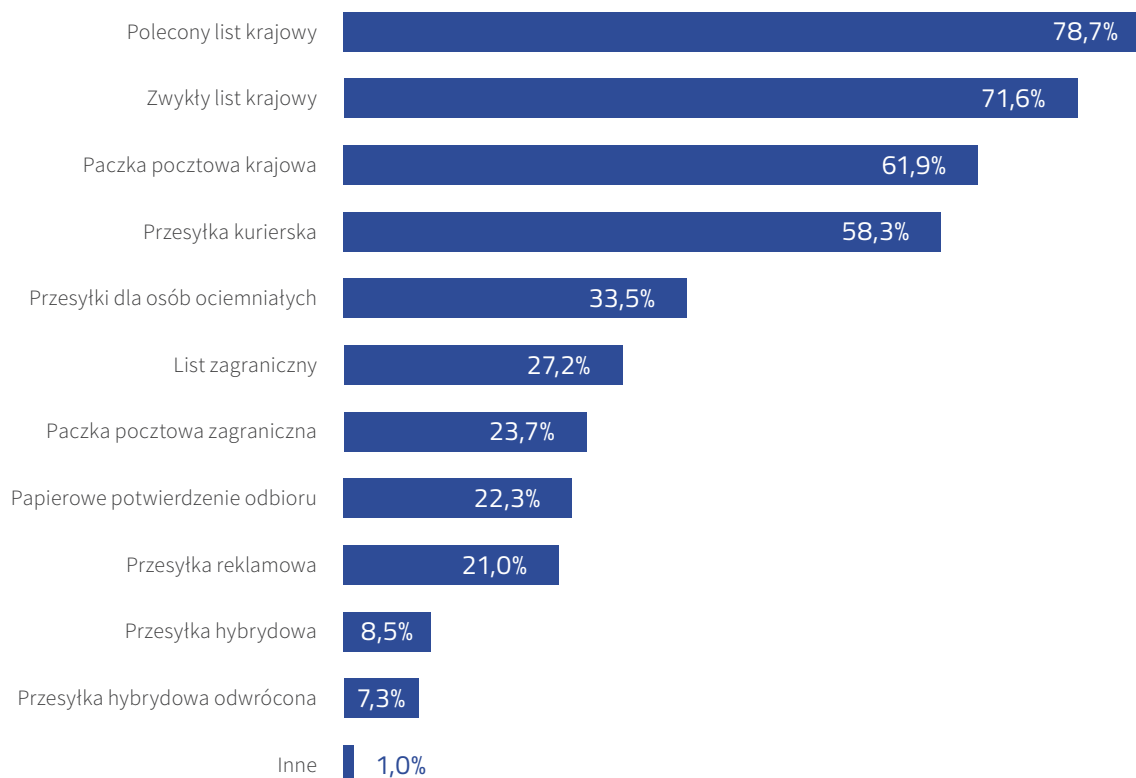
W ramach badania dotyczącego korzystania z e-usług, szerzej omówionego w dalszej części raportu, respondenci zostali zapytani również o potrzebę włączenia do katalogu usług powszechnych elektronicznego potwierdzenia odbioru⁸. Za takim rozwiązaniem opowiedziało się 41,7% klientów indywidualnych.

Wśród usług, które powinny tworzyć katalog usług powszechnych klienci instytucjonalni wymieniali najczęściej: polecony list krajowy, zwykły list krajowy oraz paczkę pocztową krajową. Znaczna liczba wskazań dotyczyła także przesyłki kurierskiej. Pozostałe usługi wy-

⁸ Elektronicznym potwierdzeniu odbioru jest to rozwiązanie zastępujące papierowe potwierdzenie odbioru. Polega ono na potwierdzeniu odbioru przesyłki za pomocą podpisu złożonego na urządzeniu elektronicznym, np. na tablecie, smartfonie.

Wykres 5.

Usługi pocztowe, które powinny znaleźć się w katalogu usług powszechnych – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.



Źródło: UKE

mienione przez respondentów to: przesyłki dla ociemniałych, list zagraniczny, paczka pocztowa zagraniczna, papierowe potwierdzenie odbioru przesyłki poleconej, przesyłka reklamowa, przesyłka hybrydowa, przesyłka hybrydowa odwrócona.

Klienci instytucjonalni zostali ponadto zapytani o potrzebę włączenia do katalogu usług powszechnych elektronicznego potwierdzenia odbioru. Za takim rozwiązaniem opowiedziało się 62,5% respondentów instytucjonalnych.

1.4. Operator wyznaczony do świadczenia usług powszechnych

Większość użytkowników indywidualnych (56,4%) uznała, że wybieranie jednego operatora zobowiązanego do świadczenia usług powszechnych jest dobrym rozwiązaniem. Podobnego zdania było 59,4% klientów instytucjonalnych. Przeciwnego zdania było jedynie 12,3% badanych indywidualnych i 13,2% instytucjonalnych.





Część II
Usługi pocztowe

W tej części Raportu omówione zostaną wyniki badania odnoszące się do:

- korzystania z usług pocztowych,
- składowych obowiązku świadczenia usług powszechnych,
- innych parametrów jakościowych,
- oceny operatora wyznaczonego.

2.1. Korzystanie z usług pocztowych

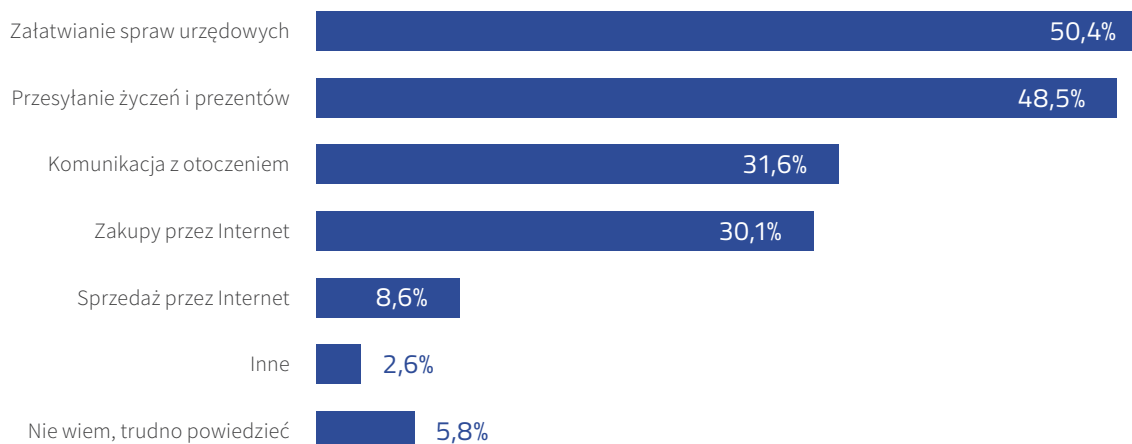
Zdecydowana większość badanych instytucji (95,7%), jak i większość klientów indywidualnych (67,4%) korzysta z usług pocztowych. Operatorem, z którego usług respondenci korzystają najczęściej jest Poczta Polska (88,9% klientów instytucjonalnych oraz 96,2% indywidualnych). Z usług operatora wyznaczonego częściej korzystają mieszkańcy wsi niż miast.

Najczęstszym powodem korzystania z usług pocztowych jest potrzeba załatwienia spraw urzędowych (tak odpowiedziało 50,4% klientów indywidualnych oraz 68,7% klientów instytucjonalnych).

Użytkownicy indywidualni wśród głównych powodów wymieniali ponadto przesyłanie życzeń i prezentów (48,5%), komunikację z otoczeniem (31,6%), zakupy przez Internet (30,1% – powód wskazywany częściej przez mieszkańców miast niż wsi) oraz sprzedaż przez Internet (8,6%).

Wykres 6.

Cele korzystania z usług pocztowych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.



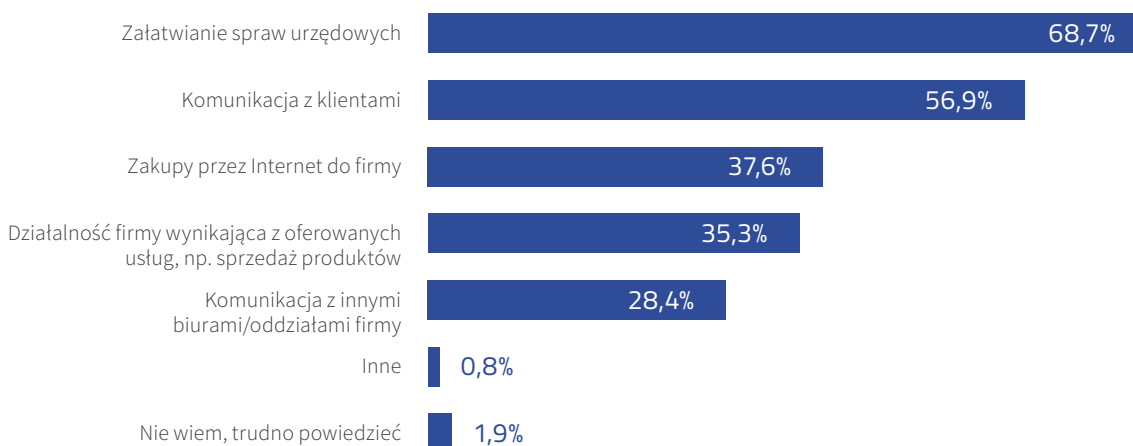
Źródło: UKE

Nieco inaczej przedstawia się lista celów wymienianych przez klientów instytucjonalnych. Obok potrzeby załatwiania spraw urzędowych są to: komunikacja z klientami (56,9%), zakupy przez Internet dla firmy (37,6%),

działalność firmy wynikająca z oferowanych usług, np. sprzedaż produktów (35,3%), komunikacja z innymi biurami/oddziałami firmy (28,4%).

Wykres 7.

Cele korzystania z usług pocztowych – odpowiedzi respondentów instytucjonalnych.



Źródło: UKE

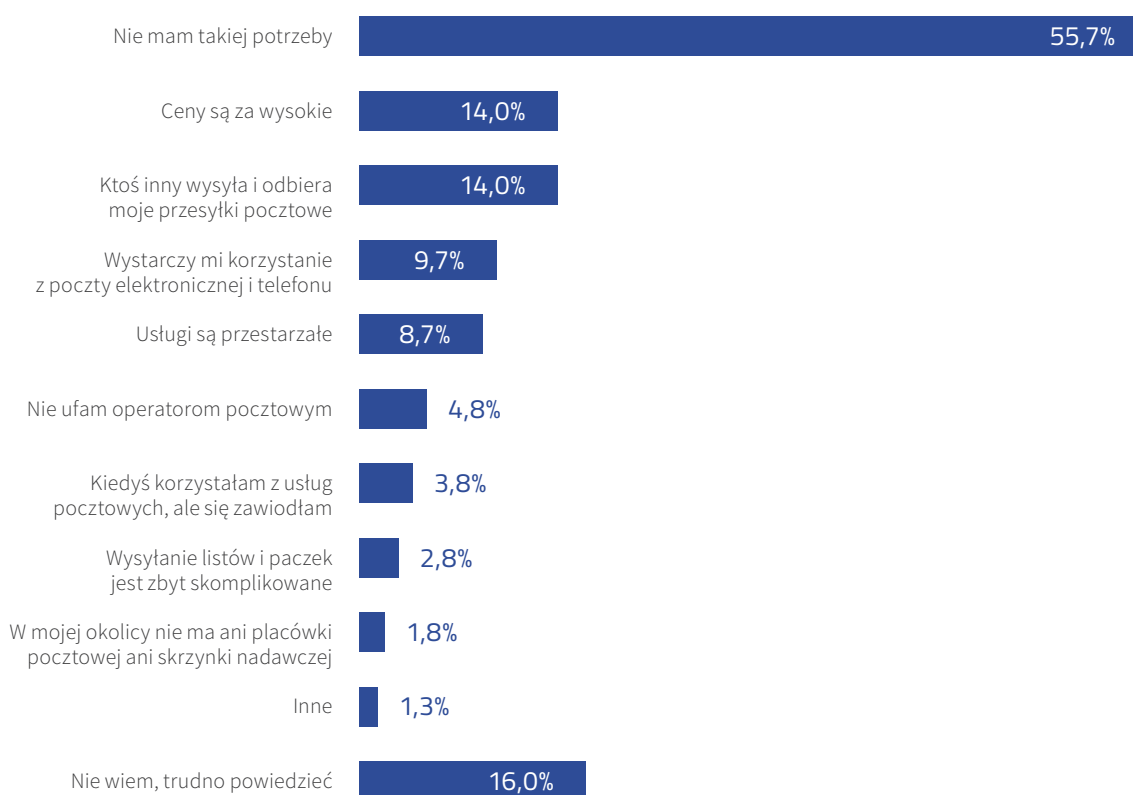


Respondenci indywidualni niekorzystający z usług pocztowych (32,6% ogółu respondentów) jako główny powód niekorzystania wskazywali brak takiej potrzeby (55,7% odpowiedzi). Wśród innych przyczyn wskazywali też m.in. zbyt wysokie ceny (14,0% wskazań), a także fakt, że wysyłają i odbierają przesyłki pocztowe za pośrednictwem innej osoby (14,0%).

Jedynie 4,3% użytkowników instytucjonalnych zadeklarowało, że nie korzysta z usług pocztowych. Wśród nich 46,9% uzasadnia to brakiem takiej potrzeby, 23,4% wskazuje, że wystarczające jest korzystanie z poczty elektronicznej i telefonu, 23,4% korzystało z usług pocztowych w przeszłości, ale jakość świadczonych usług ich rozczarowała.

Wykres 8.

Powody niekorzystania z usług pocztowych – odpowiedzi respondentów indywidualnych.



Źródło: UKE



Do usług pocztowych, z których najczęściej korzystają użytkownicy indywidualni, należą: zwykły list krajowy, polecony list krajowy, przesyłka kurierska, paczka pocztowa krajowa, list zagraniczny, paczka pocztowa zagraniczna.

Wśród instytucji najpopularniejsze są: polecony list krajowy, zwykły list krajowy, przesyłka kurierska, paczka pocztowa krajowa, przesyłka reklamowa, list zagraniczny, paczka pocztowa zagraniczna.

Do katalogu usług powszechnych należy większość najpopularniejszych usług, w tym list krajowy zwykły i polecony, list zagraniczny oraz paczka pocztowa krajowa i zagraniczna.

2.2. Szczegółowe sposoby i model korzystania z najpopularniejszych usług pocztowych

2.2.1. Zwykły list krajowy

Zwykły list krajowy⁹, stanowiący część katalogu usług powszechnych¹⁰, jest najpopularniejszą usługą pocztową wśród użytkowników indywidualnych (60,3% respondentów przyznało, że nadawało taką przesyłkę w ciągu ostatniego roku). Przesyłki takie częściej nadają mieszkańcy wsi niż mieszkańcy miast. 75,5% osób korzystających z usługi przyznało, że nadawało list zwykły kilka razy w roku. 11,2% nadaje listy zwykłe raz w miesiącu, 7,4% kilka razy w miesiącu, a 5,1% korzysta z usługi raz w roku.

Zwykły list krajowy jest również popularny wśród klientów instytucjonalnych. 70,8% przyznało, że nadawało takie przesyłki w ciągu ostatniego roku (druga najpopularniejsza usługa pocztowa w tej grupie respondentów). Spośród instytucji, które korzystały z usługi w okresie ostatniego roku, 33,8% nadawało tego rodzaju przesyłki kilka razy w miesiącu, 22,6% kilka razy w roku, 18,5% raz w miesiącu, 16,2% kilka razy w tygodniu, a 5,6% użytkowników usługi korzystało z niej codziennie.

Zwykły list krajowy jest także najczęściej odbieranym przez klientów indywidualnych rodzajem przesyłek pocztowych. 67,4% odbierało je w ciągu ostatniego roku. Były one odbierane częściej przez mieszkańców wsi niż miast. Najczęściej listy zwykłe odbierane są kilka razy w roku (69,1% odpowiedzi). 13,9% użytkowników przyznało, że odbiera listy zwykłe raz w miesiącu, a 13,2% kilka razy w miesiącu. 2,4% otrzymuje listy zwykłe raz w roku.

Także zdecydowana większość instytucji odbierała listy zwykłe w ciągu ostatniego roku (76,0% odpowiedzi). Spośród tej grupy 36,9% odbiera takie przesyłki kilka razy w miesiącu, 19,6% raz w miesiącu, 19,2% kilka razy w tygodniu. 15,0% przyznało, że odbiera listy zwykłe raz w roku, a 6,2% odbiera je codziennie.

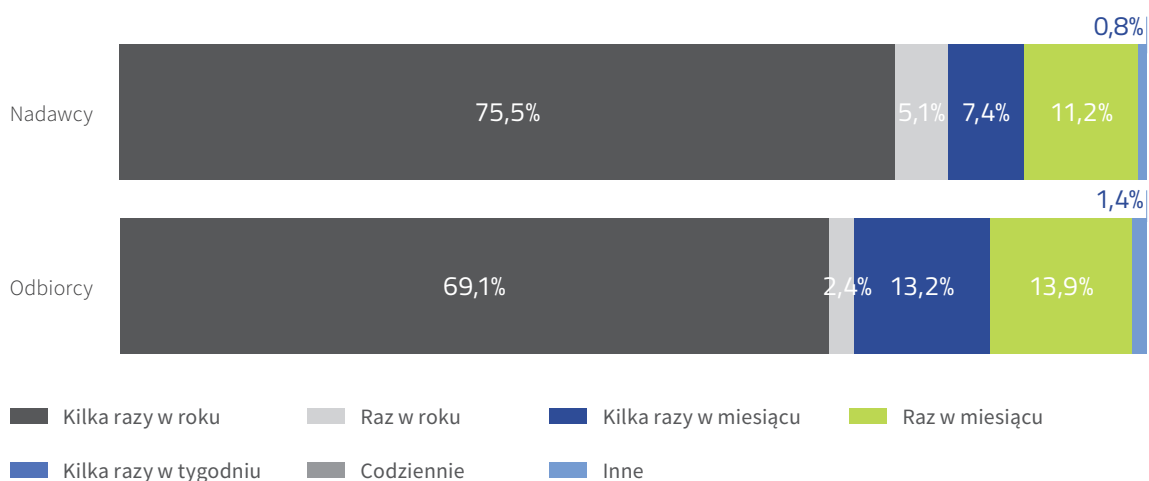
Znaczenie zwykłego listu krajowego potwierdza wskazanie zdecydowanej większości użytkowników indywidualnych i instytucjonalnych. Zdaniem aż 75,4% respondentów indywidualnych i 71,6% instytucjonalnych tego rodzaju przesyłka powinna mieścić się w katalogu usług powszechnych.

⁹ Zgodnie z art. 3 pkt 20 przesyłka listowa to przesyłka pocztowa z korespondencją lub druk (przesyłka pocztowa zawierająca informację pisemną lub graficzną, zwielokrotniona za pomocą technik drukarskich lub podobnych, utrwalona na papierze albo innym materiale używanym w drukarstwie, w tym książka, katalog, dziennik lub czasopismo), z wyłączeniem przesyłek reklamowych

¹⁰ Por. art. 45 ust. 1 pkt 1 lit. a) Prawa pocztowego.

Wykres 9.

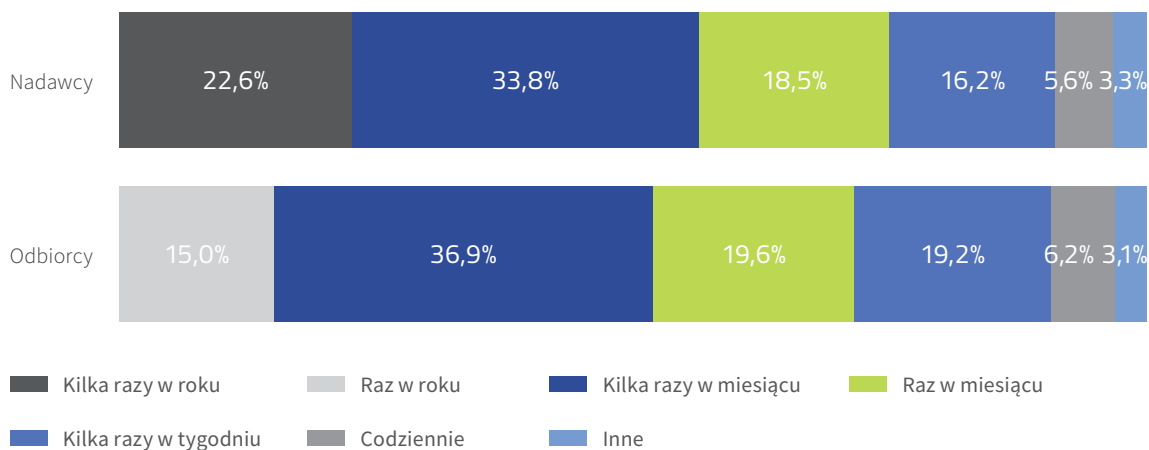
Zwykły list krajowy – klienci indywidualni.



Źródło: UKE

Wykres 10.

Zwykły list krajowy – klienci instytucjonalni.



Źródło: UKE

2.2.2. Polecony list krajowy

Polecony list krajowy¹¹, który wchodzi w skład katalogu usług powszechnych¹², jest najczęściej nadawanym przez klientów instytucjonalnych rodzajem przesyłki – 80,0% przyznało, że nadawało takie listy w ciągu ostatniego roku. Z kolei wśród użytkowników indywidualnych jest drugą najpopularniejszą usługą – 56,1% klientów indywidualnych korzystało z niej w okresie ostatniego roku. Polecone listy krajowe są częściej nadawane przez mieszkańców miast niż wsi.

70,5% objętych badaniem użytkowników indywidualnych korzystających z usługi w ciągu ostatniego roku nadawało polecone listy krajowe kilka razy w roku, 11,4% raz w miesiącu, 9,0% raz w roku, a 7,5% przyznało, że korzystało z usługi kilka razy w miesiącu.

34,7% respondentów instytucjonalnych, którzy przyznali, że korzystali z usługi w ostatnim roku, nadawało listy polecone krajowe kilka razy w miesiącu, 24,9% kilka razy w roku, 18,7% raz w miesiącu, 16,9% przyznało, że nadawało takie przesyłki kilka razy w tygodniu, a 3,3% codziennie.

List polecony krajowy to także najczęściej odbierany przez instytucje rodzaj przesyłki (84,1% odbierało takie listy w ciągu ostatniego roku).

Spośród instytucji, które odbierały w ciągu ostatniego roku polecony list krajowy, 32,9% wykonywało to kilka razy w miesiącu, 21,4% kilka razy w roku, 21,2% raz w miesiącu, 17,0% kilka razy w tygodniu. Niewielki odsetek odbiera polecone listy krajowe codziennie (4,6%).

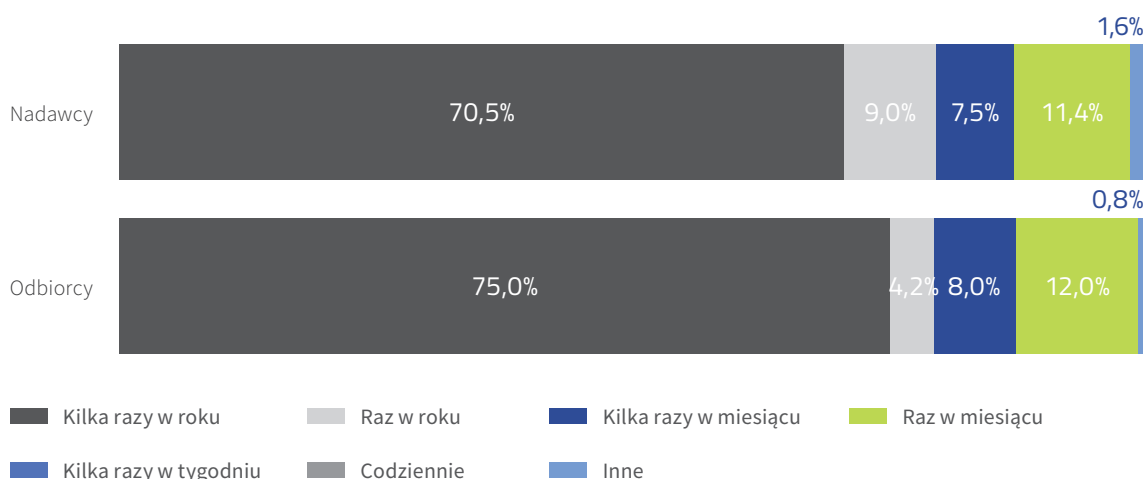
Także większość respondentów indywidualnych (64,5%) przyznała, że odbierała w ciągu ostatniego roku polecony list krajowy. Odbiorcy indywidualni najczęściej odbierają listy polecone kilka razy w roku (75,0% wskazań). 12,0% respondentów odbiera takie przesyłki raz w miesiącu, 8,0% kilka razy w miesiącu, a 4,2% raz w roku.

¹¹ Przesyłka polecona to przesyłka listowa, będąca przesyłką rejestrowaną, przemieszczana i doręczana w sposób zabezpieczający ją przed utratą, ubytkiem zawartości lub uszkodzeniem – art. 3 pkt 22 Prawa pocztowego.

¹² Por. art. 45 ust. 1 pkt 1 lit. a) Prawa pocztowego.

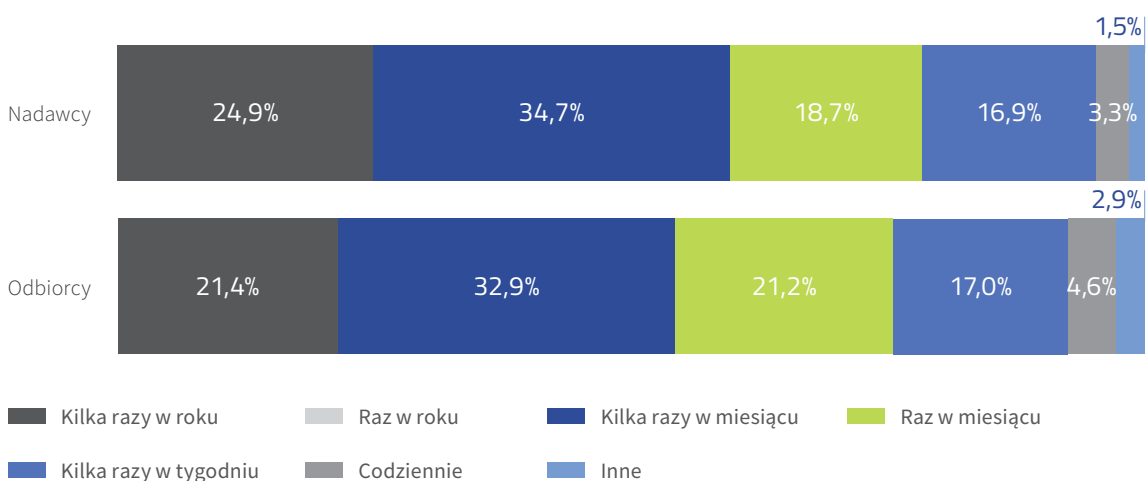
Wykres 11.

Polecony list krajowy – klienci indywidualni.



Źródło: UKE

Wykres 12.

Polecony list krajowy – klienci instytucjonalni.

Źródło: UKE

Popularność poleconego listu krajowego wskazuje na jego duże znaczenie dla obu grup użytkowników. Znalazło to odzwierciedlenie w wynikach badania dotyczących katalogu usług powszechnych. 71,9% respondentów indywidualnych oraz 78,7% instytucjonalnych uznało, że polecony list krajowy powinien być częścią tego katalogu.

2.2.3. List zagraniczny

Jak wskazują wyniki badania, list zagraniczny, który również wchodzi w skład katalogu usług powszechnych¹³, cieszy się dużo mniejszą popularnością niż listy krajowe. Mniejsze zapotrzebowanie na ten rodzaj usługi wynikać może przede wszystkim z braku potrzeby korzystania przez użytkowników z usług w obrocie zagranicznym (np. brak rodziny poza granicami kraju). Badanie wykazało, że w ciągu ostatniego roku list zagraniczny nadało jedynie 6,9% użytkowników indywidualnych i 13,9% instytucjonalnych. Podobnie niewielki odsetek klientów instytucjonalnych (16,9%) zadeklarowało w ostatnim roku odbiór listu zagranicznego. Jednocześnie jedynie 7,3% klientów indywidualnych przyznało, że w ciągu ostatniego roku odebrało taki list.

¹³ Por. art. 45 ust. 1 pkt 1 lit. a) Prawa pocztowego.

Niezależnie od uzyskanych wyników badania w zakresie nadawania i odbioru listu zagranicznego, według 25,8% klientów indywidualnych i 27,2% instytucjonalnych list zagraniczny powinien znajdować się w katalogu usług powszechnych.

2.2.4. Paczka pocztowa krajowa

Paczka pocztowa¹⁴ krajowa, która wchodzi w skład katalogu usług powszechnych¹⁵, to czwarta pod względem popularności usługa dla obu grup użytkowników.

Jedna piąta badanych klientów indywidualnych (23,3%) przyznała, że w ciągu ostatniego roku nadawała paczki pocztowe krajowe. Spośród tej grupy 60,8% nadawało paczki krajowe kilka razy w roku, 16,9% raz w roku, 10,1% raz w miesiącu, 9,5% kilka razy w miesiącu.

Usługa ta cieszy się dwukrotnie większym zainteresowaniem użytkowników instytucjonalnych – prawie połowa z nich (46,8%) nadała paczkę krajową w ciągu ostatniego roku. Najwięcej instytucji nadawało paczki krajowe kilka razy w miesiącu (34,4% wskazań wśród grupy korzystającej z usługi), nieco mniej (29,5%) kilka razy w roku. Zbliżony odsetek użytkowników instytucjonalnych wskazał, że nadaje takie przesyłki raz w miesiącu (13,3% wskazań) i kilka razy w tygodniu (13,1%). 2,8% instytucji nadaje paczki pocztowe codziennie. Taki sam odsetek badanych wskazał, że paczki pocztowe nadawał tylko raz w roku.

Jedna czwarta respondentów indywidualnych (24,8%) oraz ponad połowa instytucji (54,6%) zadeklarowała, że w ciągu ostatniego roku odbierała paczkę pocztową krajową.

Przez odbiorców indywidualnych paczki krajowe są odbierane najczęściej kilku raz w roku (67,7% odpowiedzi wśród użytkowników, którzy przyznali, że odbierali paczkę krajową w ciągu ostatniego roku). 11,4% z tej grupy odbierało paczkę krajową raz w miesiącu, 10,9% kilka razy w miesiącu, a 9,5% raz w roku.

Spośród klientów instytucjonalnych, którzy odbierali paczki pocztowe w ostatnim roku, 37,7% otrzymywało paczki kilka razy w miesiącu, 30,1% kilka razy w roku, 13,7% raz w miesiącu, 10,4% kilka razy w tygodniu. Po 1,9% odbierało paczki codziennie lub raz w roku.

Znaczenie paczki pocztowej krajowej potwierdza ocena respondentów indywidualnych i instytucji, z których, odpowiednio, 55,8% i 61,9% uznało, że paczka pocztowa krajowa powinna stanowić część katalogu usług powszechnych. Również dane rynkowe wskazują, że paczka pocztowa będzie stawała się w najbliższych latach kluczową usługą dla użytkowników.

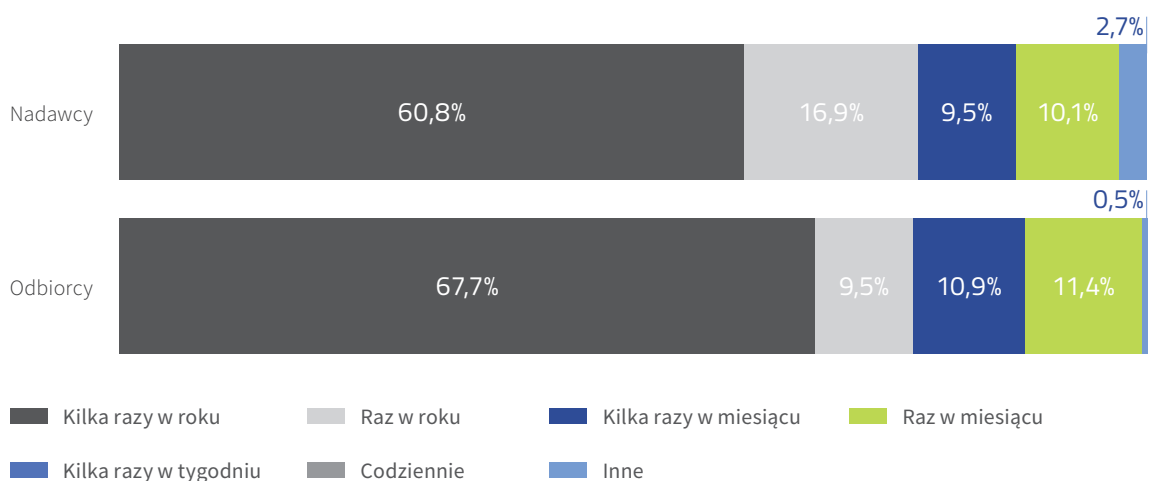
¹⁴ Zgodnie z art. 3 pkt 14 Prawa pocztowego paczka pocztowa to przesyłka rejestrowana, niebędąca przesyłką listową, o masie do 2 kg i określonych w przepisie wymiarach maksymalnych.

¹⁵ Por. art. 45 ust. 1 pkt 1 lit. c) Prawa pocztowego.

¹⁶ Por. Raport o stanie rynku pocztowego w 2016 roku, <http://uke.gov.pl/raport-prezesa-uke-o-stanie-rynku-pocztowego-w-polsce-wedlug-danych-za-rok-2016-22086>

Wykres 13.

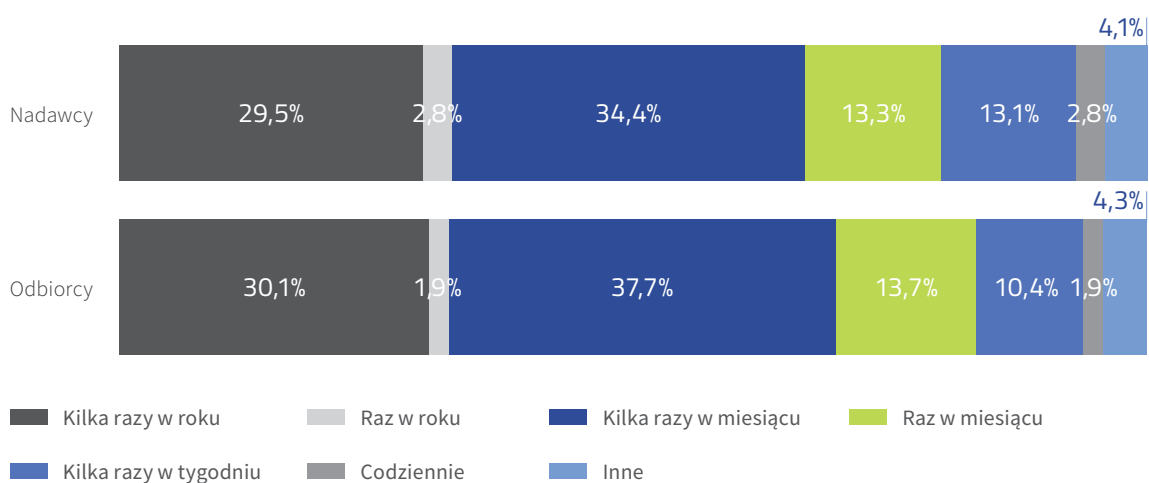
Paczka pocztowa krajowa – klienci indywidualni.



Źródło: UKE

Wykres 14.

Paczka pocztowa krajowa – klienci instytucjonalni.



Źródło: UKE

2.2.5. Paczka pocztowa zagraniczna

Paczka pocztowa zagraniczna, wchodząca w skład katalogu usług powszechnych¹⁷, jest usługą zdecydowanie mniej popularną niż jej krajowy odpowiednik. Jedynie 3,2% respondentów indywidualnych i 13,9% instytucji nadawało takie przesyłki. Podobnie jak w przypadku listów zagranicznych, wpływa na to brak potrzeby korzystania przez użytkowników z usług w obrocie zagranicznym.

Spośród korzystających z omawianej usługi użytkowników indywidualnych większość (61,5%) nadawała paczki zagraniczne kilka razy w roku. 23,1% nadawało takie przesyłki raz w roku, 11,5% raz w miesiącu, a jedynie 3,8% kilka razy w miesiącu.

Blisko jedna trzecia użytkowników instytucjonalnych korzystających z usługi (29,8%) nadawała paczki zagraniczne kilka razy w miesiącu, zaś jedna czwarta (25,6%) kilka razy w roku. 20,1% instytucji nadawało takie przesyłki raz w miesiącu. Niewielki odsetek (po 4,1%) korzystał z usługi kilka razy w tygodniu lub raz w roku. Tylko 2,0% klientów instytucjonalnych nadawało paczki zagraniczne codziennie.

14,4% respondentów instytucjonalnych i jedynie 4,3% indywidualnych zadeklarowało, że w ciągu ostatniego roku odbierało paczkę pocztową zagraniczną.

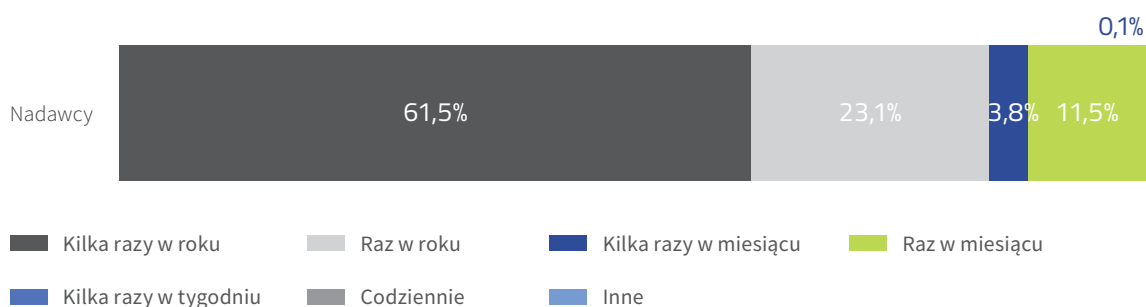
Niewielka popularność paczki pocztowej zagranicznej znalazła odzwierciedlenie we wskazaniach uczestników badania – tylko 19,3% respondentów indywidualnych i 23,7% instytucjonalnych uznało, że ta usługa powinna być częścią katalogu usług powszechnych. Mając na uwadze rozwój transgranicznego e-commerce prognozowany jest wzrost znaczenia tej usługi. Potwierdzają to także założenia strategii Komisji Europejskiej dotyczącej rozwoju jednolitego rynku cyfrowego, w której skuteczne i przystępne cenowo dostarczanie przesyłek stanowi jeden z kluczowych filarów ułatwiających konsumentom i przedsiębiorstwom dostęp do towarów i usług cyfrowych¹⁸.

¹⁷ Por. art. 45 ust. 1 pkt 1 lit. a) Prawa pocztowego.

¹⁸ "A Digital Single Market Strategy for Europe", Komisja Europejska, 6 maja 2015 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1447773803386&uri=CELEX:52015DC0192>

Wykres 15.

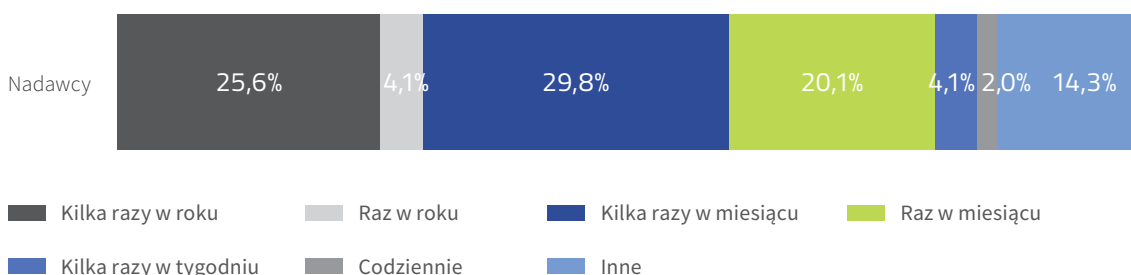
Paczka pocztowa zagraniczna – klienci indywidualni.



Źródło: UKE

Wykres 16.

Paczka pocztowa zagraniczna – klienci instytucjonalni.



Źródło: UKE

2.2.6. Przesyłka kurierska

Badanie wykazało, że wśród najpopularniejszych usług pocztowych znajduje się także przesyłka kurierska. Nie wchodzi ona w skład katalogu usług powszechnych oraz wyróżnia się szczególnym sposobem świadczenia określonym w przepisach¹⁹. Jej popularność jest bezpośrednio związana z dynamicznym rozwojem e-commerce.

Prawie połowa użytkowników instytucjonalnych (46,8%) i jedna czwarta indywidualnych (24,9%) nadawała przesyłki kurierskie w ciągu ostatniego roku. Przesyłki takie nadawali częściej mieszkańcy miast niż wsi. Jest to trzeci najpopularniejszy rodzaj przesyłek pocztowych w obu badanych grupach, tj. wśród respondentów indywidualnych i instytucjonalnych.

Największa grupa użytkowników indywidualnych nadawała przesyłki kurierskie kilka razy w roku (64,8% odpowiedzi w grupie osób korzystających z usługi w ciągu ostatniego roku). Dużo rzadziej wskazywano na częstotliwość nadawania raz w miesiącu (12,9%), kilka razy w miesiącu (11,9%) i raz w roku (8,4%).

Spośród instytucji najwięcej podmiotów nadawało przesyłki kurierskie kilka razy w miesiącu (41,4% wskazań wśród użytkowników, którzy przyznali, że korzystali z możliwości nadania przesyłki kurierskiej w ciągu ostatniego roku). Blisko jedna piąta z tej grupy nadawców nadawała takie przesyłki raz w miesiącu (18,8%) lub kilka razy w roku (18,2%). Nieco mniej (17,4%) przyznało,

że nadaje przesyłki kurierskie kilka razy w tygodniu. Nieznaczny odsetek deklarował nadawanie raz w roku (1,4%) lub codziennie (0,9%).

Wśród badanych instytucji 69,8% zadeklarowało, że w ciągu ostatniego roku odbierało przesyłki kurierskie. Najczęściej wskazywano, że instytucja odbiera ten rodzaj przesyłek kilka razy w miesiącu (46,8% wskazań w grupie odbierających przesyłki). 18,8% użytkowników instytucjonalnych przyznało, że odbiera przesyłki kurierskie raz w miesiącu, 16,7% kilka razy w miesiącu, 14,0% kilka razy w tygodniu. Zdecydowanie najrzadziej wskazywano na otrzymywanie przesyłek codziennie (1,5%) i raz w roku (0,8%).

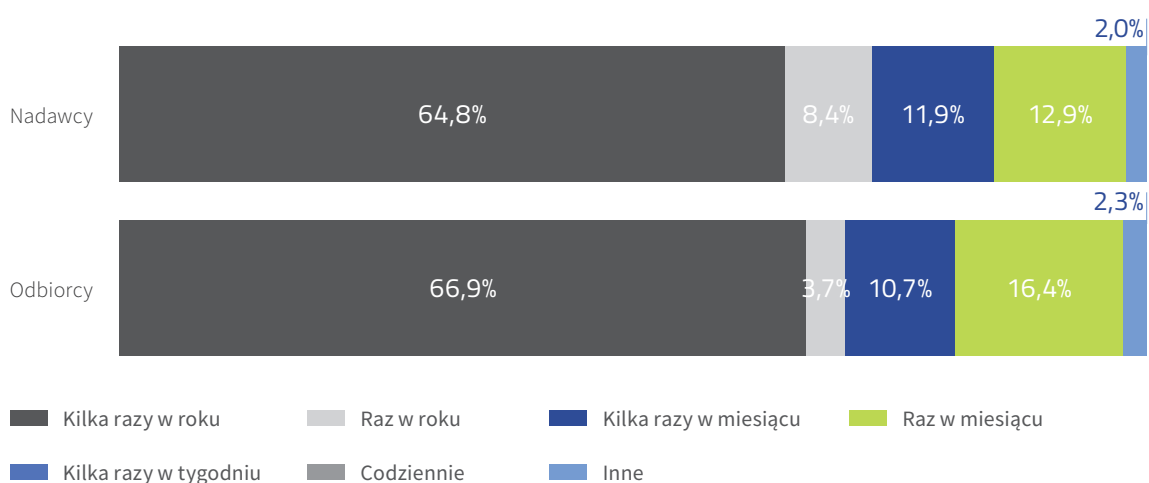
Ponad jedna trzecia (36,9%) respondentów indywidualnych wskazała, że w ciągu ostatniego roku odbierała przesyłki kurierskie. Większość tej grupy (66,9%) odbierała takie przesyłki kilka razy w roku. 16,4% wskazało, że otrzymywało przesyłki kurierskie raz w miesiącu, 10,7% kilka razy w miesiącu, 3,7% raz w roku.

¹⁹ Zgodnie z art. 3 pkt 19 przesyłka kurierska to przesyłka listowa będąca przesyłką rejestrowaną lub paczką pocztową, przyjmowana, przyjmowaniu, sortowana, przemieszczana i doręczana w sposób łącznie zapewniający:

- bezpośredni odbiór przesyłki pocztowej od nadawcy,
- śledzenie przesyłki pocztowej od momentu nadania do doręczenia,
- doręczenie przesyłki pocztowej w gwarantowanym terminie określonym w regulaminie świadczenia usług pocztowych lub w umowach o świadczenie usług pocztowych,
- doręczenie przesyłki pocztowej bezpośrednio do rąk adresata lub osoby uprawnionej do odbioru,
- uzyskanie pokwitowania odbioru przesyłki pocztowej w formie pisemnej lub elektronicznej.

Wykres 17.

Przesyłka kurierska – klienci indywidualni.

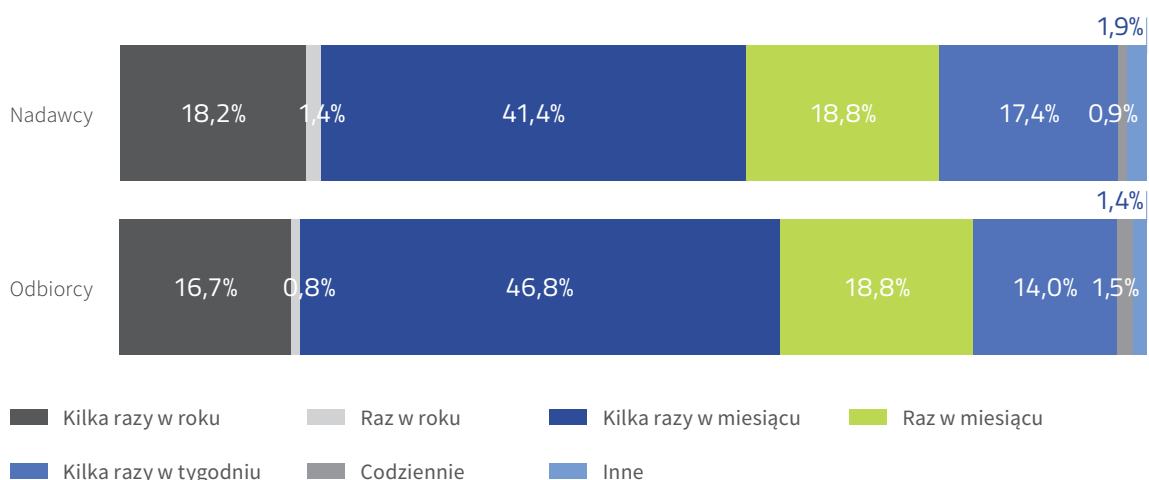


Źródło: UKE

Większość klientów instytucjonalnych (58,3%) i znaczna część klientów indywidualnych (38,6%) uważa, że przesyłka kurierska powinna znajdować się w katalogu usług powszechnych.

Wykres 18.

Przesyłka kurierska – klienci instytucjonalni.



Źródło: UKE

2.2.7. Przesyłka reklamowa

Wyniki badania wskazują, że dla użytkowników instytucjonalnych duże znaczenie mają także przesyłki reklamowe²⁰. Są one wykorzystywane przez przedsiębiorców przede wszystkim w kontaktach z klientami. Podobnie jak przesyłki kurierskie, również ten rodzaj usług nie wchodzi w skład katalogu usług powszechnych.

Prawie jedna piąta (19,3%) grupy klientów instytucjonalnych wskazała, że w ciągu ostatniego roku nadawała ten rodzaj przesyłek. Największy odsetek spośród tej grupy nadawał przesyłki reklamowe kilka razy w miesiącu (38,5%). 20,4% nadawało takie przesyłki kilka razy w roku, 16,1% kilka razy w tygodniu, 15,6% raz w miesiącu. Niewielki odsetek wskazał na codzienną częstotliwość nadawania (2,7%). Podobna grupa nadawała przesyłki raz w roku (2,6%).

Jedna trzecia (32,5%) respondentów instytucjonalnych to także odbiorcy przesyłek reklamowych. Największa grupa otrzymywała takie przesyłki kilka razy w miesiącu (44,9% wskazań wśród odbiorców tego typu przesyłek). Blisko połowa mniej (21,1%) odbierała przesyłki reklamowe kilka razy w tygodniu. 13,5% wskazało, że otrzy-

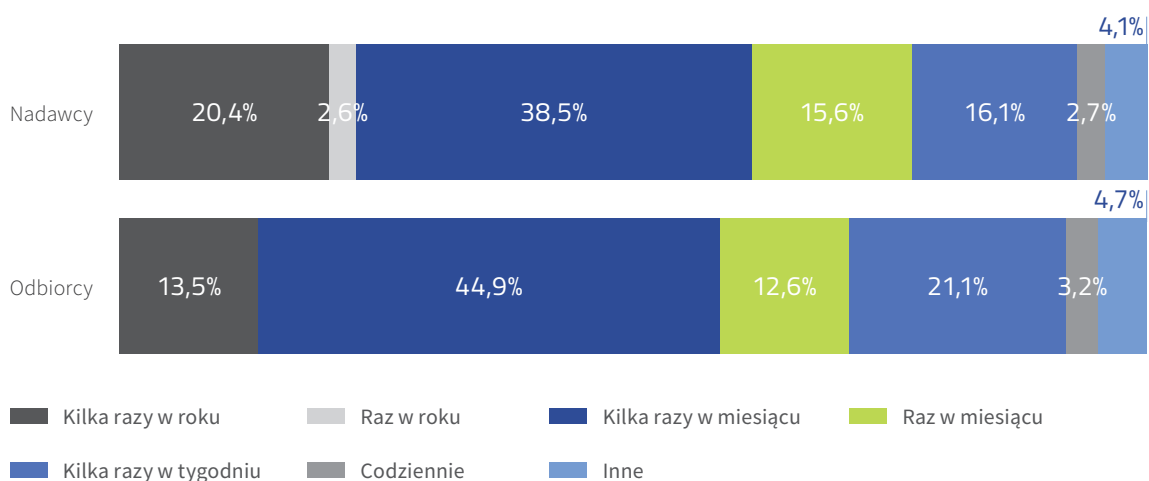
muje ten rodzaj przesyłek kilka razy w roku, 12,6% raz w miesiącu. Jedynie 3,2% zadeklarowało codzienne odbieranie przesyłek reklamowych.

Na istotną rolę przesyłek reklamowych dla użytkowników instytucjonalnych wskazuje fakt, że ponad jedna piąta z nich (21%) uznała, że przesyłki reklamowe powinny być usługami powszechnymi (takie wskazanie nie pojawia się w odpowiedziach użytkowników indywidualnych).

²⁰ Zgodnie z art. 3 pkt 24 przesyłka reklamowa to przesyłka pocztowa nierejestrowana zawierająca wyłącznie materiał reklamowy, marketingowy i promocyjny, wysyłana jednorazowo do co najmniej 50 adresatów, z identyczną zawartością i identyczną treścią, różniącą się jedynie oznaczeniem adresata, adresem lub innymi danymi zmiennymi niezmiennymi treści przekazywanej informacji.



Wykres 19.

Przesyłka reklamowa – klienci instytucjonalni.

Źródło: UKE

2.3. Składowe obowiązku świadczenia usług powszechnych – obowiązki, oczekiwania, ocena

2.3.1. Dostępność usług

Zapewnienie odpowiedniej dostępności usług powszechnych jest jednym z podstawowych zadań operatora wyznaczonego. Zgodnie z przepisami Prawa pocztowego²¹ obowiązkiem operatora wyznaczonego jest zapewnienie na terytorium całego kraju właściwego rozmieszczenia placówek pocztowych²² oraz odpowiednie do zapotrzebowania na danym terenie rozmieszczenie nadawczych skrzynek pocztowych. Właściwa realizacja tych wymagań pozwala zagwarantować odpowiednią dostępność usług.

W ramach przeprowadzonej ankiety dostępność usług badano w oparciu o następujące wskaźniki: bliskość placówek pocztowych, rozmieszczenie skrzynek nadawczych, dostępność automatów do pocztowej obsługi klienta, możliwość realizacji usług pocztowych drogą elektroniczną.

Bliskość placówki pocztowej jako ważne oceniło 92,6% klientów indywidualnych. Natomiast 84,2% użytkowni-

ków indywidualnych za ważne uznało bliskość skrzynek pocztowych/automatów do obsługi pocztowej. Jednocześnie bliskość placówki pocztowej wymieniana jest wśród pięciu najważniejszych potrzeb klientów indywidualnych.

Także dla większości użytkowników instytucjonalnych wymienione aspekty dostępności usług mają duże znaczenie. Bliskość placówki pocztowej jest ważna dla 88,1% badanych. Bliskość skrzynek pocztowych/automatów do obsługi pocztowej oceniona została jako ważna przez 83,2% klientów instytucjonalnych.

Ponad połowa klientów oceniła bliskość placówek pocztowych bardzo dobrze lub dobrze (69,9% – klienci indywidualni, 70,5% – klienci instytucjonalni). Jedynie zdaniem jednej dziesiątej badanych (13,7% klientów indywidualnych i 9,8% instytucjonalnych) ten aspekt dostępności zasługuje na ocenę negatywną. Podobna grupa użytkowników indywidualnych (13,1%) uznała za pożądany wzrost liczby placówek pocztowych i punktów obsługi.

²¹ Por. art. 46 ust. 2 pkt 2 Prawa pocztowego.

²² Zgodnie z art. 46 ust. 2 pkt 2 lit. a) placówki pocztowe operatora wyznaczonego powinny być rozmieszczone zgodnie z przepisami wydanymi na podstawie art. 47 pkt Prawa pocztowego, tj. przepisami rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 29 kwietnia 2013 r. w sprawie warunków wykonywania usług powszechnych przez operatora wyznaczonego (Dz. U. z 2013 r. poz. 545).

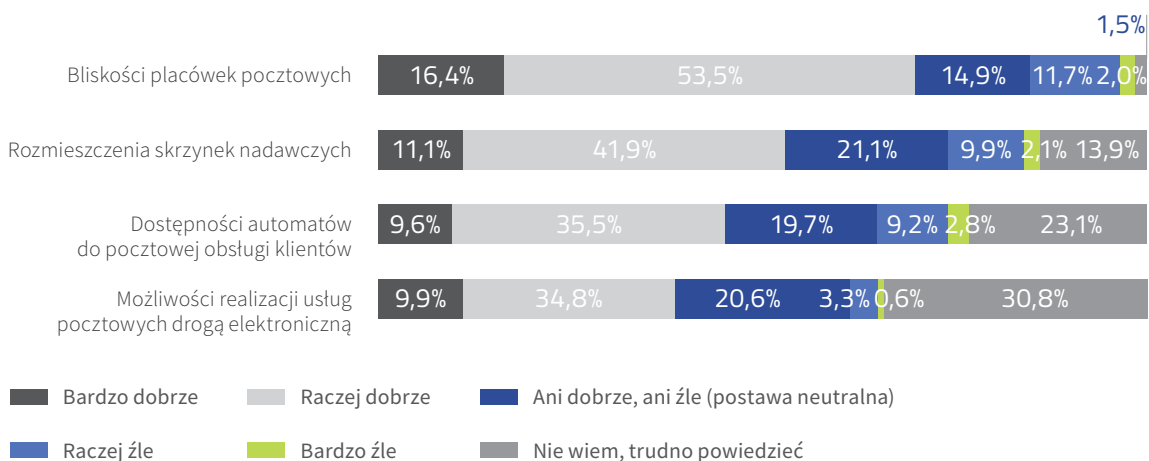
Także rozmieszczenie skrzynek nadawczych uzyskało pozytywne oceny wśród obu grup klientów (53% - klienci indywidualni, 56,9% – klienci instytucjonalni). Negatywnie aspekt ten oceniło jedynie 12,0% użytkowników indywidualnych i 13,7% instytucji. Jednocześnie 11,1% klientów indywidualnych wśród działań poświadczanych na rynku usług pocztowych wymieniło wzrost liczby skrzynek pocztowych.

Negatywne oceny wszystkim omawianym aspektom dostępności (bliskość placówek pocztowych, rozmieszczenie skrzynek nadawczych, dostępność automatów do pocztowej obsługi klienta, możliwość realizacji usług pocztowych drogą elektroniczną) częściej wystawiali mieszkańcy wsi niż miast.

Wykres 20.

Ocena dostępności do usług powszechnych – klienci indywidualni.

Jak ocenia Pan/Pani poniższe aspekty dostępu do usług pocztowych?



Źródło: UKE

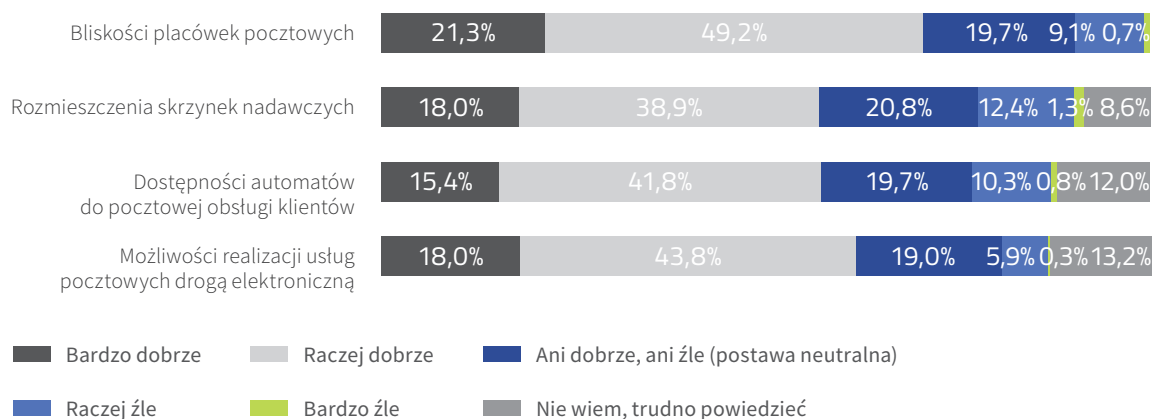


Większość klientów instytucjonalnych (57,2%) pozytywnie ocenia dostępność automatów do pocztowej obsługi klienta. Podobnego zdania było 45,1% użytkowników indywidualnych, przy czym aż 23,1% tej grupy nie dokonało żadnej oceny w tym zakresie (odpowiedzi nie wiem, trudno powiedzieć), co może wskazywać, że duża grupa użytkowników indywidualnych nie spotkała się z tego rodzaju urządzeniami i nigdy z nich nie korzystała. Wzrost liczby automatów umożliwiających odbiór przesyłek pocztowych postulowało 8,1% respondentów indywidualnych i jedna piąta (21,1%) instytucji.

Wykres 21.

Ocena dostępności do usług powszechnych – klienci instytucjonalni.

*Jak z perspektywy firmy ocenia Pan/Pani
poniższe aspekty dostępu do usług pocztowych?*



Źródło: UKE

pozytywną ocenę użytkowników w zakresie bliskości placówek pocztowych potwierdzają dane UKE dotyczące sposobu rozmieszczenia placówek Poczty Polskiej. Na koniec 2016 r. operator wyznaczony dysponował 7497 placówkami (punkty własne oraz agentów pocztowych). W porównaniu z końcem 2015 r. ich liczba wzrosła o 110. Jednocześnie sposób rozmieszczenia pozwalał na spełnienie warunków dostępności określonych w przepisach²³.

Z danych Urzędu wynika, że operator wyznaczony zapewnia realizację obowiązku w zakresie dostępności usług powszechnych, udostępniając placówki we wszystkie dni robocze. Dodatkowo w dni ustawowo wolne od pracy obsługę klientów zapewniają placówki dyżurujące.

Według danych na koniec 2016 r. na terytorium kraju znajdowało się 18488 skrzynek nadawczych operatora wyznaczonego. W stosunku do roku 2015 ich liczba spadła o 4350 (na koniec 2015 r. wynosiła 22838). Mimo zmniejszenia liczby dostępnych skrzynek sposób ich rozmieszczenia spotkał się z pozytywną oceną uczestników badania.

Liczba automatów do obsługi pocztowej od 2015 r. utrzymała się na tym samym poziomie. Na koniec roku

2016 wynosiła 120. Pozwoliło to na uzyskanie pozytywnej ogólnej oceny ich dostępności. Część użytkowników wskazuje jednak na konieczność podjęcia działań zmierzających do wzrostu liczby tego typu urządzeń.

Realizacja obowiązku zapewnienia odpowiedniej dostępności usług powszechnych oznacza również zapewnienie dostępu do nich osobom niepełnosprawnym. Z danych przekazanych UKE przez Poczta Polską wynika²⁴, że z 7209 placówek pocztowych, które posiadał operator wyznaczony, aż w 7199 placówkach istniała możliwość skorzystania z usług pocztowych przez osoby niepełnosprawne. Zgodnie z wyjaśnieniami Poczty Polskiej jedynie 10 (0,1%) placówek operatora wyznaczonego na terenie kraju, z uwagi na ich lokalizację, nie jest przystosowanych do obsługi osób niepełnosprawnych (1 zlokalizowana na pierwszym piętrze domu handlowego, 9 nieobsługujących tzw. klienta zewnętrznego zlokalizowanych w organach państwowych). Ponadto, w celu ustalenia, czy operator wyznaczony zapewnia

²³ Przepisy rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 29 kwietnia 2013 r. w sprawie warunków wykonywania usług powszechnych przez operatora wyznaczonego (Dz. U. z 2013 r. poz. 545).

²⁴ Dane z dnia 28 listopada 2016 r.

osobom niepełnosprawnym dostęp do świadczonych usług powszechnych (a tym samym czy wypełnia obowiązki, o którym mowa w przepisach²⁵), pracownicy UKE przeprowadzili kontrolę w 410 wybranych placówkach Poczty Polskiej na terenie całego kraju²⁶.

Z ustaleń kontrolnych wynika, że Poczta Polska stosuje szereg różnych rozwiązań technicznych stanowiących ułatwienie dla osób niepełnosprawnych, takich jak: podjazd dla niepełnosprawnych, obniżone okienko, dzwonek dla przywołania obsługi, oznakowanie stanowiska do obsługi osób niepełnosprawnych, obniżone nadawcze skrzynki pocztowe, podnośnik automatyczny czy też schodofaż.

Ustalenia kontroli wskazują ponadto, że Poczta Polska zapewnia dostęp do usług pocztowych osobom niepełnosprawnym, zapewniając im obsługę przez listonoszy w miejscach zamieszkania. Natomiast doręczanie przesyłek, w tym rejestrowanych, a także kwot pieniężnych określonych w przekazach, dokonywane jest na wniosek osoby niepełnosprawnej bez pobierania dodatkowych opłat.

W zakresie organizacji placówek pocztowych Poczta Polska oferuje również dodatkowe rozwiązania, których celem jest rozszerzenie udogodnień dla niepełnosprawnych. Wśród nich wskazano możliwość telefonicznego zgłoszenia zapotrzebowania na realizację usług pocztowych w placówce pocztowej oraz usługi pocztowe on-line.

Reasumując, większość skontrolowanych placówek pocztowych Poczty Polskiej spełnia wymogi określone w przepisach.

²⁵ Por. art. 62 Prawa pocztowego.

²⁶ Kontrola przeprowadzona na podstawie art. 122 ust. 1 oraz ust. 2 pkt 1 lit. a i c Prawa pocztowego w okresie od dnia 22 listopada 2016 r. do dnia 16 grudnia 2016 r. przez 9 Delegatur UKE oraz Departament Rynku Pocztowego w 410 wybranych placówkach pocztowych Poczty Polskiej na terenie kraju (stanowiły one ok. 5,55 % liczby wszystkich placówek Poczty Polskiej wg danych za rok 2015).

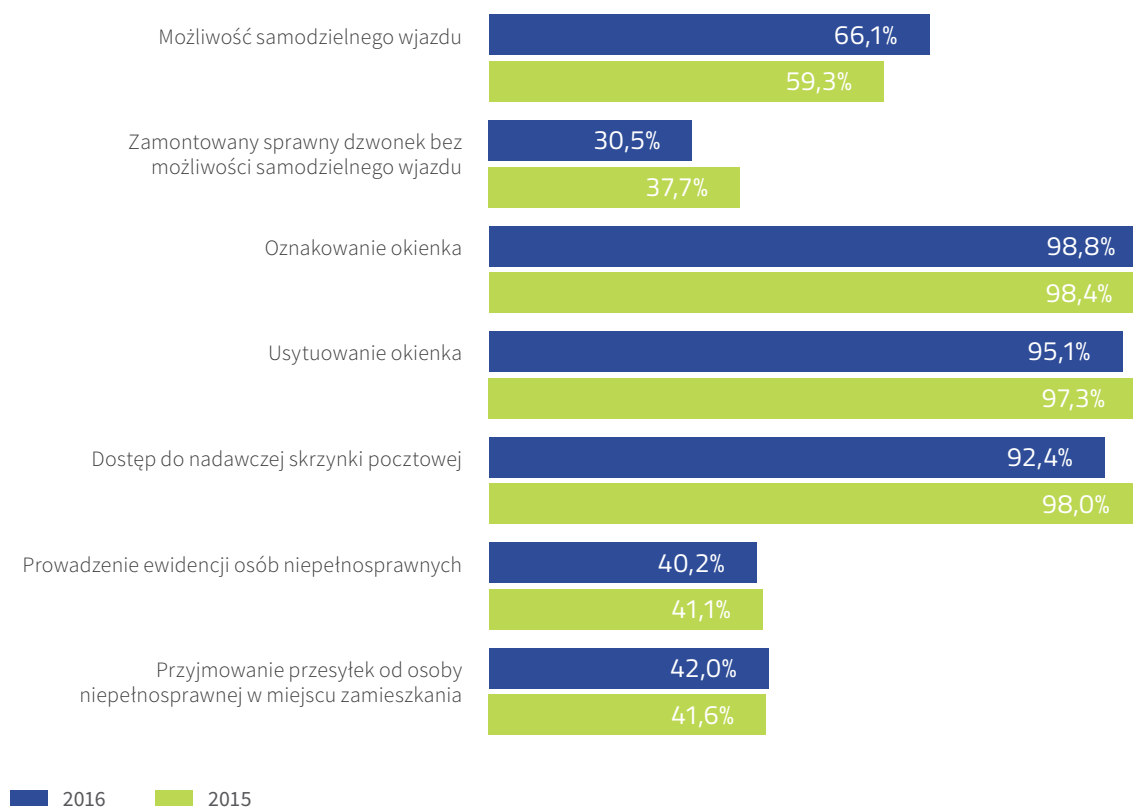
Tabela 1.

Liczba skontrolowanych placówek spełniających wybrane kryteria w zakresie przystosowania do obsługi osób niepełnosprawnych.

Lp.	Rodzaj placówek	Liczba placówek poddanych kontroli	Możliwość samodzielnego wjazdu	Zamontowany dzwonek bez możliwości samodzielnego wjazdu	Zamontowany sprawny dzwonek bez możliwości samodzielnego wjazdu	Oznakowanie okienka	Usytuowanie okienka	Dostęp do nadawczej skrzynki pocztowej	Prowadzenie ewidencji osób niepełnosprawnych	Przyjmowanie przesyłek od osoby niepełnosprawnej w miejscu zamieszkania
1	Placówki wiejskie	135	73	61	56	135	128	127	46	48
2	Placówki miejskie	275	198	77	69	270	262	252	119	124
Suma		410	271	138	125	405	390	379	165	172
Odsetek placówek posiadających określone udogodnienie dla osób niepełnosprawnych			66,10%	33,66%	30,49%	98,78%	95,12%	92,44%	40,24%	41,95%

Źródło: UKE

Wykres 22.

Odsetek placówek posiadających określone udogodnienie w latach 2015-2016.

Źródło: UKE na podstawie danych z przeprowadzonych kontroli

2.3.2. Przystępność cenowa

Jednym z obowiązków operatora wyznaczonego jest świadczenie usług powszechnych po przystępnych cenach²⁷. Ceny usług powszechnych powinny zapewniać dostęp do usług świadczonych przez operatora wyznaczonego wszystkim użytkownikom, niezależnie od miejsca zamieszkania, czy sytuacji ekonomicznej.

Przystępność cenowa w hierarchii oczekiwań klientów, zarówno indywidualnych, jak i instytucjonalnych, plasuje się na pierwszej pozycji. To kryterium wskazało jako ważne 94,5% użytkowników indywidualnych i 92,9% instytucjonalnych.

²⁷ Por. art. 46 ust. 2 pkt 4 Prawa pocztowego.

Respondenci z obu badanych grup pozytywnie oceniają przystępność cenową usług pocztowych (72,1% klientów indywidualnych i 69,5% instytucjonalnych). Jednocześnie obniżka cen jest jednym z najbardziej pożądanых działań na rynku usług pocztowych. Na taką potrzebę wskazało 36,5% użytkowników indywidualnych i 47,9% instytucji. Zbyt wysokie ceny jako powód niekorzystania z usług pocztowych wskazała grupa 14% respondentów indywidualnych.

Zdaniem klientów indywidualnych maksymalna cena za zwykły list krajowy powinna wynosić 3,03 zł. W obowiązującym cenniku usług powszechnych²⁸ najniższa cena za przesyłkę listową ustalona została na 2,60 zł²⁹, a więc jest niższa niż wskazywana przez ankietowanych. Za polecony list krajowy badani respondenci skłonni byłiby zapłacić nieco więcej – 4,66 zł. Obowiązująca opłata za ten rodzaj przesyłki – 5,20 zł³⁰ jest więc wyższa od wskazanej przez użytkowników ceny maksymalnej. Na paczkę pocztową krajową użytkownicy byłiby w stanie przeznaczyć maksymalnie 12,64 zł. To cena zbliżona do najniższej opłaty ustalonej przez operatora wyznaczonego za paczkę pocztową³¹, która wynosi 13,00 zł.

Za przesyłki zagraniczne respondenci byłiby skłonni zapłacić nieco więcej. Zdaniem badanych maksymalna cena za list zagraniczny nie powinna być wyższa niż 8,32 zł, a cena za paczkę pocztową zagraniczną nie powinna przekraczać 22,27 zł. W obowiązującym cenniku najtańsza przesyłka listowa priorytetowa³² została wy-

ceniona na 6,00 zł. Za przesyłkę listową ekonomiczną³³ trzeba natomiast zapłacić 5,00 zł. Obowiązujące opłaty są więc niższe od maksymalnych cen, jakie byłoby w stanie zapłacić użytkownicy. W przypadku paczek zagranicznych obowiązujące ceny są znacząco wyższe niż kwota wymieniona przez ankietowanych (za najtańszą paczkę pocztową zagraniczną ekonomiczną do 1 kg³⁴ trzeba zapłacić 32,00 zł).

Za możliwość odbioru przesyłki w punkcie bezobsługowym użytkownicy są skłonni zapłacić maksymalnie 7,14 zł (operator wyznaczony nie różnicuje cen usług powszechnych ze względu na sposób odbioru).

W badaniu ustalono także, że za przesyłkę kurierską klienci indywidualni byłoby w stanie przeznaczyć maksymalnie 14,00 zł.

²⁸ Cennik usług powszechnych w obrocie krajowym i zagranicznym obowiązujący od dnia 1 lutego 2017 r. http://cennik.poczta-polska.pl/plik,1/cennik_uslug_powszechnych_w_obrocie_krajowym_i_zagranicznym_01022017.pdf.

²⁹ Przesyłka listowa nierejestrowana ekonomiczna gabaryt A do 350 g.

³⁰ Przesyłka listowa polecona gabaryt A do 350 g.

³¹ Paczka pocztowa ekonomiczna gabaryt A do 1 kg.

³² Przesyłka listowa nierejestrowana priorytetowa do 50 g do wszystkich stref (A, B, C, D).

³³ Przesyłka listowa nierejestrowana ekonomiczna do 50 g.

³⁴ Do strefy 12 obejmującej Czechy i Słowację.

Grafika 1.

Maksymalne ceny, jakie użytkownicy indywidualni są w stanie zapłacić za usługi pocztowe.



Źródło: UKE

Z badania wynika, że niektórzy klienci indywidualni byłiby w stanie zrezygnować na rzecz niższych cen z niektórych udogodnień w korzystaniu z usług pocztowych, uznanych przez nich za ważne. Największy odsetek osób zrezygnowałby z otrzymywania powiadomień SMS-em/e-mailem o tym, że w placówce do odbioru czeka paczka (11,9% respondentów, którzy uznali ten aspekt za ważny) oraz z bliskości placówki pocztowej (11,8%). Co więcej, jeden na dziesięciu badanych, którzy uznali możliwość odbioru przesyłki w punkcie całodobowym oraz możliwość nadania przesyłki prosto z domu za ważne, przyznał, że mógłby z takiego udogodnienia zrezygnować, gdyby dzięki temu ceny usług były niższe. Podobny odsetek przyznał, że zrezygnowałby z jakości obsługi klienta. Jednocześnie jedynie 15,7% ogółu badanych byłaby skłonna zapłacić więcej za usługi pocztowe, jeśli mogłoby to skutkować lepszą jakością i komfortem użytkownika.

Mimo ogólnej pozytywnej oceny przystępności cen usług wśród użytkowników instytucjonalnych, ponad jedna trzecia z nich uznała za zbyt wysokie ceny przesyłek kurierskich (36,1%), listów zagranicznych (35,7%), paczek pocztowych zagranicznych (33,8 %) oraz krajowych (32,3%).

Blisko co trzecia spośród instytucji (33,9%) nie zrezygnowałaby na rzecz niższej ceny z żadnego udogodnienia w korzystaniu z usług pocztowych, które uznała za ważne. Największy odsetek klientów instytucjonalnych byłby w stanie zrezygnować na rzecz niskich cen z bliskości placówki pocztowej (18,8% użytkowników, którzy uznali to kryterium za ważne) oraz z bliskości skrzynek pocztowych (14,7%). Co więcej, 14,1% instytucji, które uznały terminowość doręczania przesyłek za ważną, byłoby skłonne z niej zrezygnować na rzecz niskich cen, a 13,8% mogłoby zrezygnować z jakości obsługi klienta.

Obok przystępności cen, dla użytkowników usług pocztowych duże znaczenie ma także dostępność cennika usług pocztowych i jego przejrzystość. Dostępność cennika w placówkach pocztowych czy internecie jest ważna dla 85,6% klientów indywidualnych i 73,9% instytucjonalnych. Przejrzystość cennika operatorów pocztowych uzyskała pozytywne oceny większości badanych (73,1% użytkowników indywidualnych i 73,9% instytucjonalnych). Żle oceniono ją jedynie 4,3% badanych respondentów indywidualnych i mniej niż 5% instytucjonalnych. Jednocześnie znaczna grupa klientów zwróciła uwagę, że cennik usług pocztowych powinien być bardziej przejrzysty (20,8% – klienci indywidualni, 37,7% – klienci instytucjonalni).

2.3.3. Jakość usług – terminowość przesyłek pocztowych

Do obowiązków operatora wyznaczonego należy świadczenie usług powszechnych z zachowaniem określonych w przepisach³⁵ wskaźników czasu przebiegu przesyłek pocztowych³⁶.

Doręczanie przesyłek w terminie oraz w krótkim czasie uznano za ważne blisko 94% klientów indywidualnych i 92% klientów instytucjonalnych.

Mimo że większość respondentów dobrze ocenia terminowość operatora wyznaczonego (82,3% klientów indywidualnych i 83,9% instytucjonalnych), duża grupa respondentów wskazuje, że konieczna jest większa dbałość o terminowe doręczanie przesyłek (23,4% respondentów indywidualnych i 38,9% instytucjonalnych). Ponadto, zdaniem 39,3% klientów indywidualnych, należy zwrócić większą uwagę na szybki czas dostawy przesyłek.

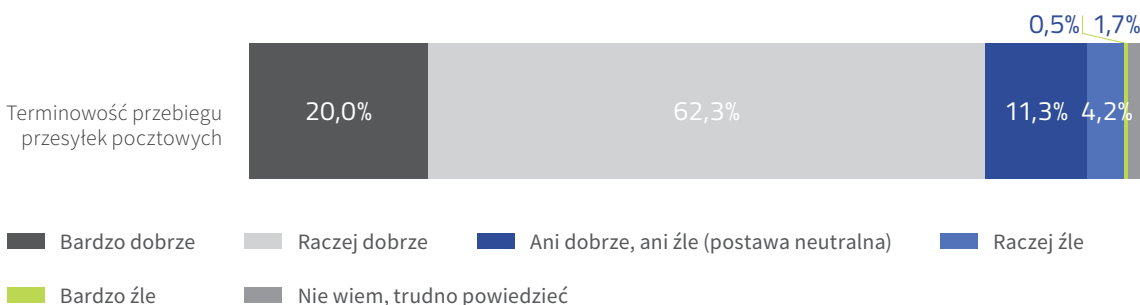
³⁵ Obecnie wskaźniki czasu przebiegu przesyłek pocztowych określone są w załączniku do rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 29 kwietnia 2013 r. w sprawie warunków wykonywania usług powszechnych przez operatora wyznaczonego. (Dz. U. z 2013 r. poz. 545)

³⁶ Por. art. 46 ust. 2 pkt 3 Prawa pocztowego.

Wykres 23.

Ocena czasu przebiegu i terminowości – klienci indywidualni.

Jak ocenia Pan/Pani poniższe aspekty jakości usług pocztowych?

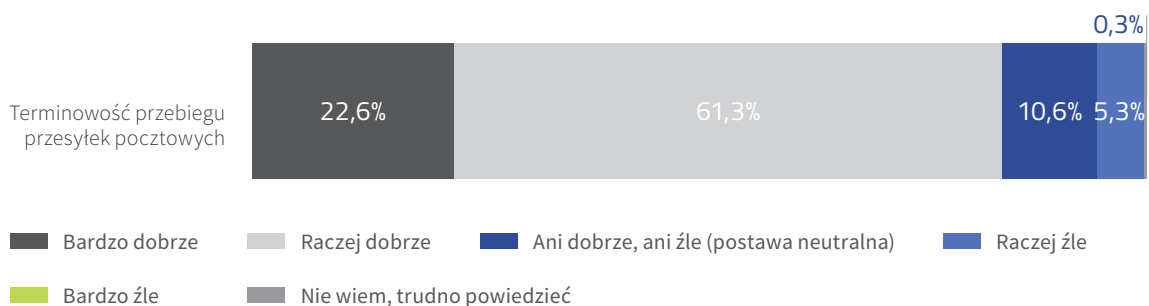


Źródło: UKE

Wykres 24.

Ocena czasu przebiegu i terminowości – klienci instytucjonalni.

Jak z perspektywy firmy ocenia Pan/Pani poniższe aspekty jakości usług pocztowych?



Źródło: UKE

Badanie wykazało, że terminowe dostarczanie przesyłek jako czynnik decydujący o jakości świadczonych usług, należy do najważniejszych parametrów dla użytkowników (potrzeba wskazywana jako druga w hierarchii, zarówno przez klientów indywidualnych, jak i instytucjonalnych). Mimo pozytywnej oceny w tym zakresie użytkownicy zwracali uwagę na konieczność podjęcia dodatkowych działań, które poprawiłyby jakość usług świadczonych przez operatora wyznaczonego. Na taką potrzebę wskazują także wyniki badania czasu przebiegu przesyłek pocztowych, przeprowadzonego przez UKE³⁷. Zwłaszcza wyniki uzyskane dla przesyłek listowych nierejestrowanych pokazują, że operator wyznaczony powinien dążyć do poprawy terminowości

dostarczania przesyłek w celu zachowania co najmniej standardów określonych w przepisach. Wskaźniki czasu przebiegu paczek pocztowych w latach 2013-2016 były wyższe w porównaniu do wymaganych³⁸.

³⁷ Zgodnie z art. 52 ust. 1 Prawa pocztowego Prezes UKE zapewnia przeprowadzenie badania czasu przebiegu przesyłek pocztowych uzyskanego w danym roku w zakresie usług powszechnych w obrocie krajowym przez operatora wyznaczonego oraz zapewnia weryfikację prawidłowości realizacji badania, a także jego wyników.

³⁸ Raport Prezesa UKE z badań czasu przebiegu przesyłek pocztowych uzyskanego w zakresie usług powszechnych w obrocie krajowym za rok 2016, <http://uke.gov.pl/jakosc-uslug-pocztowych-12344>.



2.3.4. Częstotliwość doręczeń

Obowiązek świadczenia usług powszechnych obejmuje również wykonywanie usług z częstotliwością zapewniającą co najmniej jedno opróżnianie nadawczej skrzynki pocztowej i doręczanie przesyłek, co najmniej w każdy dzień roboczy i nie mniej niż przez 5 dni w tygodniu z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy³⁹.

Badanie wykazało, że w kwestii częstotliwości doręczania przesyłek pocztowych preferencje klientów indywidualnych są zróżnicowane. Doręczanie przesyłek przez listonosza rzadziej niż cztery dni w tygodniu jest

akceptowalne dla 47,9% badanych. Natomiast 43,7% respondentów wskazało, że chciałoby, aby przesyłki były doręczane pięć lub sześć dni w tygodniu.

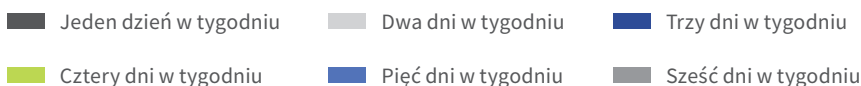
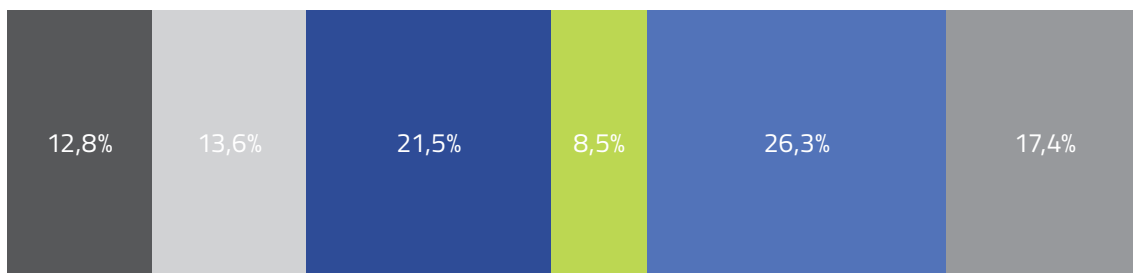
Badanie klientów instytucjonalnych wskazuje, że doręczanie przesyłek rzadziej niż cztery dni w tygodniu jest w stanie zaakceptować 55,4% tej grupy. 38% spośród badanych uważa za pożądane doręczanie przesyłek firmowych pięć dni w tygodniu lub częściej (blisko dwie piąte badanych).

³⁹ Por. art. 46 ust. 2 pkt 5 Prawa pocztowego.

Wykres 25.

Częstotliwość doręczania przesyłek – klienci indywidualni.

Jak często w tygodniu chciał(a)by Pan/Pani mieć doręczane przesyłki przez listonosza?

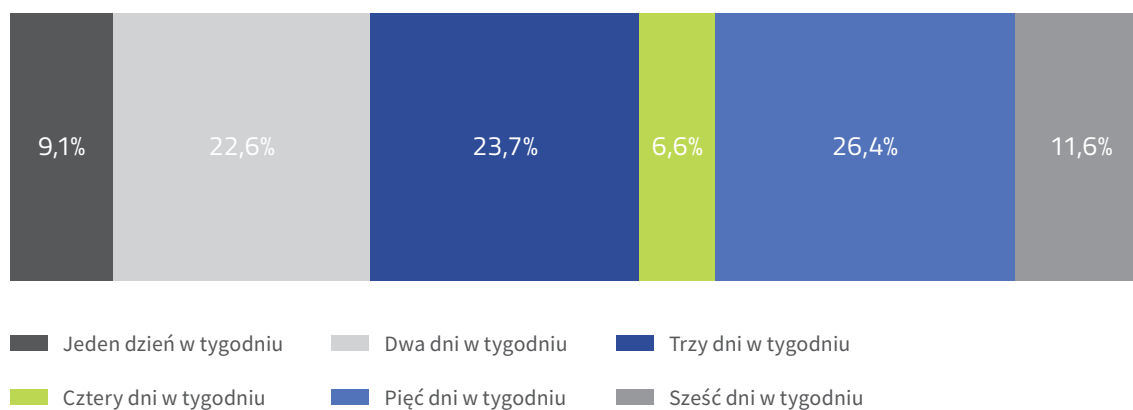


Źródło: UKE

Wykres 26.

Częstotliwość doręczania przesyłek – klienci instytucjonalni.

Jak często w tygodniu chciał(a)by Pan/Pani mieć doręczane przesyłki firmowe przez listonosza?



Źródło: UKE

2.4. Inne parametry jakościowe – oczekiwania, ocena

W ramach badania ocenie poddano również inne kryteria świadczenia usług pocztowych składające się na szeroko rozumianą jakość usług.

2.4.1. Jakość obsługi klienta

W przypadku klientów indywidualnych szczególną uwagę zwrócono na jakość obsługi w placówce pocztowej. Znajduje się ona na pozycji piątej w hierarchii potrzeb klientów indywidualnych. 92,4% użytkowników indywidualnych uznało jakość obsługi w placówce za ważny element świadczenia usług.

Dla użytkowników instytucjonalnych duże znaczenie ma jakość obsługi klienta. Jest ona ważna dla 93,6% ankietowanych i znajduje się na 4 pozycji w hierarchii potrzeb.

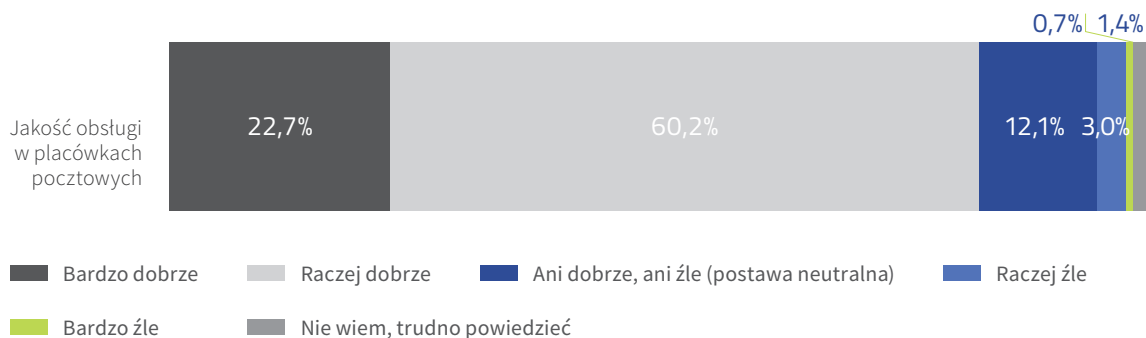
Na ocenę użytkowników w zakresie obsługi klienta, w tym obsługi w placówce pocztowej, wpływ ma również czas oczekiwania na nadanie przesyłki. 91,9% klientów indywidualnych oceniło krótki czas oczekiwania na nadanie przesyłki pocztowej jako ważny. Krótki czas oczekiwania w placówce pocztowej jako ważny z perspektywy firmy wskazało 93,1% respondentów instytucjonalnych.

Zdecydowana większość badanych klientów indywidualnych pozytywnie oceniła jakość obsługi w placówce pocztowej. Takiej oceny dokonało 82,9% użytkowników. Jedynie 3,7% uznało, że obsługa w placówce jest zła.

Wykres 27.

Ocena jakości obsługi klienta – klienci indywidualni.

Jak ocenia Pan/Pani poniższe aspekty jakości usług pocztowych?



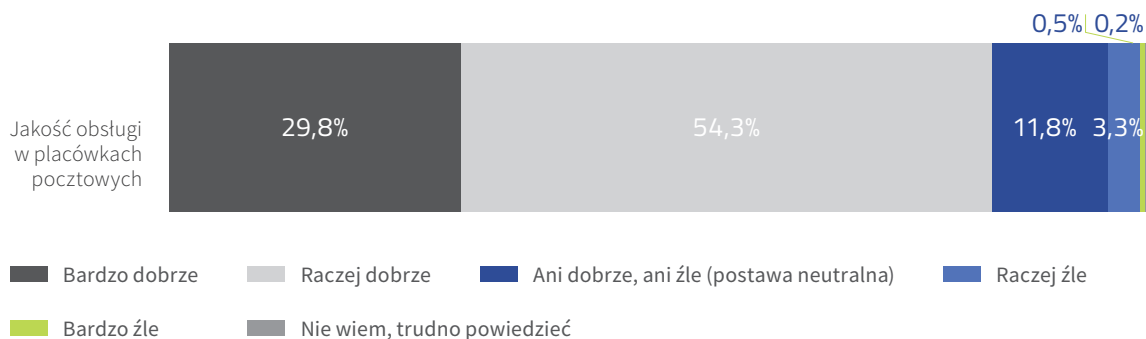
Źródło: UKE

Jakość obsługi klienta dobrze oceniona została także przez użytkowników instytucjonalnych. Pozytywnie oceniło ją 84,1% instytucji.

Wykres 28.

Ocena jakości obsługi klienta – klienci instytucjonalni.

Jak z perspektywy firmy ocenia Pan/Pani poniższe aspekty jakości usług pocztowych?



Źródło: UKE

2.4.2. Sposób doręczenia

Kluczową rolę w realizacji usług pocztowych odgrywają listonosze i kurierzy. Wykonują oni czynności na etapie przyjmowania i przede wszystkim doręczania przesyłek, mają więc bezpośredni kontakt z użytkownikami usług. Aż 78,8% klientów indywidualnych przyznało, że najczęściej odbiera przesyłki bezpośrednio od listonosza lub kuriera. Mieszkańcy gmin wiejskich częściej niż mieszkańcy miast nadają i odbierają przesyłki za pośrednictwem listonosza. Z odbioru przesyłek od listonosza lub kuriera korzysta także większość klientów instytucjonalnych (82,9%).

Inne formy odbioru przesyłek są mniej popularne. Bliżko połowa badanych klientów indywidualnych (46,2%) i instytucjonalnych (45,4%) odbiera przesyłki osobiście w placówce. Jedna piąta użytkowników indywidualnych (21,2%) i instytucjonalnych (19,3%) korzysta ze skrzynki odbiorczej lub skrytki pocztowej. Za pośrednictwem automatów do pocztowej obsługi klienta przesyłki odbiera 5,9% użytkowników indywidualnych i 10,6% instytucjonalnych.

Wśród trzech najczęściej wskazywanych miejsc, w jakich użytkownicy indywidualni chcieliby mieć możliwość odbioru przesyłek pocztowych, znalazły się placówki pocztowe (71,0% wskazań), całodobowe, bezobsługowe punkty odbioru (33,88%) oraz sklepy osiedlowe (23,6% odpowiedzi). Użytkownicy instytucjonalni wymieniali najczęściej placówkę pocztową (58,2%), siedzibę firmy (37,8%) oraz całodobowe, bezobsługowe punkty odbioru (35,6%).



2.4.3. Reklamacje

W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania usługi pocztowej przez operatora pocztowego przepisy prawa dają użytkownikom usług pocztowych możliwość złożenia reklamacji⁴⁰.

Proste procedury zgłaszania reklamacji i skarg nie należą do najważniejszych potrzeb wyrażanych przez użytkowników usług pocztowych (najmniej ważna potrzeba według użytkowników instytucjonalnych i druga od końca w przypadku użytkowników indywidualnych).

Zdecydowana większość badanych klientów indywidualnych (96,9%) oraz instytucjonalnych (93,4%) oświadczyła, że w ciągu ostatniego roku nie złożyła reklamacji u operatora pocztowego. Natomiast osoby, które zdecydowały się na takie działanie przyznały, że reklamacja związana była z opóźnieniem w doręczeniu przesyłki (takiej odpowiedzi udzieliło 57,1% użytkowników indywidualnych) oraz utratą przesyłki. Blisko cztery na pięć złożonych przez użytkowników indywidualnych reklamacji (71,4%) zostało rozpatrzonych pozytywnie i połowa klientów otrzymała z tego tytułu odszkodowanie. Także większość użytkowników instytucjonalnych przyznaje, że ich reklamacja została rozpatrzona pozytywnie, jednak odszkodowanie z tytułu poniesionych strat zazwyczaj nie było wypłacane. Klienci z obu grup, którzy mają doświadczenia z reklamacjami, pozytywnie oceniają takie aspekty, jak szybkość realizacji reklamacji, uprzejmość pracownika przyjmującego reklamację i łatwość w dopełnieniu formalności.

Ważne dla ochrony interesów użytkowników jest monitorowanie sposobu rozpatrywania reklamacji powszechnych usług pocztowych. W ramach przeprowadzonych w IV kwartale 2016 r. kontroli⁴¹ pracownicy UKE zbadali czy Poczta Polska rozpatruje reklamacje powszechnej usługi pocztowej zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie przepisami⁴².

Skontrolowano łącznie 420 reklamacji przesyłek rejestrowanych w obrocie krajowym, w tym 322 (76,7%) w zakresie przesyłki listowej oraz 4 (0,9%) przesyłki listowej z zadeklarowaną wartością, a także 84 (20%) paczki pocztowej i 10 (2,4%) paczek z zadeklarowaną wartością. Ponad 60% reklamacji złożonych zostało w formie pisemnej, a około 32% elektronicznie.

Zdecydowana większość reklamacji składanych w kontrolowanym okresie dotyczyła utraty przesyłki pocztowej (53,1%). Natomiast najmniej reklamacji złożonych zostało z powodu nieprawidłowo wypełnionego formularza potwierdzenia odbioru (2,1%) oraz zwrócenia przesyłki niezgodnie z terminem (1,4%).

⁴⁰ Prawo pocztowe oraz Rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 26 listopada 2013 r. w sprawie reklamacji usługi pocztowej (Dz. U. z 2013 r. poz. 1468 z późn. zm.).

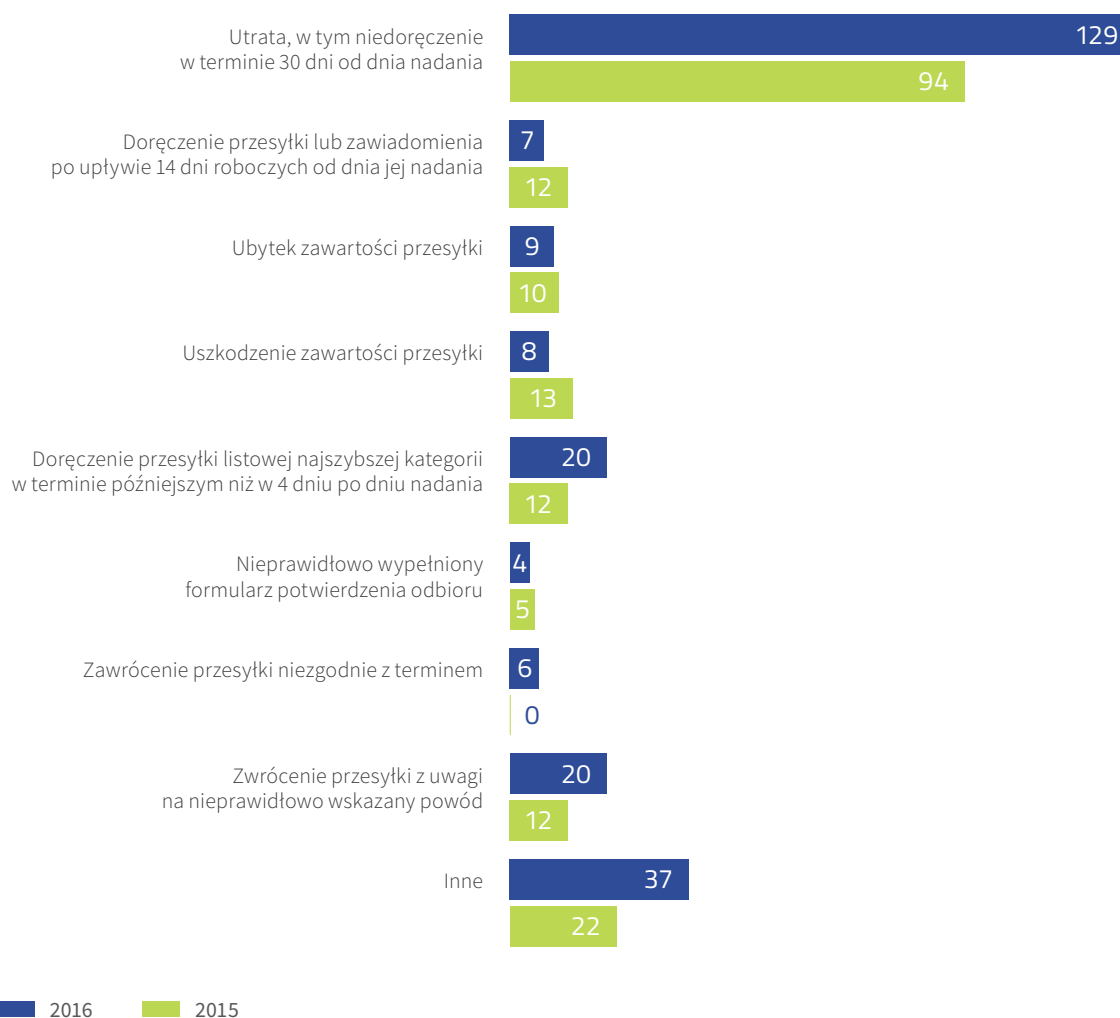
⁴¹ Kontrola przeprowadzona na podstawie art. 122 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 lit. a Prawa pocztowego w okresie od dnia 22 listopada 2016 r. do dnia 16 grudnia 2016 r. przez 6 Delegatur UKE oraz Departament Rynku Poczтового w jednostkach organizacyjnych Poczty Polskiej zajmujących się rozpatrywaniem reklamacji. Kontrolą objęto okres od dnia 1 stycznia 2015 r. do dnia 16 grudnia 2016 r.

⁴² Por. przepisy Prawa pocztowego oraz rozporządzenia Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 26 listopada 2013 r. w sprawie reklamacji usługi pocztowej (Dz. U. z 2013 r. poz. 1468 z późn. zm.).



Wykres 29.

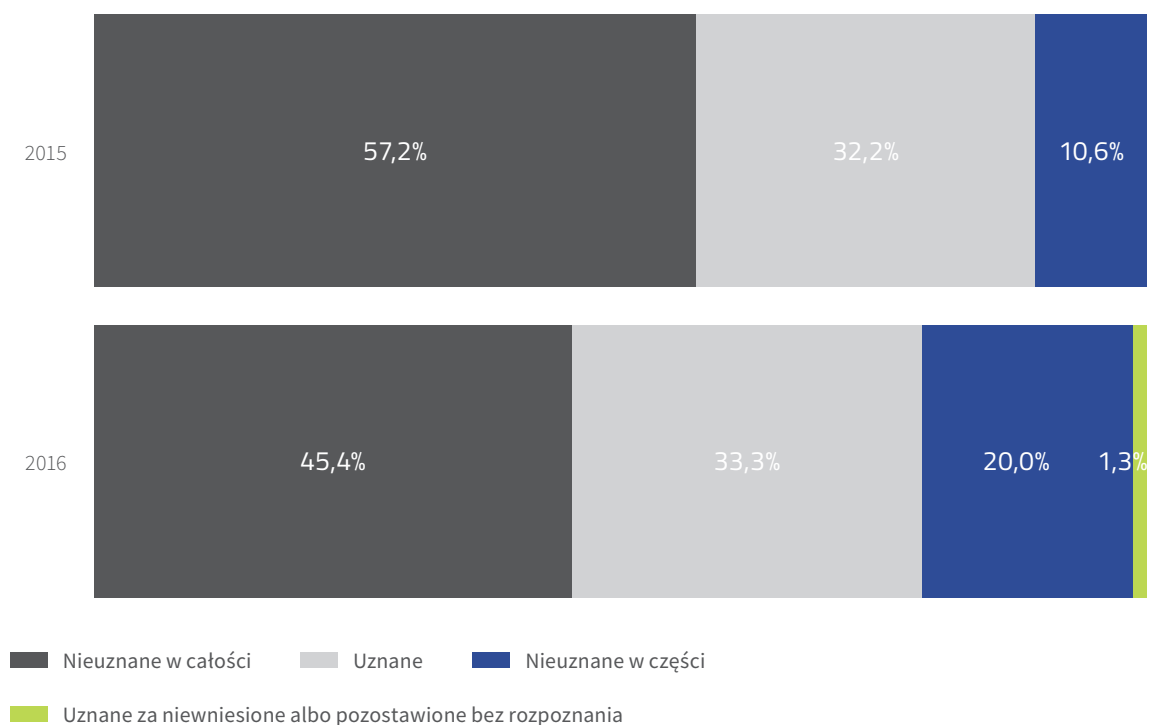
Powody składania reklamacji.



Źródło: UKE na podstawie danych z przeprowadzonych kontroli

Najważniejszy dla klienta jest sposób rozpatrzenia reklamacji. Z ustaleń wynika, że blisko 33% reklamacji złożonych w kontrolowanym okresie została uznana przez Poczta Polską za zasadne. 50,5% reklamacji w badanej próbie zostało zakwalifikowanych jako nieuznane w całości. W stosunku do poprzedniego roku liczba uznanych reklamacji wzrosła o ponad 1%. Jednocześnie nastąpił spadek reklamacji nieuznanych w całości o blisko 12%.

Wykres 30.

Sposób rozpatrzenia reklamacji (w %).

Źródło: UKE na podstawie danych z przeprowadzonych kontroli

Z kontroli UKE wynika, że większość reklamacji dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług powszechnych została rozpatrzona zgodnie z obowiązującymi przepisami.

2.4.4. Bezpieczeństwo

Zapewnienie bezpieczeństwa przesyłek, a więc dbałość o to, by były one w jak najmniejszym stopniu narażone na niebezpieczeństwo ich utraty czy zniszczenia, należy do podstawowych zadań każdego operatora pocztowego.

Zdecydowana większość użytkowników, zarówno indywidualnych (83,2%), jak i instytucjonalnych (81,8%), oceniła pozytywnie ten element jakości usług. Jedynie 2,2% klientów indywidualnych i 4,2% instytucji źle ocenia poziom bezpieczeństwa przesyłek pocztowych.

Na operatorze ciąży obowiązek zapewnienia tajemnicy pocztowej⁴³ oraz bezpieczeństwa danych osób i instytucji korzystających z jego usług.

To kryterium zostało pozytywnie ocenione przez większość badanych. Takiej oceny dokonało 70,5% użytkowników indywidualnych oraz 77,5% klientów instytucjonalnych. Jednocześnie prawie jedna dziesiąta (9,1%) użytkowników indywidualnych wskazała, że potrzebne jest polepszenie bezpieczeństwa w zakresie ochrony danych klientów korzystających z usług.

⁴³ Por. art. 41 Prawa pocztowego.

2.5. Ocena operatora wyznaczonego

Poczta Polska jest najbardziej znanym wśród klientów dostawcą usług pocztowych i operatorem, z którego najczęściej korzystają.

Większość klientów indywidualnych (72,6%) pozytywnie oceniła Poczta Polską. Jeszcze lepsze oceny Poczta Polska uzyskała wśród użytkowników instytucjonalnych. Zdecydowana większość tej grupy (85,2%) pozytywnie ocenia współpracę z Poczta Polską.

Według respondentów indywidualnych Poczta Polska jest operatorem „plasującym się pośrodku podziału tradycyjny-nowoczesny”, podczas gdy badani respondenci instytucjonalni uznali operatora wyznaczonego za „raczej nowoczesnego”.

W opinii ankietowanych z obu grup operator wyznaczony uchodzi za terminowego, posiadającego ceny niższe niż konkurencja. Ponadto uczestnicy badania wskazali, że operator wyznaczony jest dostawcą oferującym usługi o wysokiej jakości oraz gwarantującym bezpieczeństwo przesyłek. Zdaniem badanych Poczta Polska jest operatorem przyjaznym, godnym zaufania, wiarygodnym, dostępnym dla każdego i cieszącym się dobrą opinią wśród klientów.







Część III
E-usługi

Tematyka badania obejmowała także społeczne zapotrzebowanie na e-usługi. Celem tej części ankiety było pozyskanie wiedzy, czy w społecznym odbiorze mogą one być traktowane jako alternatywa dla usług tradycyjnych.

3.1. Potencjalni klienci e-usług

Indywidualni respondenci zostali zapytani o korzystanie z różnego rodzaju e-usług (poczty e-mail, bankowości internetowej, aplikacji mobilnych na smartfonie/tablecie, możliwości złożenia deklaracji podatkowej przez Internet).

Najpopularniejszą e-usługą, z której korzystają badani, jest poczta e-mail (45,9% odpowiedzi). 31,7% respondentów przyznało, że korzysta z bankowości internetowej, a 28,4% z aplikacji mobilnych na smartfonie/tablecie.

Jednocześnie jednak aż 47,8% respondentów przyznało, że nie korzysta z żadnej z wymienionych usług.

3.2. Elektroniczne Potwierdzenie Odbioru

Usługa Elektronicznego Potwierdzenia Odbioru (EPO) jest znana 18,8% respondentów indywidualnych, natomiast 76,1% przyznało, że nigdy o niej nie słyszało.

EPO jest nieco bardziej popularne wśród klientów instytucjonalnych, 35,5% z nich skorzystało z usługi w przeszłości.

Z grupy 57,6% instytucji, które nie korzystały z takiego rozwiązania, tylko 18,4% zadeklarowało chęć skorzystania z EPO w przyszłości.

Mimo niewielkiej popularności usługi, aż 62,5% respondentów instytucjonalnych uznało, że EPO powinno stanowić część katalogu usług powszechnych. Podobnego zdania była także prawie połowa (47,1%) badanych indywidualnych.






3.3. Usługi e-administracji

Sprawy urzędowe respondenci wolą załatwiać w sposób tradycyjny, niż online. Jak wynika z badania najczęstszym powodem korzystania z usług pocztowych jest potrzeba załatwienia spraw urzędowych. Odpowiadało w ten sposób 50,4% klientów indywidualnych oraz 68,7% klientów instytucjonalnych.

Jednocześnie ponad połowa respondentów instytucjonalnych przyznała, że chciałaby mieć możliwość załatwiania spraw urzędowych przez Internet. Większość z nich (tj. 41,3% ogółu badanych) deklaruje, że są rodzaje spraw, których nie chciałaby załatwiać online. Są to zwłaszcza sprawy związane z płatnościami i finansami oraz inne sprawy poufne. Jedynie 10,6% badanych uznało, że jest zainteresowanych załatwianiem przez Internet wszystkich rodzajów spraw urzędowych.

Dystans wobec załatwiania spraw urzędowych przez Internet jest jeszcze bardziej widoczny wśród respondentów indywidualnych. Ponad połowa z nich (55,7%) nie jest zainteresowana załatwianiem takich spraw online. Jedynie mniej niż jedna trzecia badanych chce załatwiać sprawy urzędowe przez sieć. 22,3% badanych wyraziło zainteresowanie załatwianiem w ten sposób wszystkich rodzajów spraw. 6,8% zadeklarowało, że są kategorie spraw, których nie chcieliby załatwiać przy pomocy Internetu. Były to głównie sprawy związane z finansami: bankowe, skarbowe, socjalne.





Część IV
Wnioski

Wyniki badania wskazują, że przepisy regulujące zakres usług powszechnych oraz odnoszące się do obowiązków operatora wyznaczonego nie wymagają obecnie zmian legislacyjnych.

Większość respondentów uznała obowiązujący katalog usług powszechnych za wystarczający. Z przeprowadzonego badania wynika, że przesyłki listowe, zarówno zwykłe, jak i polecone, to usługi, na które zapotrzebowanie jest największe. Badanie pokazało, że mieszkańcy wsi częściej nadają listy zwykłe, natomiast mieszkańcy miast częściej nadają listy polecone. Wyniki potwierdziły, że usługi w obrocie zagranicznym cieszą się mniejszą popularnością niż usługi w obrocie krajowym. Jednakże rosnąca mobilność społeczeństwa, a także rozwój transgranicznego e-commerce, mogą wpłynąć na wzrost zapotrzebowania na omawiane usługi.

Znaczna grupa klientów indywidualnych i instytucjonalnych uznała, że w skład katalogu usług powszechnych powinna wchodzić także przesyłka kurierska. Na gruncie obowiązującego prawodawstwa europejskiego⁴⁴ i polskiego usługi kurierskie, ze względu na swoją charakterystykę oraz cenę nie mogą jednak zostać uznane za usługi powszechne. Co nie zmienia faktu, że użytkownicy korzystają z nich coraz częściej, np. robiąc zakupy w Internecie.

Zdaniem klientów instytucjonalnych także przesyłka reklamowa powinna stanowić część katalogu usług powszechnych. Ten rodzaj przesyłek, dedykowany głównie przedsiębiorcom, wykorzystywany jest przez nich przede wszystkim do kontaktów z klientami. Przesyłki reklamowej nie można więc uznać za usługę podstawową o szczególnym znaczeniu dla całego społeczeństwa.

Większość uczestników badania dobrze oceniła bliskość placówek pocztowych oraz rozmieszczenie skrzynek nadawczych. Mieszkańcy wsi uznali dostępność usług pocztowych za nieco gorszą niż mieszkańcy miast.

Ceny usług pocztowych ocenione zostały przez użytkowników jako przystępne. Jednocześnie kategoria ta znajduje się na pozycji pierwszej w hierarchii oczekiwań użytkowników usług pocztowych, a znaczna część respondentów chciałaby spadku cen usług pocztowych. Dla części respondentów indywidualnych zbyt wysokie ceny są barierą w korzystaniu z usług pocztowych.

W opinii respondentów terminowe dostarczanie przesyłek i jak najkrótszy czas ich przebiegu, należy do drugiej w hierarchii potrzeby użytkowników usług pocztowych. Mimo pozytywnej oceny terminowości, użytkownicy zwracali uwagę na konieczność podjęcia dodatkowych działań zmierzających do poprawy w tym zakresie. Na taką potrzebę wskazują także wyniki badań czasu przebiegu przesyłek pocztowych, przeprowadzonych przez Prezesa UKE.

Większość badanych z obu grup jest w stanie zaakceptować rozwiązanie polegające na doręczaniu przesyłek pocztowych rzadziej niż pięć dni w tygodniu. Obowiązujące w Prawie pocztowym uregulowanie w zakresie częstotliwości doręczeń wynika z postanowień prawa europejskiego⁴⁵. W przyszłości możliwe jest jednak rozważenie na gruncie europejskim zmiany w tym zakresie, co mogłoby wpłynąć na zmniejszenie kosztów, a tym samym na ceny przesyłek.

Zdaniem badanych operator wyznaczony wywiązuje się z obowiązku świadczenia usług powszechnych. Poczta Polska cieszy się wśród użytkowników usług pocztowych dobrą opinią, jako operator przyjazny i godny zaufania.

⁴⁴ Dyrektywa 97/67/WE parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 15 grudnia 1997 r. w sprawie wspólnych zasad rozwoju rynku wewnętrznego usług pocztowych Wspólnoty oraz poprawy jakości usług (Dz. U. UE.L z 1998 r. Nr 15, poz. 14 ze zm.)

⁴⁵ Por. art. 3 ust. 3 Dyrektywy 97/67/WE parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 15 grudnia 1997 r. w sprawie wspólnych zasad rozwoju rynku wewnętrznego usług pocztowych Wspólnoty oraz poprawy jakości usług.

Urząd Komunikacji Elektronicznej

Departament Rynku Poczтового

tel.: +48 22 534 9132

fax: +48 22 534 9162

e-mail: uke@uke.gov.pl

sekretariat.drp@uke.gov.pl

www.uke.gov.pl