

# **Příloha č. 2 – Závěrečná zpráva z průzkumu veřejného mínění**

---

# 1 Úvod

---

Předmětem veřejného průzkumu bylo provést pro Český telekomunikační úřad (dále také „ČTÚ“) zjišťování týkající se míry spokojenosti uživatelů poštovních služeb s poskytováním vybraných poštovních služeb. Dále byly zjišťovány názory uživatelů poštovních služeb na kvalitu, rozsah, dostupnost a další klíčové skutečnosti související se základními poštovními službami na území České republiky. Dotazování bylo realizováno v první polovině měsíce června roku 2021.

Cílovou skupinou tohoto průzkumu byli uživatelé poštovních služeb na území České republiky – populace České republiky (fyzické osoby starší 16 let), která v posledním roce využila poštovní služby v roli odesílatele nebo adresáta (příjemce). Celková velikost vzorku byla stanovena na 1 500 respondentů (1 000 respondentů mělo být dotazováno metodou CAWI a 500 respondentů metodou CATI). Nakonec bylo tímto způsobem osloveno celkem 1 521 osob (502 metodou CATI a 1019 metodou CAWI). Mezi základní kvótní znaky byla zahrnuta: velikost obce a kraj, ve kterém respondent převážnou část roku žije, pohlaví respondenta, věk respondenta a dosažené vzdělání respondenta (statistické charakteristiky vzorku populace dle uvedených kvótních znaků jsou uvedeny dále).

---

# 2 Metodologie

---

V rámci této kapitoly jsou popsány a shrnuty základní charakteristiky výběrového souboru, techniky sběru dat a kontrolní mechanismy (např. nástroje bránící vícenásobnému vyplňování) a techniky zpracování dat.

## 2.1 Výběrový soubor

Základním souborem jsou uživatelé poštovních služeb na území České republiky – populace České republiky (fyzické osoby od 16 let věku). Velikost výběrového souboru byla stanovena na 1 500 respondentů, přičemž jeho konstrukce garantuje dostatečné zastoupení všech relevantních sociodemografických skupin. Parametry výběrového vzorku (pohlaví, věk, velikost bydliště a kraj) byly stanoveny v souladu s požadavky zadavatele – Českého telekomunikačního úřadu. Další kvótní znaky (vzdělání a využívání internetu) byly doplněny zpracovatelem tak, aby byla zajištěna reprezentativita stanoveného vzorku populace a byly v daných věkových intervalech využity optimální zjišťovací techniky (viz dále). Podkladem pro určení základních sociodemografických kvót (pohlaví, věk, vzdělání, velikost obce, NUTS 3) byla data Českého statistického úřadu, a to konkrétně výsledky sčítání lidu, domů a bytů z roku 2011, na jejichž základě byl stanoven reprezentativní výběrový soubor odpovídající rozložení populace České republiky starší 16 let věku. Kvóty (pohlaví, věk, vzdělání a velikost obce) byly nastaveny na úrovni krajů.

Základní charakteristiky výběrového souboru shrnuje následující tabulka. Statistická chyba (odchylka) jednotlivých výsledků na 5 % hladině spolehlivosti je při daném výběrovém vzorku (1 500 respondentů) na úrovni 2,9 %.

### 2.1.1.1 Charakteristika výběrového souboru

Socioekonomický atribut	Kvóta
<b>Pohlaví</b>	<b>1 521</b>
Muž	48,9 %
Žena	51,1 %
<b>Věk</b>	<b>1 521</b>
16–24 let	9,6 %
25–34 let	14,6 %
35–44 let	18,3 %
45–54 let	14,9 %
55–64 let	15,7 %
65–74 let	16,4 %
75 a více let	10,5 %
<b>Vzdělání</b>	<b>1 521</b>
Základní nebo bez vzdělání	13,0 %
Vyučen(a) nebo středoškolské bez maturity	34,8 %
Středoškolské s maturitou nebo vyšší odborné	35,0 %
Vysokoškolské	17,2 %

Socioekonomický atribut	Kvóta
<b>Velikost obce</b>	<b>1 521</b>
Méně než 1 000 obyvatel	17,3 %
1 000–2 499 obyvatel	13,4 %
2 500–4 999 obyvatel	9,3 %
5 000–19 999 obyvatel	17,7 %
20 000–99 999 obyvatel	20,5 %
100 000 a více obyvatel	21,8 %
<b>Kraj</b>	<b>1 521</b>
Hlavní město Praha	12,2%
Středočeský kraj	12,6%
Jihočeský kraj	5,9%
Plzeňský kraj	5,5%
Karlovarský kraj	2,9%
Ústecký kraj	7,8%
Liberecký kraj	4,1%
Královéhradecký kraj	5,3%
Pardubický kraj	4,9%
Vysočina	4,9%
Jihomoravský kraj	11,1%
Olomoucký kraj	6,0%
Zlínský kraj	5,5%
Moravskoslezský kraj	11,4%

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## 2.2 Techniky sběru dat

Rozšíření internetového připojení (penetrace) v populaci je v ČR relativně vysoká a v současné době se blíží k hodnotě 85 %. Vyšší zastoupení osob nevyužívajících internet je zejména ve věkové kohortě 65 a více let, u osob s nižším vzděláním (základní a vyučen), důchodců, manuálně pracujících s podprůměrnými příjmy a v obcích menší velikosti (do 5 000 obyvatel).

Vzhledem k těmto skutečnostem Zpracovatel využil kombinace online dotazování (CAWI, zkratka z anglického „*Computer Assisted Web Interviewing*“) a telefonického dotazování (CATI, zkratka z anglického „*Computer Assisted Telephone Interviewing*“), a to v poměru CAWI cca 2/3 výběrového souboru a CATI cca 1/3 výběrového souboru. Metoda CATI byla Zpracovatelem využita zejména v rámci dodatečného sběru dat od skupin respondentů, jež jsou méně zastoupené v online panelu (např. vzhledem k nižšímu zastoupení uživatelů internetu v dané věkové, vzdělanostní, příjmové a jiné kategorii).

Respondenti byli do výzkumu vybíráni na základě kvótního výběru. Sběr dat prostřednictvím obou výše uvedených metod byl realizován paralelně. V průběhu sběru byla data na denní bázi stahována ze serveru a docházelo k průběžnému vyhodnocování naplněnosti kvót, které byly v případě jejich naplnění uzavřeny. Ve výsledném datovém souboru jsou pak drobné odchylky od kvótního předpisu vyrovnány vážením.

Kromě dříve uvedených kvót zahrnujících sociodemografické znaky byla stanovena i kvóta na míru užívání internetu, kdy cca 70 % souboru tvořily osoby, které využívají internet denně, 15 % osoby, které využívají internet méně často a 15 % osoby, které udávají, že jej nevyužívají vůbec. Druhé dvě jmenované skupiny byly optimálně zasaženy právě metodou CATI.

### 2.2.1 Telefonické dotazování (CATI)

Při sběru dat prostřednictvím telefonického dotazování bylo využito telefonické studio, v němž dotazování zajišťují proškolení a zkušení tazatelé. Všichni tazatelé se pravidelně zúčastňují školení. Školení tazatelů se uskutečňuje každý rok minimálně dvakrát a každý tazatel má za povinnost zúčastnit se tohoto školení alespoň jednou ročně, jinak je z tazatelské sítě vyřazen. Vedle těchto pravidelných školení jsou realizována speciální školení před náročnými výzkumy. V rámci procesu sběru dat a školení působí taktéž tzv. supervizoři, kteří dohlíží nad řádným průběhem dotazování například formou náslechů.

Metoda CATI nebyla využívána jako dominantní (byla použita na 1/3 výběrového souboru), a to z důvodu délky a složitosti dotazníku.

### 2.2.2 Online dotazování (CAWI)

Sběr dat byl dále veden prostřednictvím online dotazování. Základem této kvantitativní techniky sběru dat je existence panelu respondentů, ať již z běžné populace, nebo ze speciálních cílových skupin, kteří mají přístup k internetu, jsou ochotni se výzkumů zúčastnit a jsou o nich známy jejich základní demografické charakteristiky.

Stejně jako v případě jiných technik kvantitativního výzkumu, i při použití techniky CAWI se postupuje podle předem odsouhlaseného dotazníku. Dotazník byl naprogramován v elektronické podobě a umístěn na chráněné internetové stránce. Z databáze respondentů byl proveden výběr respondentů, kteří odpovídají zadané cílové skupině. Takto vybraným respondentům byl rozeslánovací e-mail s jednoznačně identifikovaným linkem, tj. přístupem na internetovou stránku s dotazníkem, jenž zabraňuje tomu, aby jeden respondent vyplnil dotazník několikrát, a zároveň identifikuje, který respondent (s jakými sociodemografickými znaky) dotazník vyplnil. Data byla ukládána na zabezpečeném serveru a na konci výzkumu byla spojena do jednoho datového souboru a následně zpracována standardními postupy kvantitativního výzkumu.

Pro účely internetového dotazování byl využíván online panel respondentů o celkové velikosti více než 24 tisíc aktivních respondentů. Struktura panelu z hlediska požadovaných kvótních znaků odpovídá struktuře internetové populace. Tento využívaný online panel je, na rozdíl od většiny ostatních panelů užívaných při výzkumech v ČR, většinou tvořen osobně rekrutovanými osobami, které byly osloveny při jiných výzkumech. Díky tomuto lze spolehlivě říci, že složení panelu zaručuje vysokou míru reprezentativity. Na základě výběrového šetření o informačních a komunikačních technologiích, které bylo realizováno Českým statistickým úřadem, pak byly stanoveny kvóty zajišťující reprezentativitu jak v rámci subpopulace osob užívajících internet pro CAWI sběr dat, tak v rámci subpopulace slabých uživatelů a neuživatelů internetu pro CATI sběr dat (viz dříve).

### 2.2.3 Kontrolní mechanismy a zpracování dat

Odpovědi získané od jednotlivých respondentů byly kontrolovány několika způsoby. Kromě osobního nebo telefonického oslovení respondentů a jejich zařazení do online panelu je jejich identita a unikátnost vyplněných dotazníků ověřována následujícími metodami, a to při samotné realizaci šetření:

- vybraným respondentům jsou zasílány unikátní přístupové linky k dotazníku, respondenti tak mohou vyplnit jen jeden dotazník v daném výzkumu;
- je prováděna kontrola, z jakých IP adres respondenti odpovídají, případné zjištěné duplicity a nekonzistence v IP adresách jsou prověřovány;
- je kontrolována konzistence sociodemografických dat, tedy skutečnost, zda identifikační a sociodemografické údaje uvedené respondentem v daném výzkumu odpovídají jeho dlouhodobým údajům v databázi;
- do dotazníku jsou zařazovány kontrolní otázky.

Data získaná v rámci výzkumného šetření jsou zpracována standardními postupy kvantitativního výzkumu. Provedeny jsou testy významnosti, jejichž prostřednictvím jsou identifikovány ty skupiny respondentů, které vykazují statisticky významné odlišnosti buď oproti ostatním skupinám respondentů v rámci dané kategorie (např. pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa bydliště, kraj), nebo oproti všem respondentům jako celku. Dále jsou uskutečněny testy nezávislosti, díky kterým je možné určit závislost mezi kategoriemi respondentů a četností odpovědí. Testem nezávislosti tak je možné odhalit, zda odpovědi na položené otázky alespoň částečně souvisí s danou třídicí proměnou. Některé tyto výstupy jsou stručně popsány v rámci interpretace daných závěrů.

---

# 3 Základní výsledky šetření

---

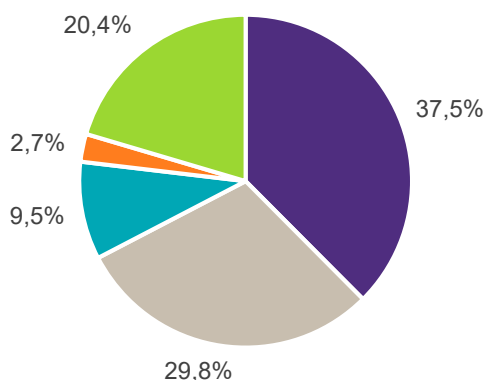
Předmětem této kapitoly je představení výsledků veřejného průzkumu týkajícího se míry spokojenosti uživatelů poštovních služeb s poskytováním vybraných poštovních služeb. Dále byly zjišťovány názory uživatelů poštovních služeb na kvalitu, rozsah, dostupnost a další klíčové skutečnosti související se základními poštovními službami na území České republiky. V rámci této kapitoly nebylo realizováno žádné třídění (např. dle věku respondenta nebo místa jeho trvalého bydliště), kdy analýza druhého řádu je předmětem následující kapitoly. Každé grafické znázornění je stručně okomentováno, a to zejména s ohledem na identifikovaná klíčová zjištění.

## 3.1 Otázky zaměřené na oblast informovanosti o poštovních službách a zákaznické preference

### OT7 Pokud máte možnost zvolit si způsob dodání při nákupu v e-shopu, jaký způsob většinou zvolíte?

Provozovna České pošty nebo výdejní místo jiného provozovatele poštovních služeb je nejčastějším způsobem dodání při nákupu v e-shopu, který využívá 37,5 % respondentů. Druhým nejčastějším způsobem dodání je doručení na zvolenou adresu doručovatelem či kurýrem, což využívá na 29,8 % dotázaných. Přestože otázka měla v roce 2016, kdy bylo prováděno předchozí šetření, mírně odlišnou strukturu odpovědí, je zřejmé, že oproti roku 2016 se snížil podíl respondentů, kteří využijí možnost vyzvednutí přímo v kamenném obchodě, a to ze 17 % na 9,5 %. Podíl osob využívajících samoobslužné automaty se nezměnil a osciluje kolem úrovně 3 % (2,7 % v roce 2021).

N = 1 521



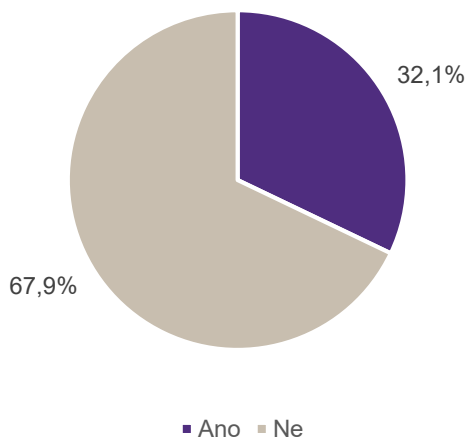
- Dodání na provozovnu České pošty či výdejní místo jiného provozovatele
- Dodání na adresu doručovatelem/kurýrem České pošty nebo jiného provozovatele
- Vyzvednutí přímo v kamenném obchodě nebo na pobočce e-shopu
- Samoobslužný výdejní automat – tzv. balíkomaty nebo výdejní boxy
- Nenakupují v e-shopu

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

#### OT8 Využil/a jste v posledním roce jako adresát (příjemce) změnu způsobu dodání (tj. změnu ukládací pošty nebo odnášku)?

Více než dvě třetiny respondentů (67,9 %) v posledním roce nevyužily změnu způsobu dodání (např. změnu ukládací pošty nebo odnášku). Tato otázka nebyla v roce 2016 zjišťována a není tak zřejmý trend v této sledované oblasti.

N = 1 521

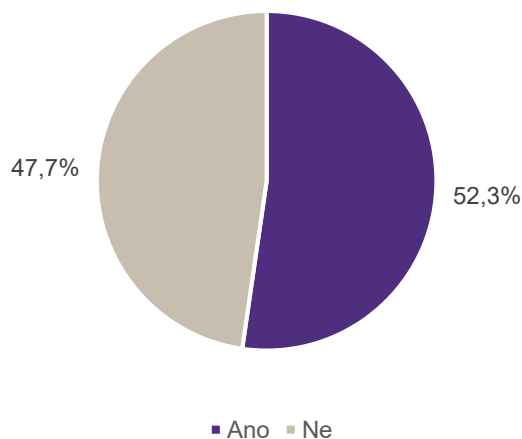


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

#### OT9 Využíval(a) byste tyto služby (tj. změnu ukládací pošty nebo odnášku) v případě jejich zpoplatnění i nadále?

Odpovědi na tuto otázku byly zjišťovány pouze v případě, že v předchozí otázce č. 8 respondent uvedl, že v posledním roce jako adresát (příjemce) uplatnil změnu způsobu dodání. V případě zpoplatnění této služby by možnost změny způsobu dodání i nadále využívalo 45,2 % z respondentů, kteří tuto službu v posledním roce využili. Celkový podíl respondentů využívajících změnu způsobu dodání by se tak v případě zpoplatnění této služby snížil z 32,1 % na 14,5 %.

N = 488

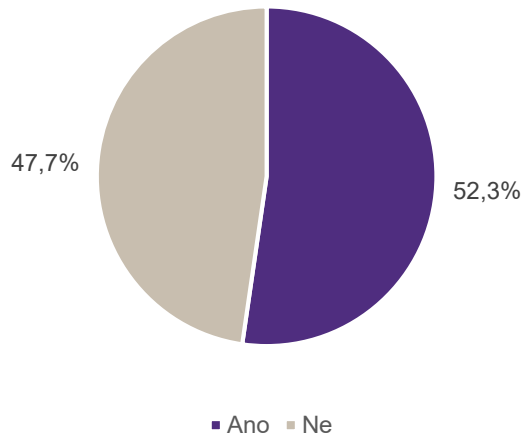


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT10 Využíval(a) byste poštovní služby (např. odesílání či příjem poštovních zásilek a balíků, posílání a přijímání peněz) prostřednictvím samoobslužného automatu?

Samoobslužné automaty by pro poštovní služby (např. odesílání či příjem poštovních zásilek a balíků, posílání a přijímání peněz) bylo ochotno využívat 52,3 % z dotázaných. Tato otázka nebyla v roce 2016 zjišťována a není tak zřejmý trend v této sledované oblasti.

N = 1 521

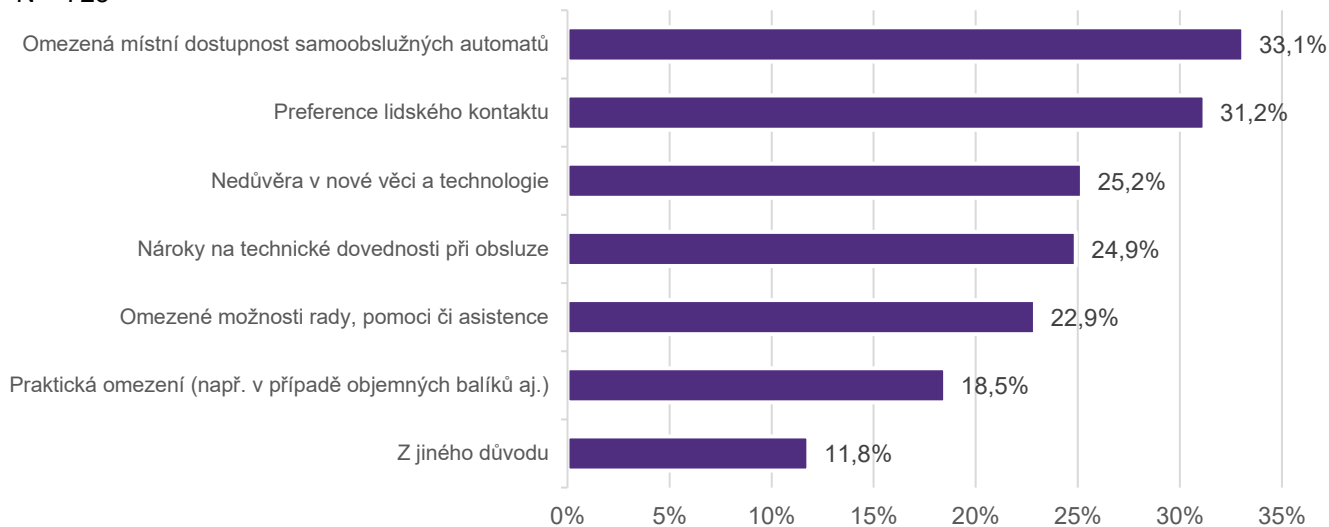


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT11 Z jakého důvodu byste nevyžíval(a) poštovní služby prostřednictvím samoobslužného automatu?

Na tuto otázku odpovídali jen ti respondenti, kteří samoobslužné automaty nevyžívají. Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Mezi nejčastěji uváděné důvody, které respondentům brání ve využívání poštovních služeb prostřednictvím samoobslužných automatů, lze zařadit jejich omezenou místní dostupnost (uvedlo 33,1 % respondentů) nebo preferenci lidského kontaktu (uvedlo 31,2 % respondentů). Mezi další bariéry, které uvedlo 22,9 až 25,2 % respondentů patří nedůvěra v nově věci a technologie, obava z technických nároků na obsluhu samoobslužného automatu nebo z omezených možností pomoci či asistence. Praktická omezení samoobslužných automatů uvedlo pouze 18,5 % dotázaných (nejméně z předdefinovaných možností). Mezi jiné důvody respondenti často uváděli zdravotní stav znemožňující užívání samoobslužných automatů (částečnou imobilitu, slabý zrak apod.), nebo to, že o této možnosti nevědí nebo se s ní doposud neměli možnost setkat.

N = 725



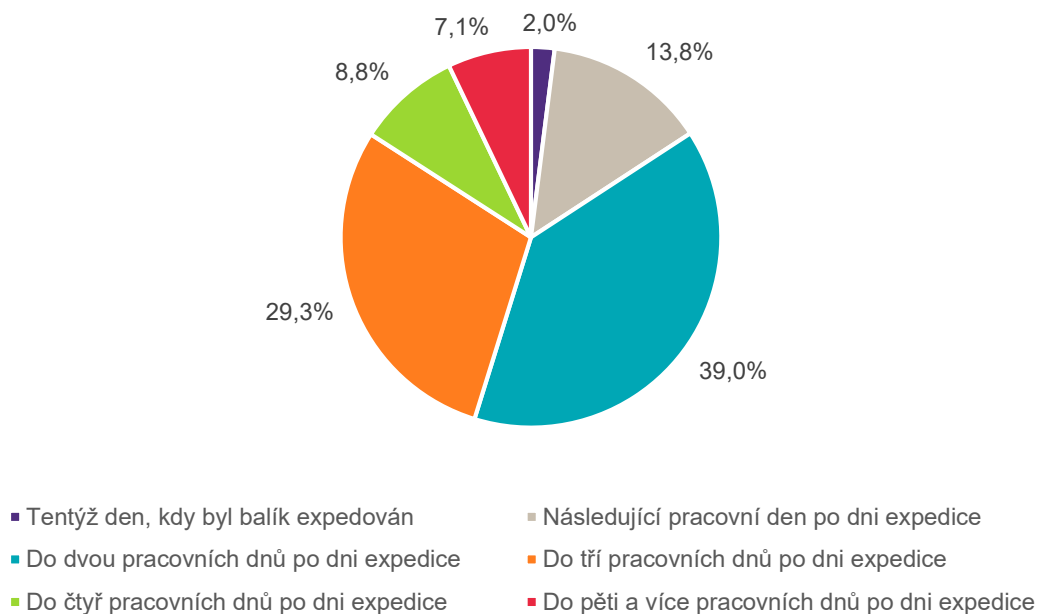
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů



## OT12 Jakou dobu doručení balíku z tuzemského e-shopu považujete za ještě přípustnou?

Jako ještě přípustnou dobu pro doručení balíku z tuzemského e-shopu převážná část dotázaných považuje doručení do dvou až tří pracovních dnů ode dne expedice (uvedlo 68,3 %). Celkem 15,8 % z dotazovaných pak bylo více náročných. Tito respondenti považují za přípustné doručení nejpozději následující pracovní den po dni expedice. Přibližně stejný podíl dotázaných (15,9 %) tvoří naopak méně nároční zákazníci, kterým přijde doručení do čtyř a více pracovních dní po dni expedice jako přípustné. Tato otázka nebyla v roce 2016 zjišťována a není tak zřejmý trend v této sledované oblasti.

N = 1 521

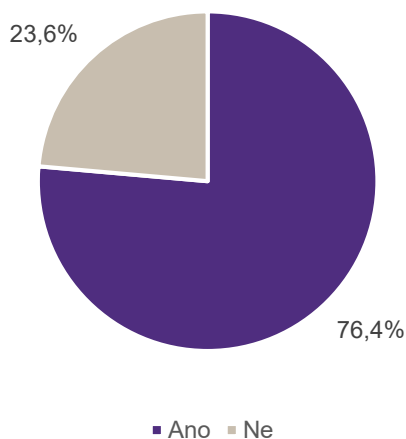


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT13 Je pro Vás přípustné potvrdit převzetí zásilky (např. doporučené zásilky nebo balíku) prostřednictvím číselného kódu namísto podpisu?

Pro více než tři čtvrtiny (76,4 %) respondentů je přípustné převzetí zásilky (např. doporučené zásilky nebo balíku) prostřednictvím číselného kódu namísto podpisu. Tato otázka nebyla v roce 2016 zjišťována a není tak zřejmý trend v této sledované oblasti.

N = 1 521



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT14 Jakým způsobem obvykle získáváte informace o poštovních službách České pošty (např. o poštovních službách, o jejich parametrech a cenách)?

Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Největší podíl respondentů získává informace o poštovních službách České pošty z webových stránek (49,9 %). Tento komunikační nástroj zvolilo jako primární více respondentů, než v roce 2016, kdy byl zaznamenán nárůst o čtyři procentní body. Jako další oblíbené způsoby získávání informací o poštovních službách respondenti zvolili přímé jednání s pracovníky České pošty v provozovně či v „terénu“ (33,9 %) nebo informace vyvěšené v prostorách provozoven (21,6 %). Tyto komunikační kanály však byly oproti roku 2016 oslabeny. V roce 2016 je jmenovalo 42, resp. 36 % respondentů. Naopak významně narostl podíl osob využívajících elektronickou komunikaci (12,3 %), mobilní aplikaci (9,1 %) nebo telefonickou komunikaci prostřednictvím zákaznické linky (8,3 %). Všechny tyto uvedené komunikační kanály v roce 2016 nevyužívalo více než 6 % z dotázaných. Z uvedeného je zřejmé, že došlo k posílení takřka všech moderních forem komunikace, a naopak ke snížení podílu osob využívajících přímé dotazování pracovníků České pošty (o 8 procentních bodů) nebo informace vyvěšené v prostorách provozoven (o 14 procentních bodů).

N = 1 521

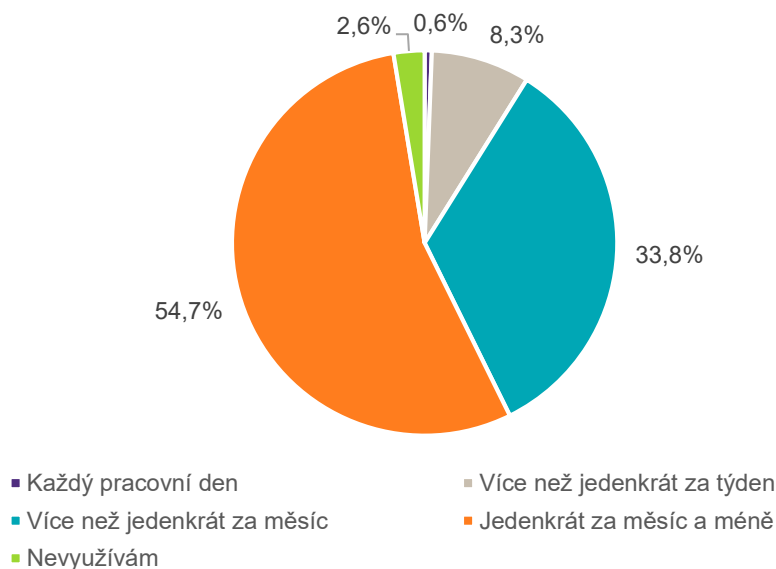


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT15 Jak často obvykle využíváte poštovní služby České pošty?

Každý pracovní den nebo alespoň více než jedenkrát za týden využívá služeb České pošty 8,9 % respondentů (v roce 2016 to bylo rámcově 17 %). Celkem 54,7 % z dotázaných pak využívá služeb České pošty v průměru jednou za měsíc a méně. Poštovních služeb České pošty vůbec nevyužívá 2,6 % respondentů.

N = 1 521

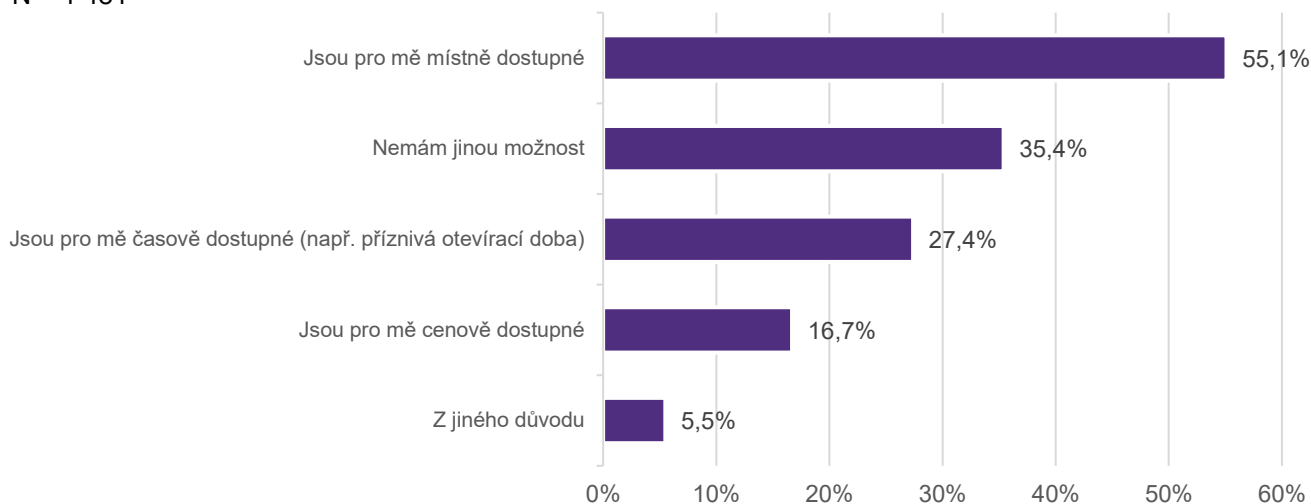


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT16 Z jakého důvodu využíváte poštovní služby poskytované právě Českou poštou?

Na tuto otázku odpovídali jen ti respondenti, kteří využívali služeb České pošty (jednalo se o 1 481 respondentů). Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Dotázaní využívají poštovních služeb České pošty nejčastěji z důvodu místní dostupnosti, uvedlo tak 55,1 % z oslovených respondentů. Druhou a třetí nejčastější odpovědí bylo, že dotazovaný nemá jinou možnost (35,4 %) nebo že využívání služeb České pošty je pro něj / pro ni časově dostupné (27,4 %), a to např. z důvodu příznivé otevírací doby. Oproti roku 2016 došlo k mírnému oslabení uváděného důvodu ve formě místní dostupnosti, a to o čtyři procentní body. Všechny ostatní důvody byly naopak posíleny.

N = 1 481



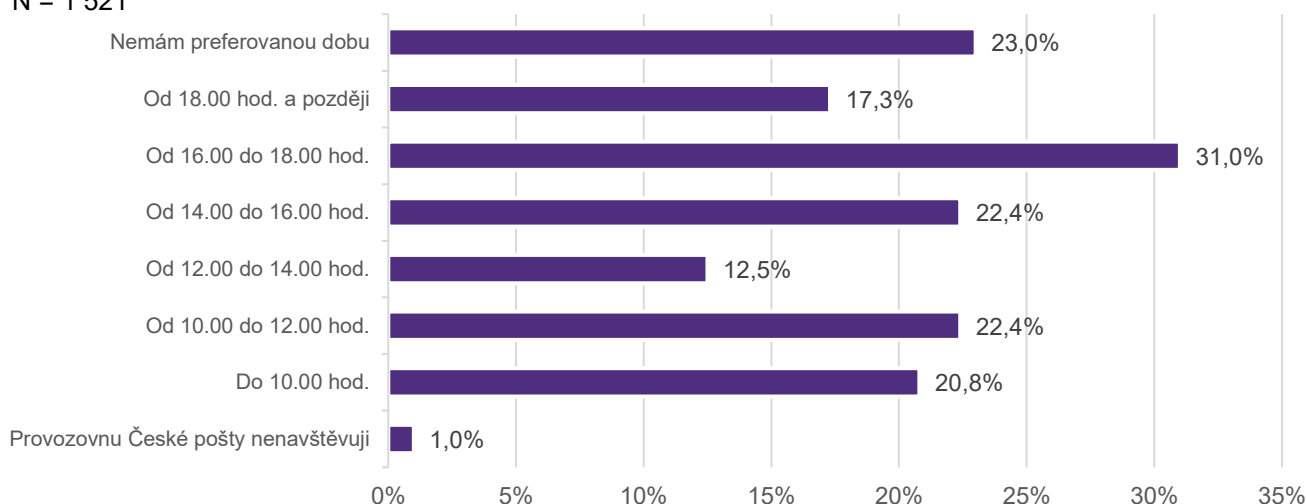
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT17 V jakou denní dobu byste preferoval(a) návštěvu provozovny České pošty?

Z níže uvedeného vyplývá, že respondenti nejvíce preferují za účelem návštěvy provozovny České pošty časový interval mezi 16:00 hod. a 18:00 hod. Tuto možnost zvolilo 31,0 % respondentů. Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Celkem 23,0 % z dotázaných pak uvedlo, že nemá preferovanou dobu.

V roce 2016 uvedlo 24 % respondentů, že by uvítali prodloužení otevírací doby spíše odpoledne. Celkem 7 % respondentů se naopak (v roce 2016) vyjádřilo, že by preferovali prodloužení otevírací doby spíše dopoledne. Na 46 % oslovených pak bylo spokojeno s otevírací dobou, kdy uvedli, že jim otevírací doba vyhovuje.

N = 1 521

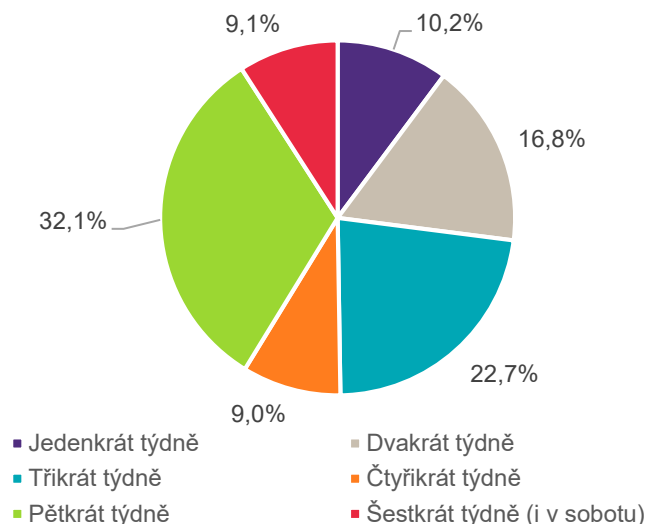


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT18 Jakou frekvencí dodávání listovních zásilek (tj. obyčejných i doporučených zásilek) Českou poštou považujete za ještě přípustnou?

Nejčastější odpovědí na otázku, jakou frekvencí dodávání listovních zásilek (tj. obyčejných i doporučených zásilek) Českou poštou považují respondenti za ještě přípustnou, bylo pětkrát týdně (každý pracovní den), což zvolilo 32,1 % respondentů. Významné snížení frekvence oproti současnému rozsahu na úroveň dodávání třikrát týdně by bylo ještě přípustné pro 49,7 % respondentů. Zvýšení frekvence naopak požaduje 9,1 % z dotázaných. V roce 2016 byly v tomto kontextu zákazníci České pošty významně náročnější, kdy pouze 19 % z dotázaných bylo spokojeno s frekvencí dodávání poštovních zásilek v rozsahu pětkrát týdně. Celkem 70 % respondentů pak v roce 2016 zvolilo jako vyhovující možnost doručování šestkrát týdně. Tazatelé však v roce 2016 nerozlišovali typ zásilky a tázali se na dostatečnou, nikoli ještě přípustnou frekvenci dodávání.

N = 1 521

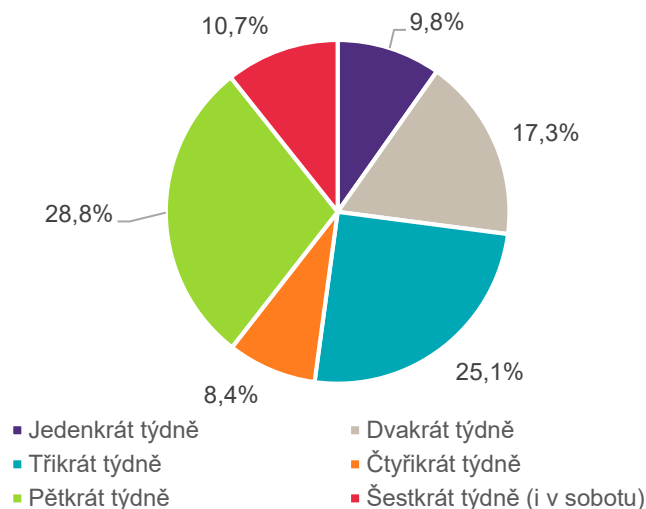


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT19 Jakou frekvencí dodávání balíků Českou poštou považujete za ještě přípustnou?

Nejčastější odpovědí na otázku, jakou frekvencí dodávání balíků Českou poštou považují respondenti za ještě přípustnou, bylo pětkrát týdně (každý pracovní den), což zvolilo 28,8 % respondentů. Významné snížení frekvence oproti současnému rozsahu na úroveň dodávání třikrát týdně by bylo ještě přípustné pro 52,2 % respondentů. Zvýšení frekvence v dodávání balíků by naopak uvítalo 10,7 % z dotázaných. V roce 2016 byly v tomto kontextu zákazníci České pošty významně náročnější, kdy pouze 19 % z dotázaných bylo spokojeno s frekvencí dodávání poštovních zásilek v rozsahu pětkrát týdně. Celkem 70 % respondentů pak v roce 2016 zvolilo jako vyhovující možnost doručování šestkrát týdně. Tazatelé však v roce 2016 nerozlišovali typ zásilky a tázali se na dostatečnou, nikoli ještě přípustnou frekvenci dodávání.

N = 1 521

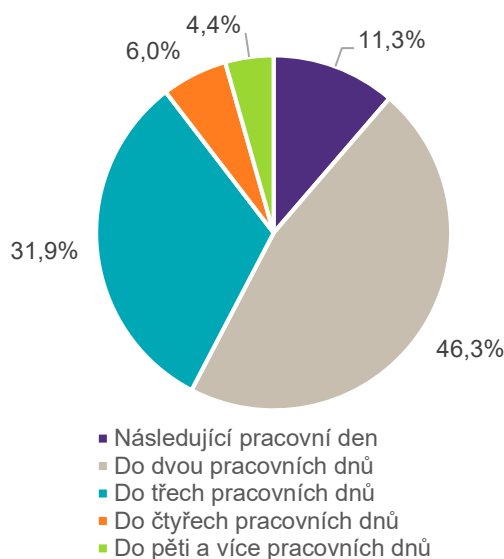


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT20 Jakou dobu doručení podané obyčejné listovní zásilky Českou poštou považujete za ještě přípustnou?

Celkem 46,3 % respondentů se domnívá, že doba přípustná pro doručení podané listovní zásilky je do dvou pracovních dnů. Dalších 31,9 % z dotázaných je toho názoru, že by obyčejná listovní zásilka měla být doručena nejpozději třetí pracovní den. Na 11,3 % respondentů se pak domnívá, že by listovní zásilka měla být doručena již následující pracovní den.

N = 1 521

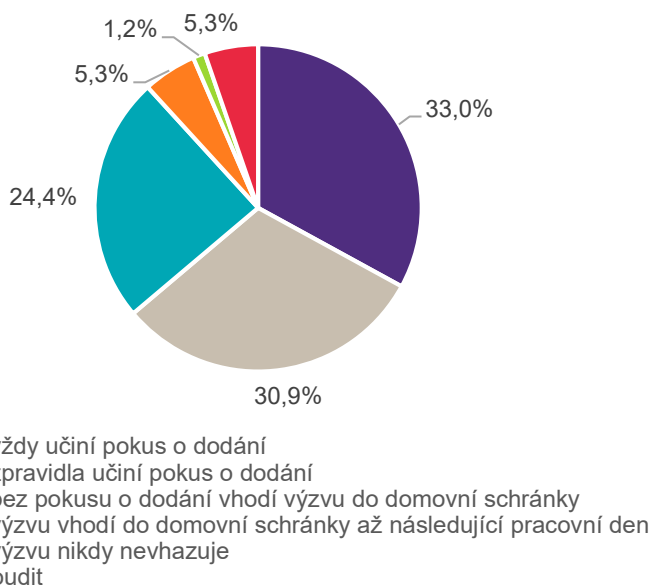


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT21 Jaká je Vaše zkušenost s dodáváním poštovní zásilky dodávané oproti podpisu příjemce (např. doporučená zásilka, balík) Českou poštou na Vaši adresu?

Celkem 63,9 % respondentů má s dodáváním poštovní zásilky dodávané oproti podpisu příjemce takovou zkušenost, že doručovatel vždy, nebo alespoň zpravidla učiní pokus o dodání. Přibližně čtvrtina z dotázaných má pak negativní zkušenost (24,4 %), že doručovatel se nepokusí poštovní zásilku dodávanou oproti podpisu příjemce doručit a vhodí výzvu k vyzvednutí do domovní schránky. V roce 2016 uvedlo na 56 % respondentů, že doručovatel zpravidla učiní pokus o dodání (nebyla zahrnuta možnost „Doručovatel vždy učiní pokus o dodání“). Na 38 % z dotázaných se pak v roce 2016 vyjádřilo tak, že doručovatel bez pokusu o dodání vhodí výzvu do domovní schránky. Je zřejmé, že podíl učiněných pokusů o dodání se oproti roku 2016 zvýšil, a to alespoň o osm procentních bodů.

N = 1 521

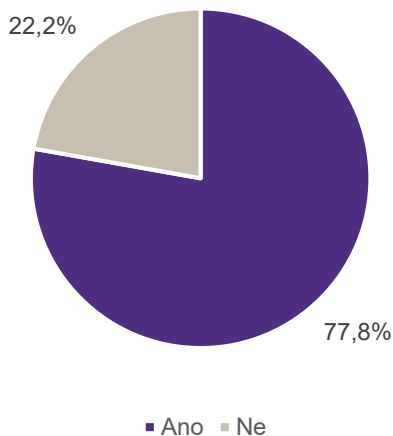


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT22 Je pro Vás akceptovatelné dojet si do provozovny České pošty a vyzvednout si obyčejnou zásilku, která by mohla být vložena do domovní schránky, ale svojí velikostí se do ní nevejde?

Pro 77,8 % z dotázaných je akceptovatelné dojet si do provozovny České pošty a vyzvednout si obyčejnou zásilku, která by mohla být vložena do domovní schránky, ale svojí velikostí se do ní nevejde. Tato otázka nebyla v roce 2016 zjišťována a není tak zřejmý trend v této sledované oblasti.

N = 1 521



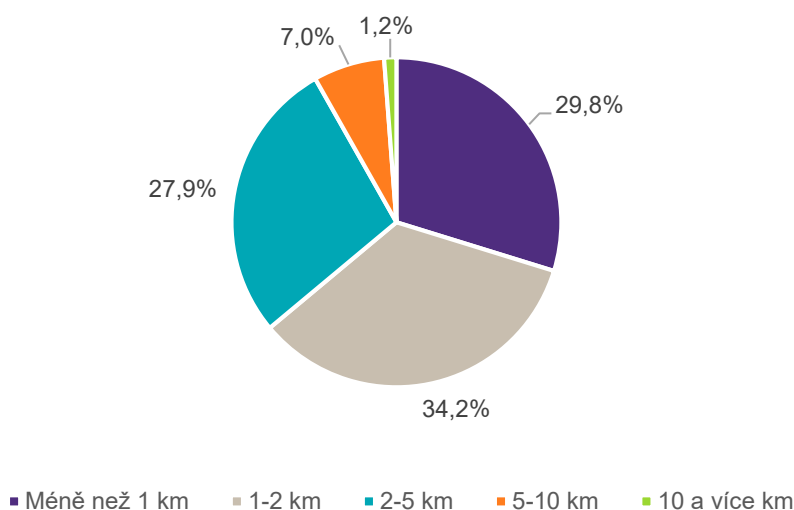
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT23 Jakou vzdálenost k nejbližší provozovně České pošty považujete za ještě přípustnou?

Z hlediska vzdálenosti k nejbližší provozovně České pošty, která je ještě přípustná, zvolilo nejvíce respondentů (34,2 %) možnost od 1 do 2 km. Dalších 29,8 % z dotázaných se domnívá, že by provozovny České pošty měly být ještě blíže, a to nejdále do 1 km. Pouze pro 8,2 % je přípustné, aby byla provozovna dále než 5 km. Tato otázka nebyla předmětem zjišťování v roce 2016 a není tak zřejmý trend v této sledované oblasti.

Z analýzy dat druhého řádu pak vyplývá, že ve věkové kategorii nad 75 let se až 48,8 % respondentů domnívá, že by provozovna měla být vzdálena nejdále 1 km od místa, kde se dotazovaný běžně vyskytuje. Lidé mladší 24 let naopak zvolili tuto možnost jen v 9,0 %. Z provedeného šetření rovněž vyplývá, že pro většinu respondentů, a to ve všech věkových kategoriích, je spíše nepřipustné, aby provozovna České pošty byla dále než 5 km. S ohledem na velikost obce a procentuální zastoupení odpovědí je zřejmé, že lidé ve větších obcích požadují vyšší dostupnost. Pro obyvatele žijící ve městech nad 100 tis. je v 76,3 % nepřipustné, aby provozovna byla dále než 2 km. Pro respondenty žijící v menších obcích – do 1 tis. obyvatel, je pak vyšší vzdálenost nepřipustná pouze pro 45,0 % z dotázaných.

N = 1 521

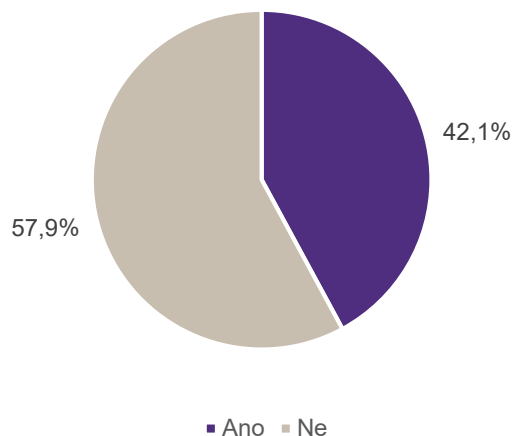


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

#### OT24 Víte, že pro vyzvedávání uložených poštovních zásilek můžete využívat i jinou poštu než poštu určenou Českou poštou?

Celkem 57,9 % respondentů nemělo povědomí o tom, že pro vyzvedávání uložených poštovních zásilek můžete využívat i jinou poštu než poštu určenou Českou poštou. Tato otázka nebyla v témže znění předmětem zjišťování v roce 2016 a není tak zřejmý trend v této sledované oblasti.

N = 1 521

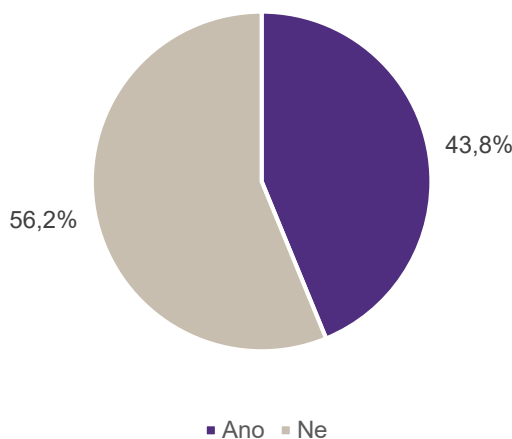


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

#### OT25 Víte o tom, že Česká pošta nabízí své služby kromě vlastních provozoven také prostřednictvím třetích osob, tzv. pošt Partner, které jsou poskytovány například v obchodě, na obecním úřadě a jinde?

Celkem 56,2 % z dotázaných nevědělo o tom, že Česká pošta nabízí své služby kromě vlastních provozoven také prostřednictvím třetích osob, tzv. pošt Partner, které jsou poskytovány například v obchodě, v obecním úřadě a jinde. Přestože znění otázky se mírně změnilo, v roce 2016 nemělo povědomí o existenci pošt Partner na 46 % respondentů. V tomto kontextu lze konstatovat, že pravděpodobně došlo ke snížení povědomí o této infrastruktuře rozšiřující dostupnost služeb České pošty.

N = 1 521



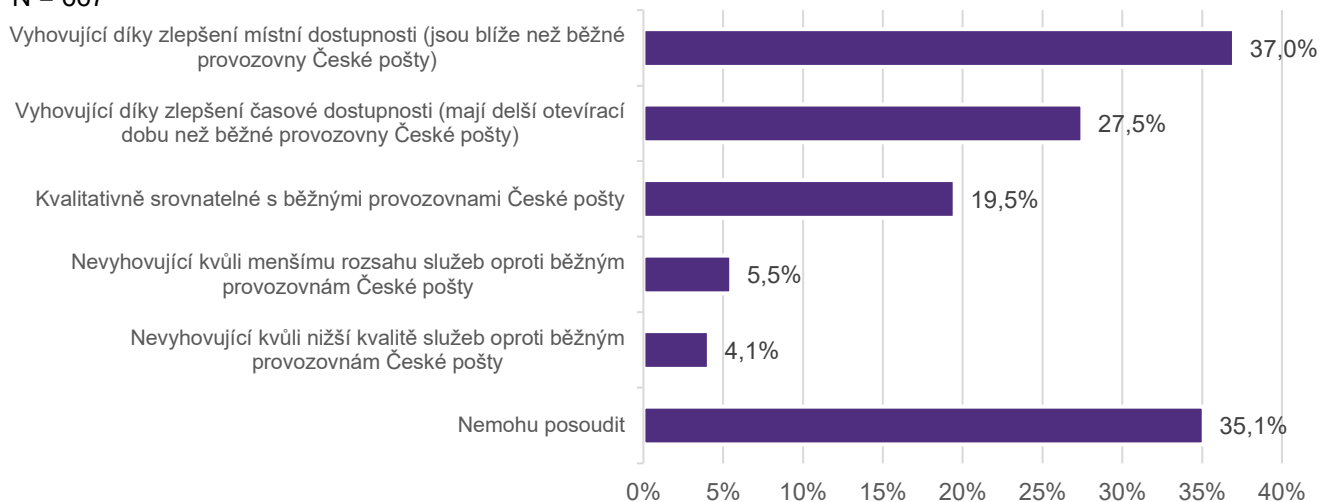
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT26 Poštovní služby České pošty poskytované prostřednictvím tzv. pošty Partner považujete za:

Odpovědi na tuto otázku byly zjišťovány pouze v případě, že v předchozí otázce č. 25 respondent uvedl, že má povědomí o tom, že Česká pošta nabízí své služby kromě vlastních provozoven také prostřednictvím třetích osob, tzv. pošty Partner, které jsou poskytovány například v obchodě, na obecním úřadě a jinde. Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Respondenti považují pošty Partner za vyhovující z důvodu zlepšení dostupnosti (uvedlo 37,0 % respondentů) nebo z důvodu zlepšení časové dostupnosti (uvedlo 27,5 % respondentů). Pro 19,5 % z dotazovaných jsou pak pošty Partner kvalitativně srovnatelné s běžnými provozovnami České pošty. Pošty Partner se jeví být nevyhovující až pro 9,6 % osob, kteří je znají a konstatují nižší rozsah (5,5 %) nebo kvalitu (4,1 %) poskytovaných služeb.

V roce 2016 považovalo pošty Partner vyhovující díky zlepšení místní a časové dostupnosti na 24, resp. 7 % z těch respondentů, kteří pošty Partner znají a vědí o jejich existenci. Na 26 % z dotázaných pak neshledávalo rozdíl v kvalitě služeb oproti běžným provozovnám České pošty.

N = 667

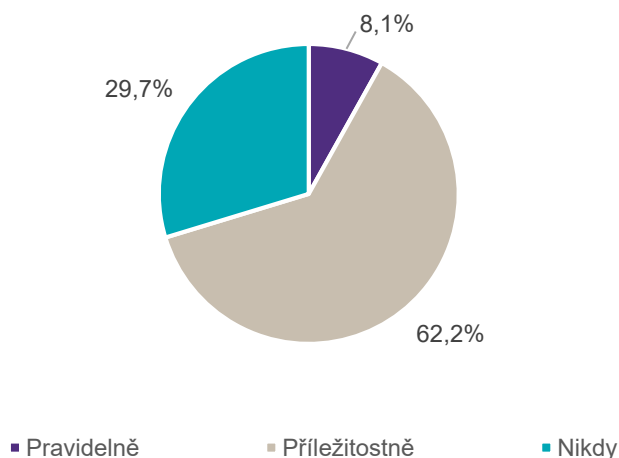


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT27 Jak často využíváte poštovní schránku k podání obyčejné zásilky?

Ze získaných dat vyplývá, že poštovní schránku pravidelně využívá za účelem podání obyčejných zásilek na 8,1 % respondentů. V roce 2016 na týž otázku odpovědělo, že poštovní schránku využívá pravidelně 16 % z dotázaných. Příležitostně pak poštovní schránku využívá 62,2 % osob a vůbec tuto infrastrukturu nevyužívá na 29,7 % z oslovených. V roce 2016 byl podíl osob nevyužívajících poštovní schránky za účelem podání obyčejných zásilek (např. posílání dopisů či pohledů) na úrovni 28 %, tedy od roku 2016 mírně narostl. Podíl pravidelných uživatelů se snížil o osm procentních bodů oproti roku 2016. Tito lidé o šest procentních bodů zvýšili příležitostné užívání. Podíl neuzivatelů se pak zvýšil o dva procentní body.

N = 1 521



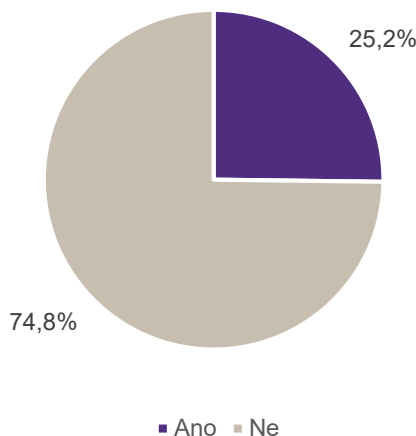
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů



### OT28 Máte zkušenost s vyřízením reklamace Českou poštou?

Z níže uvedeného vyplývá, že zkušenost s reklamací služeb České pošty má 25,2 % z oslovených respondentů. Naopak 74,8 % dotázaných osob uvedlo, že takovou zkušenost nemají. V roce 2016 celkem 80 % respondentů uvedlo, že svou nespokojenost neřešili prostřednictvím reklamace nebo že neměli jakoukoli potřebu cokoli reklamovat.

N = 1 521

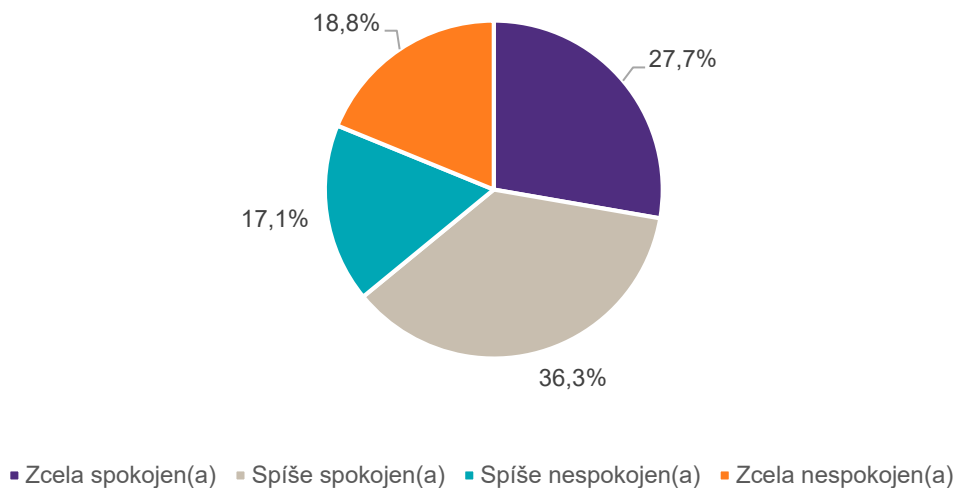


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT29 Jak jste byl(a) spokojen(a) s vyřízením reklamace Českou poštou?

Odpovědi na tuto otázku byly zjišťovány pouze v případě, že v předchozí otázce č. 28 respondent uvedl, že má zkušenost s vyřízením reklamace. V tomto kontextu bylo zcela nebo spíše spokojeno s vyřízením reklamace na 64,0 % z dotázaných. Tato otázka nebyla v témže znění předmětem zjišťování v roce 2016 a není tak zřejmý trend v této sledované oblasti.

N = 384



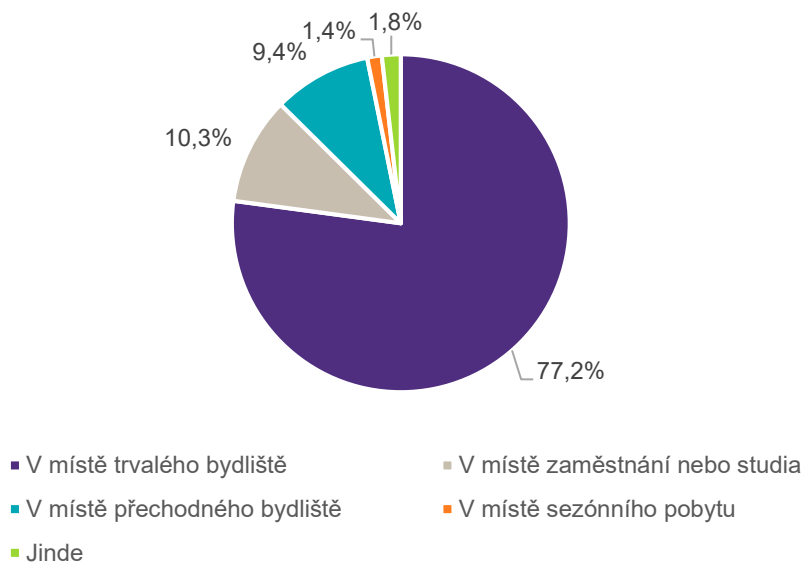
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### 3.2 Otázky zaměřené na zjišťování v oblasti využívání a spokojenosti se základními a dalšími poštovními službami

#### OT30 Kde primárně využíváte poštovní služby pro podání (jako odesílatel)?

Nejvíce osob (77,2 %) využívá pro podání poštovní služby v místě trvalého bydliště. Dalších 19,7 % z dotázaných uvedlo, že pro poštovní služby využívá infrastrukturu nebo provozovny v místě zaměstnání, studia, nebo přechodného bydliště. Tato otázka nebyla v témže znění předmětem zjišťování v roce 2016 a není tak zřejmý trend v této sledované oblasti.

N = 1 521

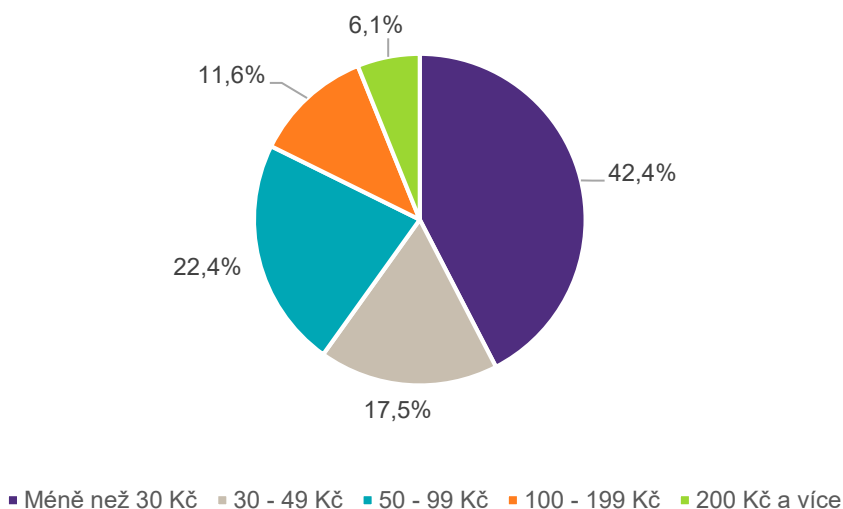


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

#### OT31 Kolik korun měsíčně průměrně vydáte jako odesílatel za poštovní služby pro osobní potřebu nebo potřebu rodiny?

Z výsledků veřejného průzkumu vyplývá, že největší podíl respondentů (42,4 %) průměrně měsíčně vydá za poštovní služby jako odesílatel pro osobní potřebu nebo potřeby rodiny méně než 30 Kč. Celkem 17,7 % z dotázaných uvedlo, že na poštovní služby v roli odesílatele měsíčně průměrně vynaloží částku vyšší 100 Kč. V předchozím šetření (realizovaném v roce 2016) byla otázka položena obecně a nebylo rozlišováno, zda se jedná o adresáta nebo odesílatele. V rámci zjišťování v roce 2016 uvedlo pouze na 16 % respondentů, že průměrné měsíční náklady na poštovní služby přesáhly částku 100 Kč.

N = 1 521

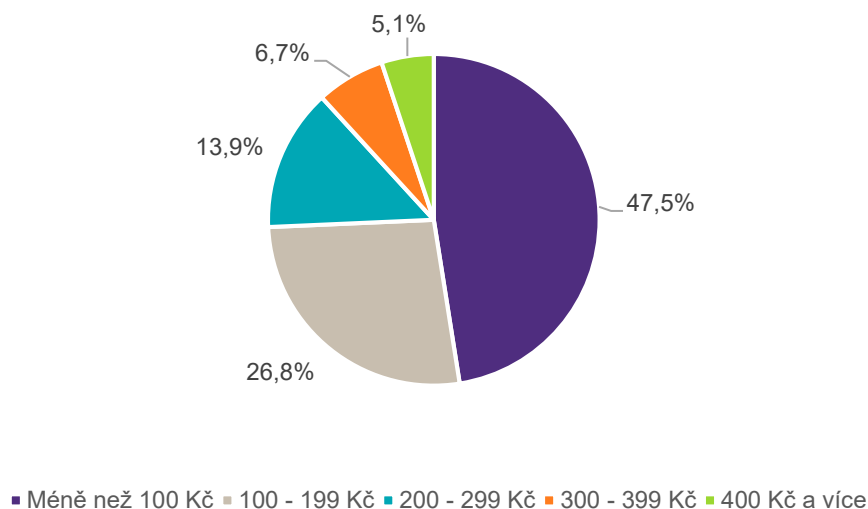


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT32 Kolik korun měsíčně průměrně vydáte jako adresát (příjemce) za poštovní služby pro osobní potřebu nebo potřebu rodiny?

Z výsledků veřejného průzkumu vyplývá, že většina respondentů (47,5 %) průměrně měsíčně vydá za poštovní služby jako adresát (příjemce) pro osobní potřebu nebo potřeby rodiny méně než 100 Kč. Dalších 26,8 % z dotázaných uvedlo, že měsíčně v průměru v roli adresáta vydá finanční prostředky v rozmezí 100 až 199 Kč. Celkem 5,1 % účastníků veřejného průzkumu pak uvedlo, že za poštovní služby v roli příjemce vynaloží měsíčně částku přesahující úroveň 400 Kč.

N = 1 521

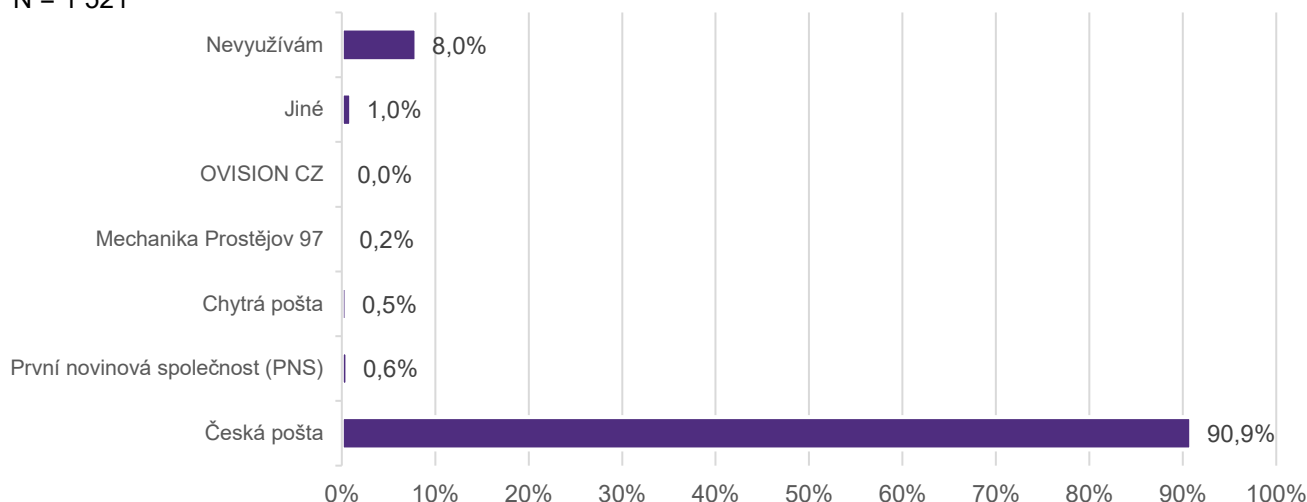


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT33A Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění obyčejných zásilek (např. psaní, pohlednice)?

Z veřejného průzkumu vyplývá, že Česká pošta je naprosto dominantním provozovatelem v oblasti zajišťování dodávání obyčejných zásilek (např. psaní a pohlednic), kdy tuto možnost zvolilo na 90,9 % respondentů. V podstatě zbylý podíl dotázaných (8 %) uvedl, že těchto služeb nevyužívá. Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Předdefinované možnosti byly vybrány ve spolupráci s Českým telekomunikačním úřadem.

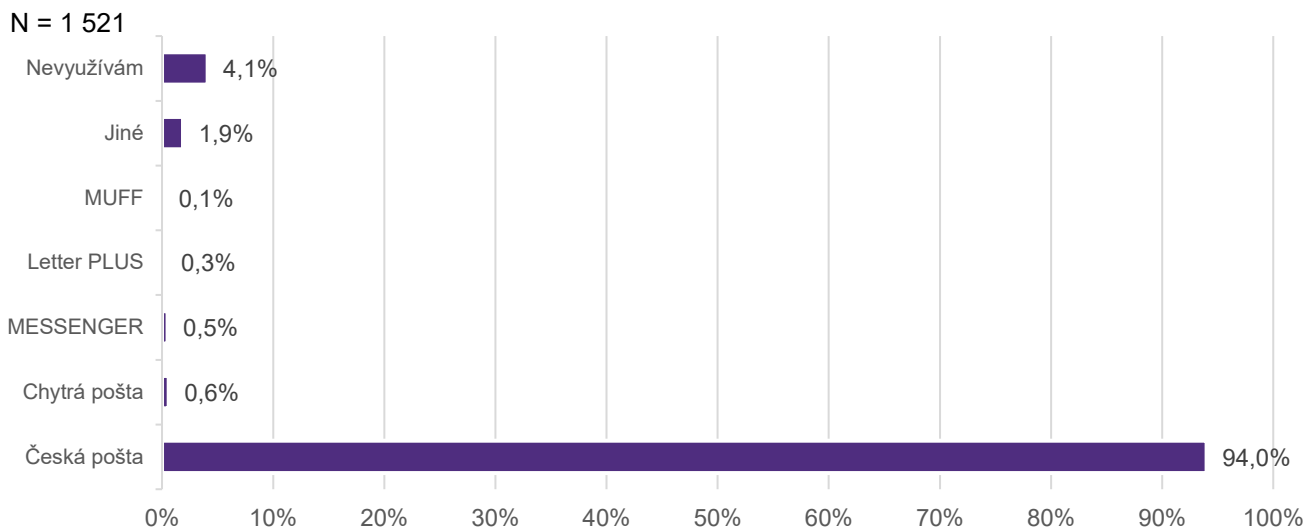
N = 1 521



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT33B Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění doporučených zásilek?

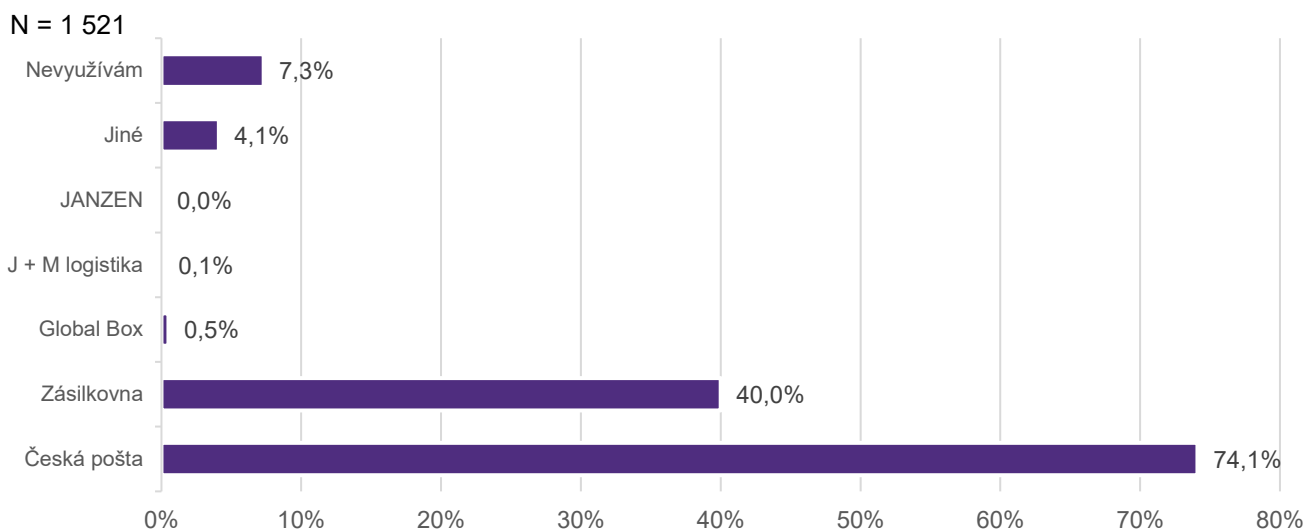
Z veřejného průzkumu vyplývá, že Česká pošta je stejně jako v oblasti doručování obvyčejných zásilek dominantním provozovatelem i v oblasti doporučených zásilek (např. psaní a pohlednic), kdy tuto možnost zvolilo na 94,0 % respondentů. Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Předdefinované možnosti byly vybrány ve spolupráci s Českým telekomunikačním úřadem. Mezi jiné provozovatele respondenti vypsali zejména následující provozovatele: Zásilkovna, DPD a PPL.



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT33C Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění obvyčejných balíků?

Služby spojené s oběhem obvyčejných balíků nevyžívá 7,3 % respondentů. Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Největším podílem na trhu dle tohoto zjišťování disponuje Česká pošta (její služby v oblasti obvyčejných balíků využívá na 74,1 % respondentů) a společnost Zásilkovna (její služby v oblasti obvyčejných balíků využívá na 40,0 % respondentů). Předdefinované možnosti byly vybrány ve spolupráci s Českým telekomunikačním úřadem. Mezi jiné respondenti vypsali zejména následující provozovatele: PPL, GEIS, DPD, DHL, Balíkovna.

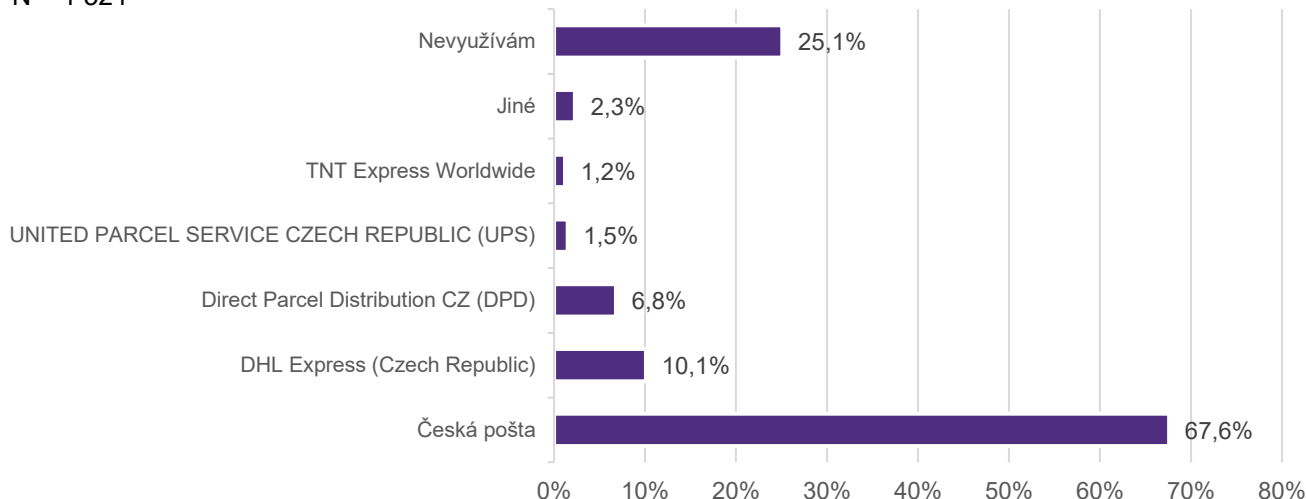


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT33D Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění cenných zásilek?

Služby v oblasti cenných zásilek nevyužívá 25,1 % respondentů. Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Největším podílem na trhu dle tohoto zjišťování disponuje Česká pošta (její služby v oblasti cenných zásilek využívá na 67,6 % respondentů). Druhou nejsilnější společností je v této oblasti DHL Express (Czech Republic), jejíž služby v oblasti přepravy cenných zásilek využívá na 10,1 % z dotázaných. Mezi jiné respondenti vypsali zejména následující provozovatele: PPL, GEIS, GLS nebo Zásilkovna.

N = 1 521

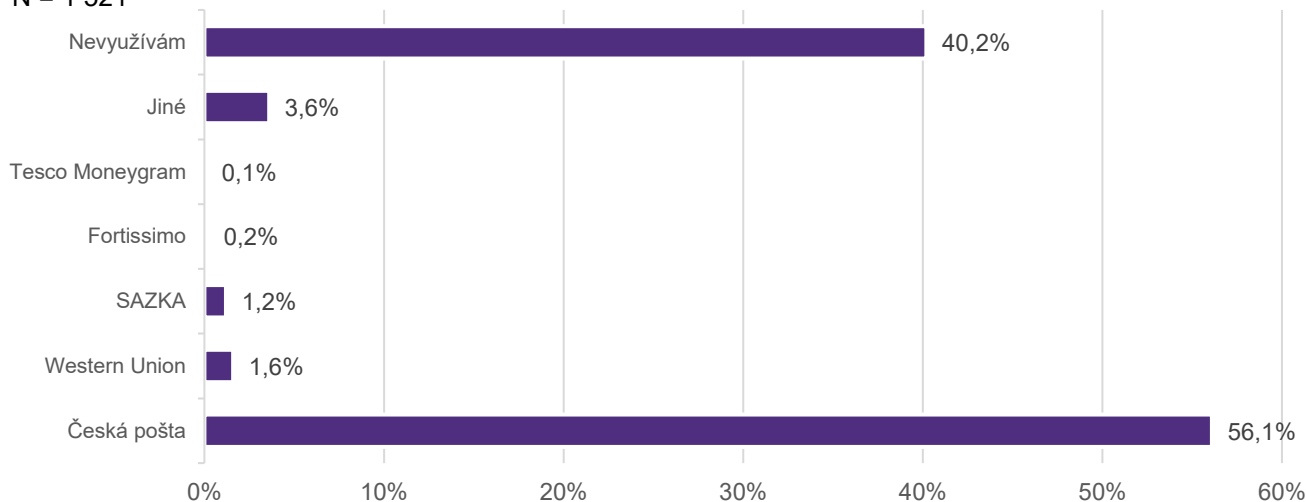


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT33E Které provozovatele obvykle využíváte pro poštovní platební styk (tj. služba posílání/přijímání peněz)?

Z veřejného průzkumu vyplývá, že Česká pošta je v oblasti poštovního platebního styku dominantním poskytovatelem této služby (její služby využívá na 56,1 % z dotázaných). Celkem 40,2 % osob pak tyto služby nevyužívá vůbec. Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Předdefinované možnosti byly vybrány ve spolupráci s Českým telekomunikačním úřadem. Mezi jiné respondenti vypsali zejména kanály, které neodpovídají poštovnímu platebnímu styku, např. internetové bankovníctví, banky apod.

N = 1 521

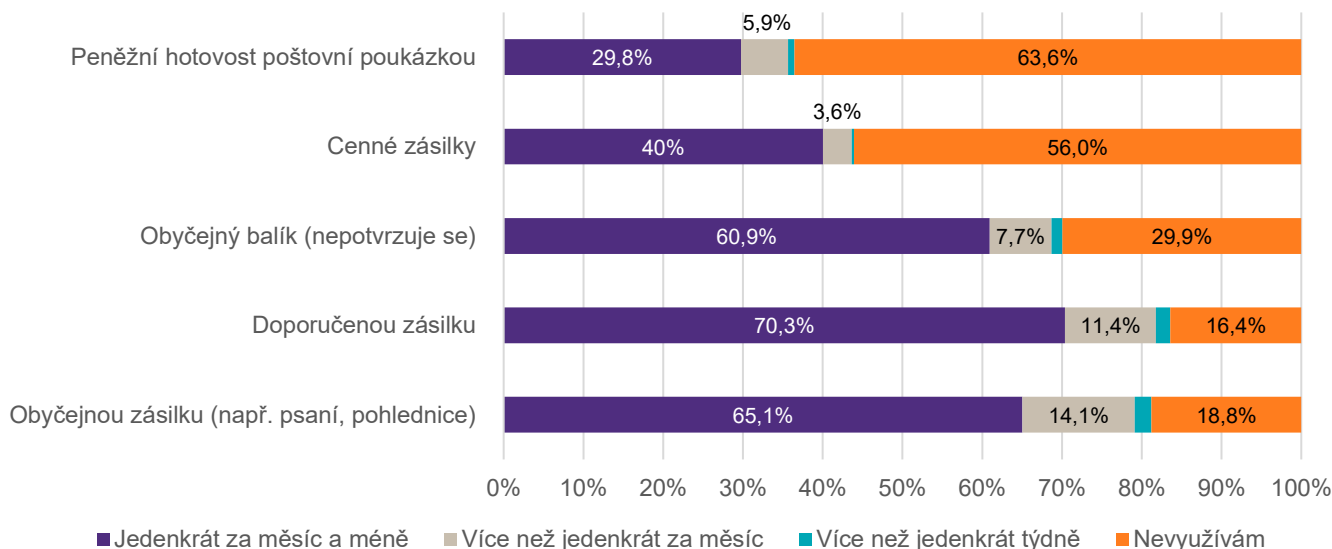


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT34 Jak často podáváte níže uvedené druhy poštovních zásilek České pošty?

Z níže uvedeného vyplývá, že respondenti nejčastěji podávají doporučené nebo obyčejné zásilky. Průměrně jedenkrát za měsíc nebo méně tyto služby využije na 70,3 %, resp. 65,1 % respondentů. Oproti roku 2016 lze říci, že došlo k významnému nárůstu počtu podání u doporučených zásilek. Tuto službu v roce 2016 nevyužívalo na 34 % z dotázaných, zatímco nyní ji nevyužívá pouze 16,4 % z respondentů. Naopak mírně klesla (cca o dva procentní body) úroveň zasílání obyčejných zásilek. Počet osob, který by využíval uvedených vybraných poštovních služeb více než jedenkrát týdně výrazně klesl. V roce 2016 podávalo obyčejné a doporučené zásilky více než jedenkrát týdně na 7 %, resp. 3 % respondentů. Nyní se tento podíl pohybuje kolem úrovně 2 %.

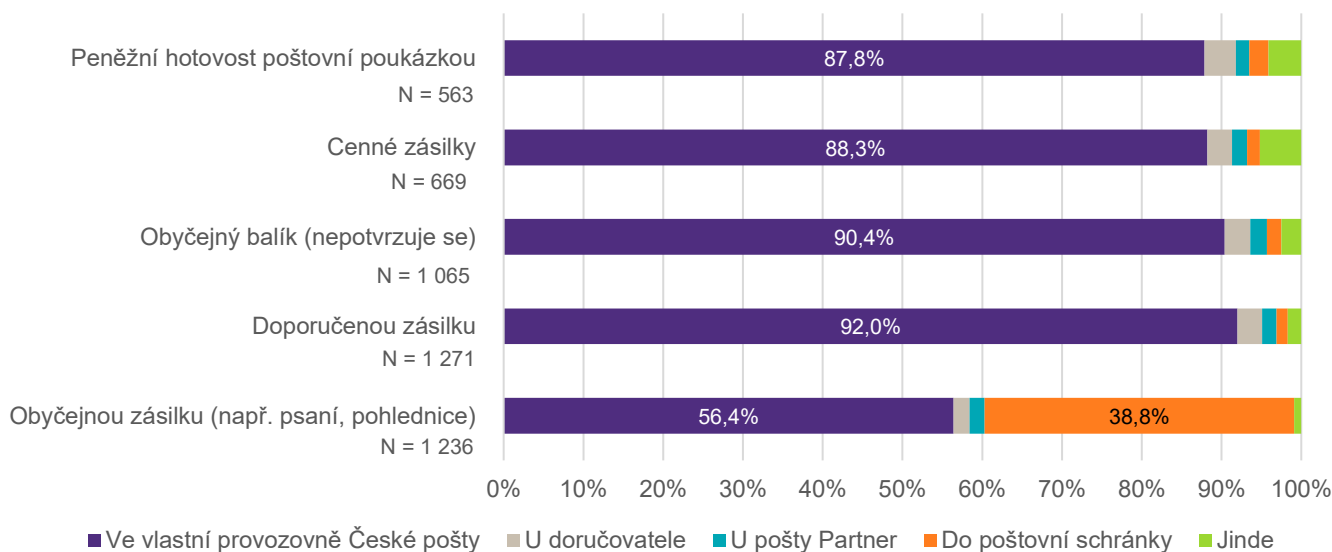
N = 1 521



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT35 Kde nejčastěji podáváte níže uvedené druhy poštovních zásilek České pošty?

Vyjma podávání obyčejných zásilek, tak respondenti zcela dominantně využívají provozoven České pošty, kde je v porovnání s ostatní infrastrukturou zajišťováno na 87,8 % (v případě služeb souvisejících poštovními poukázkami) až 92,0 % (v případě doporučených zásilek) podání. V případě obyčejných zásilek dotazovaní ve vysoké míře dále využívají poštovní schránky, které se podílí 38,8 % na celkovém počtu podání.

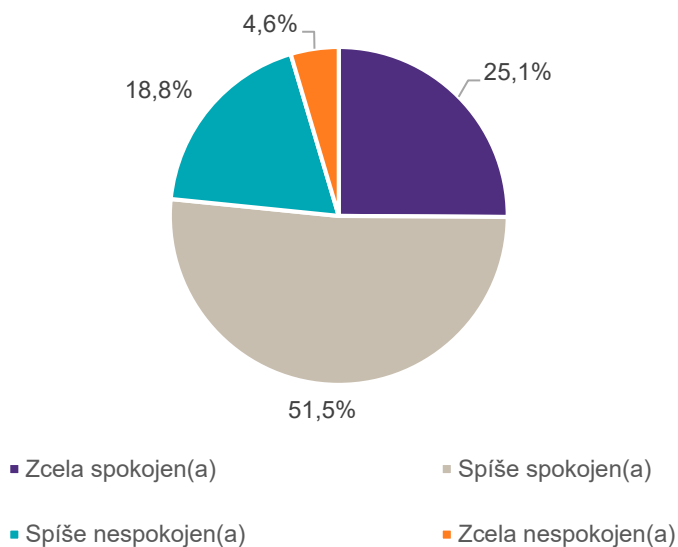


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

### OT36 Jak jste celkově spokojen(a) s rozsahem a kvalitou Vámi využívaných základních poštovních služeb České pošty?

Celkově je s poštovními službami České pošty zcela nebo spíše spokojeno na 76,6 % respondentů. Zcela nespokojených osob účastnících se veřejného průzkumu bylo pouze 4,6 %. Tato otázka nebyla předmětem zjišťování v roce 2016 a není tak zřejmý trend v této sledované oblasti.

N = 1 521



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

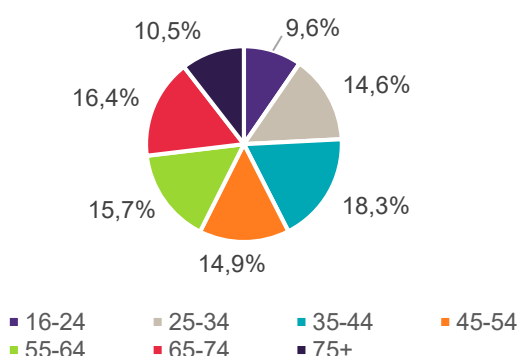
# 4 Analýza druhého řádu

V rámci této kapitoly jsou představeny výsledky veřejného průzkumu v rozdělení dle vybraných kvótních znaků:

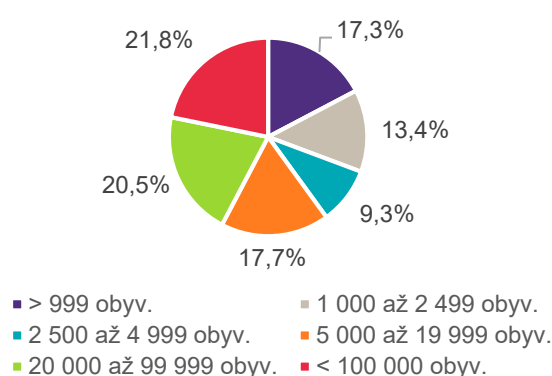
1. věkové kategorie respondenta;
2. velikosti obce, ve kterém respondent převážnou část roku žije;
3. nejvyššího ukončeného vzdělání;
4. frekvence užívání internetu.

Zpracovatel provedl analýzu druhého řádu u všech relevantních otázek. V tomto kontextu bylo ke každé otázce realizováno dvojí třídění, a to podle věku respondenta, velikosti bydliště, nejvyššího ukončeného vzdělání a frekvence užívání internetu. Každé grafické znázornění je stručně okomentováno, a to zejména s ohledem na identifikaci zajímavých zjištění. Níže je znázorněna struktura výběrového vzorku dle zvolených třídících znaků, které byly využity za účelem analýzy druhého řádu.

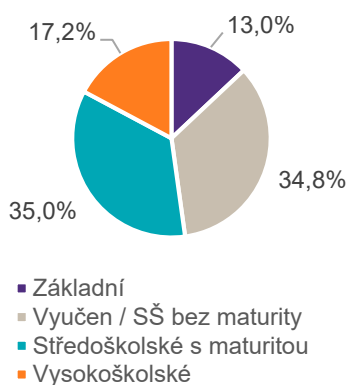
Věk respondenta



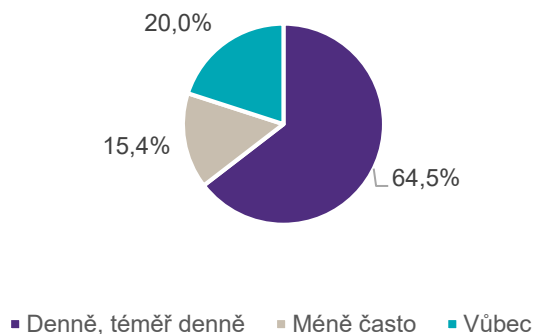
Velikost bydliště



Vzdělání



Užívání internetu





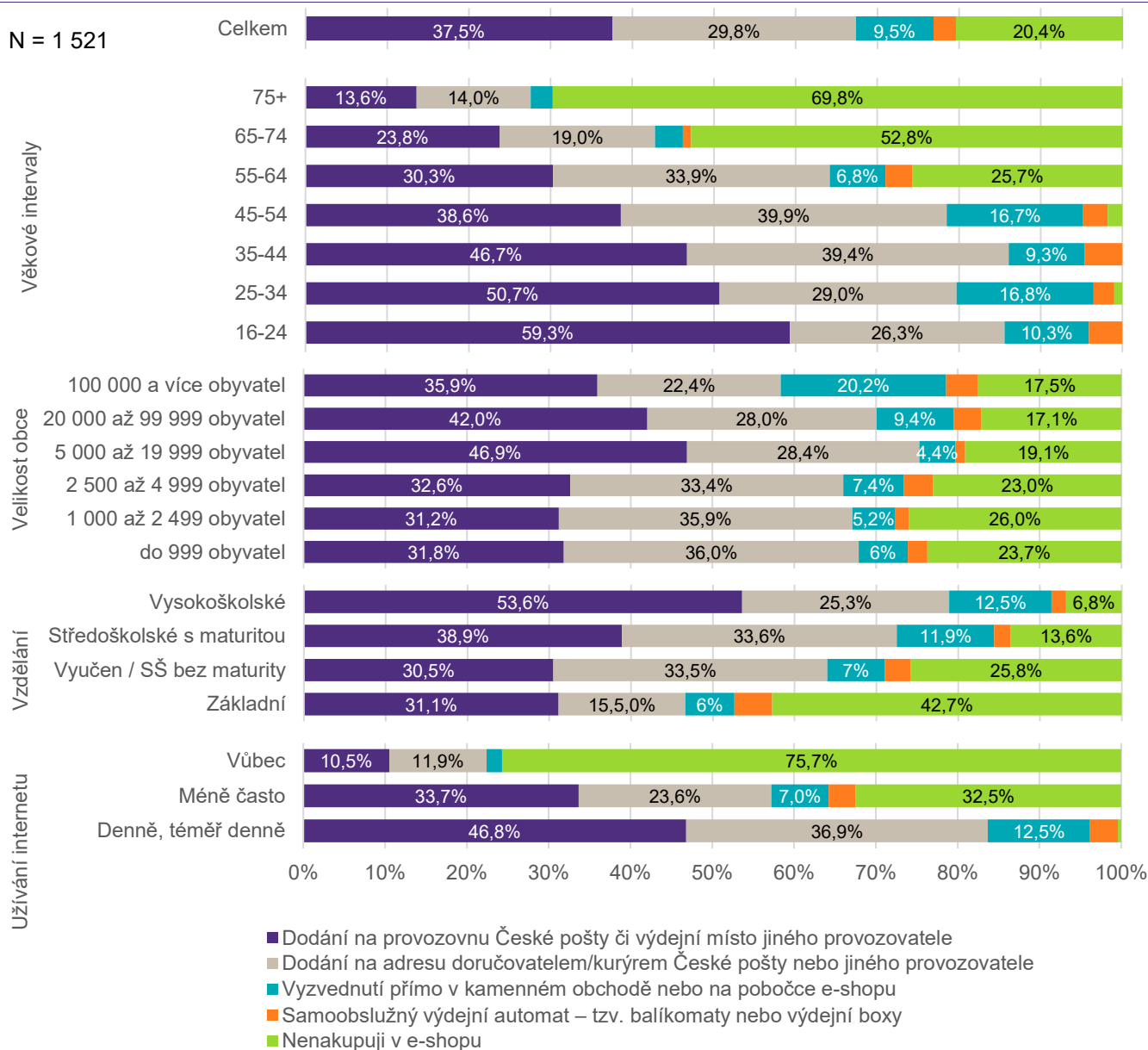
## 4.1 Otázky zaměřené na oblast informovanosti o poštovních službách a zákaznické preference

### OT7 Pokud máte možnost zvolit si způsob dodání při nákupu v e-shopu, jaký způsob většinou zvolíte?

Z níže uvedeného vyplývá, že procento osob nakupujících v e-shopech klesá s rostoucím věkem respondenta. Zatímco ve věku od 16 do 54 let takřka každý respondent má zkušenost s nákupem v e-shopu, od věkové kategorie 55 až 64 let procento osob, které nemá s nákupy v e-shopech zkušenost, roste z 25,7 % až na 69,8 % ve věkové kategorii 75 a více let. Obecně lze říci, že čím je respondent mladší, tím spíše využívá dodání na provozovnu České pošty či výdejní místo jiného provozovatele. Dotazovaní ve věku od 16 do 24 let tuto možnost volí v 59,3 % případů. Dodání na adresu je pak nejoblíbenějším způsobem dopravy ve věkové kategorii od 45 do 54 let.

Obecně pak lze říci, že vyšší zkušenost s nákupy v e-shopech mají lidé žijící ve městech s více než 5 000 obyvateli. Tito respondenti také řádově o deset procentních bodů častěji využívají vyzvednutí prostřednictvím výdejního místa. V porovnání s ostatními kategoriemi lidé žijící ve městech nad 100 000 obyvatel významně více využívají vyzvednutí přímo v kamenném obchodě, což jistě úzce souvisí s jejich časovou i místní dostupností. Provedené testy prokázaly, že odpovědi na otázku souvisí se zvolenými třídícími proměnnými.

Je zřejmé, že významně více nakupují na e-shopech a využívají službu dodání na provozovnu České pošty či výdejní místo jiného provozovatele vysokoškolsky vzdělání (uvedlo 53,6 % takových respondentů). Nejméně pak tuto službu využívají lidé se základní vzděláním, vyučení lidé, nebo osoby s ukončenou střední školou bez maturity (uvedlo 31,1, resp. 30,5 % takových respondentů). Tito respondenti obecně méně nakupují na e-shopech. Současně je zřejmé, že lidé nepoužívající internet příliš nenakupují na e-shopech (uvedlo tak 75,7 % takových respondentů). Naopak osob, které využívají internet denně, tak ti nenakupují na e-shopech jen v 0,4 % a jako způsob dopravy preferují dodání na provozovnu či výdejní místo.

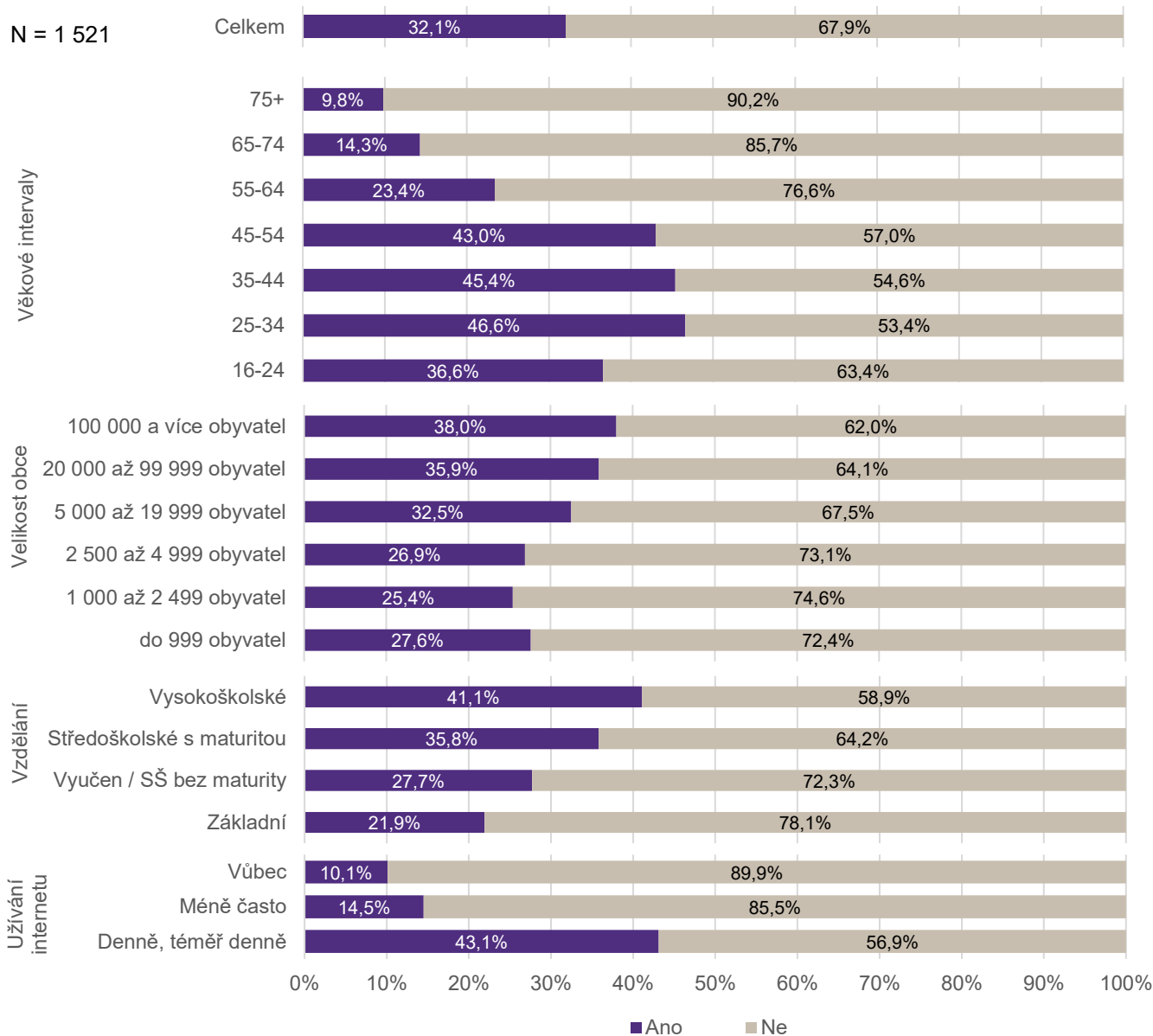


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT8 Využil(a) jste v posledním roce jako adresát (příjemce) změnu způsobu dodání (tj. změnu ukládací pošty nebo odnášku)?

Změnu způsobu dodání (tj. změnu ukládací pošty nebo odnášku) využívají zejména lidé mladší 65 let. Ve věkových kategoriích od 16 do 54 let se podíl osob, které se změnou způsobu dodání mají zkušenost, pohybuje v intervalu od 36,6 do 46,6 %. V nejstarší věkové kategorii, tedy u osob starších 75 let využívalo změnu dodání pouze 9,8 % respondentů. Podíl osob, který má se změnou způsobu dodání zkušenost pak spíše narůstá s velikostí obce, ve které respondent žije. V obcích o velikosti 1 tis. až 2,5 tis. obyvatel mělo takovou zkušenost 25,4 % respondentů, zatímco ve městech, jejichž počet obyvatel přesahuje 100 tis., je podíl takových osob na úrovni 38,0 %. Provedené testy nezávislosti prokázaly, že odpovědi na otázku souvisí se zvolenými třídícími proměnnými.

Službu změny způsobu dodání více využívají vysokoškolsky vzdělaní lidé (uvedlo tak 41,1 % takových osob). Rozdíl mezi využíváním oproti osobám s nejvyšším ukončeným základním vzděláním dosahoval 19,2 procentních bodů. Stejně tak je z výsledků zřejmé, že tuto službu významně více využívají aktivnější uživatelé internetu. Oproti neuživatelům internetu byl kvantifikován rozdíl až ve výši 33 procentních bodů.

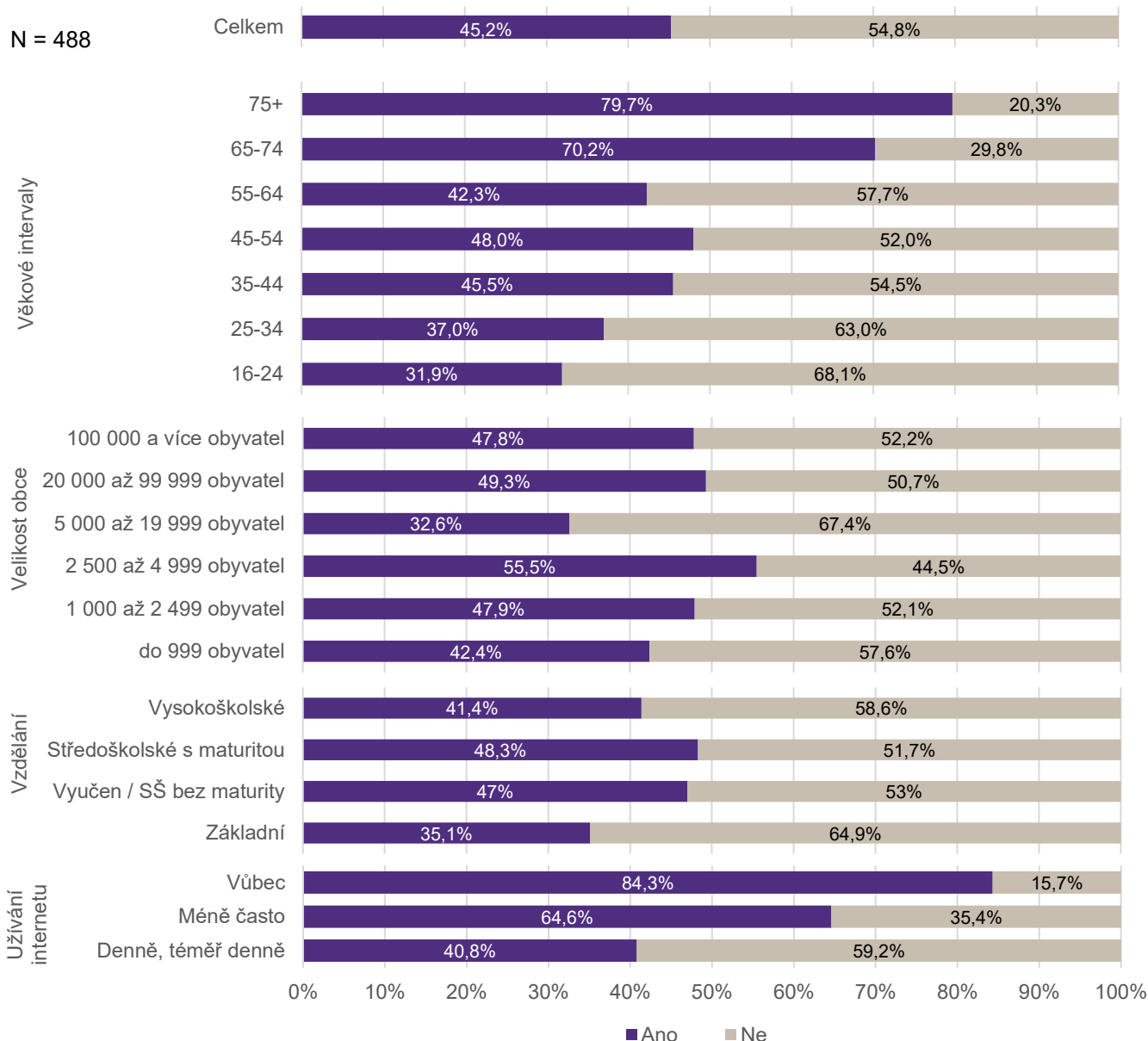


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT9 Využíval(a) byste tyto služby (tj. změnu ukládací pošty nebo odnášku) v případě jejich zpoplatnění i nadále?

Provedené testy nezávislosti zjistily, že odpovědi na otázku souvisí s věkem respondenta, ale nikoli s velikostí obce, ve které dotázaný žije. Z níže uvedených grafických znázornění je pak zřejmé, že ochota respondentů využívat službu změny způsobu dodání v případě jejího zpoplatnění roste s věkem respondenta. Zatímco ve věkové kategorii od 16 do 24 let by tuto službu i nadále využívalo 31,9 % respondentů, u osob ve věku nad 75 let by tuto službu i nadále využívalo 79,7 % z dotazovaných. To do jisté míry může tato skutečnost souviset s vyššími možnostmi (např. časovými, fyzickými apod.) u mladších věkových kategorií. Při aplikaci třídící proměnné zaměřené na velikost obce, ve které respondent žije, nebyla prokázána jasná vazba. Podíly osob ochotných tyto služby (tj. například změnu ukládací pošty) v případě jejich zpoplatnění i nadále využívat se pohybují mezi 32,6 a 55,5 %.

Vliv vzdělání nebyl kvantifikován jako statisticky významný. Naopak s ohledem na míru užívání internetu je zřejmé, že lidé, kteří internet vůbec nepoužívají, jsou vůči zpoplatnění této služby více rezistentní a využívali by jí zpoplatnění navzdory (uvedlo tak 84,3 % takových osob).

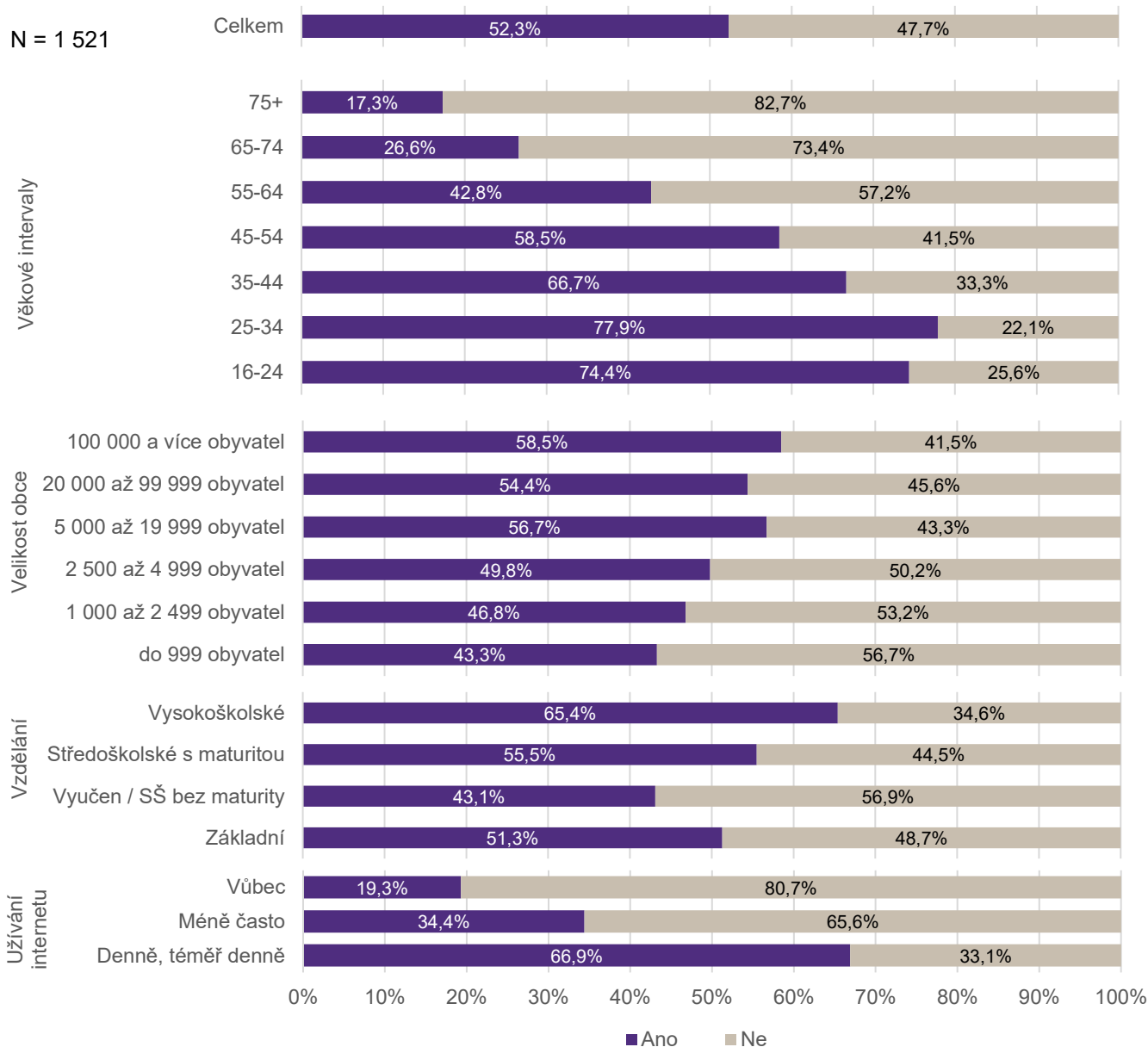


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT10 Využíval(a) byste poštovní služby (např. odesílání či příjem poštovních zásilek a balíků, posílání a přijímání peněz) prostřednictvím samoobslužného automatu?

Provedené testy nezávislosti prokázaly, že odpovědi na otázku souvisí se zvolenými třídícími proměnnými, tedy s věkem a velikostí obce, ve které respondent žije. Je zřejmé, že ochota respondentů využívat za účelem poštovních služeb (např. odesílání či příjem poštovních zásilek a balíků, posílání a přijímání peněz) samoobslužné automaty významně klesá s rostoucím věkem respondenta. Zatímco ve věkových kategoriích 16 až 24 a 25 až 34 let by tyto služby dle provedeného šetření využívalo na 74,4, resp. 77,9 % z dotázaných, ve věkové kategorii 65 až 74 let by tyto služby ocenilo jen 26,6 % z oslovených a tento podíl dále klesá s rostoucím věkem respondenta. Ve věku nad 75 let by samoobslužný automat za účelem poštovních služeb využívalo jen 17,3 % respondentů.

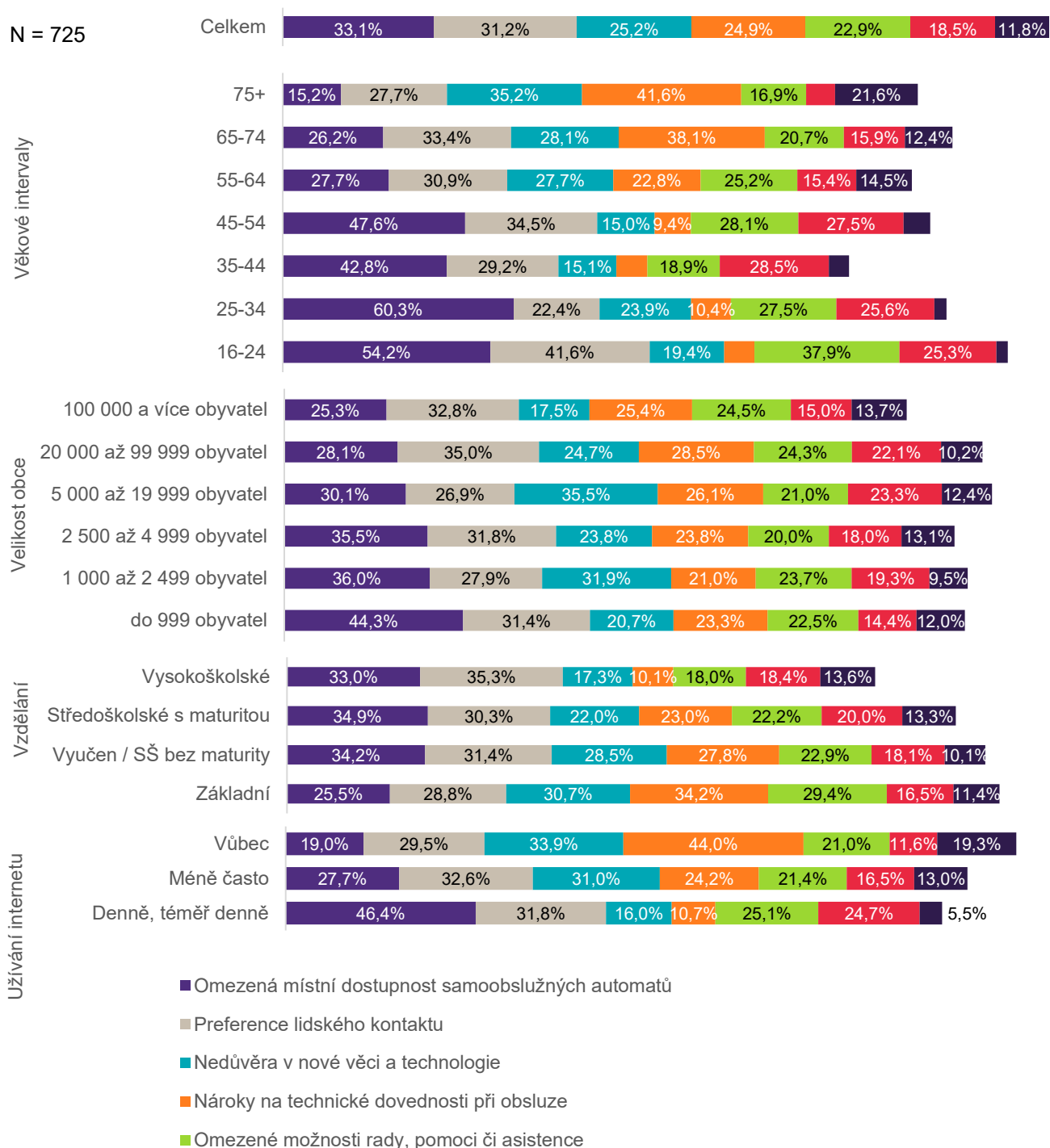
Ochota využívat samoobslužné automaty pak mírně roste s velikostí obce, ve které dotyčný trvale žije. Zatímco v obcích pod 1 tis. obyvatel by tuto službu využívalo přibližně 43,3 % respondentů, ve městech nad 100 tis. obyvatel je již tento podíl na úrovni 58,5 %. Ochota využívat samoobslužné automaty je rovněž determinována nejvyšším dosaženým vzděláním a mírou užívání internetu. Z výsledků vychází, že by samoobslužné automaty spíše využívali lidé s vysokoškolským vzděláním (65,4 %) a jež jsou aktivnějšími uživateli internetu (66,9 %).



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT11 Z jakého důvodu byste nevyužíval(a) poštovní služby prostřednictvím samoobslužného automatu?

Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Je zřejmé, že respondenti ve vyšším věku se obávají nároků na technické dovednosti při obsluze, kdy tuto možnost jako největší překážku označilo 41,6 % respondentů starších 75 let. Současně vysoký podíl osob ve starších věkových kategoriích nemá důvěru v nové věci. Tuto možnost zvolilo 35,2 % respondentů ve věku nad 75 let. Mladší věkové kategorie pak volily jako důvod, proč nemají zájem o samoobslužné automaty, omezenou místní dostupnost (uvedlo 42,8 až 60,3 % osob ve věku mezi 16 a 54 lety) nebo preferenci lidského kontaktu. V odpovědích v závislosti na třídících proměnných – velikosti obce, ve které respondent žije, nejvyšší dosažená úroveň vzdělání nebo na míra užívání internetu, nebyly shledány signifikantní rozdíly.

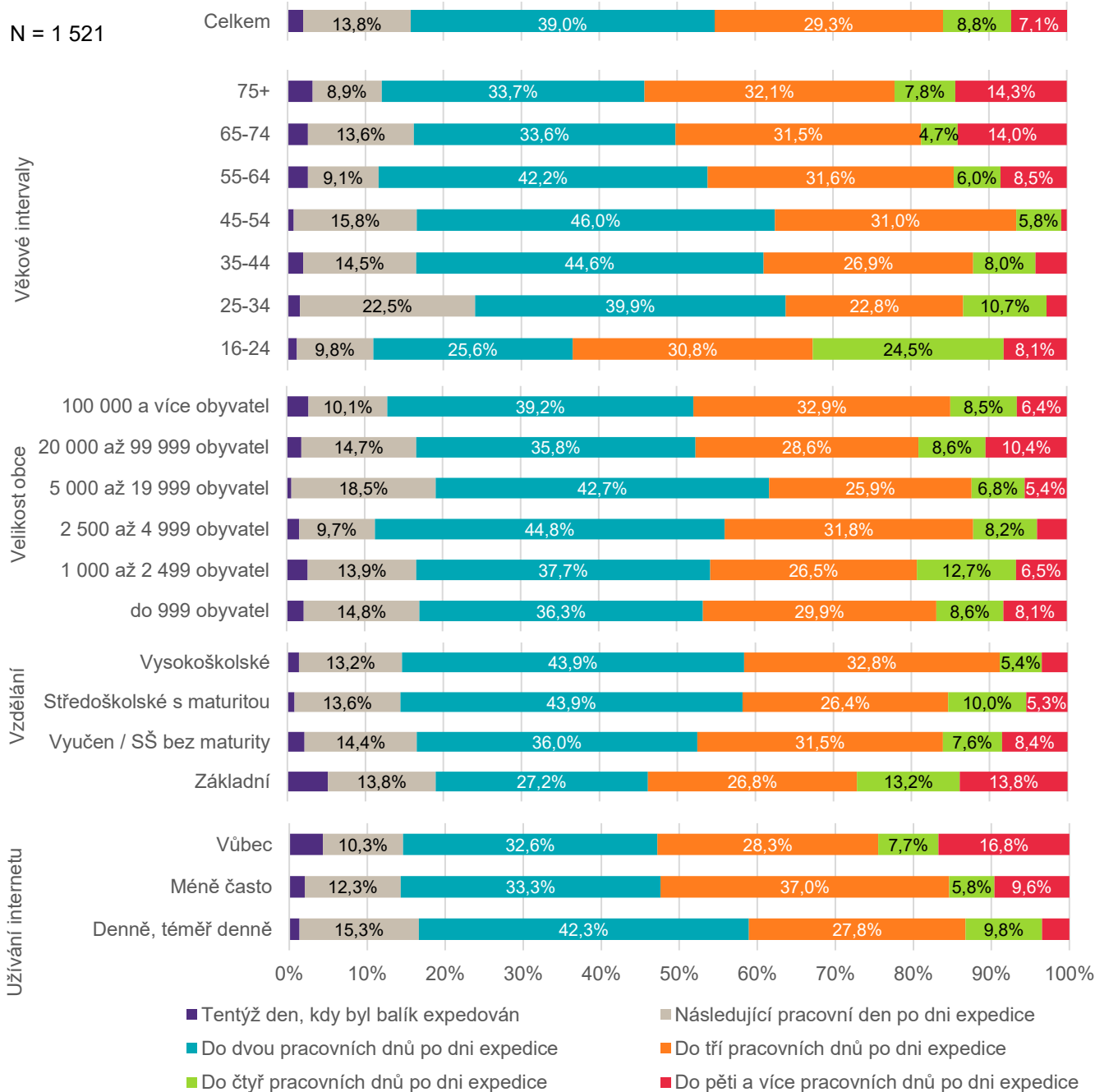


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT12 Jakou dobu doručení balíku z tuzemského e-shopu považujete za ještě přípustnou?

Provedené testy nezávislosti zjistily, že odpovědi na otázku souvisí s věkem respondenta, ale nikoli s velikostí obce, ve které žije. Z níže uvedených grafických znázornění je pak zřejmé, že většina respondentů ve všech věkových kategoriích považuje za přípustné doručení do dvou až třech pracovních dní. Nejtolerantnějšími věkovými skupinami jsou v tomto ohledu kategorie ve věku od 16 do 24 let, pro kterou je až s 32,6% podílem přípustné doručení balíku do čtyř a více pracovních dní ode dne expedice a lidé starší 65 let, pro které je minimálně v 14,0 % přípustné doručení balíku do pěti a více pracovních dní. V tomto kontextu náročnými věkovými skupinami jsou zejména lidé ve věku 25 až 54 let, ve kterých 61,6 až 64,0 % respondentů požaduje, aby byl balík doručen do tří pracovních dní, nebo dříve. V odpovědích v závislosti na třídící proměnné – velikosti obce, ve které respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly.

Obecně lze říci, že vysokoškolsky vzdělaní lidé a každodenní uživatelé internetu jsou více nároční na maximální přípustnou dobu doručení balíku z tuzemského e-shopu. Doručení do pěti a více pracovních dnů přijde přípustné 13,8 % osob se základním vzděláním. U vysokoškolsky vzdělaných osob byl podíl takovýchto odpovědí na úrovni 3,3 %. U neaktivních uživatelů internetu pak bylo zjištěno, že až pro 16,8 % respondentů je přijatelné doručení až pátý pracovní den. U kategorie respondentů, kteří jsou na internetu velmi aktivní, byl takový podíl na úrovni 3,5 %.

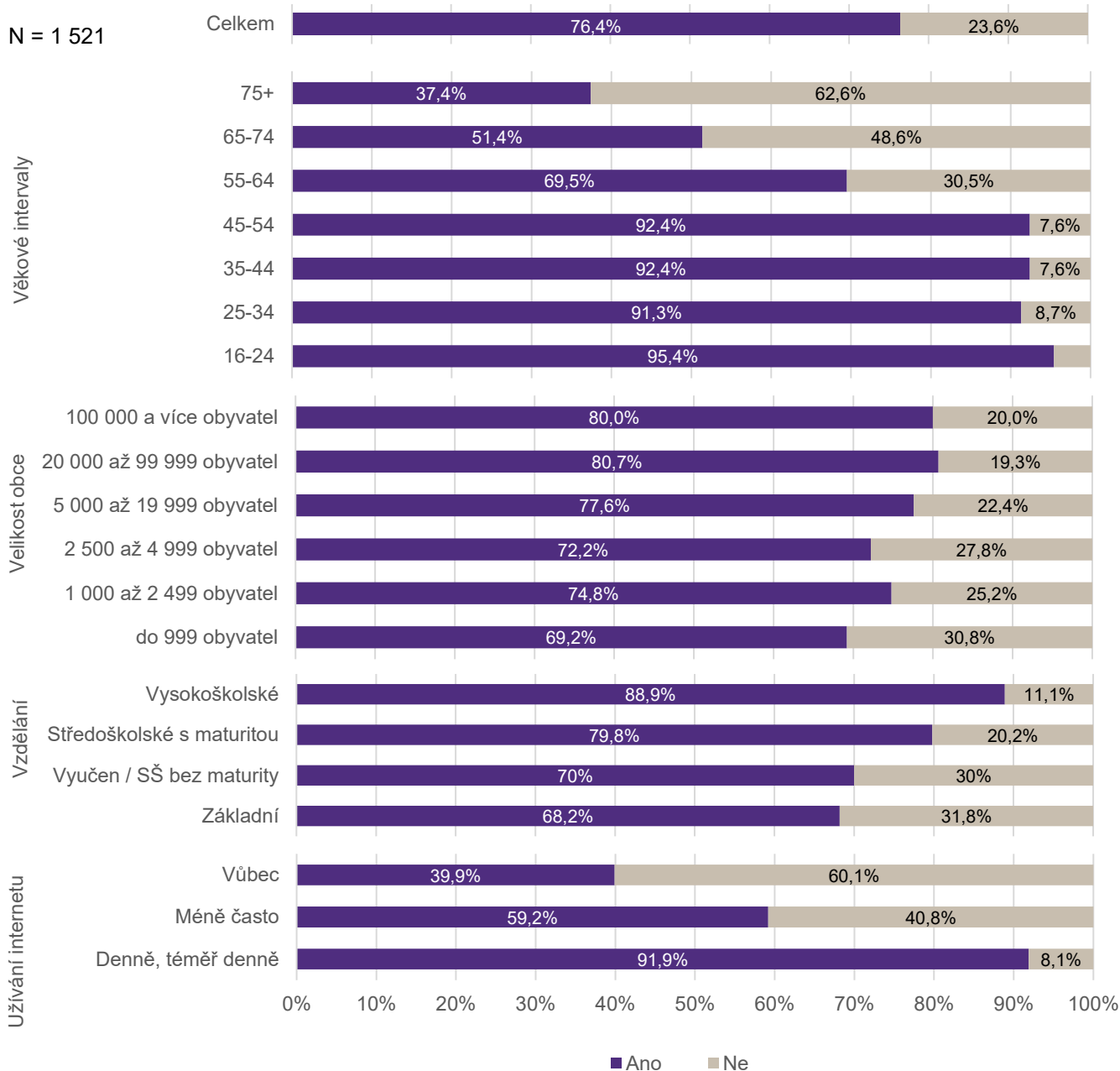


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT13 Je pro Vás přípustné potvrdit převzetí zásilky (např. doporučené zásilky nebo balíku) prostřednictvím číselného kódu namísto podpisu?

Je zřejmé, že potvrzování převzetí zásilky (např. doporučené zásilky nebo balíku) prostřednictvím číselného kódu namísto podpisu je přípustné pro osoby mladší 55 let. U těchto osob je tento způsob potvrzení přípustný pro více než 90 % respondentů. Nad tuto věkovou hranici ochota potvrzovat převzetí tímto způsobem významně klesá, a to až na úroveň 37,4 % u osob starších 75 let. Současně je zřejmé, že tomuto způsobu převzetí jsou více otevření lidé žijící ve větších městech. V obcích do 1 tis. obyvatel by s touto technikou autentizace nemělo problém na 69,2 % respondentů, zatímco ve městech nad 100 tis. obyvatel je to přípustné již pro 80,0 % dotazovaných. Provedené testy nezávislosti prokázaly, že odpovědi na otázku souvisí se zvolenými třídícími proměnnými, tedy s věkem a velikostí obce, ve které respondent žije.

S ohledem na přípustnost potvrzení převzetí zásilky prostřednictvím číselného kódu namísto podpisu je zřejmé, že tato varianta je více přípustná pro vysokoškolsky vzdělané osoby a aktivní uživatele internetu. Uvedlo tak 88,9, resp. 91,9 % takových osob. Naopak u osob s nejvyšším ukončeným základním vzděláním a neuživatelů internetu je to přípustné pouze v 68,2, resp. 30,9 %.

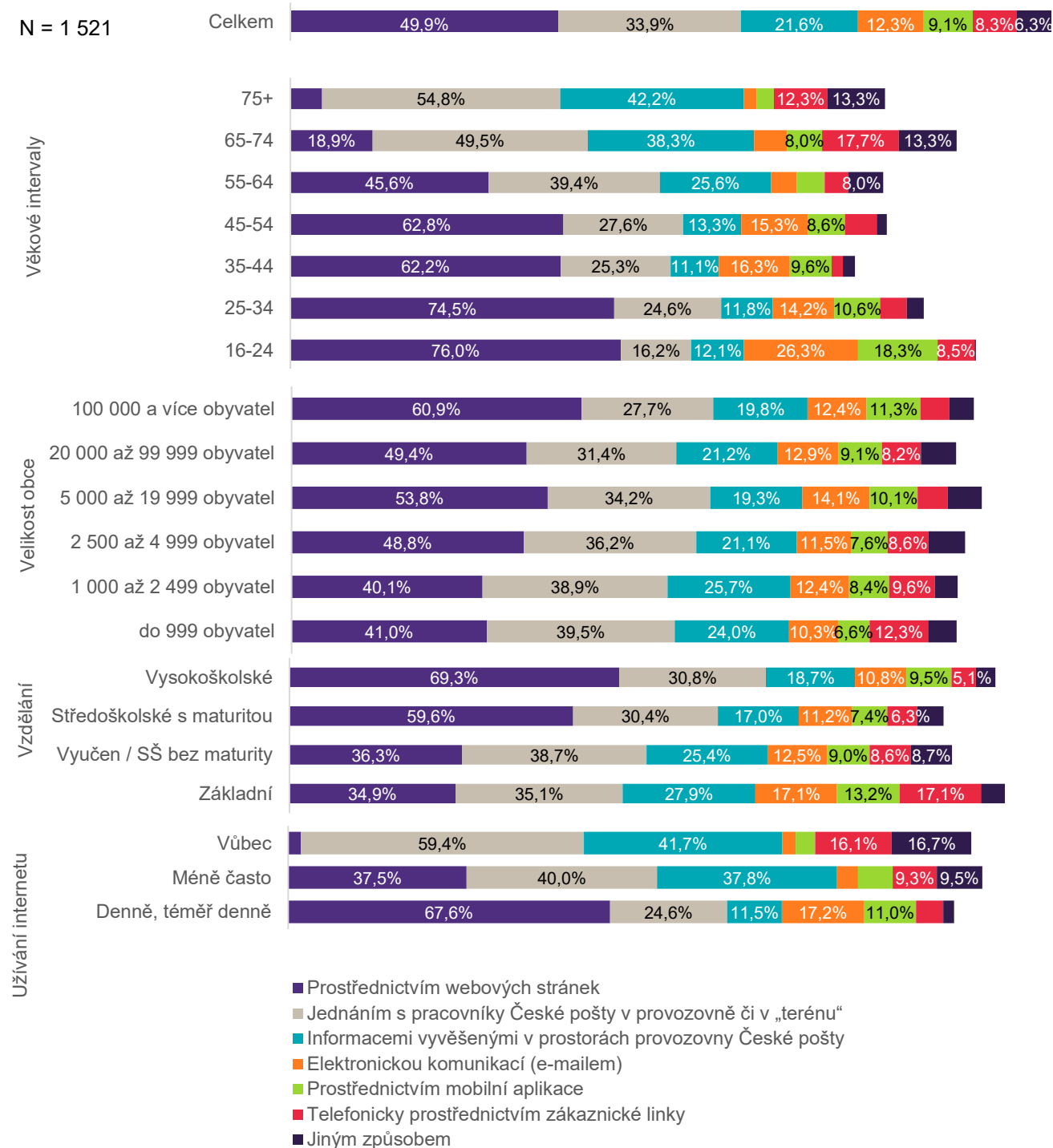


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT14 Jakým způsobem obvykle získáváte informace o poštovních službách České pošty (např. o poštovních službách, o jejich parametrech a cenách)?

Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Z uvedeného je zřejmé, že nejčastějšími komunikačními kanály, prostřednictvím kterých respondenti získávají informace, jsou webové stránky a přímé jednání s pracovníky České pošty na provozovnách či v „terénu“. Pro věkové kategorie mezi 16 a 34 rokem života jsou naprosto dominantním informačním zdrojem webové stránky, které uvedlo 74,5, resp. 76,0 % respondentů. Mladí lidé do 24 let významně oproti zbylým věkovým kategoriím rovněž komunikují elektronicky, resp. e-mailem, tuto možnost zvolilo na 26,3 % dotázaných v rámci věkového intervalu od 16 do 24 let. Lidé starší 65 let naopak oproti ostatním věkovým kategoriím získávají informace zejména z jednání s pracovníky České pošty na provozovnách či v „terénu“ (uvedlo 49,5 až 54,8 % respondentů) nebo z informačních tabulí vyvěšených v prostorách provozoven (uvedlo 38,3 až 42,2 % respondentů)

V odpovědích v závislosti na tom, v jak veliké obci respondent žije, jaké má nejvyšší ukončené vzdělání a jak aktivně užívá internet nebyly shledány významné rozdíly. Zdá se však, že s rostoucí velikostí se zvyšuje podíl osob, kteří k získávání informací využívají webové stránky na úkor přímého jednání s pracovníky.

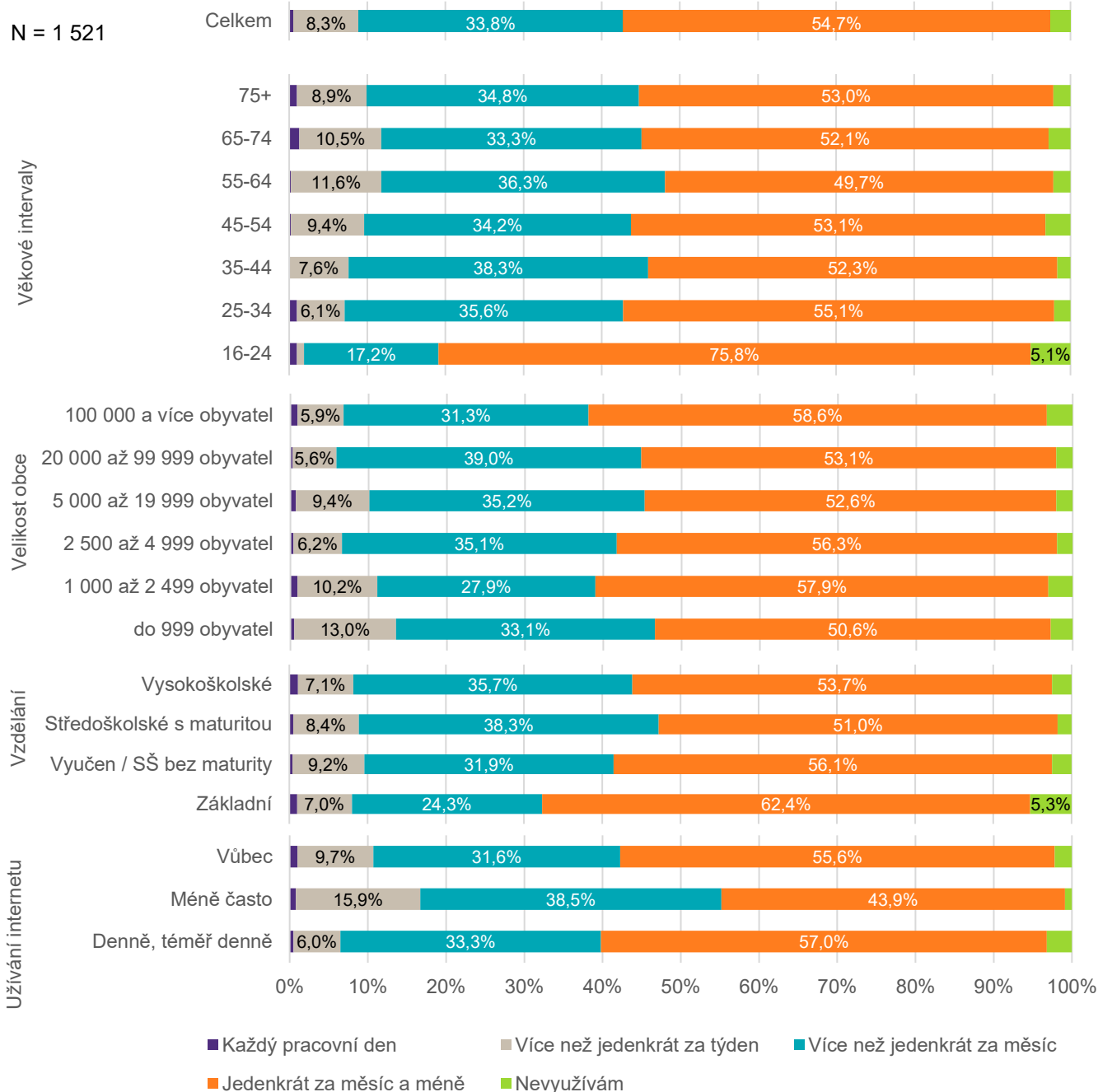


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů



## OT15 Jak často obvykle využíváte poštovní služby České pošty?

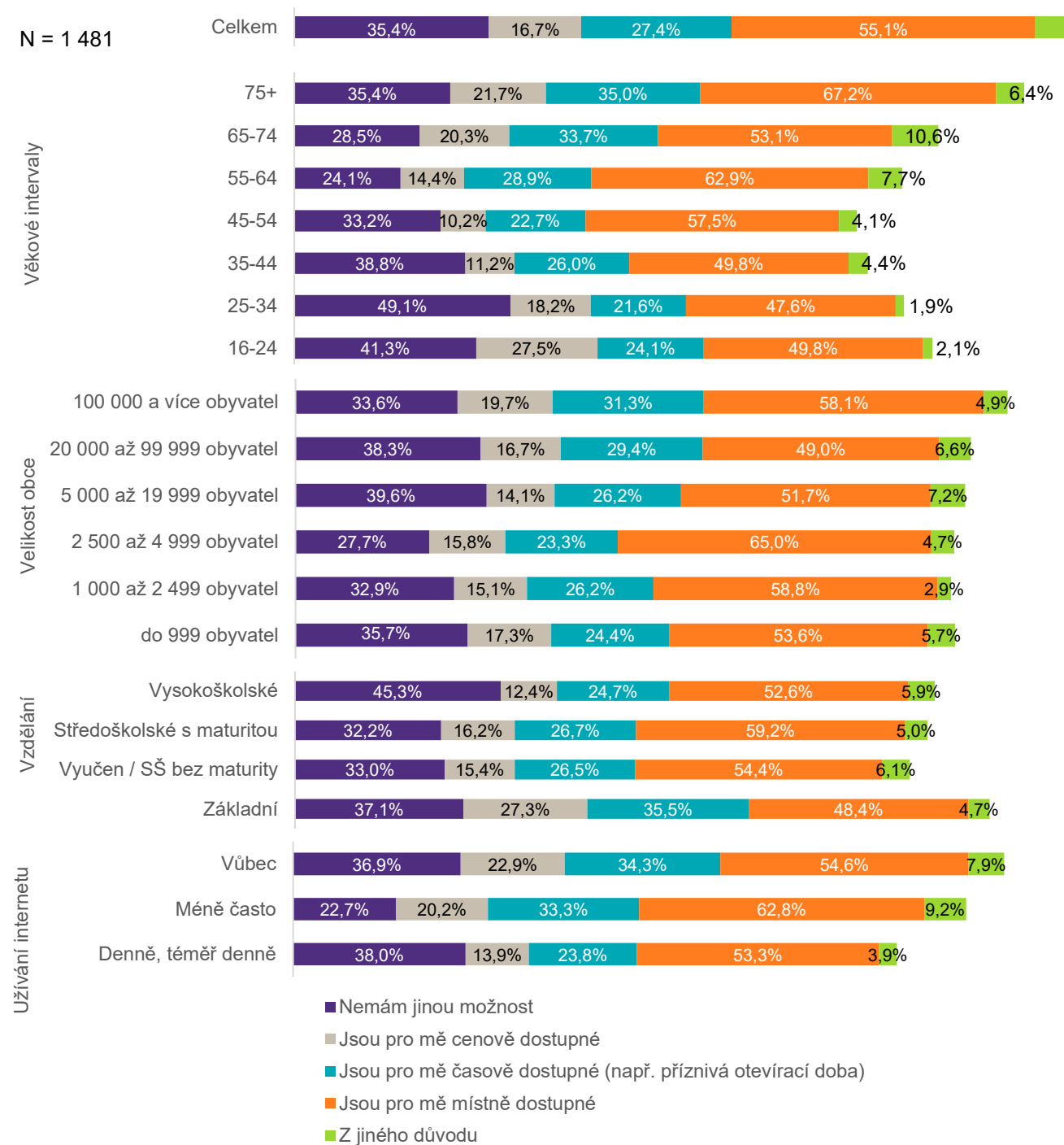
Provedené testy nezávislosti neprokázaly, že by odpovědi na otázku významně souvisely se zvolenými třídícími proměnnými, tedy s věkem a velikostí obce, ve které respondent žije. Z uvedeného je zřejmé, že všechny věkové kategorie využívají poštovní služby České pošty s obdobnou frekvencí. Výjimkou je pak skupina osob do 24 let věku, která méně (přibližně o patnáct procentních bodů) využívá služeb České pošty více než jednou měsíčně. Současně 5,1 % respondentů v této věkové kategorii uvedlo, že služeb České pošty nevyužívá vůbec. U ostatních věkových kategorií se tento podíl pohyboval řádově na úrovni 2,5 %. V odpovědích v závislosti na to, v jak velké obci respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly. S ohledem na třídění dle nejvyššího dosaženého vzdělání nebo míry užívání internetu nebyl v odpovědích shledán žádný signifikantní trend.



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT16 Z jakého důvodu využíváte poštovní služby poskytované právě Českou poštou?

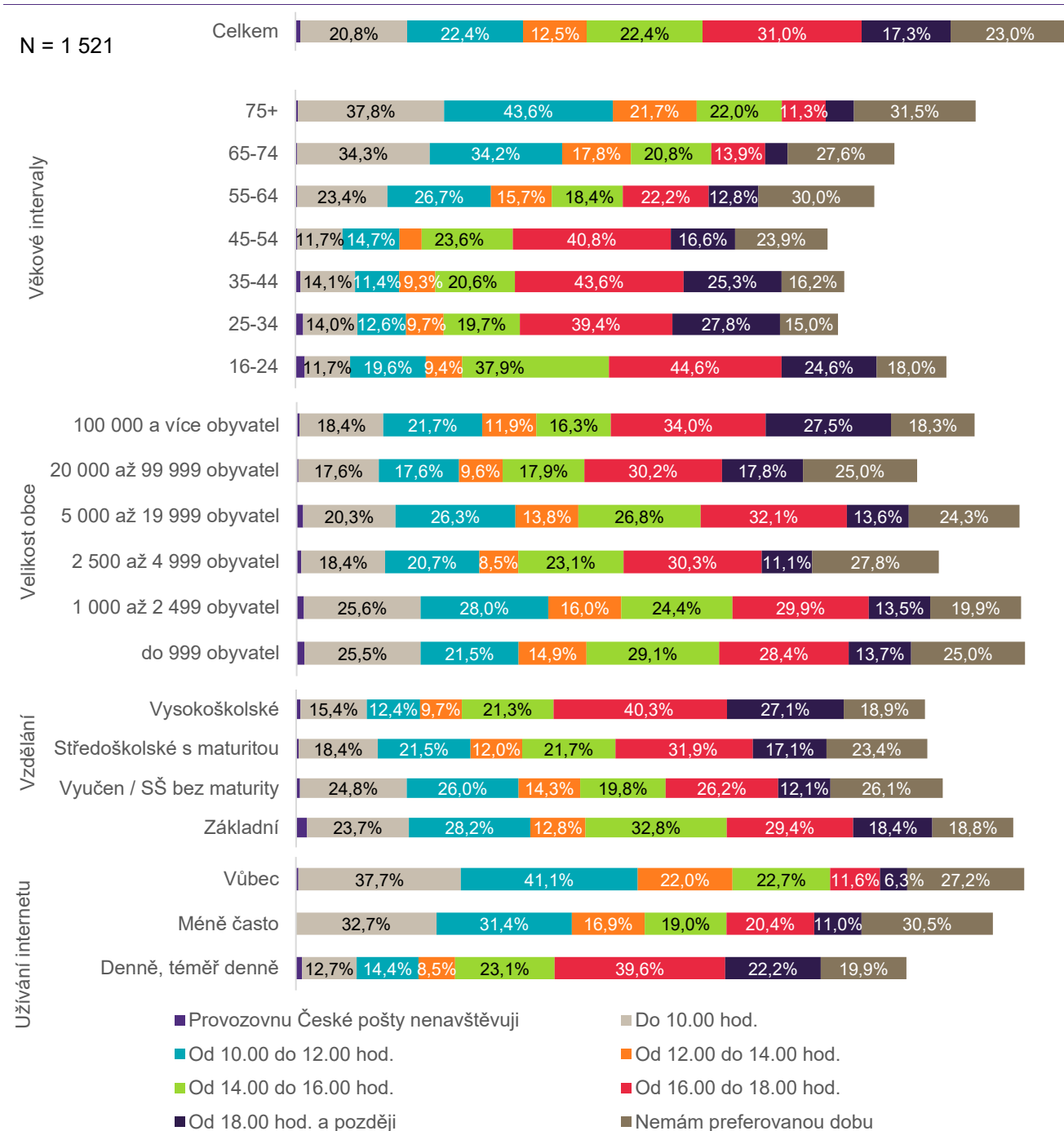
Provedené testy nezávislosti neprokázaly, že by odpovědi na otázku významně souvisely se zvolenými třídícími proměnnými, tedy s věkem a velikostí obce, ve které respondent žije. Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Dotázaní lidé využívají poštovních služeb České pošty nejčastěji z důvodu místní dostupnosti, uvedlo tak 47,6 % až 67,2 % oslovených respondentů v závislosti na věkové skupině. Druhou a třetí nejčastější odpovědí bylo, že dotazovaný nemá jinou možnost nebo že využívání služeb České pošty je pro ně časově dostupné, a to např. z důvodu příznivé otevírací doby. Do jisté míry překvapujícím zjištěním je skutečnost, že se významněji statisticky neliší odpovědi v malých nebo ve velkých obcích. Důvody (resp. jejich četnosti) k využívání poštovních služeb poskytovaných Českou poštou jsou velmi podobné. V odpovědích v závislosti na třídících proměnných – nejvyšší dosažená úroveň vzdělání a míra užívání internetu, nebyly shledány signifikantní rozdíly.



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT17 V jakou denní dobu byste preferoval(a) návštěvu provozovny České pošty?

Dotazovaným bylo umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností a provedené testy nezávislosti neprokázaly, že by odpovědi na otázku významně souvisely se zvolenými třídícími proměnnými, tedy s věkem a velikostí obce, ve které respondent žije. Dílčí rozdíly v přístupu mezi věkovými kategoriemi však byly zjištěny a prokázány. V tomto kontextu je zřejmé, že starší lidé ve věku nad 55 významně více preferují dopolední hodiny, kdy tuto možnost zvolilo oproti mladším věkovým kategoriím řádově o 30 až 40 procentních bodů více dotázaných. Pro všechny mladší věkové kategorie je pak preferované časové rozmezí mezi 16:00 a 18:00 hod. (v závislosti na věkové kategorii tento čas zvolilo 39,4 % až 44,6 % respondentů ve věku 16 až 54 let). V odpovědích v závislosti na tom, v jak velké obci respondent žije, jaké je jeho nejvyšší dosažené vzdělání nebo jaká je jeho míra užívání internetu nebyly shledány signifikantní rozdíly.

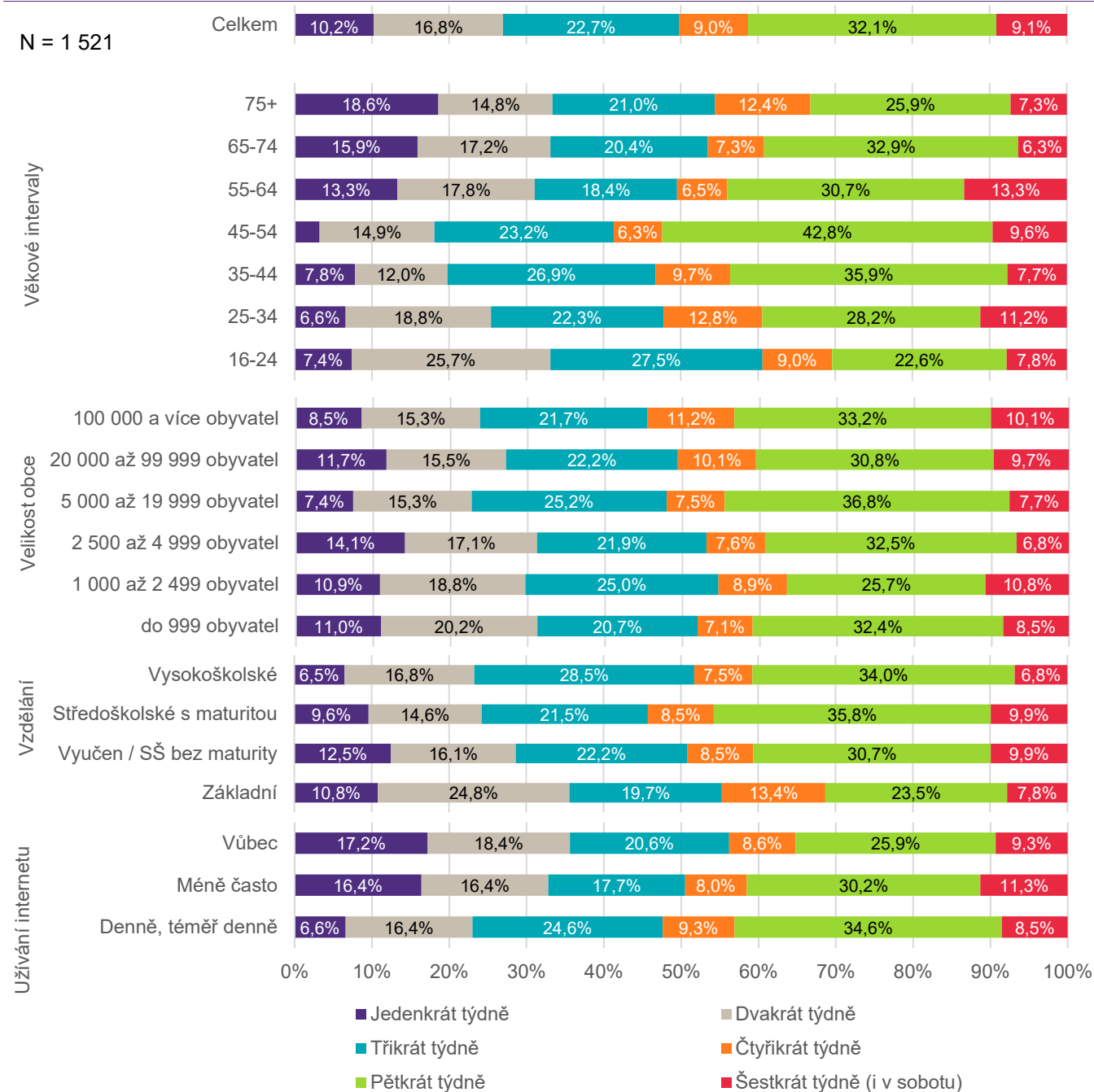


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT18 Jakou frekvencí dodávání listovních zásilek (tj. obyčejných i doporučených zásilek) Českou poštou považujete za ještě přípustnou?

Testování prokázalo, že odpovědi na otázku souvisí s věkem respondenta, nikoli s velikostí obce, ve které dotazovaný žije. Z níže uvedeného je zřejmé, že lidé v mladých (např. do 24 let), a naopak ve starších věkových kategoriích jsou více benevolentní s ohledem na přípustnou frekvenci dodávání listovních zásilek. Zatímco ve věkové kategorii od 16 do 24 je frekvence dodávání poštovních zásilek jedenkrát nebo dvakrát týdně přípustná pro 33,1 % dotazovaných, ve věkových skupinách 35 až 54 let je tato frekvence přípustná pouze 18,1 % až 19,8 % z dotazovaných.

V případě třídění odpovědí dle míry užívání internetu jsou méně nároční na frekvenci dodávání listovních zásilek osoby nevyužívající internet. Až 17,2 % těchto respondentů přijde dostatečné dodávání pouze jedenkrát týdně. U osob užívajících internet denně (nebo téměř denně) byl podíl týž odpovědí na úrovni 6,6 %. Podíl osob, který si přeje zvýšení frekvence oproti současnému rozsahu, byl s ohledem na tuto třídící proměnnou srovnatelný a pohyboval se mezi 8,3 a 11,3 %. S ohledem na nejvyšší dosažené vzdělání pak z výsledků vychází, že více nároční jsou respondenti s ukončeným středoškolským vzděláním s maturitou nebo vysokoškolsky vzdělání. Alespoň udržení současné frekvence nebo rozšíření frekvence na 6 dnů (vč. soboty) požaduje 45,7, resp. 40,8 % takových respondentů.

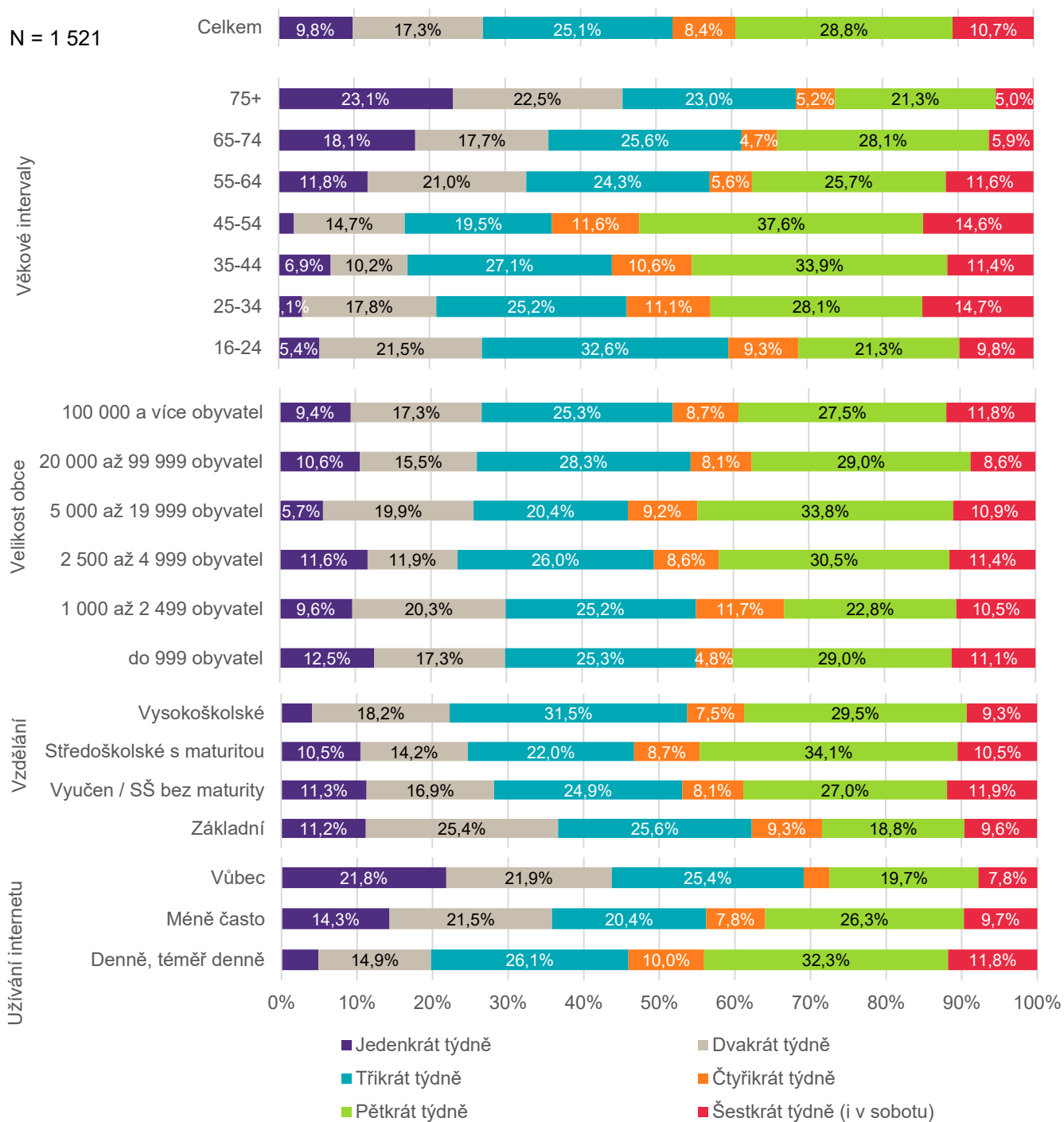


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT19 Jakou frekvenci dodávání balíků Českou poštou považujete za ještě přípustnou?

Stejně jako v případě listovních zásilek i zde statistické testy prokázaly, že odpovědi na otázky souvisí s věkem respondenta, nikoli s velikostí obce, ve které dotazovaný žije. Trend je zde velmi obdobný jako u otázky č. 18, kdy v mladších a starších věkových kategoriích jsou respondenti více benevolentní k frekvenci dodávání balíků. Zatímco ve věkových skupinách 16 až 24 let nebo nad 75 let věku je přípustné pro 68,8, resp. 73,7 % respondentů, aby byly balíky dodávány s nižší frekvencí než pětkrát týdně, pro věkovou skupinu 45 až 54 je toto přípustné jen pro 47,8 % z dotazovaných. V odpovědích v závislosti na tom, v jak veliké obci respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly.

Stejně jako v případě otázky č. 18, tak v případě třídění odpovědí dle míry užívání internetu jsou méně nároční na frekvenci dodávání balíků osoby nevyužívající internet. Až 21,8 % těchto respondentů přijde dostatečné dodávání pouze jedenkrát týdně. U osob užívajících internet denně (nebo téměř denně) byl podíl týž odpovědí na úrovni 4,9 %. Pravidelní uživatelé internetu by rádi zvýšili frekvenci dodávání balíků v 11,8 %, což představuje o čtyři procentní body vyšší zastoupení této odpovědi oproti neuživatelům internetu. S ohledem na nejvyšší dosažené vzdělání pak z výsledků vychází, že nejvíce nároční jsou respondenti s ukončeným středoškolským vzděláním s maturitou. Alespoň udržení současné frekvence nebo rozšíření frekvence na 6 dnů (vč. soboty) požaduje 44,6 % takto vzdělaných respondentů.

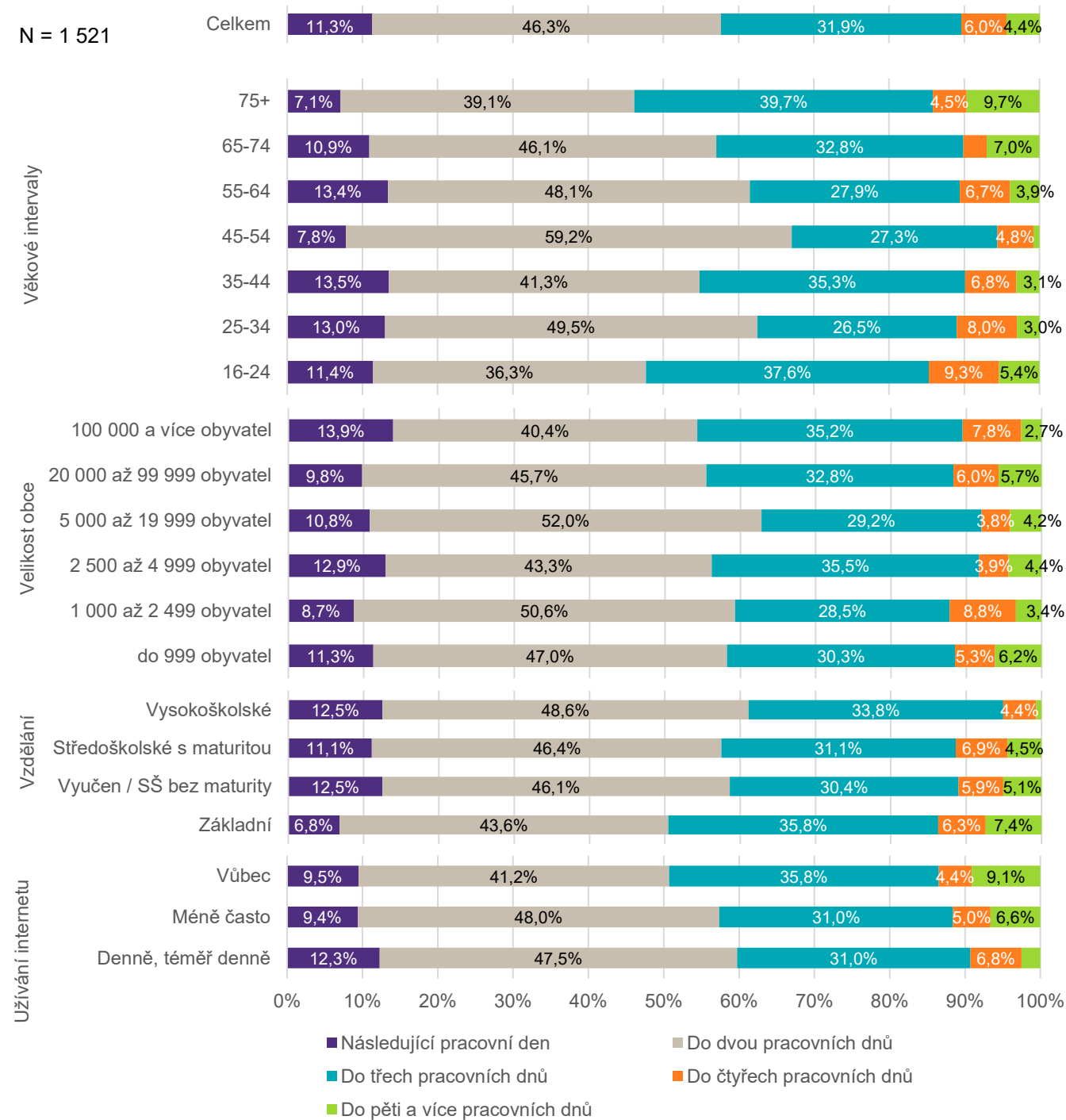


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT20 Jakou dobu doručení podané obyčejné listovní zásilky Českou poštou považujete za ještě přípustnou?

Testování prokázalo, že odpovědi na otázky souvisí spíše s věkem respondenta než s velikostí obce, ve které dotazovaný žije. Opět je zde stejně jako v otázkách č. 18 a 19 zřejmé, že lidé ve středním produktivním věku jsou méně benevolentní a požadují doručení v kratší době. Následující nebo nejpozději druhý pracovní den po expedici požaduje ve věkové skupině 45 až 54 let dodání 67,0 % respondentů. Ve věkových skupinách 16 až 24 let nebo u osob starších 75 let je tento podíl na úrovni 47,7, resp. 46,2 %. V odpovědích v závislosti na tom, v jak velké obci respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly.

S ohledem na třídění odpovědí dle nejvyššího ukončeného vzdělání je zřejmé, že nejvíce nároční jsou respondenti s vysokoškolským vzděláním. V rámci této skupiny 12,5 a 48,6 % respondentů vyžaduje doručení následující pracovní den, resp. do dvou pracovních dnů od expedice. S ohledem na míru užívání internetu jsou vzhledem k doručení podané obyčejné listovní zásilky náročnější pravidelní uživatelé internetu.

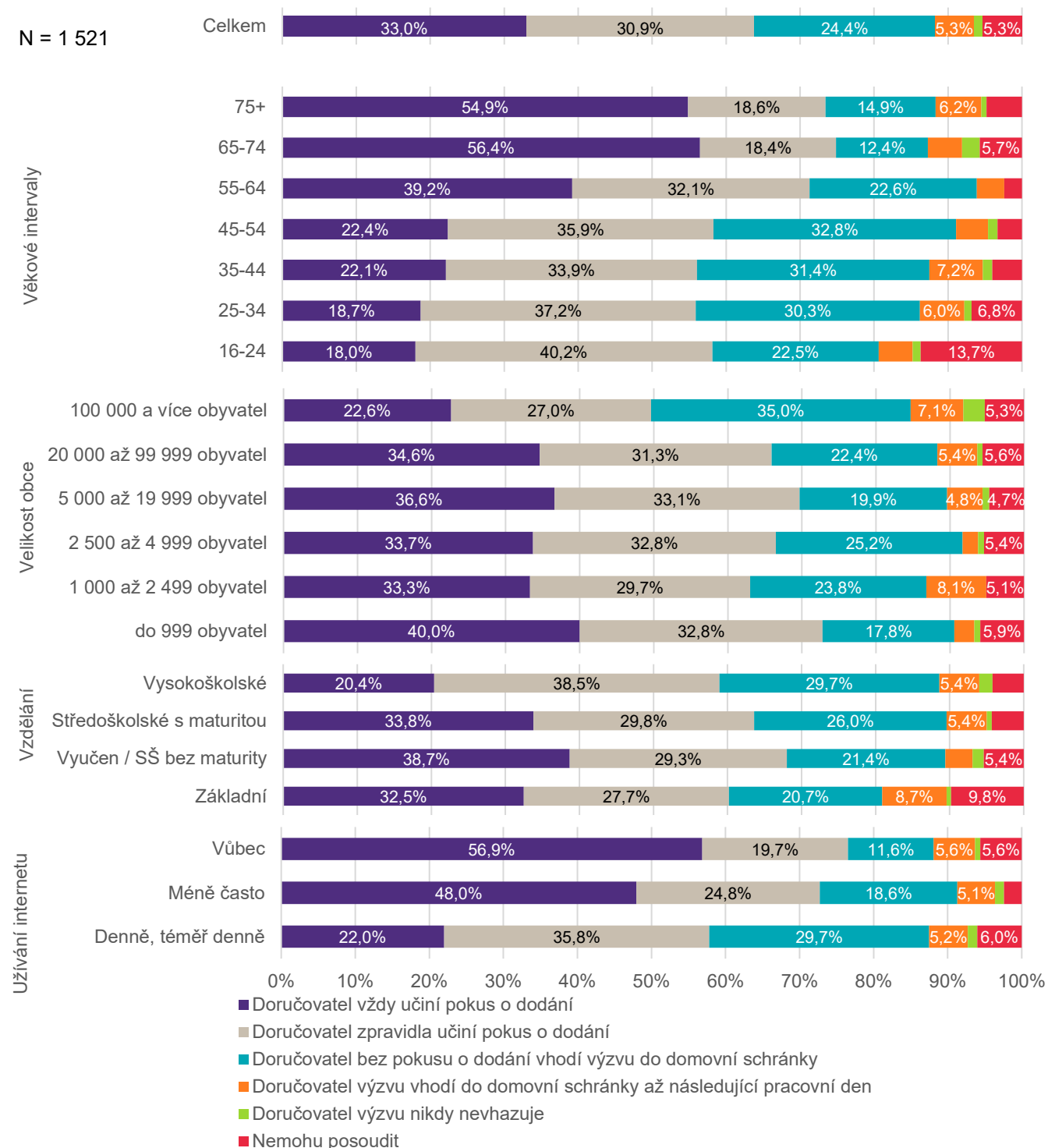


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT21 Jaká je Vaše zkušenost s dodáváním poštovní zásilky dodávané oproti podpisu příjemce (např. doporučená zásilka, balík) Českou poštou na Vaši adresu?

Provedené testy prokázaly, že odpovědi na sledovanou otázku jsou závislé na obou třídících proměnných, tedy na velikosti obce, ve které respondent žije, a na věku dotazovaného. Zatímco věkové kategorie starší 65 let mají takovou zkušenost, že v 54,9 až 56,4 % doručovatel vždy učiní pokus o dodání, mladší věkové kategorie tuto možnost zvolily v 18,0 (respondenti ve věku 16 až 24 let) až 39,2 % (45 až 54 let). Tato skutečnost by logicky neměla souviset s věkem respondenta, spíše s velikostí obce a počtem příslušných pracovníků. Přesto se zdá, že zejména mladší věkové kategorie mají v porovnání s těmi staršími negativnější zkušenost, nebo si ji více uvědomují. S ohledem na velikost obce je zřejmé, že ve městech nad 100 tis. obyvatel doručovatel vždy nebo zpravidla učiní pokus o doručení v 49,6 %. V menších městech a obcích se pak podíl těchto odpovědí řádově pohyboval mezi 63,0 až 72,8 %.

Na tuto otázku kladněji (doručovatel vždy učiní pokus o doručení) odpovídali lidé, kteří nevyužívají internet. Tuto možnost zvolilo 56,9 % takových respondentů. Naopak s ohledem na nejvyšší dosažené vzdělání byly nejvíce kritičtí vysokoškolsky vzdělaní. Ti uvedli, že doručovat vždy učiní pokus o dodání jen v 20,4 %.

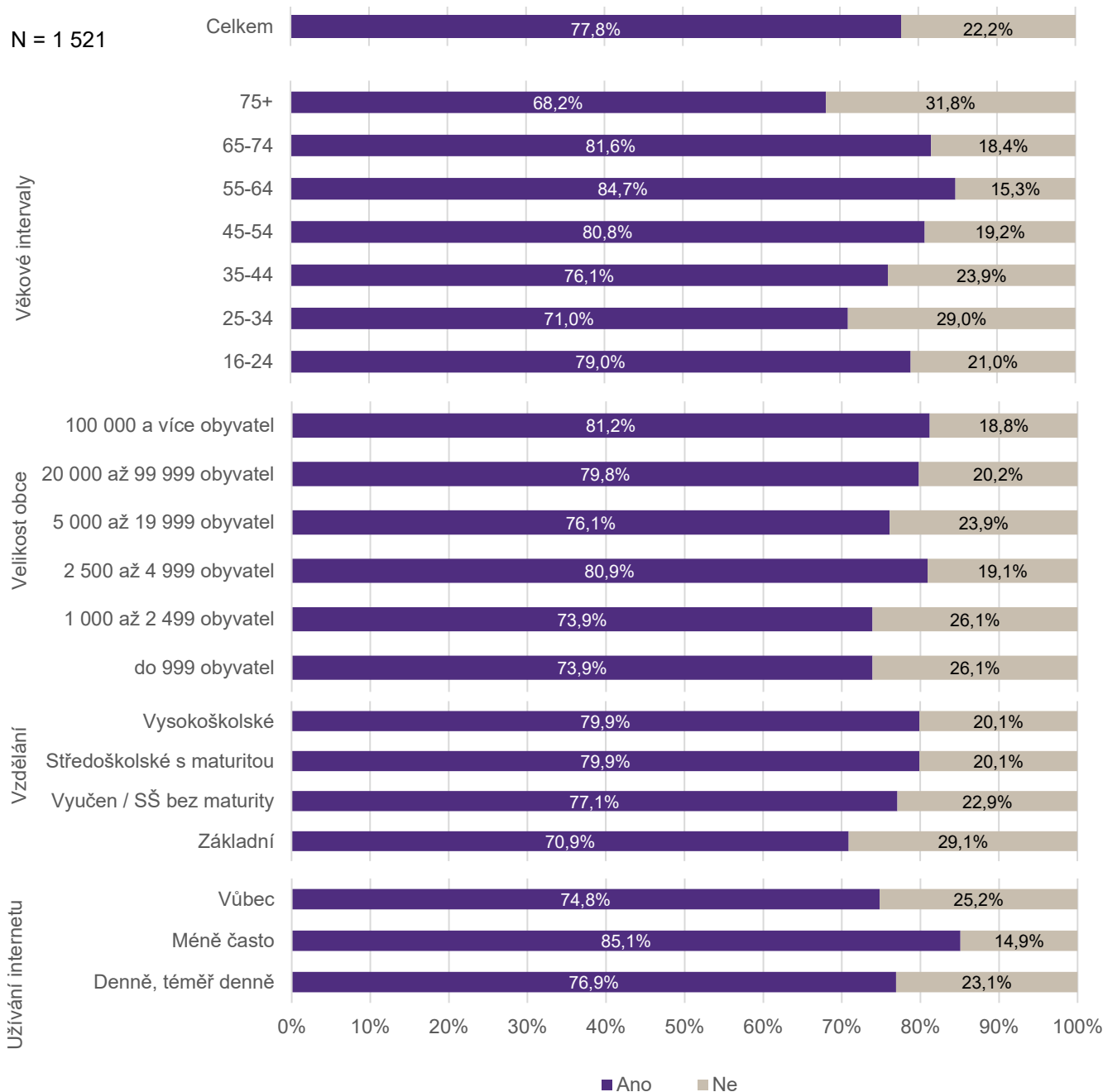


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT22 Je pro Vás akceptovatelné dojit si do provozovny České pošty a vyzvednout si obyčejnou zásilku, která by mohla být vložena do domovní schránky, ale svojí velikostí se do ní nevejde?

Testování prokázalo, že odpovědi na otázky souvisí spíše s věkem respondenta než s velikostí obce, ve které dotazovaný žije. Zajímavým zjištěním je také skutečnost, že muži jsou přibližně o pět procentních bodů ochotnější dojit si do provozovny České pošty a vyzvednout si obyčejnou zásilku, která by mohla být vložena do domovní schránky, ale svojí velikostí se do ní nevejde. Z uvedených grafických znázornění vyplývá, že dojit si do provozovny České pošty je méně akceptovatelné zejména pro osoby starší 75 let. Tuto skutečnost neakceptuje 31,8 % z dotazovaných v rámci této věkové skupiny. Vysvětlením této skutečnosti může být nižší fyzická vybavenost (nižší mobilita) a jiné skutečnosti související se stárnutím. Méně ochotní jsou pak v tomto smyslu rovněž lidé ve věku 25 až 44 let. V odpovědích v závislosti na tom, v jak velké obci respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly.

Nejvyšší dosažené vzdělání dle provedeného šetření nemá statistický vliv na otázku, zda je pro respondenta akceptovatelné dojit si do provozovny České pošty a vyzvednout si obyčejnou zásilku, která by mohla být vložena do domovní schránky, ale svojí velikostí se do ní nevejde. S ohledem na míru užívání internetu jsou nejochotnější lidé, kteří jsou nepravidelnými uživateli internetu. Pro tyto respondenty je akceptovatelné dojit si do provozovny a vyzvednou si např. nadrozměrnou zásilku v 85,1 %.



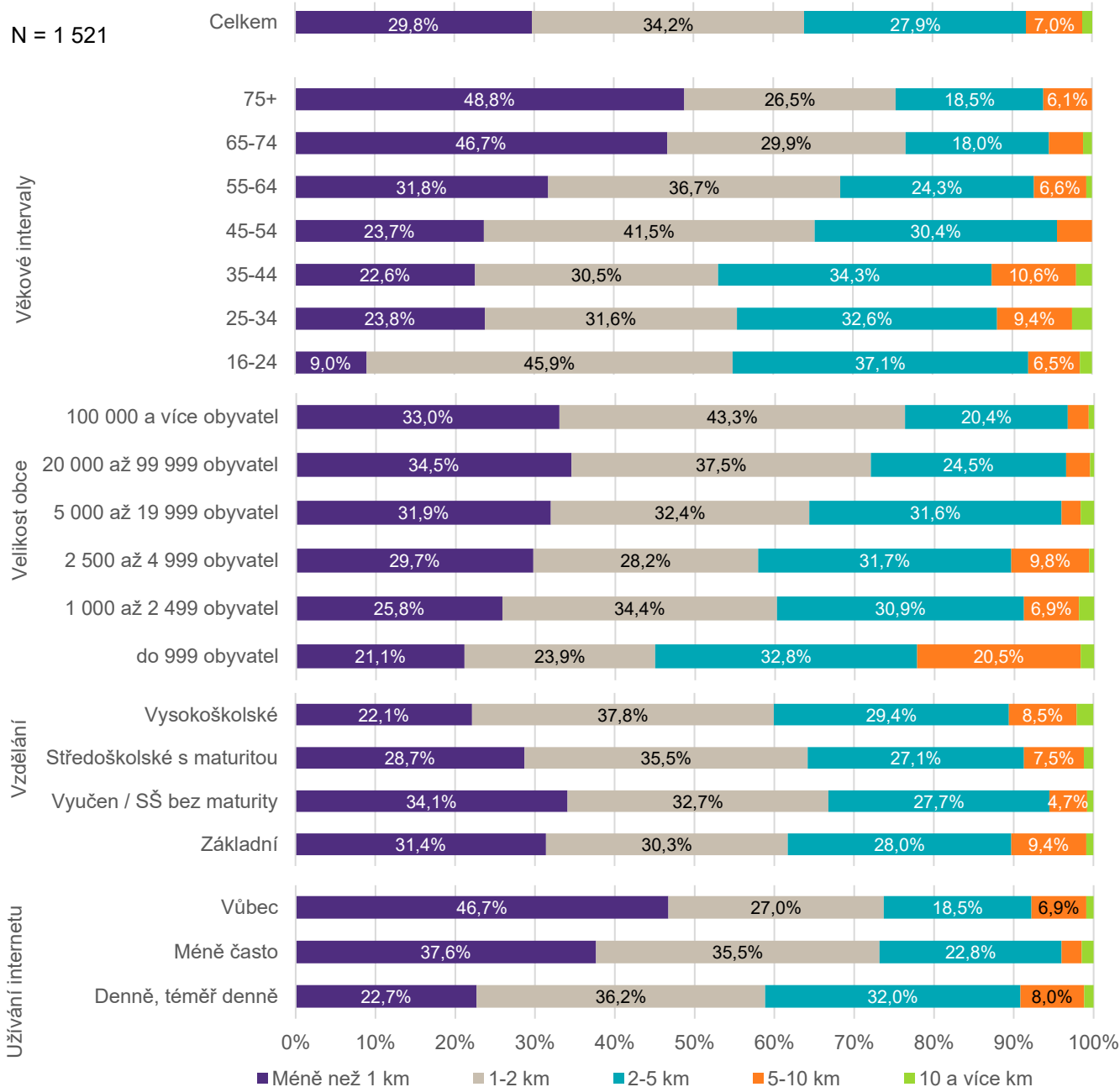
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů



## OT23 Jakou vzdálenost k nejbližší provozovně České pošty považujete za ještě přípustnou?

Odpovědi na tuto otázku jsou závislé na obou třídících proměnných, tedy na věku a velikosti obce, ve které respondent žije. V tomto ohledu starší věkové kategorie požadují, aby byla provozovna blíže. Ve věkové kategorii nad 75 let se až 48,8 % respondentů domnívá, že by provozovna měla být vzdálena nejdále 1 km od místa, kde se dotazovaný běžně vyskytuje. Lidé mladší 24 let naopak zvolili tuto možnost jen v 9,0 %. Z provedeného šetření rovněž vyplývá, že pro většinu respondentů, a to ve všech věkových kategoriích, je spíše nepřípustné, aby provozovna České pošty byla dále než 5 km. S ohledem na velikost obce a procentuální zastoupení odpovědí je zřejmé, že lidé ve větších obcích požadují vyšší dostupnost. Pro obyvatele žijící ve městech nad 100 tis. je v 76,3 % nepřípustné, aby provozovna byla dále než 2 km. Pro respondenty žijící v menších obcích – do 1 tis. obyvatel, je pak vyšší vzdálenost nepřípustná pouze pro 45,0 % z dotázaných.

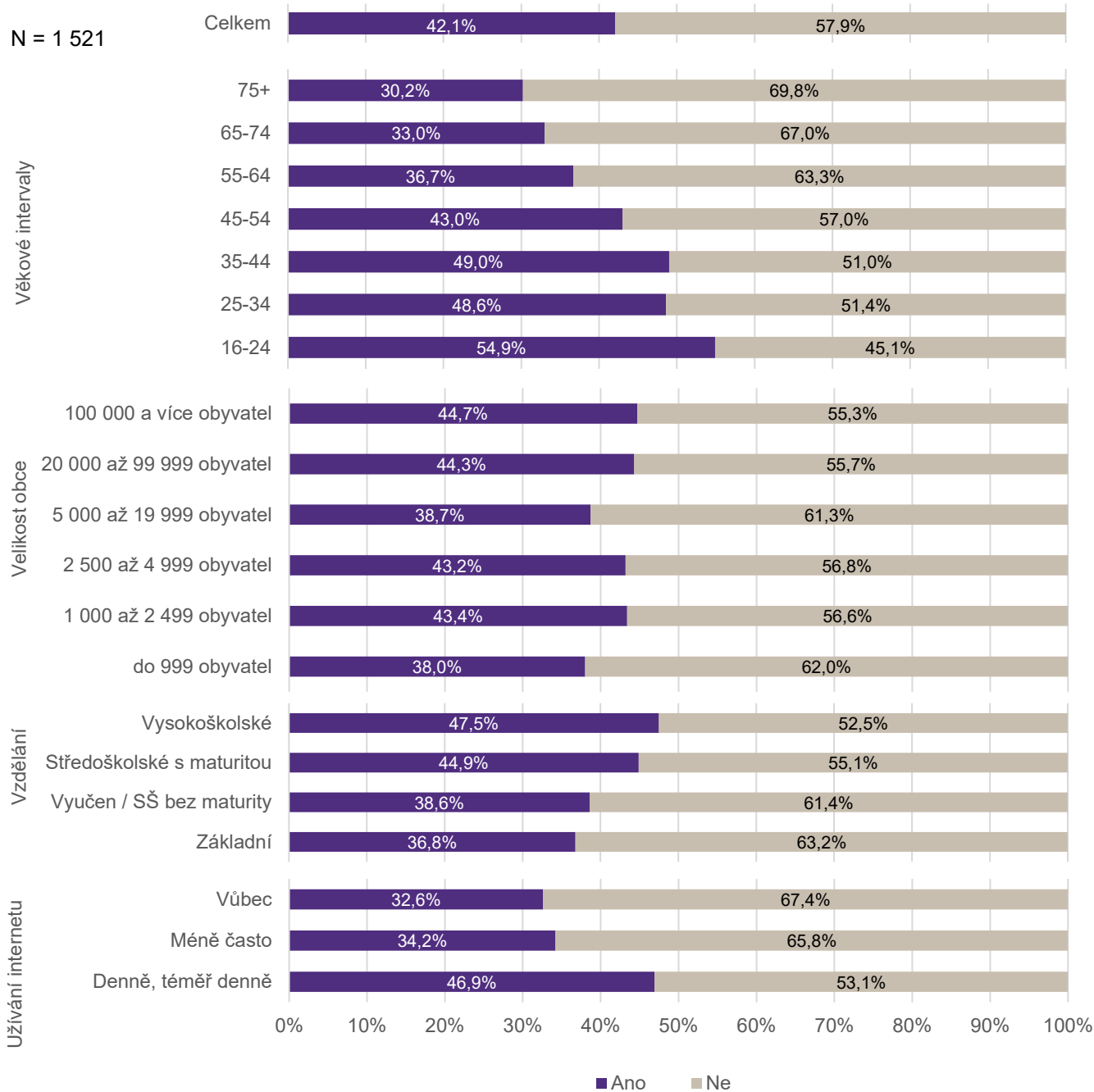
Lidé nevyžadující internet jsou s ohledem na vzdálenost k nejbližší provozovně České pošty více nároční, kdy až 46,7 % takových respondentů považovalo za přípustné, aby provozovna byla blíže než 1 km. S ohledem na nejvyšší dosažené vzdělání je zřejmé, že lidé s ukončením vysokoškolským vzděláním požadují, aby byla nejbližší provozovna blíže než 1 km s významně nižší četností odpovědí než osoby s ostatními stupni nejvyššího dosaženého vzdělání, a to až o 12 procentních bodů.



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT24 Víte, že pro vyzvedávání uložených poštovních zásilek můžete využívat i jinou poštu než poštu určenou Českou poštou?

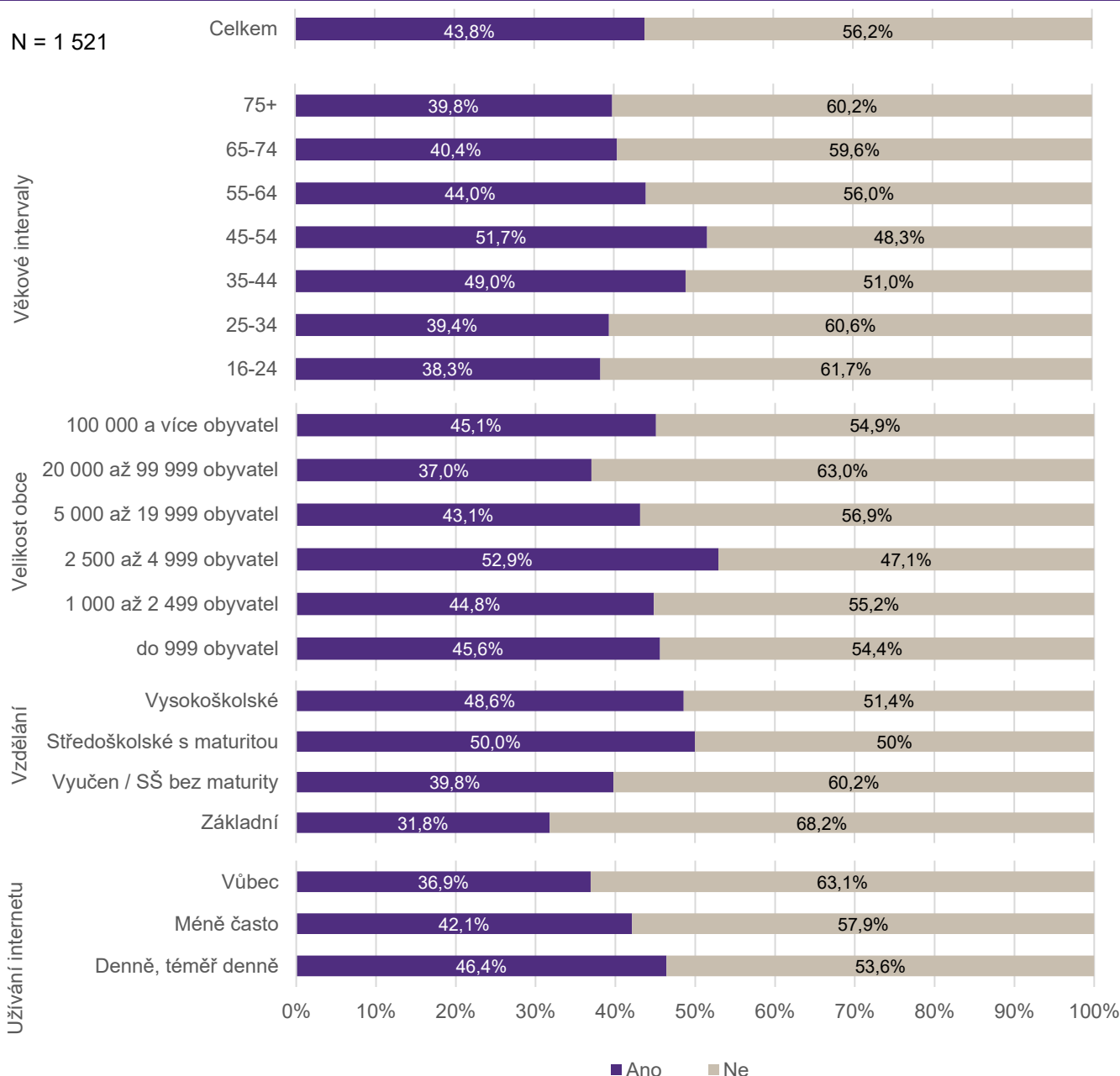
Na základě provedených testů bylo zjištěno, že odpovědi jsou statisticky ovlivněny věkem respondenta a nikoli velikostí místa bydliště. Z uvedeného je zřejmé, že mladší věkové kategorie mají vyšší povědomí o možnostech vyzvedávání uložených poštovních zásilek na jiných poštách než poštách určených Českou poštou. Zatímco ve věkové skupině 16 až 24 let o této možnosti dle provedeného šetření vědělo 54,9 % respondentů, lidé starší 75 let o této možnosti věděli jen v 30,2 %. Znalost o této službě přitom konstantně klesá s narůstajícím věkem dotazovaného. V odpovědích v závislosti na tom, v jak velké obci respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly. Největší povědomí o této službě pak s ohledem na zbylé kvótní znaky mají vysokoškolsky vzdělaní lidé (47,5 %) a osoby pravidelně využívající internet (46,9 %).



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

**OT25 Víte o tom, že Česká pošta nabízí své služby kromě vlastních provozoven také prostřednictvím třetích osob, tzv. pošt Partner, které jsou poskytovány například v obchodě, na obecním úřadě a jinde?**

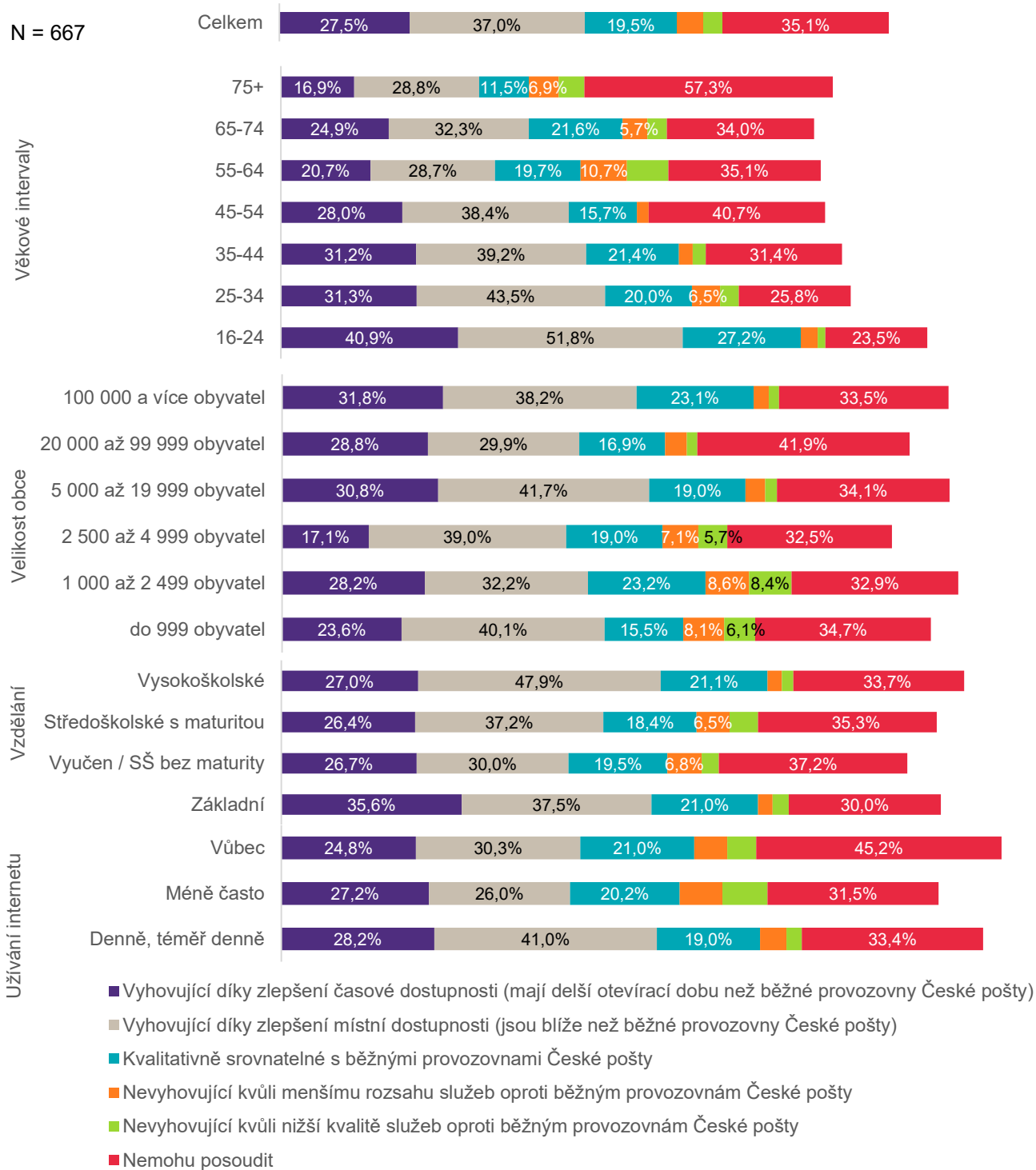
Testování prokázalo, že odpovědi na otázky souvisí s třídicími proměnnými, tedy s věkem a velikostí obce, ve které dotazovaný žije. Zajímavým zjištěním je také skutečnost, že významně vyšší povědomí o poštách Partner mají muži (přibližně o deset procentních bodů) než ženy. Průměrný muž o poštách Partner měl povědomí v 48,9 %, zatímco průměrná žena jen v 39,0 %. O tom, že Česká pošta nabízí své služby kromě vlastních provozoven také prostřednictvím třetích osob, tzv. pošt Partner, které jsou poskytovány například v obchodě nebo na obecním úřadě, mají největší povědomí lidé ve věku 35 až 54 let. V této věkové kategorii se obecné povědomí o poštách Partner pohybuje mezi 49,0 a 51,7 %. V ostatních věkových skupinách je toto povědomí řádově o deset procentních bodů nižší. Největší povědomí o této doprovodné poštovní infrastruktuře panuje v obcích mezi 2,5 tis. a 5 tis. obyvateli. Nejméně respondentů pošty Partner naopak znalo v městech a obcích s 20 tis. až 100 tis. obyvateli. Největší povědomí o této službě pak s ohledem na zbylé kvótní znaky mají středoškolsky vzdělaní lidé s maturitou osoby s ukončeným vysokoškolským vzděláním (50,0 a 48,6 %) a osoby pravidelně využívající internet (46,4 %).



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT26 Poštovní služby České pošty poskytované prostřednictvím tzv. pošty Partner považujete za:

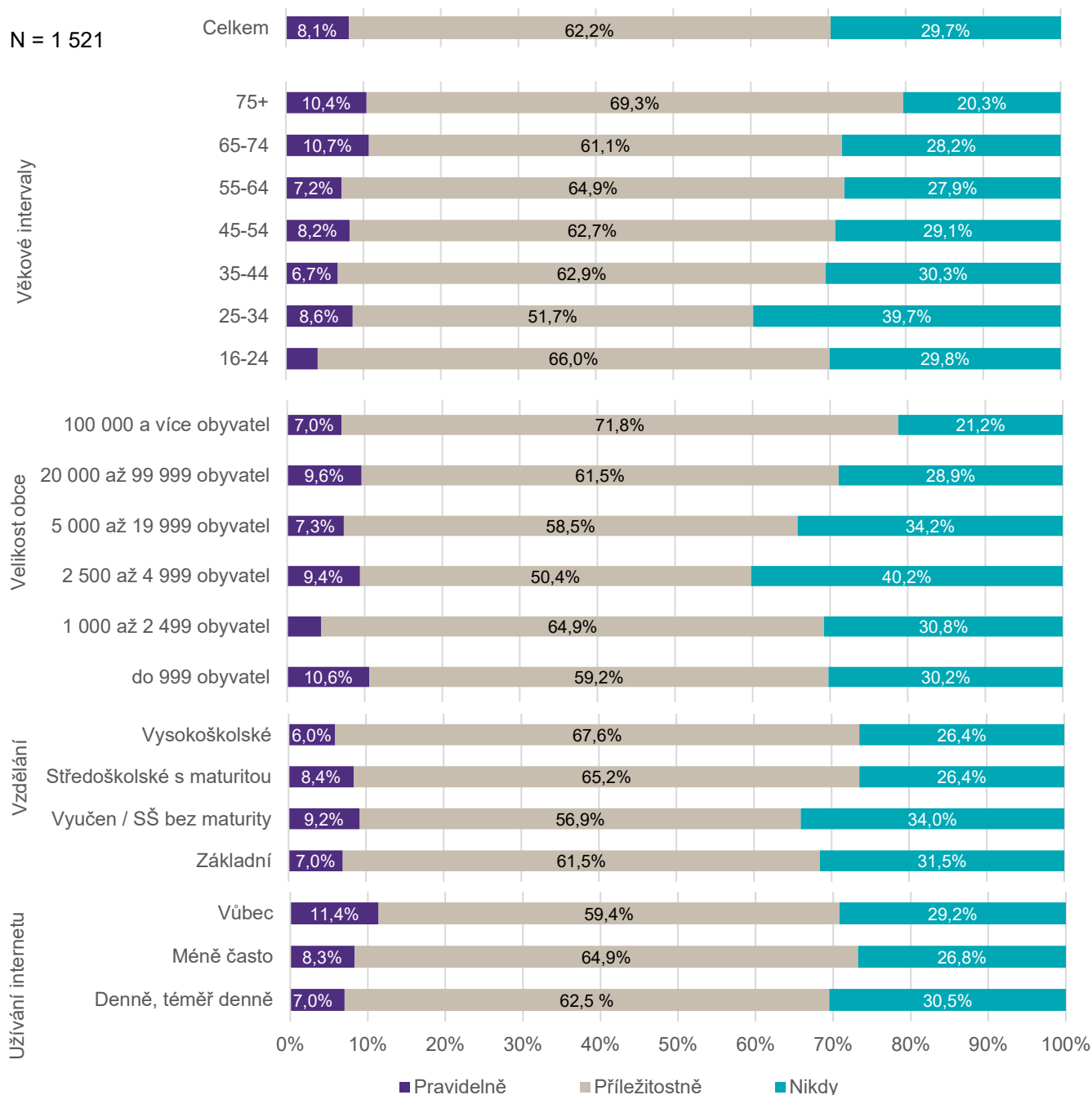
Dotazovaným bylo na tuto otázku umožněno zvolit jednu či více z nabízených možností. Z výsledků šetření se jeví být zřejmé, že klady pošt Partner si uvědomují zejména mladší věkové kategorie. Například lidé ve věku 16 až 24 let zmiňovali jako hlavní pozitivum (v 40,9 %) zlepšení časové nebo místní (v 51,8 %) dostupnosti poštovních služeb. Stejně tak se tato věková kategorie až v 27,2 % domnívá, že pošty Partner jsou kvalitativně srovnatelné s běžnými provozovny České pošty. V nejstarší věkové skupině (75 let a více) pak respondenti oceňují zejména zlepšení místní dostupnosti. Tuto možnost však zvolilo jen 28,8 % dotázaných oproti 51,8 % v nejmladší věkové kategorii. S narůstajícím věkem respondentů se zvyšovalo procento osob, které danou oblast nemohly posoudit. V odpovědích v závislosti na tom, v jak velké obci respondent žije, jaké je jeho nejvyšší dosažené vzdělání a s jakou pravidelností užívá internet nebyly shledány signifikantní rozdíly.



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT27 Jak často využíváte poštovní schránku k podání obvyčejné zásilky?

Testování prokázalo, že odpovědi na otázky souvisí s třídícími proměnnými, tedy s věkem a velikostí obce, ve které dotazovaný žije. Užívání (pravidelné i nepravidelné) poštovních schránek k podání obvyčejných zásilek mírně narůstá s rostoucím věkem respondentů. Dle provedeného šetření jsou nejméně poštovní schránky využívány osobami ve věku 25 až 34 let, kteří je nevyužívají vůbec v 39,7 %. Neaktivnějšími uživateli jsou naopak starší věkové kategorie, kdy poštovní schránky vůbec nevyužívá jen 20,3 % osob starších 75 let. Z výsledků veřejného průzkumu rovněž vyplývá, že nejvíce jsou poštovní schránky využívány zejména ve středně velkých obcích a městech s 2,5 tis. až 20 tis. obyvateli. S ohledem na třídění dle nejvyššího dosaženého vzdělání nebo míry užívání internetu nebyl v odpovědích shledán žádný signifikantní trend. Třídící proměnná v podobě nejvyššího ukončeného vzdělání však byla shledána na základě statistických testů jako významná.

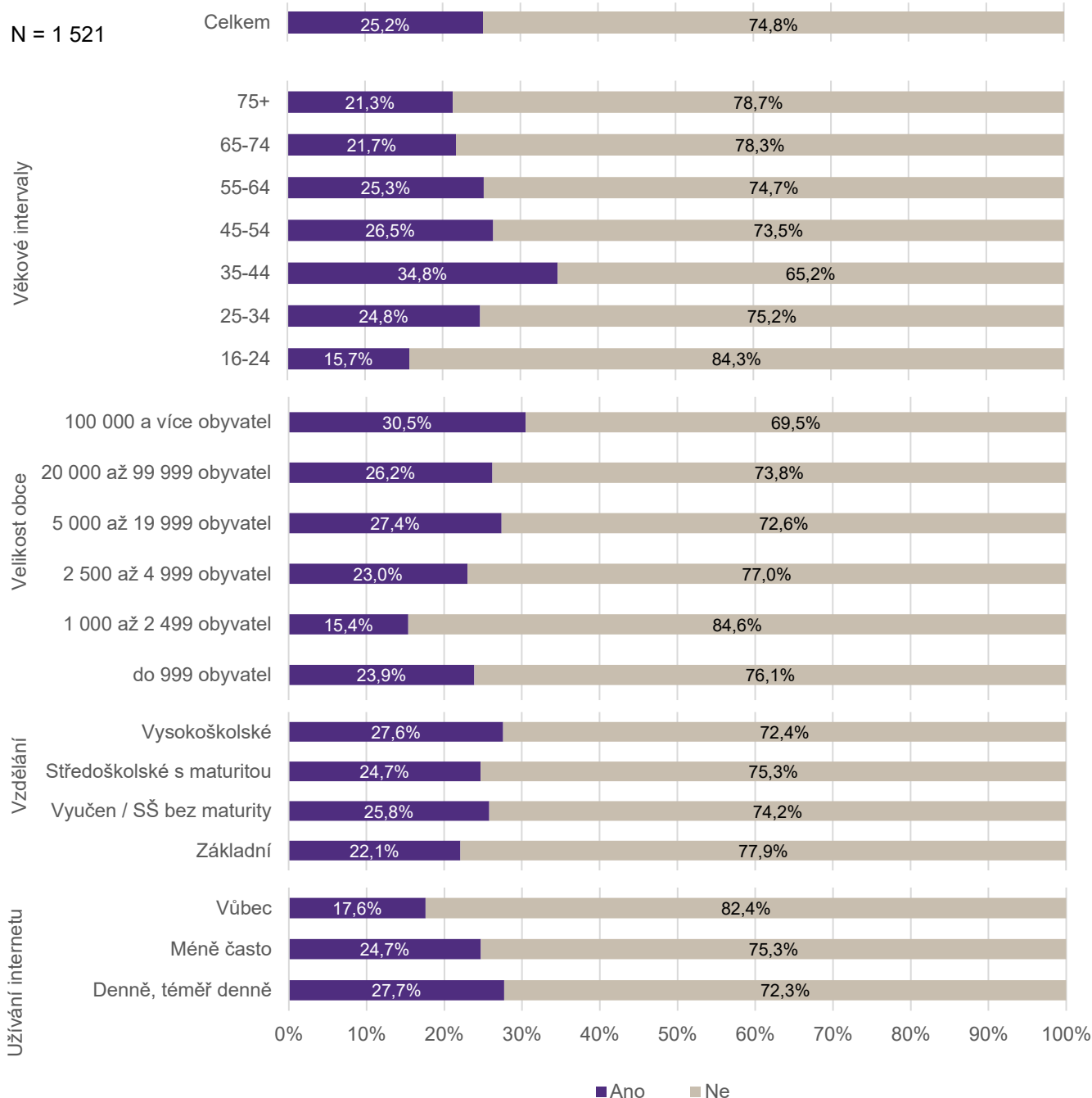


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT28 Máte zkušenost s vyřízením reklamace Českou poštou?

Na základě provedených testů bylo zjištěno, že odpovědi jsou statisticky ovlivněny věkem respondenta a velikostí místa bydliště. Největší zkušenosti s reklamami mají lidé ve věku 35 až 44 let (uvedlo tak 34,8 % respondentů) a nejmenší naopak osoby mladší 24 let (15,7 %). Z veřejného průzkumu dále vyplývá, že vyšší zkušenosti s vyřízením reklamace mají lidé žijící ve větších městech. Největší podíl respondentů, kteří mají zkušenost s reklamami u České pošty, žije ve městech na 100 tis. obyvatel, a to 30,5 %.

S ohledem na třídění dle nejvyššího dosaženého vzdělání nebo míry užívání internetu je zřejmé, že vyšší zkušenosti s reklamami mají vysokoškolsky vzdělaní lidé a osoby pravidelně užívající internet. Pravidelní uživatelé internetu mají tuto zkušenost oproti neuživatelům o 10,1 procentních bodů častěji. Třídící proměnná v podobě nejvyššího ukončeného vzdělání nebyla shledána na základě statistických testů jako významná.

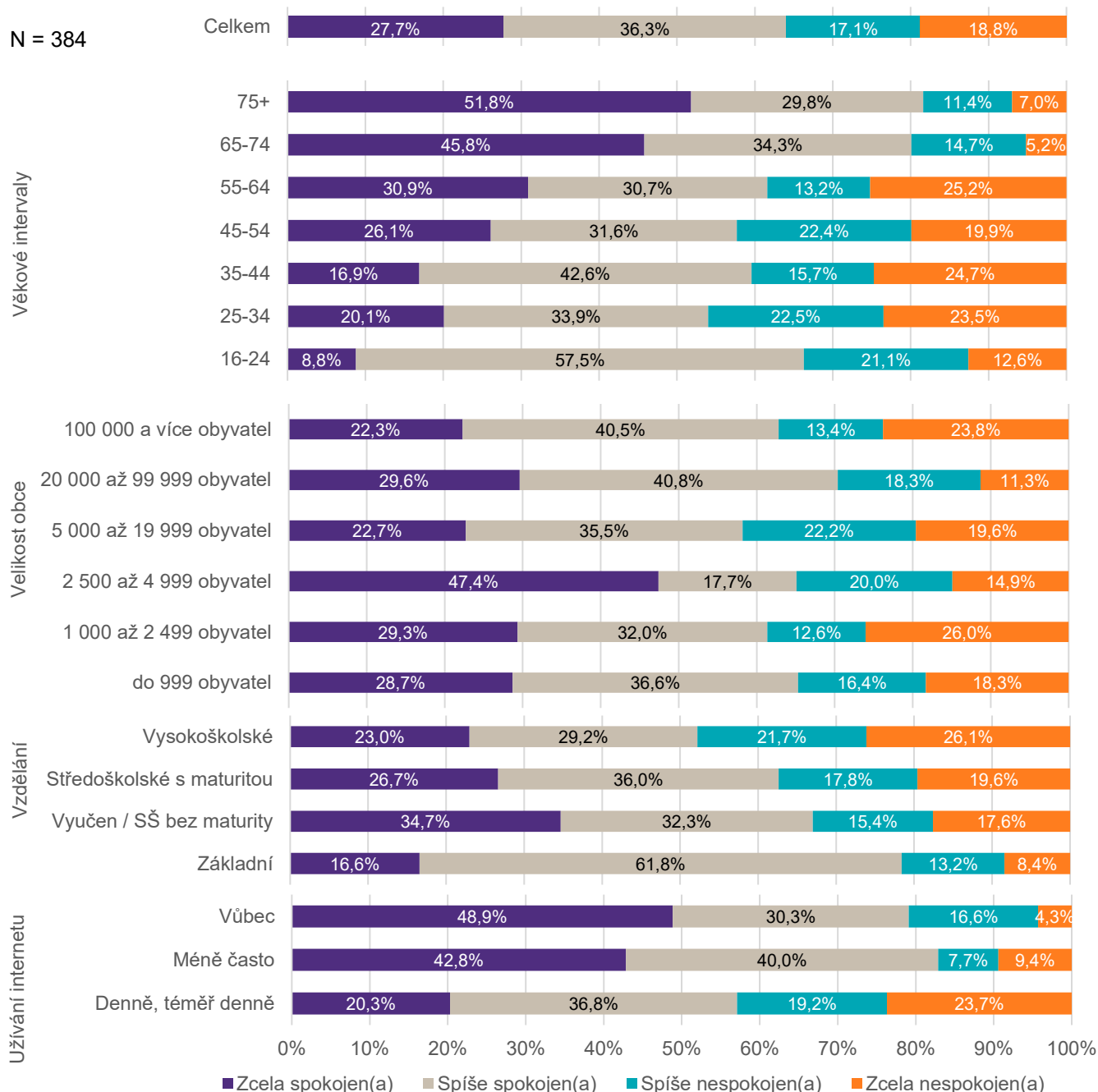


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT29 Jak jste byl(a) spokojen(a) s vyřízením reklamace Českou poštou?

Spokojenost s vyřízením reklamace úzce souvisí s věkem respondenta, kdy je zřejmé, že starší věkové skupiny jsou častěji zcela spokojené. Zatímco lidé ve věku 16 až 24 uvedli, že byli zcela spokojeni s vyřízením reklamace jen v 8,8 %, osoby starší 75 let byly zcela spokojeny v nadpoloviční většině případů (51,8 %). Na druhou stranu je nižší zastoupení odpovědi „zcela spokojen(a)“ do jisté míry kompenzováno slabší, ale stále pozitivní odpovědí „spíše spokojen(a)“. Rozdíl v podílech mezi spokojenými a nespokojenými osobami tak nejsou napříč věkovými skupinami příliš výrazné. Obecně nejvíce spokojenou věkovou skupinou jsou lidé starší 75 let, kteří jsou zcela nebo spíše spokojeni v 81,6 % případů. Nejméně byli naopak spokojeni respondenti ve věkové kategorii 25 až 34 let, kteří byli zcela nebo spíše spokojeni v 54,0 %.

S vyřízením reklamace pak byli spíše spokojeni lidé nevyužívající internet, kdy zcela nebo spíše spokojených bylo 79,2 % takovýchto respondentů. Oproti pravidelným uživatelům byli ne uživatelé internetu spokojenější o 22,1 procentních bodů. S ohledem na dosažené vzdělání pak byly spíše spokojenější lidé s nižším nejvyšším ukončeným stupněm vzdělání.



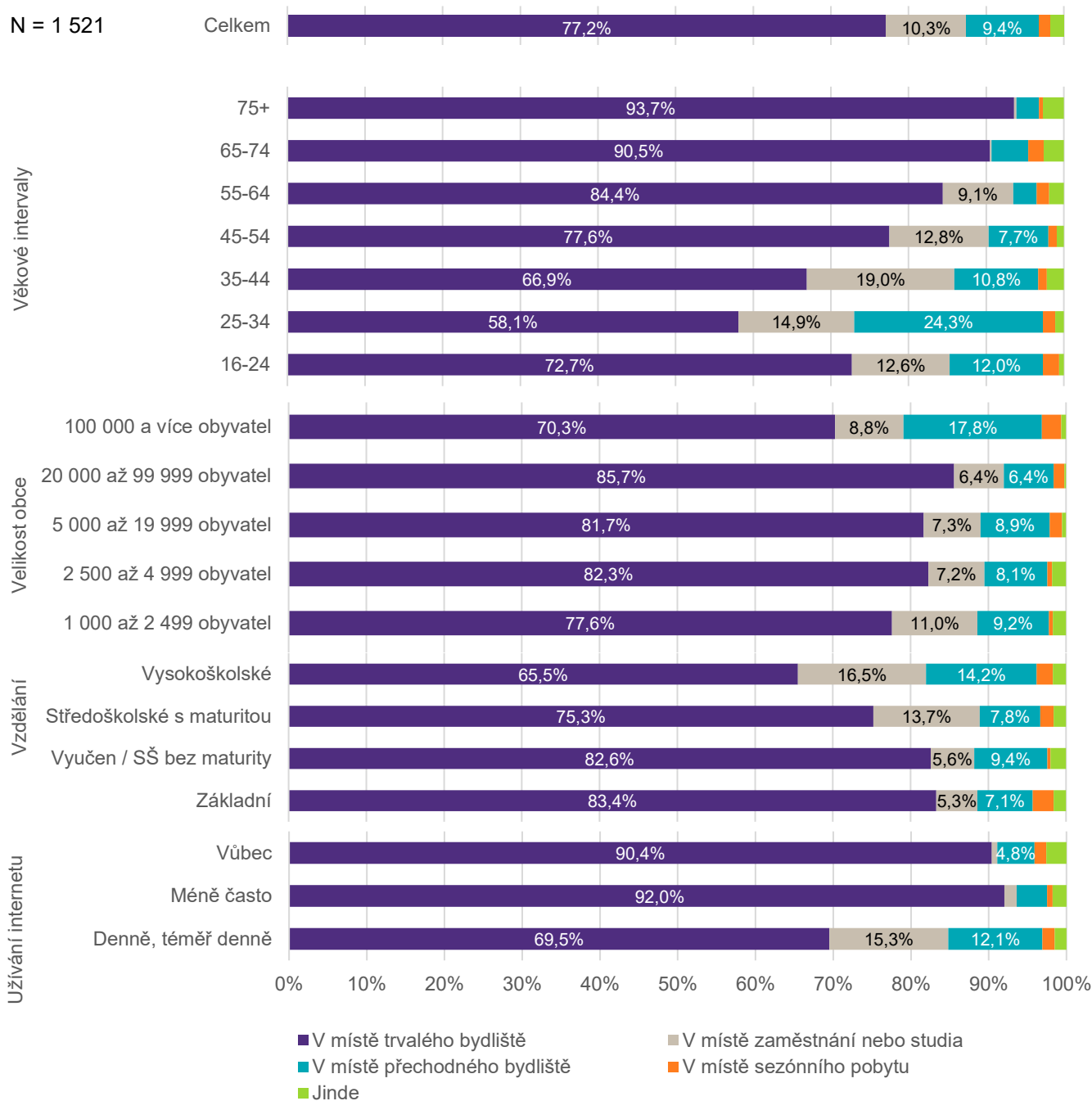
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## 4.2 Otázky zaměřené na zjišťování v oblasti využívání a spokojenosti se základními a dalšími poštovními službami

### OT30 Kde primárně využíváte poštovní služby pro podání (jako odesílatel)?

Na základě provedených testů nebylo zjištěno, že by odpovědi byly významně statisticky ovlivněny věkem respondenta a velikostí místa bydliště. Obecně však z grafického znázornění vyplývá, že převážná část osob využívá poštovní služby pro podání (jako odesílatel) v místě trvalého bydliště. Procento osob využívajících tyto služby v místě trvalého bydliště (s výjimkou osob mladších 24 let) konstantně roste s věkem dotazovaného. Středně staré věkové kategorie pak často využívají poštovních služeb v místě zaměstnání nebo studia. Ve věkové kategorii 35 až 45 let tak uvedlo 19,0 % respondentů.

Z výsledků je zřejmé, že lidé s nižším nejvyšším dosaženým stupněm vzdělání častěji podávají v místě svého trvalého bydliště. Vysokoškolsky vzdělaní lidé pak v 16,5 a 14,2 % využívají poštovní služby v místě zaměstnání / studia nebo přechodného bydliště. S ohledem na míru užívání internetu je zřejmé, že významně méně využívají poštovní služby v místě trvalého bydliště lidé, kteří jsou pravidelnými uživateli internetu, a to až o 20,9 procentních bodů oproti neuživatelům internetu.



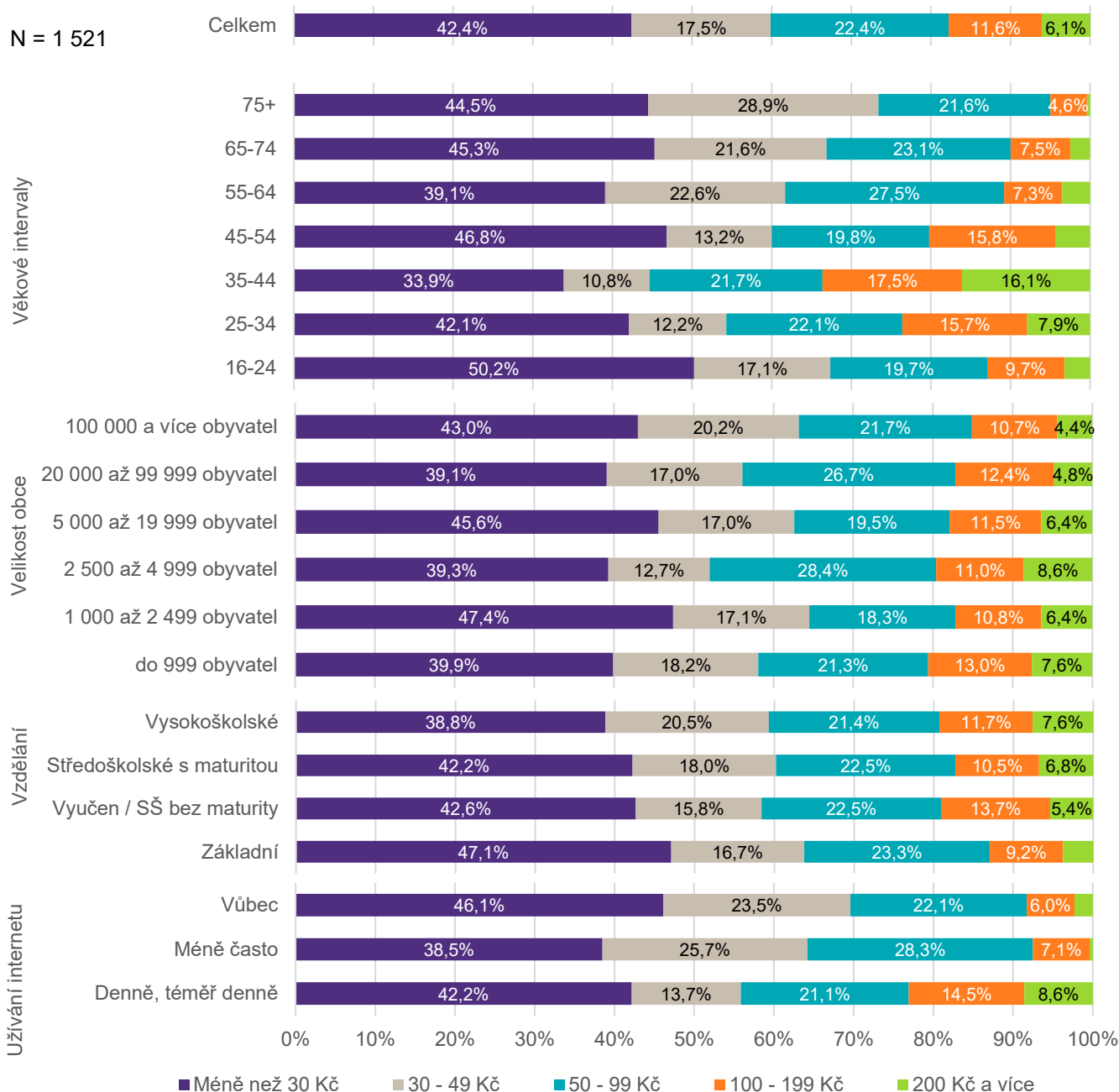
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů



### OT31 Kolik korun měsíčně průměrně vydáte jako odesílatel za poštovní služby pro osobní potřebu nebo potřebu rodiny?

Na základě provedených testů bylo zjištěno, že odpovědi jsou statisticky ovlivněny věkem respondenta a nikoli velikostí místa bydliště. Na základě průzkumu bylo zjištěno, že více finančních prostředků průměrně vydávají za poštovní služby pro osobní potřebu nebo potřebu rodiny (jako odesílatelé) osoby ve věku 25 až 64 let. Největší výdaje v tomto kontextu má věková kategorie ve věku 35 až 44 let, která v 55,3 % vydá za měsíc v průměru více než 50 Kč. Nejmenší výdaje spojené s odesláním mají pak osoby mladší 24 let nebo naopak lidé starší 75 let, kteří vydají více než 50 Kč za měsíc v průměru v 32,6, resp. 26,6 %. V odpovědích v závislosti na tom, v jak velké obci respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly.

S ohledem na třídění dle nejvyššího dosaženého vzdělání nebo míry užívání internetu je zřejmé, že lidé s vyšším ukončeným vzděláním vynakládají spíše vyšší finanční prostředky na poštovní služby v roli odesílatele. Tato třídící proměnná však nebyla na základě statistických testů shledána jako významná. V případě druhé třídící proměnné, míry užívání internetu, nelze konstatovat jednoznačný trend v uváděných odpovědích.

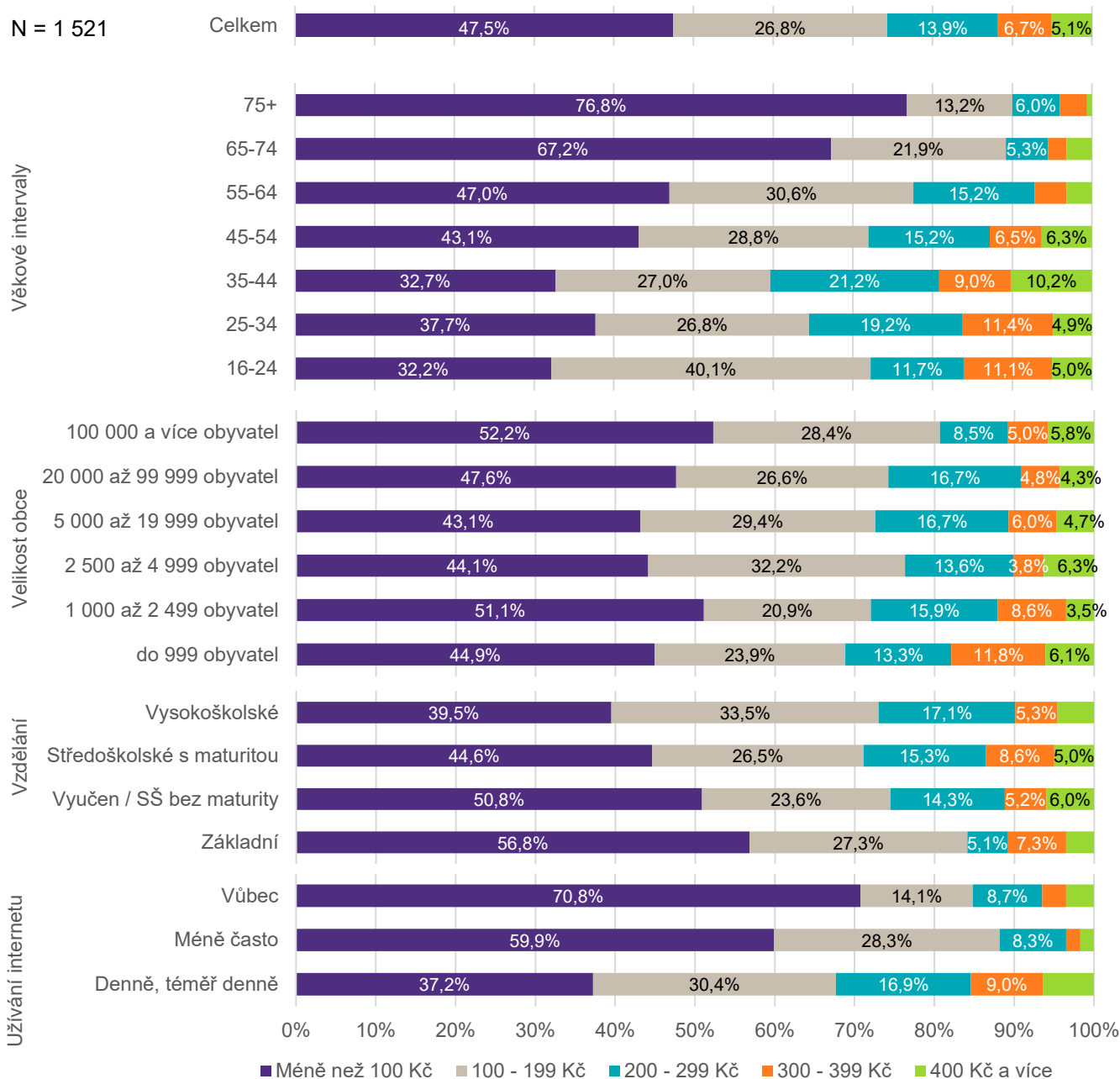


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT32 Kolik korun měsíčně průměrně vydáte jako adresát (příjemce) za poštovní služby pro osobní potřebu nebo potřebu rodiny?

Na základě provedených testů bylo zjištěno, že odpovědi byly významně statisticky ovlivněny věkem respondenta a velikostí místa bydliště. S rostoucím věkem lidé vydávají (jako adresáti) za poštovní služby v průměru méně finančních prostředků. Největší výdaje na poštovní služby (v roli příjemce) mají dle provedeného šetření osoby ve věku 35 až 44 let. Celkem 40,4 % respondentů v této věkové kategorii pak uvedlo, že jejich výdaje jsou vyšší než 200 Kč za měsíc. Nejmenší výdaje pak mají osoby starší 75 let, kdy jen 10% podíl z dotázaných uvedl, že jejich výdaje jsou v průměru vyšší než 200 Kč. Nejmenší výdaje související s poštovními službami (jako příjemci) mají osoby žijící ve městech nad 100 tis. obyvatel. Tato skutečnost patrně souvisí s vyššími alternativními možnostmi dodání (např. návštěva provozovny, kamenného obchodu atd.), viz otázka č. 7.

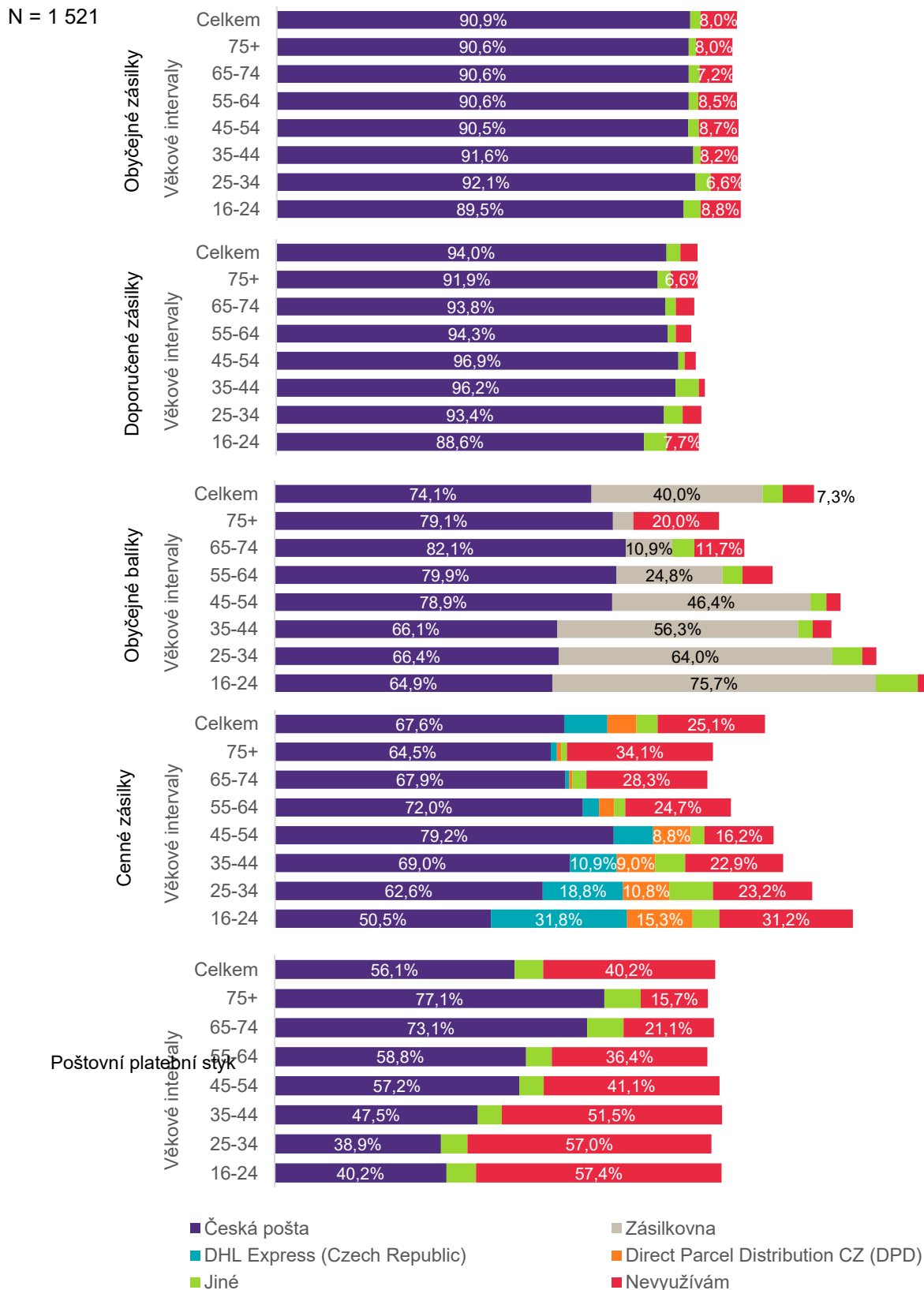
Z níže uvedeného je s ohledem na zbylé třídicí proměnné zřejmé, že lidé s vyšším dokončeným vzděláním vydávají za poštovní služby pro osobní potřebu nebo potřebu rodiny v roli adresáta v průměru více než lidé s nižším vzděláním. Zatímco lidé se základním vzděláním v 56,8 % uvedli, že jejich výdaje na poštovní služby jsou měsíčně nižší než 100 Kč, stejnou možnost v případě osob s vysokoškolským vzděláním uvedlo jen 39,5 % respondentů. Stejně tak významně méně za poštovní služby v roli adresáta vydají osoby nevyužívající internet, kteří až v 70,8 % uvedli, že jejich výdaje nepřekročí měsíčně částku 100 Kč.



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

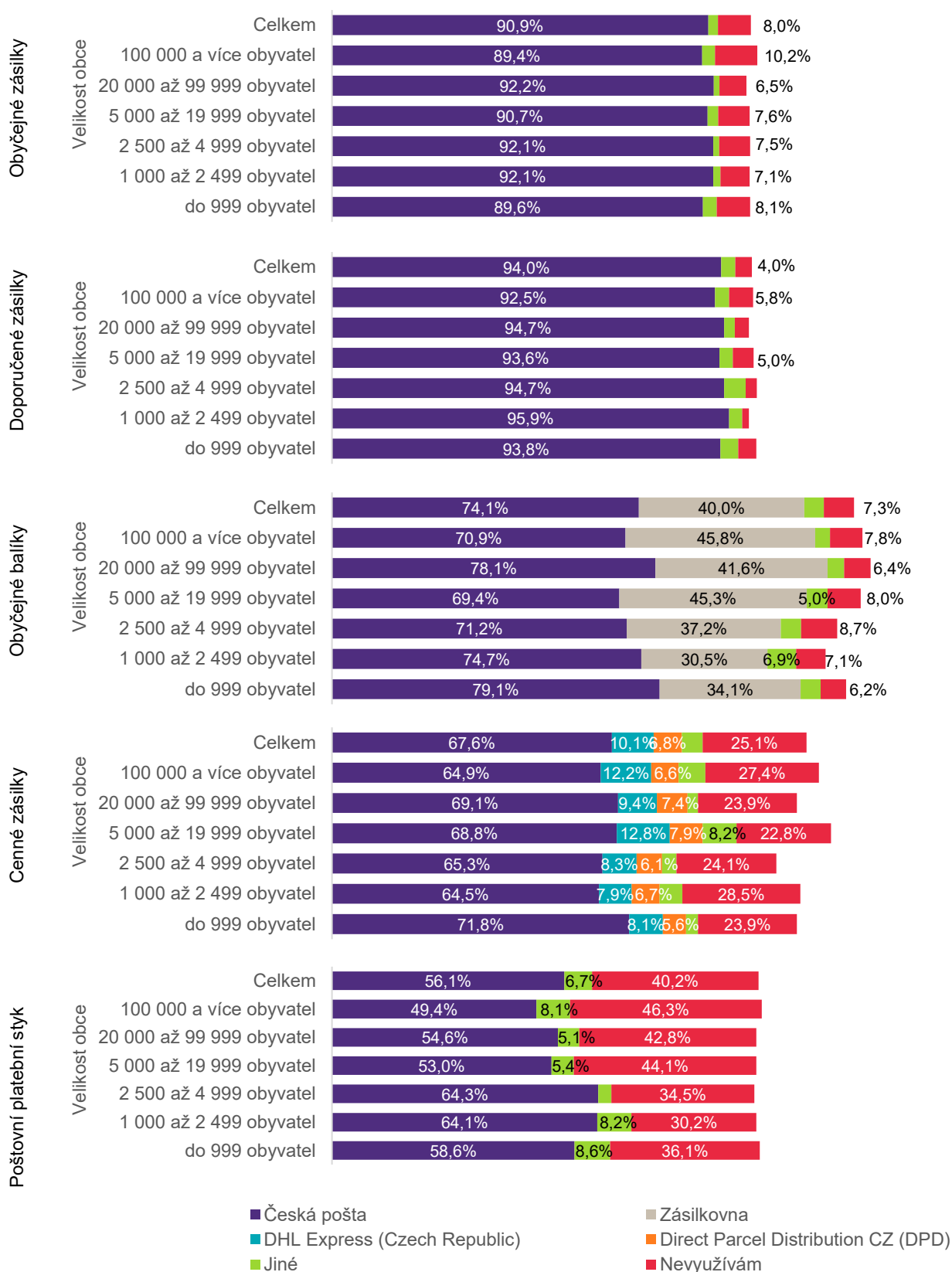
### OT33 Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění následujících poštovních služeb:

Níže jsou uvedeny grafy vyjadřující to, jaké provozovatele a za účelem jakých služeb respondenti využívají v rámci různých věkových kategorií. Zajímavým zjištěním je zejména distribuce odpovědí v rámci služeb spojených s dodáváním obyčejných balíků. Zde je zejména u mladších věkových kategorií (zejména u osob mladších 24 let) narušeno jinak dominantní postavení České pošty. Obecně pak lze říci, a to i na příkladu cenných zásilek, že postavení České pošty je slabší spíše (stále však dominantní) u mladších věkových kategorií. Předdefinované možnosti byly vybrány ve spolupráci s Českým telekomunikačním úřadem.



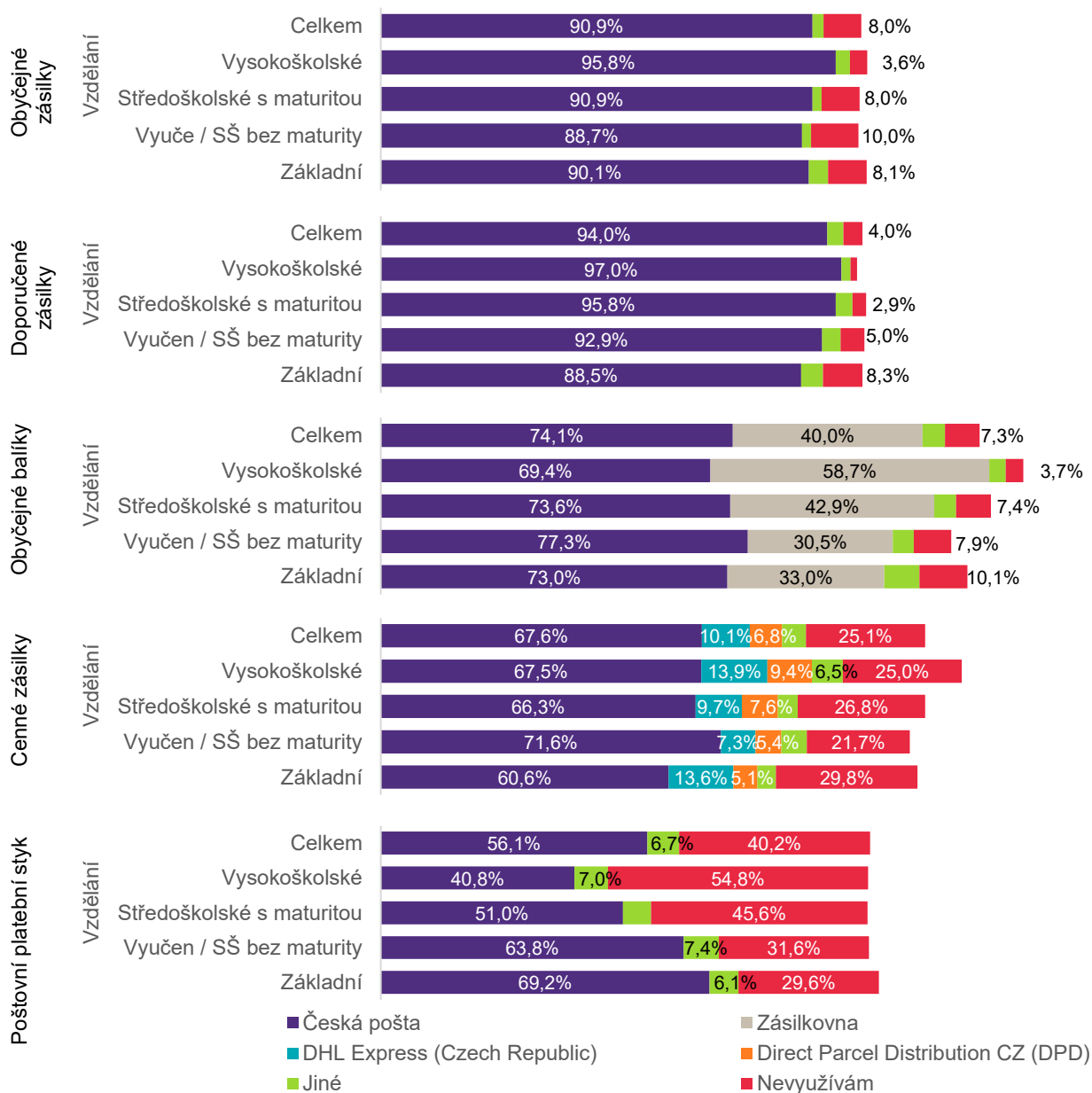
### OT33 Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění následujících poštovních služeb:

V odpovědích v závislosti na tom, v jak veliké obci respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly.



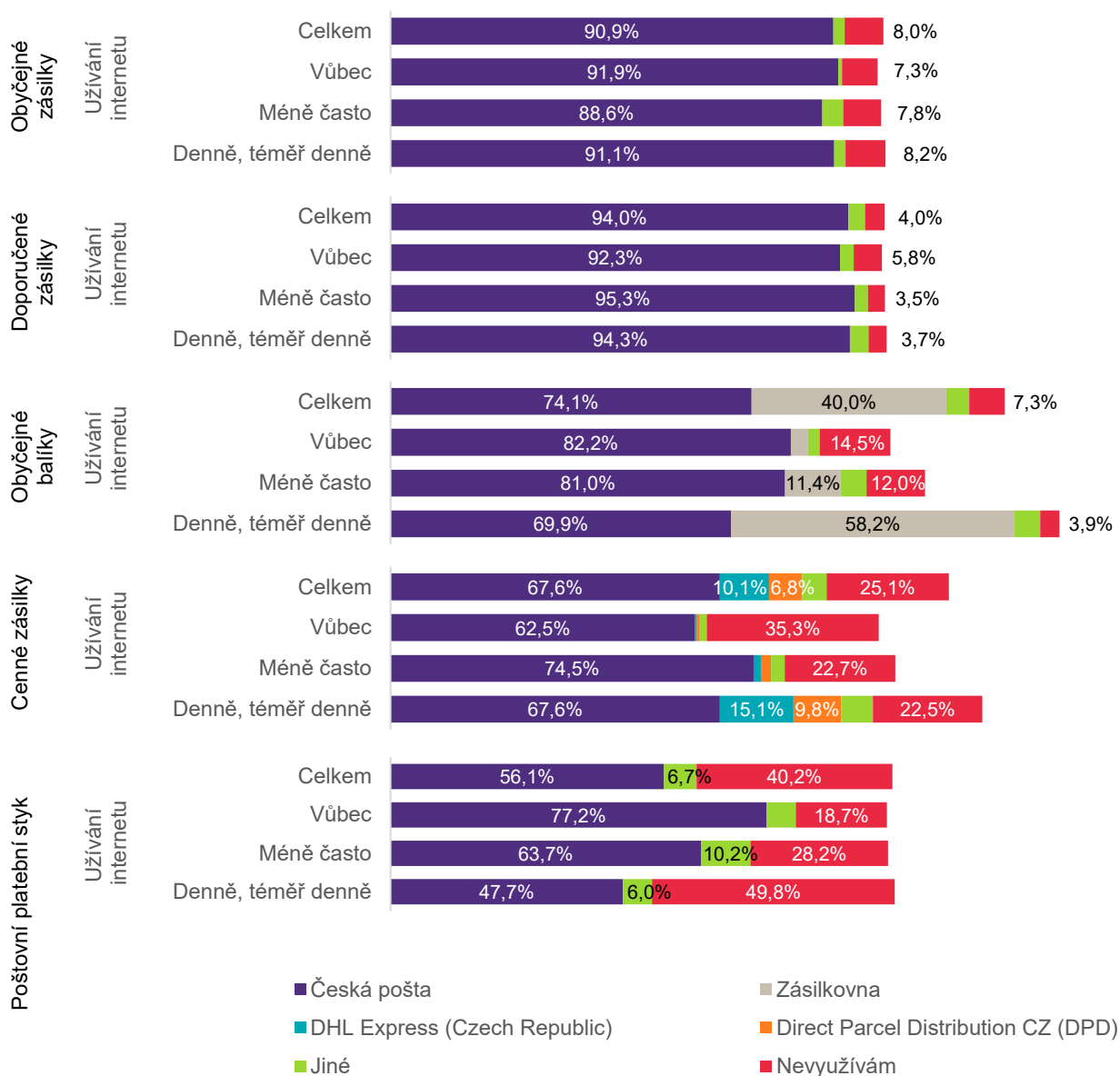
### OT33 Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění následujících poštovních služeb:

Odpovědi na tuto otázku nebyly statisticky významně ovlivňovány nejvyšším dosaženým vzděláním. Je však zřejmé, že lidé vysokoškolsky vzdělaní ve větší míře používají i jiné provozovatele poštovních služeb (Zásilkovnu, DHL Express (Czech Republic) a Direct Parcel Distribution CZ (DPD) aj.



### OT33 Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění následujících poštovních služeb:

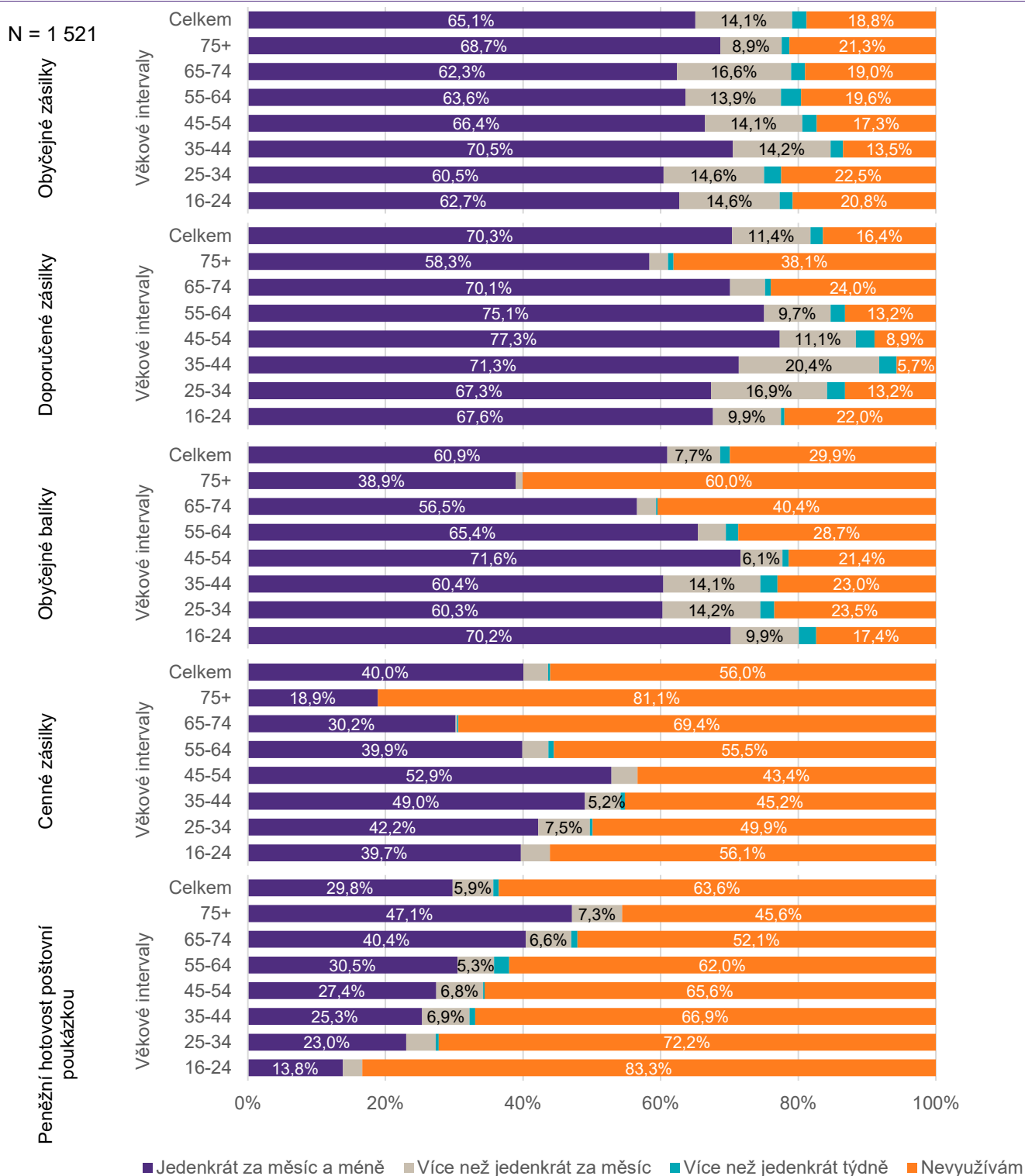
Odpovědi na tuto otázku nebyly statisticky významně ovlivňovány mírou užívání internetu.



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

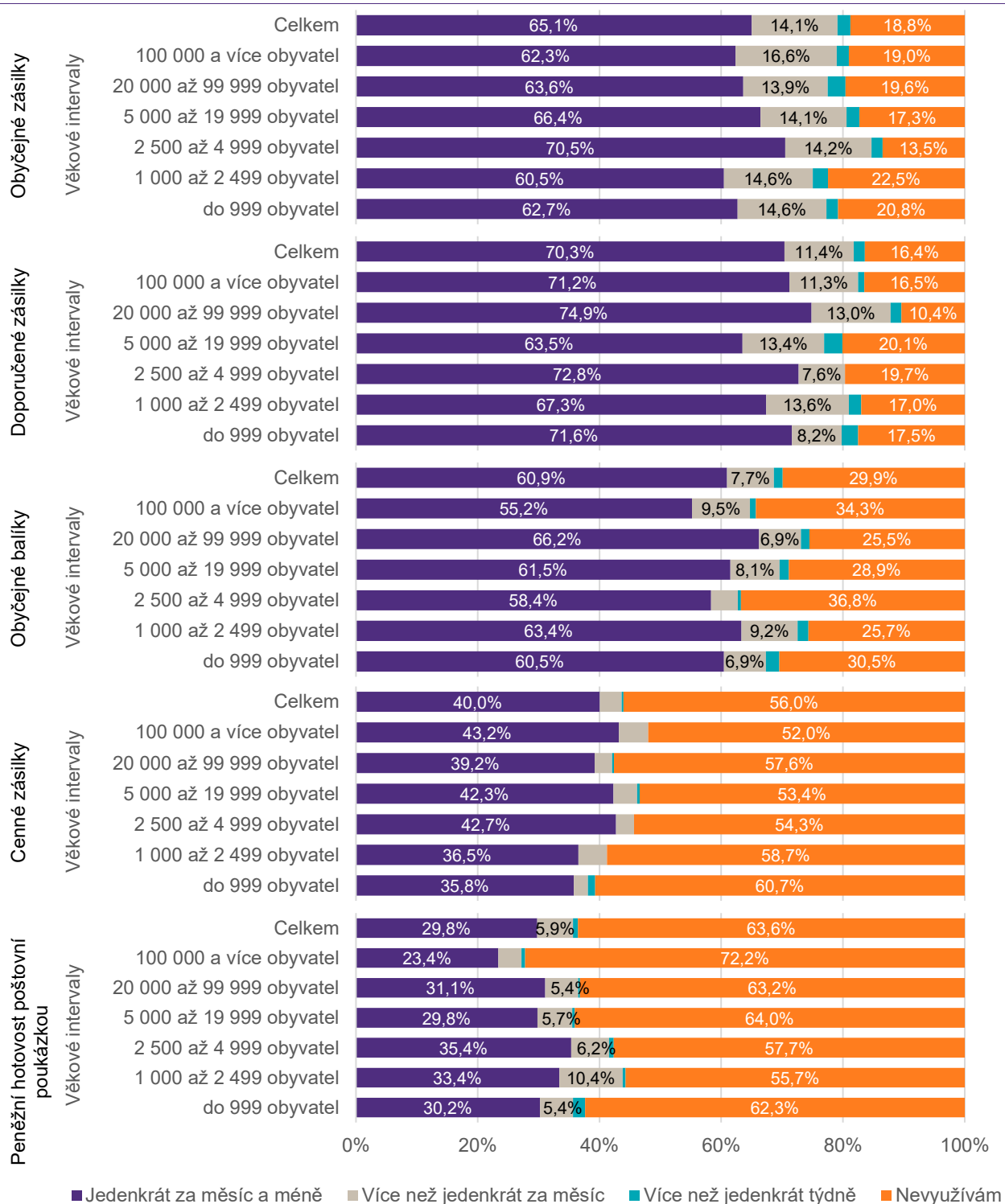
## OT34 Jak často podáváte níže uvedené druhy poštovních zásilek České pošty?

Níže jsou uvedeny grafy vyjadřující odpovědi na otázku, jak často respondenti podávají vybrané druhy poštovních zásilek České pošty. Nejvíce v tomto kontextu lidé podávají obyčejné nebo doporučené zásilky. Zejména u doporučených zásilek pak s vyšší frekvencí podávají poštovní zásilky lidé ve středních věkových kategoriích (35 až 54 let). Stejný trend lze pak pozorovat v případě podávání cenných zásilek. Zde se však počty nepravidelných podání (jedenkrát za měsíc a méně) pohybují v rozmezí 18,9 až 52,9 % v závislosti na věkové kategorii. V případě doporučených zásilek je s touto frekvencí podáváno 58,3 až 77,3 % zásilek v závislosti na věkové kategorii. V případě podávání poštovních poukázek jsou více zastoupeny starší věkové kategorie. Předdefinované možnosti byly vybrány ve spolupráci s Českým telekomunikačním úřadem.



## OT34 Jak často podáváte níže uvedené druhy poštovních zásilek České pošty?

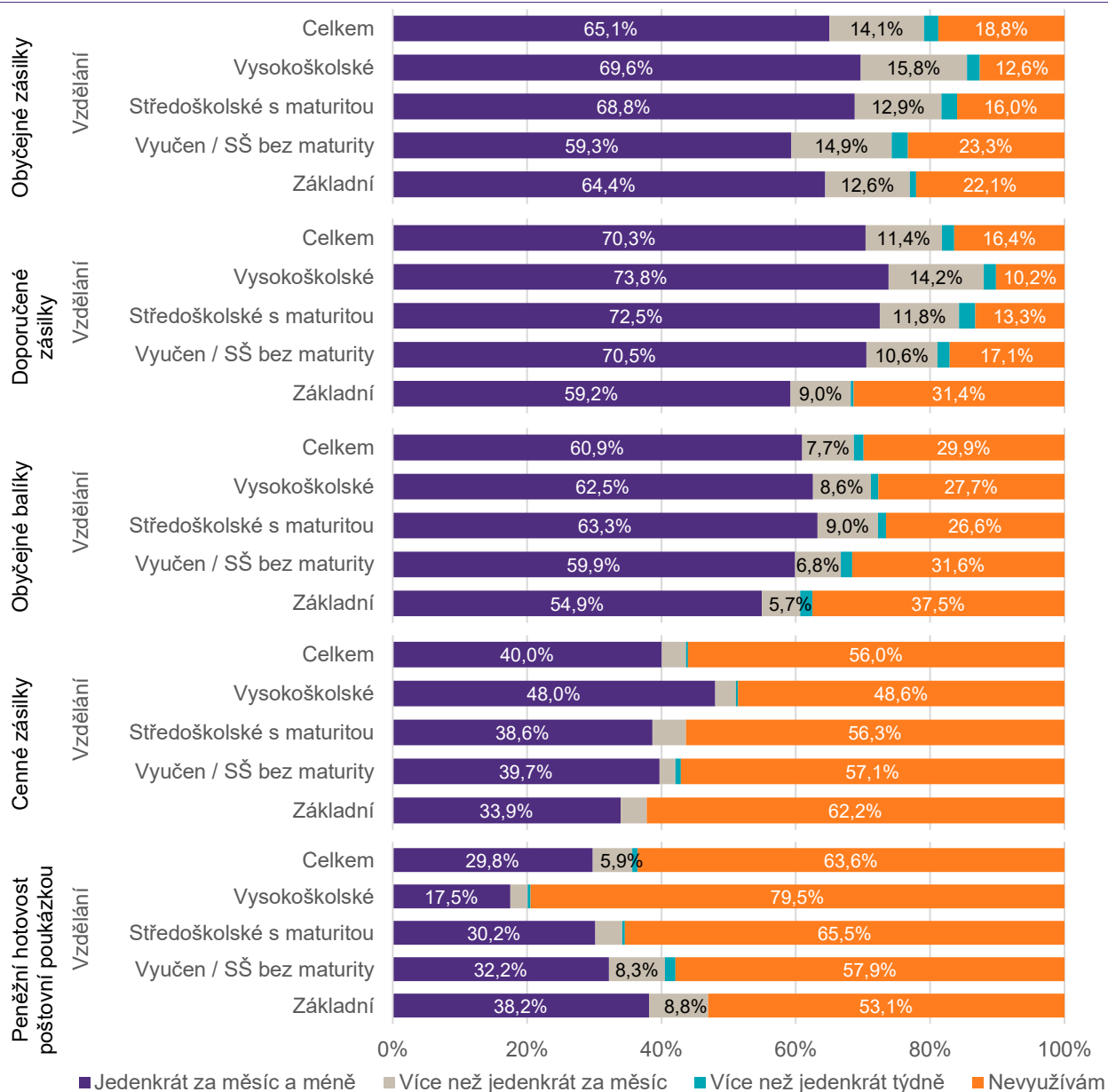
V odpovědích v závislosti na tom, v jak veliké obci respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly.





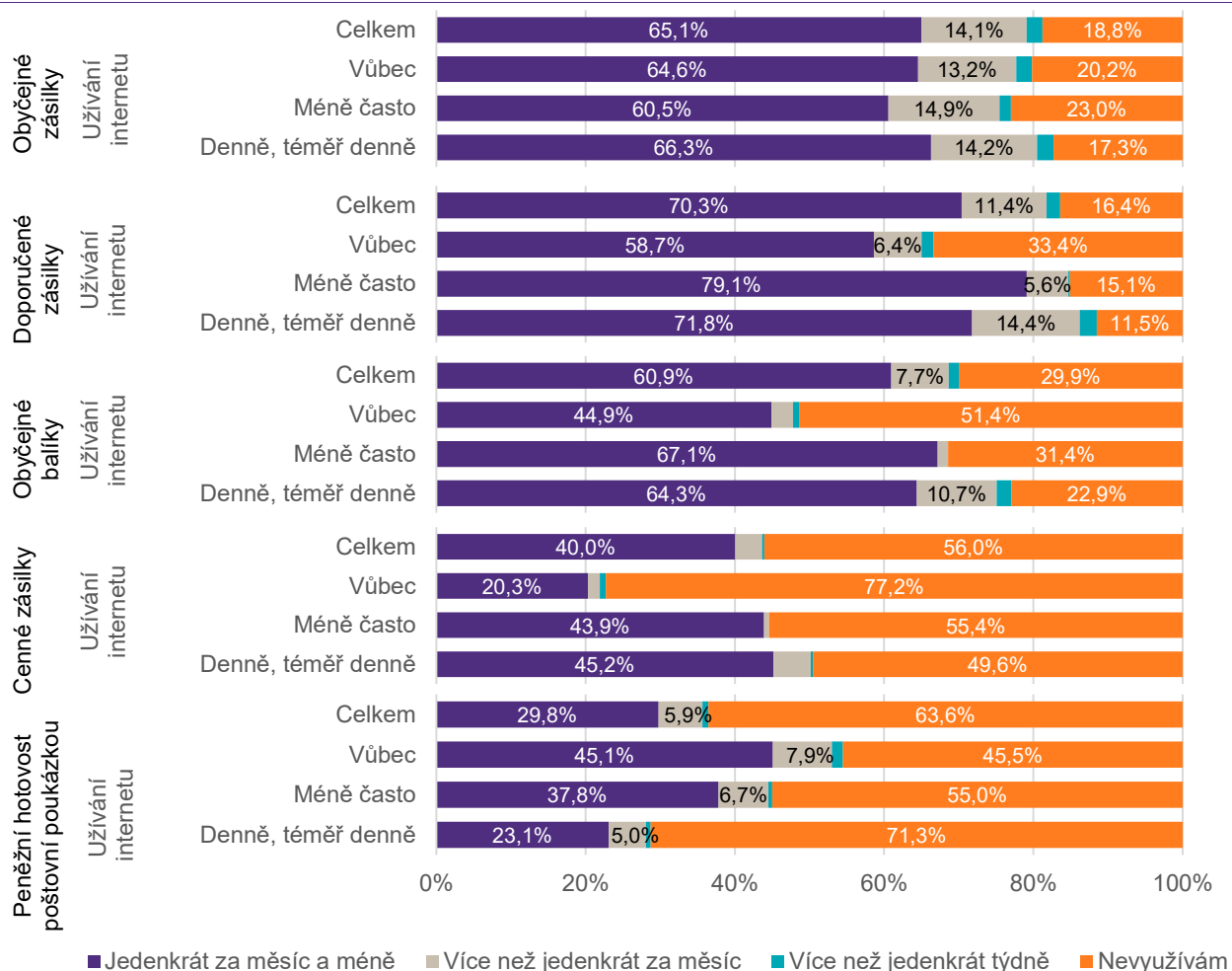
### OT34 Jak často podáváte níže uvedené druhy poštovních zásilek České pošty?

Statistická významnost byla u dané otázky prokázána pouze u prvních dvou uváděných služeb, a to obyčejných a doporučených zásilek. U obou těchto poštovních služeb mírně roste frekvence využívání s rostoucím nejvyšším dosaženým vzděláním. Služby podávání obyčejných a doporučených zásilek vůbec nevyužívá 12,6, resp. 10,2 % vysokoškolsky vzdělaných respondentů. U osob se základním vzděláním byl podíl týchž osob na úrovni 22,1, resp. 31,4 %.



### OT34 Jak často podáváte níže uvedené druhy poštovních zásilek České pošty?

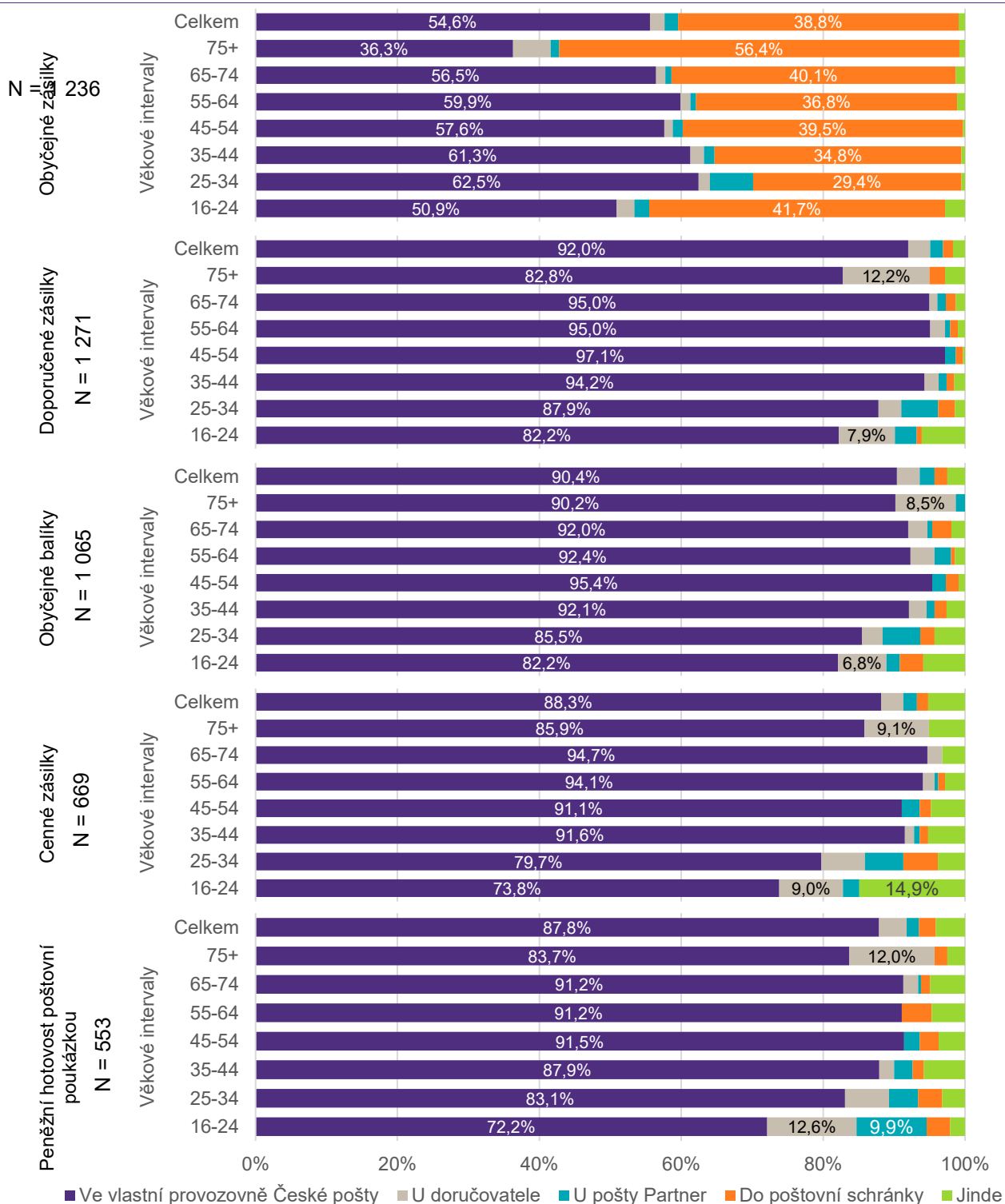
Statistická významnost byla u dané otázky prokázána pouze u třech uváděných služeb, a to u doporučených zásilek, obyčejných balíků a při užívání poštovních poukázek. Doporučené zásilky a obyčejné balíky významně méně podávají lidé, kteří nevyužívají internet. Tyto služby vůbec nevyužívá 33,4, resp. 51,4 % respondentů nevyužívajících internet. Naopak je u těchto osob vysoký podíl pravidelných či nepravidelných uživatelů poštovních poukázek. Zatímco uživatelé internetu (kteří uvedli, že je využívají denně nebo téměř denně) tyto služby v 71,3 % vůbec nevyužívají, u neuživatelů internetu je tento podíl jen na úrovni 45,5 %.



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

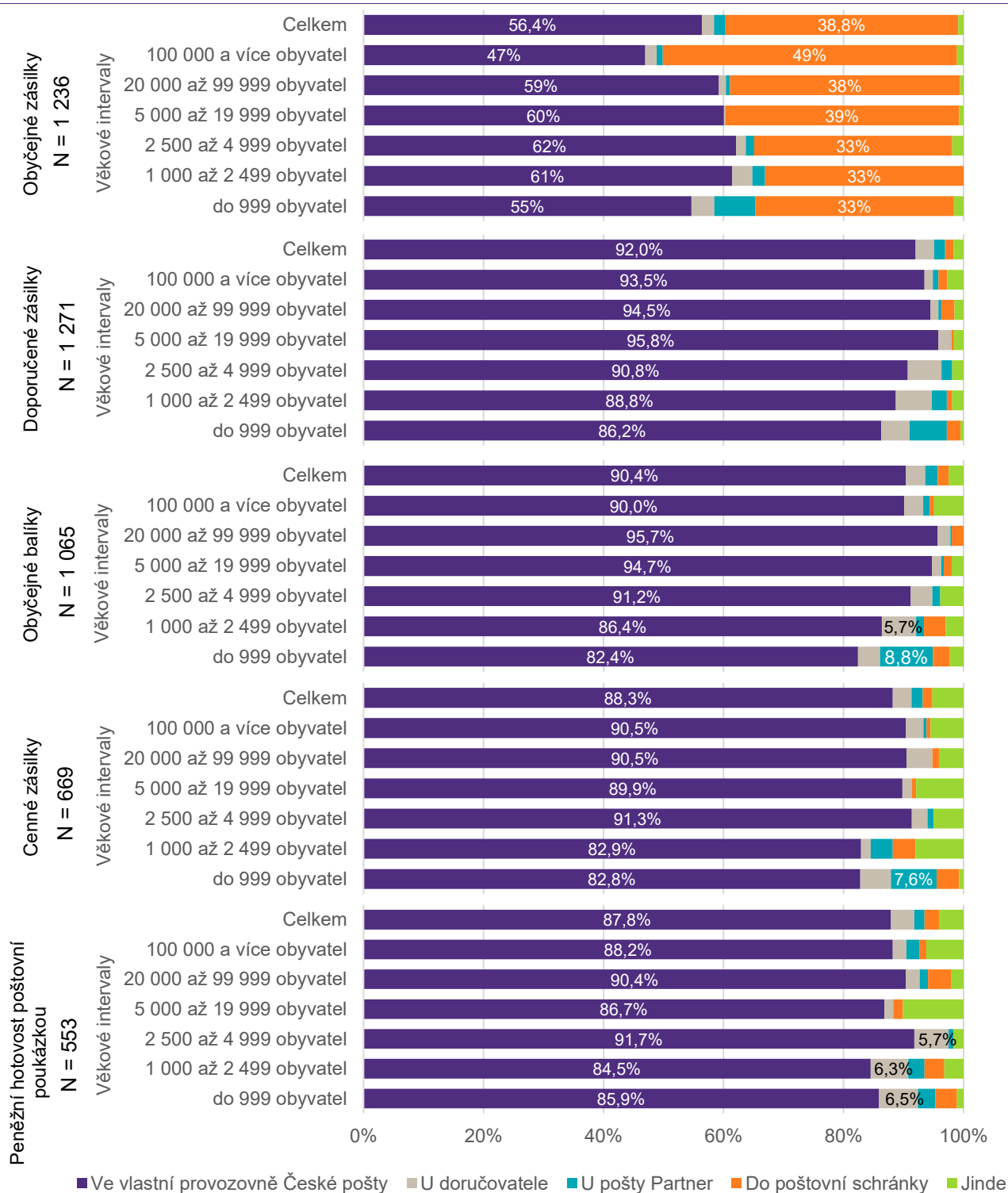
### OT35 Kde nejčastěji podáváte níže uvedené druhy poštovních zásilek České pošty?

Níže jsou uvedeny grafy vyjadřující odpovědi na otázku, kde respondenti podávají vybrané druhy poštovních zásilek České pošty. Z dat vyplývá, že zejména střední věkové kategorie o něco více využívají vlastních provozoven České pošty. Rozdíly však nejsou v případě některých typů poštovních zásilek příliš výrazné. Současně z grafických znázornění vyplývá, že naprosto dominuje podávání na provozovnách, a to s výjimkou obyčejných zásilek, které jsou i ve velké míře podávány prostřednictvím poštovních schránek. Předdefinované možnosti byly vybrány ve spolupráci s Českým telekomunikačním úřadem.



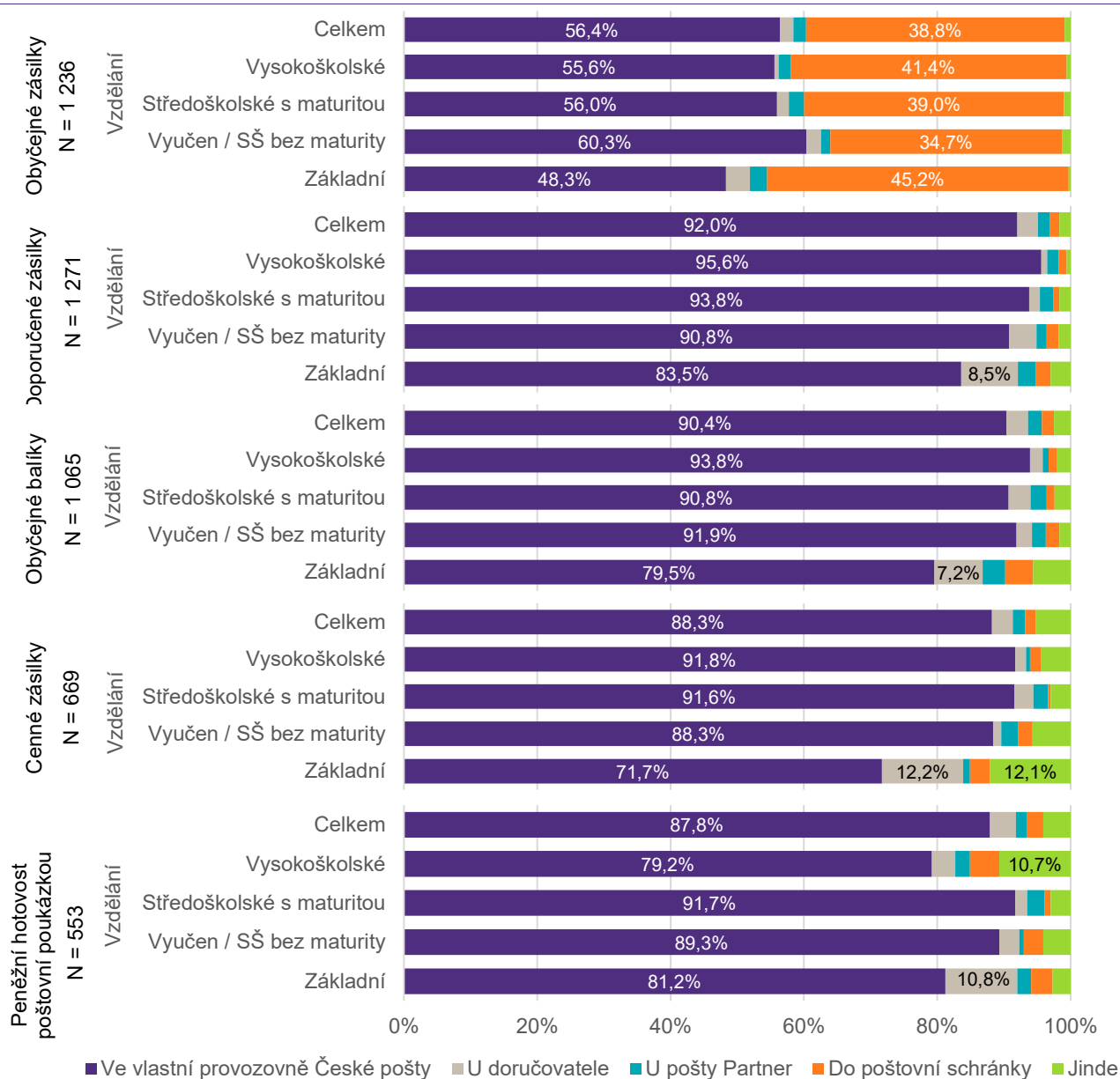
### OT35 Kde nejčastěji podáváte níže uvedené druhy poštovních zásilek České pošty?

V odpovědích v závislosti na tom, v jak veliké obci respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly.



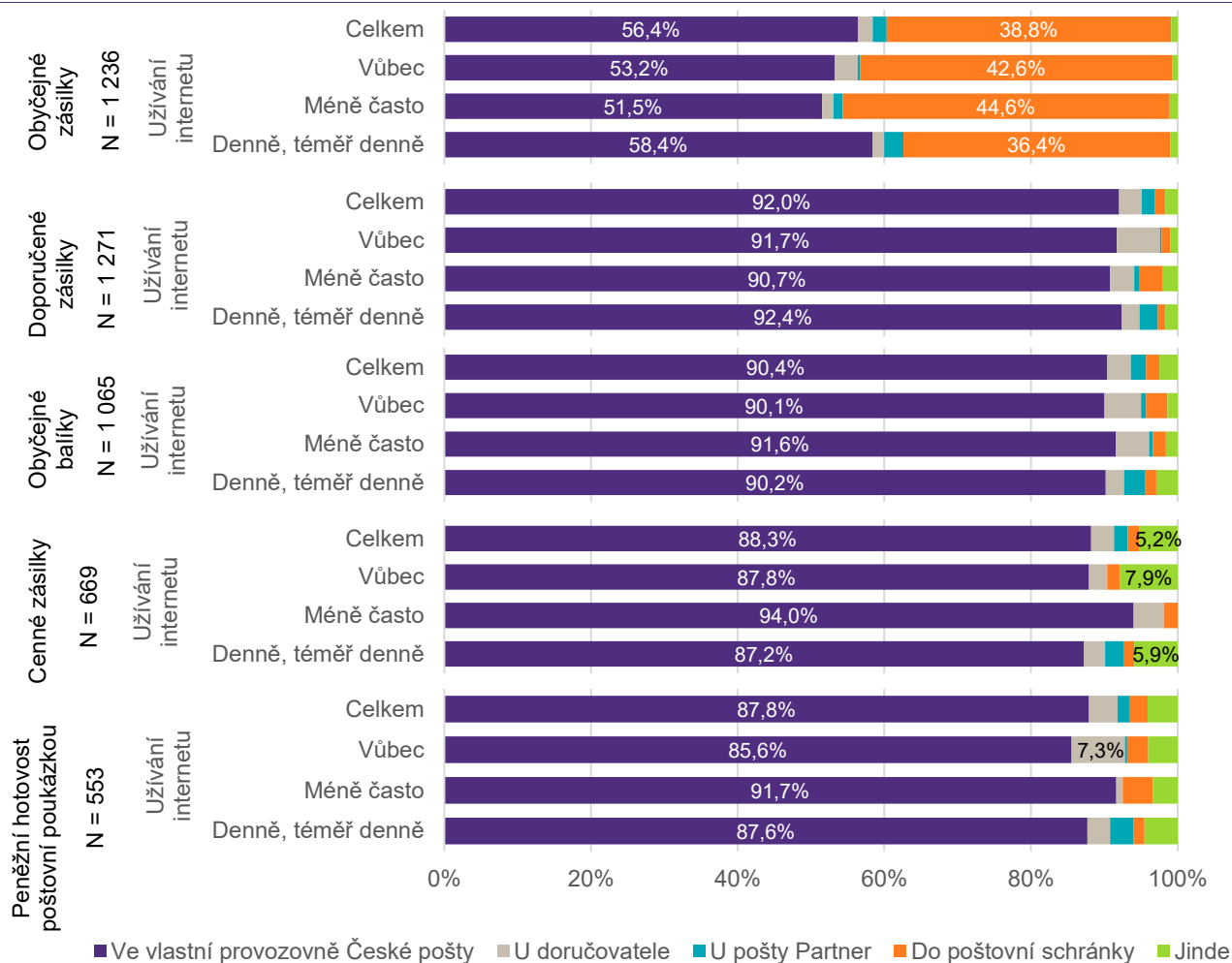
## OT35 Kde nejčastěji podáváte níže uvedené druhy poštovních zásilek České pošty?

V odpovědích v závislosti na tom, jaké je nejvyšší dosažené vzdělání respondenta, nebyly shledány signifikantní rozdíly.



## OT35 Kde nejčastěji podáváte níže uvedené druhy poštovních zásilek České pošty?

V odpovědích v závislosti na tom, v jaké frekvenci respondenti využívají internet, nebyly shledány signifikantní rozdíly.

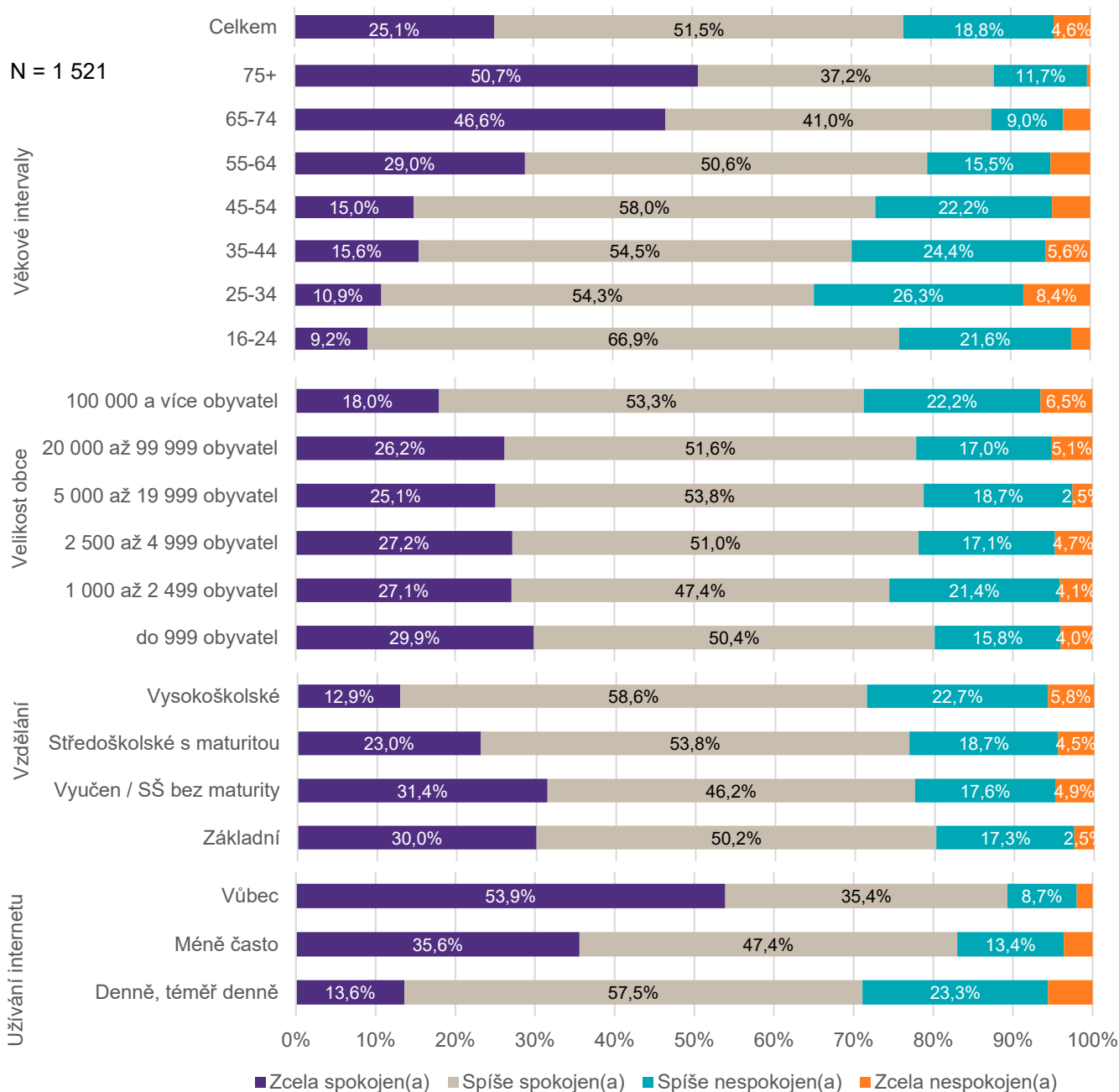


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

## OT36 Jak jste celkově spokojen(a) s rozsahem a kvalitou Vámi využívaných základních poštovních služeb České pošty?

Na základě provedených testů bylo zjištěno, že odpovědi byly významně statisticky ovlivněny věkem respondenta, nikoli však velikostí místa bydliště. V tomto kontextu je zřejmé, že více spokojeni jsou zejména uživatelé poštovních služeb ve vyšších věkových kategoriích. Zatímco ve věku nad 75 let bylo zcela spokojeno 50,7 % respondentů a spíše spokojeno na 37,2 %, ve věkové kategorii 25 až 34 let stejnou spokojenost projevilo 10,9, resp. 54,3 %. Významné rozdíly lze pozorovat napříč věkovými skupinami zejména u odpovědi, kdy byli respondenti zcela spokojeni. Četnost této odpovědi významně narůstá s věkem dotazovaných. Zatímco ve věkové kategorii 16 až 24 bylo zcela spokojeno jen 9,2 % respondentů, u osob starších 75 let bylo zcela spokojeno 50,7 % z dotazovaných. V odpovědích v závislosti na tom, v jak velké obci respondent žije, nebyly shledány signifikantní rozdíly.

S ohledem na výsledky je zřejmé, že lidé s vyšším vzděláním jsou v průměru náročnější, resp. méně spokojeni s rozsahem a kvalitou využívaných základních poštovních služeb České pošty. Zatímco osoby se základním vzděláním byly zcela nebo spíše spokojeni v 80,2 %, lidé s vysokoškolským vzděláním odpovídali stejně v 71,5 %. Z porovnání výsledků na základě frekvence užívání internetu vyplývá, že lidé, kteří internet používají méně, jsou se základními poštovními službami více spokojeni. Zcela spokojených respondentů nevyužívajících internet bylo 53,9 %, u osob využívajících internet denně tuto možnost uvedlo jen 13,6 %.



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z odpovědí respondentů

---

# 5 Souhrnná zjištění

---

Níže jsou shrnuta některá klíčová zjištění a z nich možná plynoucí doporučení:

- Většina (67,3 %) respondentů preferuje dodání nákupu z e-shopu na provozovnu nebo na určenou adresu, a to buď doručovatelem nebo kurýrem. Vyzvednutí na kamennou prodejnu pak preferuje 9,5 % z dotázaných (v roce 2016 to bylo 17 % - v minulém průzkumu však mohli dotazovaní volit více možností současně, zatímco nyní respondenti volili jen preferovaný způsob). Tento způsob dodání preferují zejména lidé žijící ve větších městech. U kategorie respondentů žijících ve městech s více než 100 tis. obyv. preferuje dodání na provozovnu 20,2 % z dotázaných. Z celkového počtu dotázaných (1 521 respondentů) pak 20,4 % nenakupuje prostřednictvím e-shopu (v roce 2016 to bylo 16 %). Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 7.
- Lidé příliš nevyužívají možnost změny způsobu dodání a pokud by byla tato služba zpoplatněna, klesl by celkový podíl respondentů využívajících změnu způsobu dodání v případě zpoplatnění této služby z 32,1 % na 14,5 %. Tuto službu spíše využívají lidé žijící ve větších městech a s ukončeným vysokoškolským vzděláním (změnu způsobu dodání v posledním roce využilo 41,1 % vysokoškolsky vzdělaných respondentů). Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 8 a 9.
- Nadpoloviční podíl respondentů (52,3 %) je ochotný využívat samoobslužných automatů na poštovní služby. Tento způsob administrace poštovních služeb je vítán zejména u mladších věkových kategorií. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 10.
- Převážná část dotázaných považuje doručení do dvou nebo do tří pracovních dnů ode dne expedice poštovní zásilky z e-shopu (68,3 %) jako ještě přípustné. Pouze 17,3 % respondentů je ochotno akceptovat pozdější termín doručení. Celkem 15,8 % respondentů by naopak rádo zkrátilo dobu doručení na týž den nebo na následující den ode dne expedice. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 12.
- Až tři čtvrtiny respondentů (76,4 %) by akceptovalo potvrzení převzetí zásilky prostřednictvím číselného kódu namísto podpisu. Tohoto potenciálu je vhodné využít při modernizaci služeb (např. vyšší elektronizaci agendy). Tento způsob je spíše akceptovatelný ze strany mladších zákazníků, osob s vyšším ukončeným vzděláním a zákazníků aktivně a pravidelně užívajících internet (pro respondenty, kteří internet využívají denně nebo téměř denně, je tento způsob akceptovatelný v 91,9 %). Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 13.
- Nejvíce využívaným zdrojem informací jsou pro zákazníky České pošty webové stránky (klíčové pro mladší věkové kategorie) nebo přímé jednání s pracovníky a informace vyvěšené na provozovnách (spíše pro starší generace). Webové stránky jako primární zdroj informací zvolilo 49,9 % z dotázaných. Oproti roku 2016 významně narostl podíl osob využívajících elektronickou komunikaci (aktuálně 12,3 %), mobilní aplikaci (aktuálně 9,1 %) nebo telefonickou komunikaci prostřednictvím zákaznické linky (aktuálně 8,3 %). Všechny tyto uvedené komunikační kanály v roce 2016 nevyužívalo za účelem příjmu informací o službách České pošty více než 6 % z dotázaných. Je zřejmé, že došlo k posílení takřka všech moderních forem komunikace. Současně došlo ke snížení podílu osob využívajících přímé dotazování pracovníků České pošty (o 8 procentních bodů oproti roku 2016) nebo informace vyvěšené v prostorách provozoven (o 14 procentních bodů oproti roku 2016). Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 14.
- Frekvence užívání poštovních služeb České pošty se oproti roku 2016 snížila. V roce 2016 využívalo jejich služeb každý pracovní den 5 % z dotázaných. Více než jedenkrát týdně pak její služby využívalo 12 % respondentů. Nyní každý pracovní den a více než jedenkrát za týden využívá poštovních služeb České pošty 0,6, resp. 8,3 % z dotázaných. Podíl neuživatelů je konstantní, a to aktuálně na úrovni 2,6 %. Nejvíce



respondentů (54,7 %) využívá služeb České pošty v průměru jednou za měsíc a méně. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 15.

- Dotazovaní využívají poštovních služeb České pošty nejčastěji z důvodu místní dostupnosti, uvedlo tak 55,1 % z oslovených respondentů. Druhou a třetí nejčastější odpovědí bylo, že dotazovaný nemá jinou možnost (35,4 %) nebo že využívání služeb České pošty je pro něj / pro ni časově dostupné (27,4 %), a to např. z důvodu příznivé otevírací doby. V roce 2016 místní dostupnost uvedlo 59 % z dotázaných, časovou dostupnost (otevírací doba) respondenti uváděli v 24 % (došlo k posílení oproti roku 2016) a to, že nemají jinou možnost, bylo zmiňováno v 27 %. Z uvedeného je zřejmé, že se zvýšil podíl zákazníků České pošty, kteří jejich služeb využívají z důvodu, že nemají jinou možnost. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 16.
- Nejvíce preferovanou denní dobou k návštěvě České pošty je interval mezi 16:00 a 18:00 hod., a to zejména u osob mladších 54 let. Starší lidé významně více preferují dopolední hodiny. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 17.
- Snížení dodávání na tři pracovní dny by bylo ochotno akceptovat 49,7 % respondentů v případě listovních zásilek a 52,2 % z dotázaných v případě balíků. Naopak 9 až 10 % respondentů (v závislosti typu služby) by ocenilo zvýšení frekvence dodávání na 6 dnů v týdnu (tj. i v sobotu). V roce 2016 byly v tomto kontextu zákazníci České pošty významně náročnější, kdy pouze 19 % z dotázaných bylo spokojeno s frekvencí dodávání poštovních zásilek v rozsahu pětkrát týdně. Celkem 70 % respondentů pak v roce 2016 zvolilo jako vyhovující možnost doručování šestkrát týdně. Tazatelé však v roce 2016 nerozlišovali typ zásilky a tázali se na dostatečnou frekvenci dodávání. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázky č. 18 a 19.
- Celkem 46,3 % respondentů se domnívá, že doba přípustná pro doručení podané listovní zásilky je do dvou pracovních dnů. Další 31,9 % z dotázaných je toho názoru, že by obyčejná listovní zásilka měla být doručena nejpozději třetí pracovní den. Na 11,3 % respondentů se pak domnívá, že by listovní zásilka měla být doručena následující pracovní den. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 20.
- Pouze 33,0 % respondentů má v případě dodávání poštovní zásilky oproti podpisu příjemce na určenou adresu takovou zkušenost, že doručovatel vždy provedl pokus o doručení. Naopak 24,4 % z dotázaných uvedlo, že doručovatel bez pokusu o dodání vhodí výzvu do domovní schránky. V roce 2016 uvedlo na 56 % respondentů, že doručovatel zpravidla učiní pokus o dodání (nebyla zahrnuta možnost „Doručovatel vždy učiní pokus o dodání“). Na 38 % z dotázaných se pak v roce 2016 vyjádřilo tak, že doručovatel bez pokusu o dodání vhodí výzvu do domovní schránky. Tento podíl odpovědí se tak snížil přibližně o 14 procentních bodů. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 21.
- Pro většinu respondentů (77,8 %) je akceptovatelné dojet si do provozovny České pošty a vyzvednout si obyčejnou zásilku, která by mohla být vložena do domovní schránky, ale svojí velikostí se do ní nevejde. Menší ochota byla zaznamenána zejména u starších věkových kategorií. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 22.
- Pouze pro 8,2 % respondentů je přijatelné, aby byla provozovna ve větší než 5 km vzdálenosti od místa, ve kterém se respondent běžně vyskytuje (zejména místa bydliště). Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 23.
- Nadpoloviční většina (57,9 %) respondentů neměla povědomí o tom, že pro vyzvedávání uložených poštovních zásilek můžete využívat i jinou poštu než poštu určenou Českou poštou. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 24.
- Celkem 56,2 % z dotázaných nevědělo o tom, že Česká pošta nabízí své služby kromě vlastních provozoven také prostřednictvím třetích osob, tzv. pošt Partner, které jsou poskytovány například v obchodě, v obecním úřadě a jinde. V roce 2016 nemělo povědomí o existenci pošt Partner na 46 % respondentů. V tomto kontextu lze konstatovat, že došlo ke snížení povědomí o této infrastruktuře rozšiřující dostupnost služeb České pošty. Lidé, kteří pošty Partner znají, je ve většině případů hodnotí pozitivně a oceňují zejména zlepšení časové (37,0 %) a místní dostupnosti (27,5 %). Dle názoru 19,5% podílu respondentů jsou pošty Partner kvalitativně srovnatelné s běžnými provozovnami. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázky č. 25 a 26.
- Poštovní schránku pravidelně využívá za účelem podání obyčejných zásilek na 8,1 % respondentů. V roce 2016 na tutéž otázku shodně odpovědělo 16 % z dotázaných. Příležitostně pak poštovní schránku využívá 62,2 % osob a vůbec tuto infrastrukturu nevyužívá na 29,7 % z oslovených. V roce 2016 byl podíl osob nevyužívajících poštovní schránky za účelem podání obyčejných zásilek (např. posílání dopisů či pohledů) na úrovni 28 %, tedy oproti roku 2016 mírně narostl. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 27.

- Přibližně tři čtvrtiny z dotazovaných (74,8 %) nemají zkušenost s reklamací u České pošty. Spíše nebo zcela spokojených zákazníků s vyřízením reklamace je 64,0 % z těch, kteří tuto zkušenost mají. V roce 2016 celkem 80 % respondentů uvedlo, že svou nespokojenost neřešili prostřednictvím reklamace nebo že neměli jakoukoli potřebu cokoli reklamovat. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 28.
- Naprostá většina osob (77,2 %) využívá poštovní služby v místě trvalého bydliště. Dalších 19,7 % z dotázaných uvedlo, že pro poštovní služby využívá infrastrukturu nebo provozovny v místě zaměstnání, studia nebo přechodného bydliště. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 30.
- Více než 100 Kč měsíčně v roli odesílatele vydá za poštovní služby v průměru pouze 17,7 % respondentů. Naopak jako adresát (příjemce) má nižší náklady v průměru za měsíc jen 47,5 % z dotázaných. Je zřejmé, že respondenti vynakládají významně více finančních prostředků coby adresáti. V tomto kontextu 26,8 % z dotázaných uvedlo, že jejich výdaje v roli příjemce se pohybují v intervalu 100 až 199 Kč za měsíc. Dalších 25,7 % respondentů pak vydává za poštovní služby v pozici adresáta ještě více. V předchozím šetření (realizovaném v roce 2016) byla otázka položena obecně a nebylo rozlišováno, zda se jedná o adresáta nebo odesílatele. V rámci zjišťování v roce 2016 uvedlo pouze na 16 % respondentů, že průměrné měsíční náklady na poštovní služby přesáhly částku 100 Kč. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázky č. 31 a 32.
- Respondenti na otázku, jaké druhy poštovních zásilek nejčastěji podávají a s jakou frekvencí, odpovídali, že nejčastěji podávají doporučené nebo obyčejné zásilky. Průměrně jedenkrát za měsíc nebo méně tyto služby využije na 70,3 %, resp. 65,1 % respondentů. Oproti roku 2016 lze říci, že došlo k významnému nárůstu počtu podání u doporučených zásilek. Tuto službu v roce 2016 nevyužívalo na 34 % z dotázaných, zatímco nyní ji nevyužívá pouze 16,4 % z respondentů. Naopak mírně klesla (cca o dva procentní body) úroveň zasílání obyčejných zásilek. Počet osob, který by využíval uvedených vybraných poštovních služeb více než jedenkrát týdně výrazně klesl. V roce 2016 podávalo obyčejné a doporučené zásilky více než jedenkrát týdně na 7 %, resp. 3 % respondentů. Nyní se tento podíl pohybuje kolem úrovně 2 %, a to u obou druhů poštovních zásilek. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 34.
- Celkově je s poštovními službami České pošty zcela nebo spíše spokojeno na 76,6 % respondentů. Zcela nespokojených osob účastnících se veřejného průzkumu bylo pouze 4,6 %. Zjištění vychází z výsledků šetření na otázku č. 36.

---

# 6 Jiné odpovědi

---

V rámci této kapitoly jsou shrnuty odpovědi respondentů na otázky, kde měli dotazovaní možnost zvolit možnost „jiné“ a vepsat vlastní odpověď. Data byla očištěna (kategorizována), tedy níže uvedené odpovědi se nemusí přesně shodovat s odpověďmi, které respondenti uváděli.

## OT11 Z jakého důvodu byste nevyžíval(a) poštovní služby prostřednictvím samoobslužného automatu?

Odpovědi	Počet odpovědí
Nebyl důvod	45
Nevím o této možnosti	18
Snížená mobilita a zdravotní komplikace.	13
Obava ze zabezpečení	3
Nemám důvěru	3
Nevyužívá poštovních služeb	2
Potřeba obsluhy a rady	1
Zájem o filatelii	1
Bez názoru	1

## OT14 Jakým způsobem obvykle získáváte informace o poštovních službách České pošty (např. o poštovních službách, o jejich parametrech a cenách)?

Odpovědi	Počet odpovědí
Televize	24
Informace nezískávám	18
Letáky	13
Od známých	13
Tisk	10
Všechna média	7
Internet	6
Rádio	6
Rozhlas	2
Nevyužívám poštovních služeb	1
Provozovna	1
SMS	1

**OT16 Z jakého důvodu využíváte poštovní služby poskytované právě Českou poštou?**

Odpovědi	Počet odpovědí
Zvyklost a kontakty	30
Nevyužívám nebo jen pokud není jiná možnost	13
Spokojenost	6
Nevím	5
Výhodnost	4
Spolehlivost	4
Osobní kontakt / Podpora	3
Spojené služby (zřízení bankovní účet aj.)	3
Doručovatel z e-shopů	2
Na přání adresáta	2
SIPO	2
Nemoc	2
Pracovní důvody	1
Zasílání / Příjem doporučených úředních zásilek	1
Jednoduchost	1
Pro starobní důchod	1
Složitější přijímání od jiných poskytovatelů	1
Zasílání poštovních obálek	1

**OT33A Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění obyčejných zásilek (např. psaní, pohlednice)?**

Odpovědi	Počet odpovědí
Jiné způsoby vzdálené komunikace	6
Zásilkovna	3
Pošta Partner	2
Nerelevantní	1

**OT33B Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění doporučených zásilek?**

Odpovědi	Počet odpovědí
Zásilkovna	10
PPL	9
DPD	5
Nerelevantní	3
GLS	2
Pošta Partner	2
Balíkovna	1
Nevyužívám	1
TNT	1
DHL	1
Nevím	1

**OT33C Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění obyčejných balíků?**

Odpovědi	Počet odpovědí
PPL	43
DPD	12
GLS	6
Zásilkovna	5
GEIS	4
DHL	3
DPL	2
Nevím	2
Uložanka	1
Bankovní styk	1
Balíkovna	1
Nevyžívám	1

**OT33D Které provozovatele obvykle využíváte pro zajištění cenných zásilek?**

Odpovědi	Počet odpovědí
PPL	19
Zásilkovna	7
Nevyžívám	5
GEIS	1
Banka	1
Kurýr	1
IN TIME	1
Messenger CZ	1
DPD	1
GLS	1

**OT33E Které provozovatele obvykle využíváte pro poštovní platební styk (tj. služba posílání/přijímání peněz)?**

Odpovědi	Počet odpovědí
Banka	41
Internetové bankovníctví	12
Bankovní převod	3
Nevyžívám	2
PayPal	2
Nebankovní instituce	1
Mobilní aplikace	1
Coop	1
PaySend	1
Dodavatel	1
Tranferwise	1
SIPO	1

---

# 7 Závěr

---

Závěrečná zpráva obsahuje informace vycházející z průzkumu veřejného mínění týkajícího se míry spokojenosti uživatelů poštovních služeb s poskytováním vybraných poštovních služeb. Šetření bylo realizováno v první polovině měsíce června roku 2021. Dále byly zjišťovány názory uživatelů poštovních služeb na kvalitu, rozsah, dostupnost a další klíčové skutečnosti související se základními poštovními službami na území České republiky. Cílovou skupinou tohoto průzkumu byli uživatelé poštovních služeb na území České republiky – populace České republiky (fyzické osoby starší 16 let), která v posledním roce využila poštovní služby v roli odesílatele nebo adresáta (příjemce). Zpracovatel v souladu se zadanými požadavky oslovil vzorek populace o celkové velikosti 1 521 respondentů.

Zpracovatel představil základní přehled o míře spokojenosti a názorech uživatelů poštovních služeb s jejich poskytováním (zjišťování se týkalo pouze vybraných a základních poštovních služeb). Klíčové výstupy, a to včetně analýzy druhého stupně pro vybrané kvótní znaky, jsou prezentovány prostřednictvím grafických znázornění. Současně zpracovatel provedl interpretaci stěžejních zjištění. Veřejný průzkum byl realizován zkušenými tazateli, a to při plném respektování základních mezinárodně platných kodexů a pravidel v oblasti veřejných průzkumů. Současně byla dodržována veškerá ustanovení národní a evropské legislativy, zejména pak zákon č. 110/2019 Sb., o zpracování osobních údajů, upřesňující Obecné nařízení o ochraně osobních údajů.