

A postai egyetemes szolgáltatási kötelezettség tartalmi meghatározásának szempontjai

„Igénybevevői használati és elégedettségi vizsgálat
készítése az egyetemes postai szolgáltatásokkal
kapcsolatos társadalmi elvárásokról”

2012. augusztus

A postai egyetemes szolgáltatási kötelezettség tartalmi meghatározásának szempontjai

„Igénybevevői használati és elégedettségi vizsgálat készítése az egyetemes postai szolgáltatásokkal kapcsolatos társadalmi elvárásokról”

NMHH Postafelügyeleti Főosztálya megbízásából készítette:

Infrapont Kft.

2012. augusztus

szerzők:

Pápai Zoltán (Infrapont)

Lakos Gergely (Infrapont)

Micski Judit (Infrapont)

Tóth Bence (CEU MSc program - gyakornok)

Vezetői összefoglaló

Főbb megállapítások

Magyarországon a postai egyetemes szolgáltatási kör szabályozása az EU tagállamaihoz képest viszonylag kiterjedt. Az egyetemes körbe tartozó postai szolgáltatások köre széles, az elérhetőségükkel kapcsolatos szabályozás részletes, egyedül a kézbesítés gyorsaságára vonatkozó előírások nem tartoznak az EU-ban a szigorúbbak közé. Az egyetemes szolgáltatási kötelezettség általános mértéke hasonlóan erős más országok mellett a szomszédos országok közül még Ausztriában, Csehországban, Szlovákiában és Szlovéniában.

Adataink szerint a Magyar Posta szolgáltatásaira vonatkozó fogyasztói szokások tekintetében a fogyasztók között általában nem mutatkozik jelentős különbség. Ugyanakkor több esetben is jól azonosítható eltérések adódtak. A lakosság esetében a szokásos társadalmi ismérveket vizsgáltuk, melyek közül az alábbiak bizonyultak fontosabb differenciáló tényezőknél: a válaszadó lakóhelyének településtípusa, iskolai végzettsége, munkaerő-piaci helyzete, ESOMAR-státusza, családi jövedelme, háztartásában élők száma, és internethasználatának intenzitása. A kkv-k esetében a vállalat székhelyének településtípusát, telephelyeinek számát, alkalmazottainak számát és éves árbevételét használtuk. A fogyasztói szokások általánosan tapasztalt homogenitása arra utalhat, hogy a postai egyetemes szolgáltatás iránti igény inkább univerzális, mintsem speciális fogyasztói csoportokra jellemző.

Adataink szerint a Magyar Posta fogyasztói általában inkább elégedettek a tapasztalt egyetemes szolgáltatással. A különböző szolgáltatáselemek átlagos megítélése jellemzően a semlegesről a határozottan elégedett szintig terjed.

Fontos megjegyezni, hogy a semlegeshez közeli átlagos elégedettségi értékek mögött sokszor szignifikáns számú „teljesen elégedetlen” és „inkább elégedetlen” válasz is található. Továbbá fontos, hogy a különböző szolgáltatáselemek esetén más-más fogyasztói elégedettségi mérték jelenti a sikert. Például a megbízható kézbesítés átlagos megítélésétől joggal várhatunk el lényegesen magasabb értéket, mint például az árakkal kapcsolatban.

Adataink szerint általában a fogyasztói elégedettségben sem mutatkozik jelentős különbség a fogyasztók egyes csoportjai között. Ugyanakkor néhány esetben itt is jól azonosítható eltérések adódtak.

Adataink szerint a Magyar Posta az egyetemes szolgáltatási kötelezettségének ellátása során nagyjából a fogyasztói prioritásoknak megfelelően elégíti ki a fogyasztói igényeket. Vagyis az átlagosan fontosabbnak tartott szolgáltatáselemekkel általában átlagosan elégedettebbek is a fogyasztók.

Az átlagos fogyasztó számára az egyetemes szolgáltatás jelenlegi szintjének megváltoztatása valószínűleg alacsony forintösszeggel egyenértékű fogyasztói hasznosságváltozással járna. Ezt közvetlen rákérdezés során kapott válaszok alapján állapítottuk meg. A kkv-k jóval érzékenyebbnél bizonyultak, mint a lakossági fogyasztók, és bizonyos szolgáltatásjellemzők kérésénél felvetett változásával kapcsolatban jelentős fogyasztói hasznokat, illetve veszteségeket azonosítottunk a megkérdezés alapján.

Az EU-ban viszonylag szigorúnak minősülő jelenlegi magyar postai egyetemes szolgáltatási kötelezettség, az ezzel való viszonylag magas fogyasztói elégedettség és a jelenlegi szint megváltoztatására vonatkozó viszonylag alacsony fogyasztói érzékenység arra utal, hogy a jelenlegi szint erősítése általában nem indokolt, legfeljebb csak néhány fontos minőségi mutató (sorban állás, kézbesítés megbízhatósága) tekintetében érdemes erősíteni, vagy a kitűzött mutatók tartását erősebben megkövetelni. Az eredmények tükrében az egyetemes szolgáltatási kötelezettség kevésbé fontosnak mért elemei esetén az enyhítés lehetősége is felmerülhet.

A postai egyetemes szolgáltatási kör szabályozásának módosítását azokon a területeken tartjuk indokoltnak, ahol a fogyasztói hasznosságnövekedés aggregált szinten is jelentős vagy ahol a fogyasztói veszteség aggregált szinten elhanyagolható. Mindezt természetesen ajánlott célzott vizsgálatok alapján eldönteni.

A kitűzött feladat mellett a kutatásban kiemelten is megvizsgáltuk a mobilpostával ellátott települések lakóinak postai egyetemes szolgáltatással kapcsolatos attitűdjeit és elégedettségét. Ezen felül a Magyar Posta nem egyetemes postai és nem postai szolgáltatásaival kapcsolatos fogyasztói attitűdöket és elégedettséget is felmértük. Ezeknek a vizsgálatoknak a fő következtetései a következők:

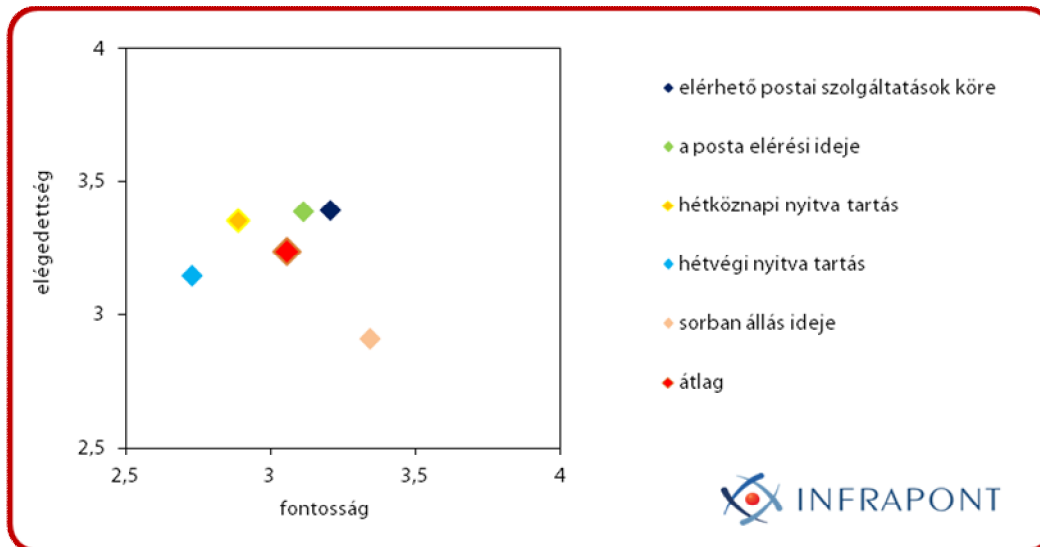
- A mobilposta szolgáltatás önmagában nem jelent problémát a fogyasztók számára, a mobilpostával ellátott települések lakói számára ugyanis nem az állandó posta hiánya a legkritikusabb tényező a postai szolgáltatások elérhetősége tekintetében, hanem sokkal inkább az, hogy az elérhető postai szolgáltatások köre mennyire teljes, illetve hogy a mobilposta kiszállásának gyakorisága mennyire illeszkedik a lakossági igényekhez. Vagyis a kisebb települések postai ellátásának mobilpostával történő megszervezése önmagában nem jelent problémát. A lényeges szempont, hogy a mobilposta szolgáltatást az aktuális fogyasztói igényekhez illeszkedve alakítsák ki.
- A postai pénzügyi szolgáltatásokat viszonylag sokan használják. A sárga csekk szolgáltatás a lakossági fogyasztók döntő többségének megítélése szerint jelenleg nélkülözhetetlen. Nagyon kevesen használják egyelőre a szolgáltatás banki és online alternatíváit, így e szolgáltatás fenntartása továbbra is indokolt.

A továbbiakban a tanulmány szerkezeti felépítését követve mutatjuk be a vizsgálat egyéb, fontos megállapításait.

A Magyar Posta szolgáltatásainak elérhetősége

- A lakosság 97%-a olyan településen él, a kkv-k székhelyeinek 99%-a pedig olyan településen található, amelyik rendelkezik postahivatallal. A mobilposta használata tehát gyakorlatilag csak a lakosságra korlátozódik, és ebben a körben is nagyon kis arányú.
- A lakosság kétharmada és a kkv-k négyötöde 15 percen belül képes eljutni egy postahivatalba. Mindkét csoport több mint 95%-a számára a legközelebbi postahivatal 5 km-en belül van.
- A lakossági fogyasztók és a kkv-k is általában elégedettebbek a postai szolgáltatások elérhetőségével, mint amennyire az fontos számukra: értékeléseik az „inkább elégedett” és a „teljesen elégedett” kategóriák között oszlik meg.

0.1. ábra: A Magyar Posta szolgáltatásainak elérhetőségére vonatkozó átlagos lakossági értékelések (n=933)



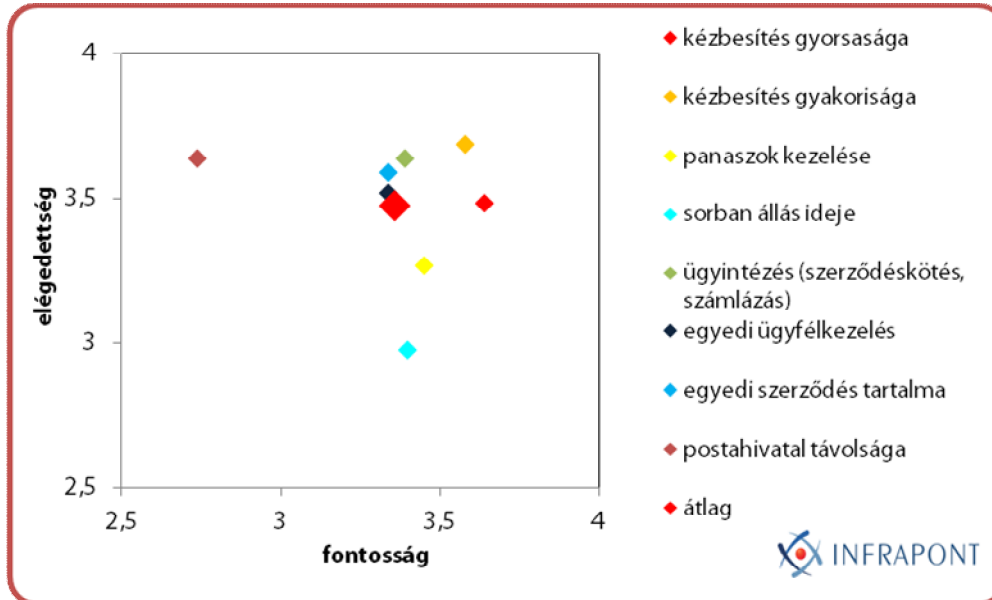
Megjegyzés:

A megkérdezetteknek négyes skálán (1-4) kellett értékelni az adott szolgáltatásjellemző fontosságát, és az azzal való elégedettséget. A magasabb szám nagyobb fontosságot illetve jobb elégedettséget jelöl.

- A kkv-k számára egyébként jellemzően nem a postai szolgáltatások elérhetősége a legfontosabb szempont, hanem a szolgáltatások minőségével összefüggő tényezők – konkrétan a küldemények megbízható, gyors és gyakori kézbesítése.
- Az elérhetőséggel kapcsolatos szolgáltatásjellemzők közül mindkét fogyasztói csoport számára a postahivatalban való sorban állás ideje a legfontosabb (lakosság: 3,3, kkv: 3,4), ugyanakkor a legkevésbé értékelt (lakosság: 2,9, kkv: 3). Fontos, hogy a sorban állással kapcsolatban jelentős számú „egyáltalán nem elégedett” válasz is érkezett. A lakossági fogyasztók közül főleg a fiatalok, a jobb módúak, az internetet rendszeresen használók, az aktívak, a városokban (főként a fővárosban) élők a kevésbé elégedettek. A kkv-k közül pedig a kevesebb alkalmazottal dolgozók és a fővárosiak.
- A lakossági fogyasztók számára a postahivatal elérési ideje és az ott elérhető szolgáltatások köre a második legfontosabb elérhetőségi szempontok. Az átlagos lakossági fogyasztó a fontosságuknak megfelelő mértékben elégedett is velük.
- A nyitva tartás nincs a legfontosabb fogyasztói prioritások között, és mindkét fogyasztói csoport meglehetősen elégedett vele. Nem mutatkozik erős igény a nyitva tartás hosszabbítására, vagy a nyitvatartási időszak átrendezésére sem: A lakosság 5%-ának van olyan nyitva tartási igénye, mely kielégítetlen marad, a kkv-k 90%-a számára a jelenlegi nyitva tartás teljesen megfelelő, vagy inkább megfelelő.
- A mobilpostát használók egyáltalán nem az állandó postahivatal létesítését tartják a legfontosabb elérhetőségi szempontnak, hanem a mobilposta által kínált szolgáltatások körét. Ugyanakkor pont ez az a jellemző, amivel relatíve

legkevésbé elégedettek (3,1). De még ez az értékelésük sem jelent kimondott elégedetlenséget, hiszen általában igen elégedettek a postai szolgáltatások elérhetőségével (3,1 és 3,7 közötti átlagos értékek).

0.2. ábra: A kkv-k Magyar Posta szolgáltatásaira vonatkozó átlagos értékelései (n=295)



Megjegyzés:

A megkérdezetteknek négyes skálán (1-4) kellett értékelni az adott szolgáltatásjellemző fontosságát, és az azzal való elégedettséget. A magasabb szám nagyobb fontosságot illetve jobb elégedettséget jelöl.

A postai egyetemes szolgáltatások használata

- A lakosság postai ügyintézési aktivitását számosság tekintetében a pénzfeladás dominálja (az összes esemény 32%-a). Jelentős még a levéltételezés (19%) és levélfeladás (15%) mértéke. A csomagátvétellel (5%) és csomagfeladásra (3%) már ritkán kerül sor. Ugyanakkor levélfeladás volt az ami miatt a legtöbben (az elmúlt évben a lakossági fogyasztók közel fele) ellátogattak egy postahivatalba.
- A kkv-k éves postai ügyintézéseinek döntő többsége a levélforgalomból adódik. A postai ügyeik háromnegyede levéltételezésből (38%) és levélfeladásból (37%) áll. Ennél jóval kisebb arányt tesz ki a csomagátvétel (4%) és a csomagfeladás (6%). A pénzforgalmi aktivitás aránya elenyésző: a pénzfeladás (2%) és a pénzfelvitel (2%) aránya jóval a lakossági értékek alatt van. Majdnem mindegyik kkv adott fel, vagy vett át levelet az elmúlt egy évben postahivatalban. A cégek több mint fele csomagfeladás és -átvétel céljából is intézett ügyet a postán.
- Az átlagos kkv jóval több levelet és csomagot küldött az elmúlt évben (kb. 160 levél, kb. 20 csomag), mint az átlagos lakossági fogyasztó (kb. 5-6 levél, kb. 0-1 csomag).
- A kkv-k ötöde kötött speciális szerződést a Magyar Postával. veszik
- A küldeményfeladás kiegészítő szolgáltatásait a kkv-k nem igazán veszik intenzívebben igénybe, mint a lakossági fogyasztók. Nagyrészt csak azért használják gyakrabban, mert több küldeményt küldenek. A lakossági és kkv-s

fogyasztókra is igaz az, hogy a csomagfeladók kevésbé használják a küldeményfeladás kiegészítő szolgáltatásait, mint a levélfeladók.

- A lakosság által küldött és fogadott levelek között a Magyar Posta által közvetített levelek vannak többségben az e-mailekhez képest. Ez a kkv-k levélküldésére is igaz, bár nagy többségük e-mailt is használ.
- A levelek és csomagok küldése és fogadása tekintetében a lakossági és kkv fogyasztók különböző típusai hasonlóan használják a Magyar Postát. Szignifikáns különbségek csoportok között leginkább a lakossági küldeményfogadók esetében adódtak. Az egyik fő összefüggés, hogy a rendszeresen internetező lakossági fogyasztók jelentősen több levelet és csomagot kapnak, mint a rendszeresen nem internetezők.

A postai egyetemes szolgáltatások használata C2C (lakosság-lakosság), B2C (üzlet-lakosság), C2B (lakosság-üzlet) és B2B (üzlet-üzlet) relációk szerint

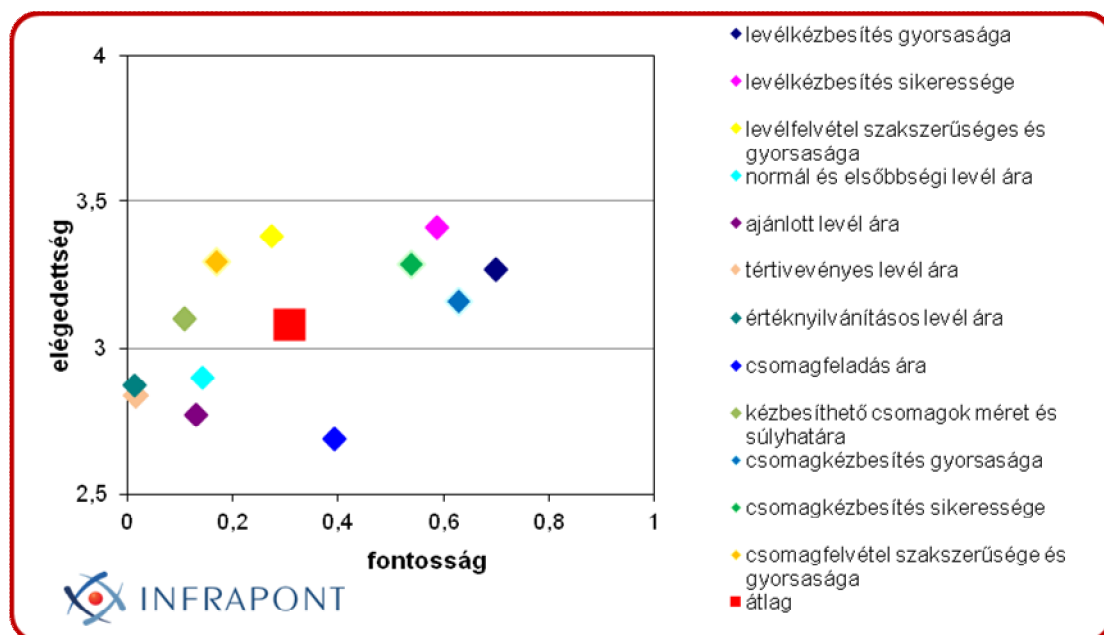
- A lakossági fogyasztók küldeményfeladásaira jellemző, hogy bennük a C2C reláció dominál a C2B felett. Vagyis a lakosság által feladott levelek és csomagok is döntően személyes jellegűek. A levelek esetén ez erősebben, a csomagok esetén gyengébben érvényesül.
- A lakossági fogyasztók küldeményfogadására viszont pont a fordított helyzet a jellemző: a számlalevelek óriási aránya miatt a B2C reláció a domináns. Öt fajta számlalevélből is a lakosság több mint fele kapott legalább havonta az elmúlt egy évben. A sokkal kisebb volumenű fogadott csomagok ugyanakkor általában személyes jellegűek, vagyis C2C relációból érkeznek.
- A kkv-k által küldött küldemények nagyobb arányban mennek B2B relációba, mint B2C-be. A kkv-k négyötöde küldött az elmúlt egy évben levelet üzleti partnereinek, de csupán kétötöde küldött a lakosságnak. Emellett 35%-uk küldött az elmúlt egy évben csomagot az üzleti partnereinek, de csupán 14%-uk a lakosságnak.
- A kkv-k a B2B levelezésben sokkal intenzívebben használják az elektronikus levélküldést, mint a postait. A B2C levelezésben azonban egyelőre még a postai levélküldés a domináns.

A postai egyetemes szolgáltatások használatával való fogyasztói elégedettség

- A levelek és a csomagok közvetítésével a lakossági fogyasztók és a kkv-k egyaránt inkább elégedettek.
- Mindkét fogyasztói csoport számára a kézbesítés sikeressége és gyorsasága a legfontosabb szempont, amelyekkel általában a fontosságuknak megfelelő mértékben elégedettek is.
- Mindkét fogyasztói csoport a legkevésbé a szolgáltatások áraival elégedett, ami ugyanakkor még mindig nem jelent kimondottan átlagos elégedetlenséget, de már nagyszámban adtak „egyáltalán nem elégedett” választ is. Az árak általában nem a legfontosabb szolgáltatásjellemzők, de a velük való elégedettség annyira gyenge, hogy elmarad a fontosságukkal arányos elégedettségi szinttől.

- A kkv-k átlagos elégedettségi értékei szélesebb skálán mozognak, mint a lakossági fogyasztóké. Mintánkban a kkv-k átlagosan a legrosszabra a tértivevényes levél árát értékelték (2,6), a legjobbra pedig a levelek személyes kézbesítését (3,7). Ezzel szemben a lakossági legalacsonyabb értékelést a csomagfeladás ára kapta (2,7), a legmagasabbat pedig a levelek kézbesítésének sikeressége (3,4).
- A kkv-k kicsit elégedettebbek a csomagfeladás áraival a levélfeladás áraihoz képest. A lakossági fogyasztók esetén ilyen reláció nem mutatkozik, az ő árakkal való elégedettségeik az előbbi két értékelés közötti 2,7-2,9-es tartományban helyezkednek el.
- Az árak megítélésében a kkv-k esetén területi eltérés is mutatkozik: a vidéki székhelyű vállalatok kicsivel elégedettebbek az árakkal, mint a fővárosi székhelyű kkv-k.
- Komoly fogyasztói panasz a megkérdezettek viszonylag széles körének volt. A lakosság 8%-a és a kkv-k 11%-a szembesült panaszra okot adó jelenséggel az elmúlt egy évben. Figyelemreméltó, hogy a lakosság esetén a panaszok 40%-a, a kkv-k esetén pedig 32%-a küldemény eltűnéséhez kapcsolódott.

0.3. ábra: A Magyar Postán történő levél- és csomagfeladásra vonatkozó átlagos lakossági értékelések



Megjegyzés:

A megkérdezetteknek négyes skálán (1-4) kellett értékelní az adott szolgáltatásjellemezővel való elégedettségüket. A magasabb szám jobb elégedettséget jelöl.

Az átlagos fontosságú értékek azt jelölik, hogy külön a levelekkel és külön a csomagokkal kapcsolatban az adott szolgáltatásjellemező a válaszadók mekkora hányada számára van a legfontosabb két-két jellemező között.

A Magyar Posta pénzügyi szolgáltatásainak használata

- A sárga csekket a lakosság igen magas arányban használja, és alapvetően nélkülözhetetlennek tartja. Körükben ez a közműszámlák általános befizetési módja: 77% postán fizette be számláit az elmúlt évben.
- A számlák rendezésére használható elektronikus helyettesítők igénybe vétele erősen korlátozott. A lakosság 20%-a használ ilyet (is), és csak 5%-a teszi ezt kizárólagosan.
- Az, hogy a lakosság nagyon intenzíven használja a sárga csekket, nem jelenti azt, hogy elégedettek is lennének vele. A lakosság sárga csekkel kapcsolatos elégedettsége az összes elégedettségi adatok közül a legrosszabbak közé tartozik (ám ez még így sem jelent teljes elégedetlenséget).
- A kkv-k a lakoságnál jóval kevésbé intenzíven használják a sárga csekket (45%), és nem is tartják fontosnak, hogy fennmaradjon.
- A rózsaszín csekket se a lakossági (11%), se a kkv fogyasztók (15%) nem használják sokan vagy intenzíven, különösebben nem is elégedettek vele, és nem bánnák nagyon, ha megszűnne.
- A Magyar Posta pénzügyi szolgáltatásai közül jelentősebb nagyságú lakossági csoport veszi igénybe még a nyugdíj (23%) és a családi pótlék (9%) kézbesítését, a postahivatalban történő bankkártyás pénzfelvételt és átutalást (16%) és a folyószámla ügyintézését (9%).

A gyors-, futár- és integrált postai szolgáltatások használata

- A lakosság a gyors-, futár- és integrált postát egyelőre csak kis volumenben használja. Segítségükkel 5%-uk küldött, és 11%-uk kapott küldeményt az elmúlt egy évben. Jellemzően levelet küldenek, de csomagot kapnak ezekkel a szolgáltatásokkal.
- A kkv-k intenzívebben használják ezeket a szolgáltatásokat: 37%-uk küldött valamilyen küldeményt így az elmúlt egy évben.
- A kkv-k ezen a csatornán keresztül is inkább B2B irányba küldenek: háromszor annyi küldeményt küldtek gyors-, futár- és integrált postán keresztül az üzleti partnereiknek, mint a lakoságnak. A kkv-k jellemzően csomagfeladásra használják ezt a csatornát.
- A gyors- és futárposta lakossági használói körülbelül azonos mértékben elégedettek (2,6 és 3,3 közötti átlagos értékek), mint a Magyar Posta szolgáltatásával. Szintén a kézbesítés sikerességével és gyorsaságával a legelégedettebbek, és a szolgáltatás áraival a relatíve legkevésbé. Ráadásul ez utóbbi a Magyar Posta áraihoz képesti átlagos elégedettségnél egy kicsit rosszabb is.

Preferenciák intenzitása

- A preferenciák intenzitását önbevallásos alapon mértük. Azt kérdeztük, hogy mekkora éves pénzösszegnek megfelelő fogyasztói többletértéket illetve veszteséget jelentenek bizonyos javulások, illetve csökkenések a jelenlegi szolgáltatási szintekhez képest. Ez a módszer valószínűleg jelentősen alulbecsli a valódi értékeket, de megbízhatóbban használható az egyes változások relatív fogyasztói értékelésére. Ennél robusztusabb eredmények, csak költségesebb vizsgálati módszerekkel érhetők el

- A megkérdezettek jelentős része (a lakossági fogyasztók általában több mint háromnegyede és a kkv-k általában több mint kétharmada) arról számolt be, hogy az ő helyzetét lényegében 0 Ft-nak megfelelő értékben befolyásolná, ha a postai szolgáltatások jelenleg adott szintjei bizonyos tekintetben javulnának, vagy romlanának.
- Az átlagos forintbeli értékek alacsonyak, tipikusan alatta vannak az átlagos éves egyéni postaköltség 1%-ának, és a legmagasabb sem haladja meg a 2,5%-ot. Ez az arány a kkv-k esetében magasabb. Mivel az ő átlagos éves postaköltségük egy nagyságrenddel magasabb is (330 ezer Ft vs. 20500Ft), az abszolút forintösszegek a kkv-k esetében ezres, a lakossági fogyasztók esetében tízes nagyságrendűek.
- Ezek alapján általánosan kijelenthető, hogy az egyetemes szolgáltatás elemei esetén a vizsgált tartományban a lakosság számára nem ér sokat a posta ok színvonalának javulása, és nem jelent nagy veszteséget a romló szolgáltatási színvonal sem. A kkv-k számára viszont bizonyos javuló szolgáltatások valamivel többet érnek, továbbá komolyabb veszteségnek tekintik egyes szolgáltatások leromlását.
- A lakossági fogyasztók számára a legértékesebb (1) az önkormányzati ügyek postán történő intézésének lehetősége és (2) a szombati nyitva tartás bevezetése lenne. A lakossági fogyasztóknak a legnagyobb veszteséget (1) a csomagok, ajánlott levelek és a pénzküldemények személyes kézbesítésének megszűnése, (2) a heti ötszöri kézbesítés ritkítása, valamint (3) a sárga és a rózsaszín csekk megszüntetése okozná.
- A kkv-k számára a legértékesebb az lenne, ha (1) a postai küldemények nyomon követése és, (2) az értéknylvánítás ingyenessé válna, (3) több postai speciális ügyintéző dolgozna, és (4) ha a 20 kg alatti csomagokat ezentúl egy nap alatt kikézbésítenék. A kkv-k számára a legnagyobb fogyasztói veszteséget az okozná, ha a Magyar Posta ezentúl nem vinné házhoz a csomagokat.

Az egyetemes szolgáltatási kötelezettség megváltoztatásának értékelése

Az empirikus eredmények értékelése alapján úgy véljük, hogy a megvizsgált lehetséges szabályozási alternatívák közül a várható fogyasztói hasznosságnövekedés mértéke alapján az egyetemes szolgáltatási kör bővítése a következő területeken indokolható:

- A postahivatalokban a legforgalmasabb órákban is legfeljebb átlagosan 5 percre csökkenjen a várakozási idő, vagy legalábbis az ehhez közelítsen;
- Garantált kézbesítési idejű (J+1) csomagok bevétele az egyetemes körbe;
- A mobilpostával ellátott településeken olyan felvételi pontok („pick-up point”) kijelölése, ahol át lehet venni a küldeményeket.

A fogyasztói igények és az elérhető hasznosságnövekedés alapján indokolt, ugyanakkor az egyetemes szolgáltató költségeire gyakorolt hatások miatt további vizsgálatot igényel két bővítési lehetőség:

- Az értéknylvánítás bevétele az egyetemes szolgáltatási körbe (automatikus garanciavállalás a küldemények teljes értékére);

- A küldemények nyomon követésének bevétele az egyetemes szolgáltatási körbe.

Ugyancsak az empirikus eredményeinek értékelése alapján a legkisebb fogyasztói veszteség mellett a következő szolgáltatásszűkítések lennének megvalósíthatóak:

- Egyetemes postacsomag súlyhatárának 10 kg-ra csökkentése;
- Címzett reklámküldemények kivétele az egyetemes szolgáltatási körből;
- Postahivatalok bármely állandó lakóhelytől légvonalban mért távolsága legfeljebb 5 km a lakosság 95%-ának esetében, és legfeljebb 10km a lakosság 99,5%-a esetében úgy, hogy az intézkedés nyomán bezárásra kerülő postahivatalok helyett a kistelepüléseken az aktuális fogyasztói igényekhez illeszkedő mobilposta szolgáltatás kerülne bevezetésre;
- Utcai levélgyűjtő szekrények megszüntetése azokon a területeken, ahol van állandó postahivatal;
- A rózsaszín csekk szolgáltatás kivezetése a postai szolgáltatási körből.

Tartalom

1. Bevezető.....	1
2. Egyetemes szolgáltatási kötelezettség az EU országainak postapiacán.....	2
2.1. Az egyetemes szolgáltatási kötelezettség értelme.....	2
2.2. Az egyetemes szolgáltatási kötelezettség tartalma az egyes tagországokban.....	4
2.2.1. Az egyetemes szolgáltatáskör az egyes országokban.....	7
2.2.2. A gyorsaságra vonatkozó egyetemes szolgáltatási kötelezettségek az egyes országokban.....	9
2.2.3. Az elérhetőségre vonatkozó egyetemes szolgáltatási kötelezettségek az egyes országokban.....	11
3. Az EU-s egyetemes postai szolgáltatások kereslet oldali jellemzői.....	15
3.1. Módszertani megfontolások.....	15
3.2. Fogyasztói csoportok a postai szolgáltatások esetén.....	15
3.3. Az ESZK szempontjából lényeges szolgáltatási jellemzők.....	16
3.4. A nemzetközi vizsgálatok eredményei.....	16
3.4.1. A fogyasztói csoportok leíró bemutatása.....	16
3.4.2. Fogyasztói preferenciák.....	18
4. Nemzetközi tapasztalatok a szabályozás átalakításában.....	24
4.1. Az átalakítás motivációi.....	24
4.1.1. Digitális helyettesítés.....	25
4.1.2. Liberalizáció, új belépők.....	25
4.1.3. Gazdasági környezet.....	26
4.1.4. Belső hatékonyság, rugalmatlanság.....	26
4.2. Szabályozói beavatkozások.....	26
4.3. Egyetemes postai szolgáltatók stratégiai döntései.....	27
4.3.1. Költségcsökkentés.....	28
4.3.2. Árazás.....	28

4.3.3.	Szolgáltatásminőség javítás és innováció.....	28
4.3.4.	Bevétel diverzifikáció	29
5.	<i>Az empirikus kutatás eredményei.....</i>	30
5.1.	A vizsgálati megközelítés szemléleti kerete _____	30
5.2.	Postai szolgáltatások használata, elégedettség és fogyasztói preferenciák a lakosság körében _____	33
5.2.1.	Adatfelvétel, minta	33
5.2.2.	Egyetemes postai szolgáltatásokhoz való hozzáférés a lakosság körében.....	33
5.2.3.	Általános és hozzáféréssel kapcsolatos elégedettség és kritikus tényezők a lakosság körében	39
5.2.4.	Az egyetemes postai szolgáltatások és a potenciális helyettesítők használata és a velük való elégedettség a lakosság körében.....	47
5.2.5.	Postai pénzforgalmi szolgáltatások használata a lakosság körében.....	67
5.2.6.	Egyetemes postai szolgáltatásokkal kapcsolatos preferenciák intenzitása a lakosság körében	77
5.3.	Postai szolgáltatások használata, elégedettség és fogyasztói preferenciák a kkv-k körében _____	86
5.3.1.	Adatfelvétel, minta	86
5.3.2.	Egyetemes postai szolgáltatásokhoz való hozzáférés a kkv-k körében	86
5.3.3.	Általános és hozzáféréssel kapcsolatos elégedettség és kritikus tényezők a kkv-k körében.....	89
5.3.4.	Az egyetemes postai szolgáltatások és a potenciális helyettesítők használata és a velük való elégedettség a kkv-k körében.....	95
5.3.5.	Postai pénzforgalmi szolgáltatások használata a kkv-k körében	110
5.3.6.	Egyetemes postai szolgáltatásokkal kapcsolatos preferenciák intenzitása a kkv-k körében....	111
5.4.	Az aggregált postai forgalom fő irányai _____	119
6.	<i>Szabályozási alternatívák vizsgálata a fogyasztási szokások és preferenciák tükrében</i>	125
6.1.	Szabályozási alternatívák a postai egyetemes szolgáltatás átalakítására _____	125
6.2.	Szabályozási alternatívák hatásai _____	128
6.2.1.	Szolgáltatáskör változása.....	129
6.2.2.	A szolgáltatás idődimenziójának változása.....	132

6.2.3.	Szolgáltatás elérhetőségének változása.....	135
6.2.4.	Nem egyetemes, kötelező postai és nem postai szolgáltatások szabályozási alternatívái.....	141
7.	<i>Javaslatok a szabályozó számára.....</i>	144
8.	<i>Függelék</i>	147
8.1.	Lakossági adatfelvételhez tartozó táblázatok _____	147
8.1.1.	Egyetemes postai szolgáltatások elérése.....	147
8.1.2.	Egyetemes postai szolgáltatások használata.....	149
8.2.	Lakossági adatfelvételhez tartozó ábrák _____	1
8.2.1.	Postai szolgáltatások elérhetősége és elégedettség.....	1
8.2.2.	Postai szolgáltatások és helyettesítők használata	10
8.3.	Kkv adatfelvételhez tartozó kiegészítő táblázatok _____	14
8.3.1.	Egyetemes szolgáltatások használata.....	14
8.4.	Kkv adatfelvételhez tartozó kiegészítő ábrák _____	16
8.4.1.	Egyetemes postai szolgáltatások elérése és elégedettség	16
8.4.2.	Egyetemes szolgáltatások használata és elégedettség	32
8.4.3.	Pénzügyi szolgáltatások használata	49
8.5.	Az aggregált postai forgalom fő irányai ábrák _____	50

Táblázatjegyzék

2.1. táblázat: Az ESZK szolgáltatáskör az EU országokban.....	7
2.2. táblázat: A gyorsaságra vonatkozó kötelezettségek az EU országokban.....	9
2.3. táblázat: Az elérhetőségre vonatkozó előírások az EU országokban.....	11
2.4. táblázat: Az ESZK általános kiterjedtsége az EU országokban.....	13
3.1. táblázat: A lakossági és vállalati fogyasztók postai szolgáltatások iránti preferenciái	23
5.1. táblázat: A mintában szereplő vállalatok létszáma és árbevétele.....	86
5.2. táblázat: A kkv minta régió szerinti megoszlása.....	86
5.3. táblázat: Postaforgalmi irányok eredményeinek által lefedett része	120
6.1. táblázat: Szabályozási alternatívák és az érintettekre gyakorolt hatások.....	126
6.2. táblázat: Preferenciamérési eredményeink minimum és maximum értékei	129
8.1. táblázat: Nyitva tartásra vonatkozó preferenciák (n=1000).....	147
8.2. táblázat: Hivatali nyitva tartások leíró statisztikai településtípus szerint (n=1000).....	147
8.3. táblázat: Aktivitás szerinti postahasználat	149
8.4. táblázat: Internethasználat szerinti postahasználat.....	150
8.5. táblázat: Csomagküldés a családi jövedelmi kategóriák szerint.....	151
8.6. táblázat: Csomagküldés az ESOMAR mutatók szerint	152
8.7. táblázat: Csomagküldés internethasználat szerint.....	153
8.8. táblázat: Levélfogadás aktivitás szerint	154
8.9. táblázat: Levélfogadás a családi jövedelem szerint.....	155
8.10. táblázat: Levélfogadás településtípus szerint.....	156
8.11. táblázat: Levélfogadás az ESOMAR mutató szerint.....	156
8.12. táblázat: Levélfogadás az internethasználat szerint.....	157
8.13. táblázat: Elektronikus levelek fogadása az internethasználat és az ESOMAR mutatók szerint	157
8.14. táblázat: Elektronikus levelek fogadása a családi jövedelem és az aktivitás szerint.....	158
8.15. táblázat: Elektronikus levelek fogadása településtípus szerint.....	158
8.16. táblázat: Csomagok fogadása aktivitás szerint.....	159

8.17. táblázat: Csomagok fogadása a család jövedelme szerint.....	159
8.18. táblázat: Csomagok fogadása az internethasználat szerint.....	160
8.19. táblázat: Gyors- és futárposta használat az internethasználat illetve településtípus függvényében.....	161

Ábrajegyzék

4.1. ábra Stratégiai kihívások és hatások az egyetemes szolgáltatók számára	25
5.1. ábra: A postai szolgáltatások kétoldalú platform ábrázolása	32
5.2. ábra: Postahivatalok elérhetősége (n=1000).....	34
5.3. ábra: Postahivatalok látogatása (n=1000).....	34
5.4. ábra: Nem a legközelebbi hivatalt látogatók (n=60).....	35
5.5. ábra: Postahivatalok elérhetősége – percben (n= 978).....	36
5.6. ábra: Hétköznapi nyitva tartás (n=1000)	36
5.7. ábra: Hétvégi nyitva tartás (n=1000)	37
5.8. ábra: Átlagos nyitva tartás településtípusonként – hétköznap (n=1000).....	38
5.9. ábra: Átlagos nyitva tartás településtípusonként – hétvégén (n=1000).....	38
5.10. ábra: Postai nyitva tartás legalkalmasabb időpontjai (n=995).....	39
5.11. ábra: Állandó posta elégedettség (n=933).....	41
5.12. ábra: Állandó posta – legfontosabb szempontok	42
5.13. ábra: Állandó posta – kritikus tényezőkkel való elégedettség és a fontosságuk.....	43
5.14. ábra: Mobilposta elégedettség (n=32)	44
5.15. ábra: Mobilposta – legfontosabb szempontok (n=32)	45
5.16. ábra: Panaszok (n=1000).....	46
5.17. ábra: Milyen ügyekben járnak a postán (évente, n=825)	48
5.18. ábra: Hány alkalommal jártak a postán az egyes ügyekben évente?.....	49
5.19. ábra: Postai levélfeladás - típus szerint (évente, n=1000)	51
5.20. ábra: Elektronikus levélfeladás – típus szerint (évente, n=1000).....	51
5.21. ábra: Levéltípusok – a levelet feladók arányában (n=513).....	52
5.22. ábra: Levélfeladás – elégedettség (n=525)	53
5.23. ábra: Levélfeladás – legfontosabb szempontok (n=525)	53
5.24. ábra: Levélfeladás – kritikus tényezők fontossága és a velük való elégedettség (n=525).....	54
5.25. ábra: Csomagküldés (n=1000)	56

5.26. ábra: Csomagküldés – típusonként (n=165).....	56
5.27. ábra: Csomagfeladás –elégedettség (n=165)	57
5.28. ábra: Csomagküldés –legfontosabb szempontok (n=165).....	57
5.29. ábra: Csomagküldés – kritikus tényezők fontossága és a velük való elégedettség (n=165).....	58
5.30. ábra: Küldemények fogadása – postai és elektronikus (éves, n=1000)	59
5.31. ábra: Küldeményfogadás – nem magánlevél postán.....	61
5.32. ábra: Küldeményfogadás – csomag (évente, n=1000).....	62
5.33. ábra: Küldeménykézbesítés – elégedettség (n=1000)	62
5.34. ábra: Küldeménykézbesítés – elégedettség (állandó posta; n=893)	64
5.35. ábra: Küldeménykézbesítés – elégedettség (mobilposta, n=31)	64
5.36. ábra: Gyors- és futárposta használat – feladás (éves, n=1000)	65
5.37. ábra: Gyors- és Futárposta használat – küldemény fogadás (éves, n=1000).....	66
5.38. ábra: Gyors- és futárposta használta – elégedettség (n=128).....	67
5.39. ábra: Sárga csekk feladás (n=1000).....	68
5.40. ábra: Sárga csekk helyettesítőinek használata (n=1000).....	69
5.41. ábra: Számlafizetések módozatai (n=1000).....	70
5.42. ábra: Postán számlalevelet kapók befizetési szokásai (n=1000)	71
5.43. ábra: A postai és elektronikus számla, és a számlafizetés különböző módozatainak megoszlása.....	71
5.44. ábra: Postautalvány használatának gyakorisága (n=1000).....	72
5.45. ábra: A pénzautalványok helyettesítőinek használata (n=1000).....	73
5.46. ábra: A Magyar Posta által kézbesített pénzküldemények (n=436)	74
5.47. ábra: A Magyar Posta egyéb pénzügyi szolgáltatásainak használata.....	74
5.48. ábra: A sárga csekket használók elégedettsége (n=772).....	75
5.49. ábra: A rózsaszín csekket használók elégedettsége (n=112)	76
5.50. ábra: A rózsaszín csekk fontossága használói körben (n=112).....	76
5.51. ábra: A sárga csekk fontossága a használók körében (n=772).....	77
5.52. ábra: A szolgáltatási szint növelésére vonatkozó átlagos fogyasztói értékelések (forint/év).....	81
5.53. ábra: A szolgáltatási szint növelésére vonatkozó átlagos fogyasztói értékelések a pozitív értékelésűek között (forint/év).....	82

5.54. ábra: A szolgáltatási szint csökkentéséből származó átlagos fogyasztói veszteségek (forint/év).....	84
5.55. ábra: A szolgáltatási szint csökkentéséből származó átlagos fogyasztói veszteségek a pozitív összeget megadó fogyasztók között (forint/év).....	85
5.56. ábra: Postahivatalok száma (n=295).....	87
5.57. ábra: Melyik postára járnak általában? (n=295).....	88
5.58. ábra: Postahivatalok elérhetősége – percben (n=295)	88
5.59. ábra: Postahivatalok nyitva tartása (n=295).....	89
5.60. ábra: A kkv-k Magyar Posta szolgáltatásjellemzőivel való elégedettsége (n=295).....	91
5.61. ábra: Mennyire fontosak a Magyar Posta szolgáltatásjellemzői a kkv-k számára? (n=295).....	92
5.62. ábra: A kkv-k átlagos elégedettsége a Magyar Posta szolgáltatásjellemzőivel az arra vonatkozó átlagos fontosság függvényében. (n=295)	94
5.63. ábra: A Magyar Posta szolgáltatásaira vonatkozó komolyabb panaszok típusainak relatív gyakorisága (n=295)	95
5.64. ábra: Milyen ügyekben járnak a postán? (n=295).....	96
5.65. ábra: Milyen ügyekben járnak a postán? – egy vállalatra eső átlagos évre becsült ügyintézéseinek száma (n=295)	97
5.66. ábra: Postával kötött különszerződések (n=295).....	98
5.67. ábra: Lakosságnak küldött levelek – belföldre	99
5.68. ábra: Üzleti partnereknek küldött levelek – belföld.....	100
5.69. ábra: Fogyasztóknak küldött levelek elektronikusan – belföldre.....	100
5.70. ábra: Üzleti partnereknek küldött levelek elektronikusan – belföldre.....	101
5.71. ábra: Milyen küldeményeket adnak fel?.....	101
5.72. ábra: Levél-, címzett reklámküldemény- és nyomtatványfeladással kapcsolatos elégedettség	102
5.73. ábra: Csomagküldés - belföldre (n=295).....	104
5.74. ábra: Csomagküldés típusonként (n=167).....	105
5.75. ábra: Csomagküldés – súly szerint (n=167)	105
5.76. ábra: Csomagok fogadása – belföldről	106
5.77. ábra: Honnan kapnak csomagokat a postán keresztül?	107
5.78. ábra: Csomagküldéssel kapcsolatos elégedettség.....	108
5.79. ábra: Gyors- és futárposta használat – fogyasztók felé (n=295).....	109

5.80. ábra: Gyors- és futárposta használat – vállalatok felé (n=295).....	110
5.81. ábra: Miért választották inkább a gyors- vagy futárpostát? (n=111).....	110
5.82. ábra: A kkv-k pénztalási gyakorlata – sárga és rózsaszín csekken kívül (n=295).....	111
5.83. ábra: A határozott választ adó kkv-knak a szolgáltatási szint javulására vonatkozó átlagos fogyasztói értékelései (forint/év) (n=295).....	114
5.84. ábra: A szolgáltatási szint javulására vonatkozó átlagos kkv értékelések a pozitív összeget megadó kkv között (forint/év) (n=295).....	115
5.85. ábra: A határozott választ adó kkv-knak a szolgáltatási szint csökkentéséből származó átlagos fogyasztói veszteségei (forint/év) (n=295).....	117
5.86. ábra: A szolgáltatási szint csökkentéséből származó átlagos fogyasztói veszteségek a pozitív összeget megadó kkv-k között (forint/év) (n=295).....	118
5.87. ábra: Egy lakosra jutó éves átlagos küldeményforgalom C2C, C2B és B2C irányokban.....	121
5.88. ábra: Egy kkv-ra jutó küldeményfeladások és fogadások B2C és B2B szerinti megosztásban.....	122
5.89. ábra: Lakossági küldeményfeladás relatív megoszlása.....	122
5.90. ábra: Lakossági küldeményfogadás relatív megoszlása.....	123
5.91. ábra: Lakossági küldeményfogadás a küldemény típusa szerint.....	123
5.92. ábra: A kkv-k küldeményfeladásának relatív megoszlása.....	124
8.1. ábra: Postahivatalok elérhetősége – kilométerben (n=978).....	1
8.2. ábra: Postahivatalok nyitva tartásának hossza – hétköznaponként (a válaszadók százalékában).....	1
8.3. ábra: Postahivatalok nyitva tartásának hossza – hétvégén (a válaszadók százalékában).....	2
8.4. ábra: Internethasználat gyakorisága (n=1000).....	2
8.5. ábra: Sorban állás ideje – elégedettség (n=935).....	3
8.6. ábra: Sorban állás – elégedettség a kor szerint.....	3
8.7. ábra: Sorban állás – elégedettség a háztartás jövedelme szerint.....	4
8.8. ábra: Sorban állás – elégedettség a státusz szerint.....	4
8.9. ábra: Sorban állás – elégedettség a település típusa szerint.....	5
8.10. ábra: Sorban állás – elégedettség az internethasználat gyakorisága szerint.....	5
8.11. ábra: Hétvégi nyitva tartás – elégedettség (n=935).....	6
8.12. ábra: Hétvégi nyitva tartás – elégedettség kor szerint.....	6
8.13. ábra: Hétvégi nyitva tartás – elégedettség a háztartás jövedelme szerint.....	7

8.14. ábra: Hétvégi nyitva tartás – elégedettség státusz szerint	7
8.15. ábra: Hétvégi nyitva tartás – elégedettség településtípus szerint.....	8
8.16. ábra: Mobilpostán elérhető szolgáltatások köre – elégedettség (n=32)	8
8.17. ábra: Mobilposta kijárásának gyakorisága – elégedettség (n=32).....	9
8.18. ábra: Kijárás gyakorisága – elégedettség régiók szerint.....	9
8.19. ábra: Hány alkalommal jártak a postán az egyes ügyekben évente? – relatív megoszlás	10
8.20. ábra: A posta, mint platform relatív használata (n=1000)	10
8.21. ábra: Az elektronikus platform relatív használata (n=1000)	11
8.22. ábra: Csomagküldés éves szinten	11
8.23. ábra: Küldeményfogadás – nem magánlevél postán (éves becslés; n=1000).....	12
8.24. ábra: Gyors- és futárposta használat a Magyar Postát is használók körében – elégedettség (n=80).....	13
8.25. ábra: Panaszt megfogalmazók eloszlása (n=76)	13
8.26. táblázat: Csomagok feladása – korrelációk	14
8.27. táblázat: Csomagok fogadása – korrelációk.....	14
8.28. táblázat: A postai költségeket magyarázó tényezők	15
8.29. ábra: Postahivatalok elérhetősége – kilométerben (n=295)	16
8.30. ábra: A „postahivatal távolságával” való elégedettség (n=295).....	16
8.31. ábra: A „posta hétköznapi nyitva tartásával” való elégedettség (n=295).....	17
8.32. ábra: A „sorban állás idejével” való elégedettség (n=295).....	17
8.33. ábra: A „kézbesítés gyakoriságával” való elégedettség (n=295).....	18
8.34. ábra: A „kézbesítés gyorsaságával” való elégedettség (n=295).....	18
8.35. ábra: A „küldemény eltűnése, késedelmes kézbesítése vagy sérülése esetén a kártérítés mértékével” való elégedettség (n=295)	19
8.36. ábra: Az „egyedi ügyfélkezelés, a Magyar Posta rendelkezésre állásával (pl. egyedi szerződéskötés esetén)” való elégedettség (n=295)	19
8.37. ábra: Az „egyedi szerződés tartalmával (speciális igények kiszolgálásával)” való elégedettség (n=295) .	20
8.38. ábra: A „szerződéskötéssel, a számlázással kapcsolatos ügyintézésével” való elégedettség (n=295).....	20
8.39. ábra: A „panaszok kezelésével” való elégedettség (n=295)	21
8.40. ábra: A „postai szolgáltatások ár/érték arányával” való elégedettség (n=295).....	21

8.41. ábra: A „sorban állás idejével” való elégedettség átlaga a kkv székhelyének elhelyezkedése szerint (n=285)	22
8.42. ábra: A „sorban állás idejével” való elégedettség átlaga a kkv alkalmazottainak száma szerint (n=285) .	22
8.43. ábra: A „kézbesítés gyakoriságával” való elégedettség átlaga a kkv telephelyeinek száma szerint (n=275)	23
8.44. ábra: A „küldemény eltűnése, késedelmes kézbesítése vagy sérülése esetén a kártérítés mértékével” való elégedettség átlaga a kkv éves árbevétele szerint (n=79).....	23
8.45. ábra: A „postahivatal távolsága vagy a mobilposta kiszállási pontjának távolsága” fontossága (n=295).	24
8.46. ábra: A „sorban állás ideje a postán” fontossága (n=295)	24
8.47. ábra: A „küldeményfelvétel adminisztrációjának gyorsasága” fontossága (n=295).....	25
8.48. ábra: A „szerződéskötéssel, számlázással kapcsolatos ügyintézés gördülékenysége” fontossága (n=295)	25
8.49. ábra: Az „a panaszkezeléssel kapcsolatos ügyintézés gyorsasága” fontossága (n=295)	26
8.50. ábra: Az „a küldemény kézbesítés gyorsasága” fontossága (n=295)	26
8.51. ábra: Az „a sikertelen kézbesítés aránya, a kézbesítés megbízhatósága” fontossága (n=295).....	27
8.52. ábra: Az „a kézbesítés gyakorisága” fontossága (n=295)	27
8.53. ábra: Az „a posta speciális igények kiszolgálásával kapcsolatos rugalmassága” fontossága (n=295).....	28
8.54. ábra: Az „postahivatal távolsága vagy a mobilposta kiszállási pontjának távolsága” fontosságának átlaga a kkv székhelyének elhelyezkedése szerint (n=290).....	28
8.55. ábra: Az „szerződéskötéssel, számlázással kapcsolatos ügyintézés gördülékenysége” fontosságának átlaga a kkv telephelyeinek száma szerint (n=230)	29
8.56. ábra: Az „panaszkezeléssel kapcsolatos ügyintézés gyorsasága” fontosságának átlaga a kkv székhelyének elhelyezkedése szerint (n=204)	29
8.57. ábra: Az „küldemény kézbesítés gyorsasága” fontosságának átlaga a kkv alkalmazottainak száma szerint (n=277)	30
8.58. ábra: Az „posta speciális igények kiszolgálásával kapcsolatos rugalmassága” fontosságának átlaga a kkv székhelyének elhelyezkedése szerint (n=226)	30
8.59. ábra: Az Magyar Posta szolgáltatásaira vonatkozó komolyabb panaszok számának relatív gyakorisága (n=295)	31
8.60. ábra: A kkv-k postalátogatásának relatív megoszlása a becsült éves ügyintézési gyakoriságok alapján .	32
8.61. ábra: Lakosságnak küldött levelek – külföld	32

8.62. ábra: Üzleti partnereknek küldött levelek – külföld	33
8.63. ábra: Üzleti partnereknek küldött levelek elektronikusan – külföld.....	33
8.64. ábra: Kézbesítés gyorsasága - elégedettség (n=273)	34
8.65. ábra: Sérülésmentes kézbesítés - elégedettség (n=264).....	34
8.66. ábra: Személyes kézbesítés - elégedettség (n=243).....	35
8.67. ábra: Küldeményfeladás sokfélesége - elégedettség (n=232).....	35
8.68. ábra: Küldemények nyomon követhetősége - elégedettség (n=197).....	36
8.69. ábra: Küldeményfelvétel szakszerűsége, gyorsasága - elégedettség (n=257).....	36
8.70. ábra: Normál és elsőbbségi levél ára - elégedettség (n=263).....	37
8.71. ábra: Ajánlott levél ára - elégedettség (n=262).....	37
8.72. ábra: Tértivevényes levél ára - elégedettség (n=236).....	38
8.73. ábra: Értéknyilvánításos levél ára - elégedettség (n=142).....	38
8.74. ábra: Kedvezmények mértéke - elégedettség (n=95)	39
8.75. ábra: Csomagfeladás – külföld.....	39
8.76. ábra: Elfogadható-e a 20 kg-os csomaghatár 10kg-ra csökkentése?	40
8.77. ábra: Csomagok fogadása – külföldről	40
8.78. ábra: Kézbesítés gyorsasága - elégedettség (n=139)	41
8.79. ábra: Sérülésmentes kézbesítés - elégedettség (n=137).....	41
8.80. ábra: Személyes kézbesítés - elégedettség (n=125).....	42
8.81. ábra: Küldeményfeladás sokfélesége - elégedettség (n=124).....	42
8.82. ábra: Küldeményfelvétel szakszerűsége, gyorsasága - elégedettség (n=136).....	43
8.83. ábra: Küldemények nyomon követhetősége - elégedettség (n=116).....	43
8.84. ábra: Standard súlyú és méretű csomag ára - elégedettség (n=114)	44
8.85. ábra: Standardnál nagyobb súlyú vagy méretű csomag ára - elégedettség (n=88)	44
8.86. ábra: Tértivevényes csomag ára - elégedettség (n=90).....	45
8.87. ábra: Értéknyilvánításos csomag ára - elégedettség (n=93).....	45
8.88. ábra: Utánvételes csomag ára- elégedettség (n=93).....	46
8.89. ábra: Kedvezmények mértéke - elégedettség (n=67)	46
8.90. ábra: Visszakézbesítés díja (n=67).....	47

8.91. ábra: Árral kapcsolatos dimenziókkal való elégedettség a székhely elhelyezkedése szerint	47
8.92. ábra: Gyors- és futárposta használat – lakosságnak külföldre (N=295).....	48
8.93. ábra: Gyors- és futárposta használat – üzleti partnereknek külföldre (N=295).....	48
8.94. ábra: A kkv-k rózsaszín csekk használata (n=295).....	49
8.95. ábra: A kkv-k sárga csekk használata (n=295).....	49
8.96. ábra: Egy vállalatra jutó küldeményfeladások és fogadások B2C és B2B szerinti megosztásban.....	50
8.97. ábra: Vállalati küldeményfeladás relatív megoszlása	50

1. Bevezető

Jelen tanulmány az NMHH Postafelügyeleti Főosztálya által kezdeményezett „Igénybevevői használati és elégedettségi vizsgálat készítése az egyetemes postai szolgáltatásokkal kapcsolatos társadalmi elvárásokról” című beszerzési eljárás keretében elnyert kutatási projekt eredményeiről számol be és javaslatokat is megfogalmaz az eredmények nemzetközi kitekintésben való értékelése alapján.

A projekt keretében sor került nemzetközi összehasonlító információk és tapasztalatok gyűjtésére és feldolgozás az egyetemes postai szolgáltatással kapcsolatos szabályozás és a fogyasztói igények felmérése terén.

Lebonyolítottunk egy 1000 fős reprezentatív lakossági és egy 300 fős kkv mintán elvégzett adatfelvételt. Ennek keretében vizsgáltuk a postai, illetve a posta által nyújtott egyéb szolgáltatások használatát, az elvárásokat és az elégedettséget. Teszteltük továbbá a megkérdezettek reakcióit az egyetemes szolgáltatás szintjének növelését illetve csökkentését jelentő különböző alternatívákról.

A kutatás előkészítésében és a kérdőívek összeállításában és a vizsgálandó alternatívák előzetes felvázolásában segítségünkre volt az NMHH Postafelügyeleti Főosztályának szakembereivel és a Magyar Posta Zrt. szakembereivel folytatott interjúk, továbbá jó kiindulási pontot jelentettek az NMHH megbízásából készült korábbi fogyasztó felmérések eredményei.

A tanulmány nagy része az empirikus kutatás eredményeit és értékelését mutatja be. Vállalásunkhoz híven az eredmények fényében javaslatokat is megfogalmaztunk az egyetemes szolgáltatási kör alakítására.

A bevezető után 2. fejezetében az egyetemes postai szolgáltatásokra vonatkozó szabályozás EU-s gyakorlatát tekintjük át a vonatkozó aktuális nemzetközi szakirodalom feldolgozásával, majd a 3. fejezetben az egyetemes szolgáltatásokkal kapcsolatos kereslet jellemzőit vizsgáló korszerű empirikus kutatásokat mutatjuk be röviden. A tanulmány 4. fejezete röviden vázolja az egyetemes szolgáltatás területén a piacnyitás és a környezete változása következtében jelentkező kihívásokat. A tanulmány 5. fejezete számol be részletesen a lakossági és kkv kutatás eredményeiről. A 6. fejezetben értékeljük a vizsgálat eredményei alapján lehetséges szabályozási változásokat. Végül az eredmények ismeretében fogalmazzuk meg a javaslatokat, felvetéseket a postai egyetemes szolgáltatás tartalmának lehetséges változásairól.

2. Egyetemes szolgáltatási kötelezettség az EU országainak postapiacán

2.1. Az egyetemes szolgáltatási kötelezettség értelme

A postai szolgáltatások alapvető segítséget jelentenek az információk és dolgok egyik pontról a másikra való eljuttatásában, a küldő és fogadó felek összekapcsolásában és a földrajzi távolság áthidalásában a hétköznapi élet és a munka során is. Az alapvető jelentőség abból következik, hogy ha egyre több ember képes egyre több emberrel magán vagy üzleti jellegű kapcsolatban lenni, akkor annál többféle hasznos együttműködésre nyílik lehetőség. Ez pedig minden gazdasági és társadalmi prosperitás alapja.

Állami beavatkozás nélkül viszont a társadalmilag optimálisnak tekintett mértékhez képest gyakran „túl kevés” postai szolgáltatás jön létre, azaz kisebb kiterjedésű lenne a hálózat, ritkább lenne a kézbesítés, vagy éppen szűkebb lenne a szolgáltatási kör. Állami kényszerek nélkül cselekvő piaci szereplők bizonyos társadalmi hasznokat nem feltétlenül vesznek figyelembe döntéseik során, ezért a kelletténél kevésbé ösztönöztek megfelelő szintű postai szolgáltatások létrehozásában és használatában. Fontos megjegyezni ugyanakkor, hogy történeti okokból a postai szolgáltatás állami monopólium volt. Bár egyes országokban már korábban elindult a postai piacok legalább részleges liberalizációja, az Európai Unió tagállamaiban a hosszú átmeneti időszak után a teljes piacnyitást is meg kell valósítani.¹ A korábban liberalizált piacok tapasztalata megmutatta, hogy nem feltétlenül a piaci verseny az, amivel a szolgáltatások általános elérhetősége tekintetében probléma van.²

Alapvetően négyféle lehetséges forrása van annak, hogy a társadalom tagjai „maguktól” nem képesek olyan szintű postai szolgáltatást fenntartani és működtetni, ami számukra a lehető legjobb lenne.³ Ezek közül csupán kettő olyan, amely a gazdaság nem hatékony működésével van összefüggésben, így közgazdasági szempontból ezeket lehet értékelni. A másik kettőtől viszont inkább igazságossági problémák eredhetnek, amelyet emiatt inkább politikai szempontból lehet megítélni.

Az első hatékonysági problémát a *hálózati externália* jelentheti. Postai szolgáltatásokért mindenki csak annyit hajlandó fizetni, amennyire az neki magának hasznos. Az a tény ugyanakkor, hogy a küldeményt fogadó felhasználók postai szolgáltatásokkal elérhetőek, azt eredményezi, hogy ők is közvetlenül jól járhatnak. Általában elmondható, hogy a postai rendszer fenntartása lehetőséget teremt arra, hogy a küldők és fogadók közti kapcsolat bármikor kiszámítható feltételekkel hatékonyan létrejöhessen. Ha viszont ezekért a „plusz” hasznokért a postai szolgáltató(k) nem képes(ek) valamilyen „plusz” bevételre szert tenni, akkor előfordulhat, hogy a szükségesnél alacsonyabb szintű postai szolgáltatás jön létre. A

¹ Az EU-ban az Európai Bizottság postai direktívájának (EC DIRECTIVE 2008/6/EC) értelmében általában 2011-től, néhány ország esetében pedig 2013-tól teljesen meg kell nyitni a postai szolgáltatások piacát.

² Jelenleg például Németországban a teljesen liberalizált postapiac képes az ottani társadalmi optimumnak tekintett szolgáltatásmennyiséget és szolgáltatásszerkezetet létrehozni.

³ Lásd például Cremer et. al. (2007)

szolgáltató ugyanis viseli a tevékenység összes költségét, de az általa létrehozott társadalmi értéknek csak kisebb részét fizetik meg a felhasználók. Vagyis a kelleténél alulösztönzöttebbé válik. Megítélésünk szerint ez a hatékonysági probléma létezhet, de nem jelentős mértékű.

A második hatékonysági probléma a postai szolgáltatások *közjószág jellegéből* fakadhat. Eszerint azok számára is érték a postai hálózat létezése, akik egyáltalán nem vagy csak nagyon kevéssé használják. A postai szolgáltatások igénybevétele sokféle módon javítja az emberek közötti kommunikációt és együttműködés hatékonyságát, ennek sokféle tovaggyűrűző hatása lehet, ami végül is mindenkit érint. Ilyen általános hatás lehet például a társadalmi integritás erősödése, a gazdasági hatékonyság javulása vagy a demokratikus intézmények erősödése. Ezekből elvileg mindenki profitál. A probléma itt is az, hogy ha csak azok fizetnek a szolgáltatásért, akik közvetlenül is használják azt, akkor a kínálat a társadalmilag kívánatosnál alacsonyabb szintű lesz.

A harmadik probléma a legfontosabb, ez pedig olyan fogyasztók létezése, akik igénylik a szolgáltatást, de *fizetőképes keresletük* a szolgáltatás átlagköltségénél kisebb. Ők azok a védelemre szoruló (vulnerable) fogyasztók, akik még akár hatékony gazdasági működés mellett sem feltétlenül jutnának megfelelő postai szolgáltatáshoz. A társadalmi igazságosság szempontjából bizonyos rétegek szolgáltatásból való kimaradásához képest jobb az az állapot, amikor egy alapszintű szolgáltatáshoz mindenki hozzájuthat. A postai szolgáltatások sok ember számára valóban alapvető jelentőségűek a világgal való kapcsolattartás módjai közül. Számukra a társadalmi igazságosság jegyében általában biztosítani szeretnénk az alapvető szolgáltatásokhoz való hozzájutást, még ha nem is lennének képesek a szolgáltatás teljes költségének megfizetésére.

A negyedik probléma a *településtípusok közötti eltérések* vagy a *regionális különbségek* kiegyenlítését célzó politika, amely szintén alapvetően értékválasztás függvénye. Az állam támogathat bizonyos, elsősorban vidéki fogyasztókat azért, hogy megkönnyítse számukra a postai szolgáltatások használatát, ezáltal segítve a helyben maradásukat az elköltözéssel szemben. A hagyományos életközösségek védelme, a hagyományos vidéki környezet megóvása elsősorban újraelosztási kérdés, de jogosan alapozhat meg állami beavatkozást a postai szolgáltatások általános elérhetőségének biztosítására.

A fenti okokból kiindulva az államok (így az EU tagállamai is) bizonyos speciális kötelezettségeket rónak bizonyos postapiaci szolgáltató(k)ra. Az efféle kötelezettség lényege, hogy bizonyos szolgáltatáselemeket bizonyos minőségben és áron mindenki számára elérhetővé kell tenni. Az általános jelleg miatt ezeket egyetemes szolgáltatási kötelezettségnek (ESZK) hívjuk.

Az egyetemes szolgáltatás két lényeges tulajdonsága, az **általános (univerzális) elérhetőség** és a **megfizethetőség**. Az általános elérhetőség azt jelenti, hogy az ország egész területén, azaz a lakosság 100%-a számára elérhető, hozzáférhető szolgáltatásról van szó. Az egyetemes szolgáltatás lényege ebből a szempontból éppen az, hogy a piaci feltételek mellett, gazdaságosan nyújtott szolgáltatási lefedettségén túl, a szolgáltatások elérhetőségét mindenkire ki kell terjeszteni. A megfizethetőség pedig azt jelenti, hogy a felhasználók az egyetemes körbe tartozó szolgáltatásokat az adott társadalmi körülmények között megfizethető áron vehessék igénybe.

Az általános elérhetőség és a megfizethetőség kritériumai természetesen egy adott szolgáltatási körre vonatkoznak. Az egyetemes szolgáltatás szintje, tartalma ugyanakkor

fontos a rendszer fenntarthatósága szempontjából is. Egyrészt olyan szolgáltatásokat kell idesorolni, amelyek esetében az adott társadalmi-gazdasági körülmények között valóban fontos az általános elérhetőség biztosítása, másrészt arra is tekintettel kell lenni, hogy a postai egyetemes szolgáltatási rendszer egyúttal gazdaságilag is fenntartható legyen.

A teljes postai monopólium idején a fenntarthatóságot az biztosította, hogy a költség alatt árazott szolgáltatások veszteségét kompenzálta a költség fölött árazott szolgáltatások bevételeiből származó keresztfinanszírozás. A fokozatos postai liberalizáció épp a keresztfinanszírozó szolgáltatások piacait érintette. Átmeneti időre éppen ezért postai monopólium része maradt néhány olyan szolgáltatás – a fenntartott szolgáltatások – melyek bevétele finanszírozta az egyetemes szolgáltatások (esetleges) veszteségét. A teljes postai piacnyitás esetén, amennyiben az egyetemes szolgáltatások nyújtása veszteséges, akkor két lehetőség van ennek kompenzálására. Az egyik lehetőség az, hogy az állam az általános adókból támogatást nyújt az általa előírt ESZK fenntartására. A másik lehetőség, hogy a postai szolgáltatók egy szektorális adó, az egyetemes szolgáltatási alapba a postai szolgáltatásból származó bevételeikből befizetett hozzájárulás formájában viselik arányosan az egyetemes szolgáltatás terheit. A korábbi tapasztalatok alapján azonban a finanszírozási lehetőségekről érdemes megjegyezni annyit, hogy a legjobb megoldás, ha az ESZK önfenntartó, azaz a szolgáltatási szint és az árak úgy kerülnek meghatározásra, hogy a rendszer külső keresztfinanszírozás, illetve állami támogatás nélkül is működőképes. Amennyiben a fenntarthatósághoz támogatásra van szükség, ez mindenképpen nehezebbé teszi a rendszer stabil működésének biztosítását.

Az egyetemes szolgáltatás fenntarthatósága tehát az ESZK tartalmának, az elvárt szolgáltatási szintnek és az árazásnak a függvénye. A szakpolitika számára épp ezért fontos kérdés, hogy az adott társadalmi-gazdasági szint mellett melyek azok a szolgáltatások, amelyeket az ESZK körébe kell sorolni, milyen minőségi követelményeket kell a postai szolgáltatóknak teljesíteni. Amellett, hogy az ESZK egy kötelező minimumát az uniós postai irányelv rögzíti, egyes konkrét szolgáltatások illetve szolgáltatási paraméterek meghatározása olyan tagállami szakpolitikai feladat, amelynek során egyaránt tekintettel kell lenni az aktuális fogyasztói igényekre és a szolgáltatásnyújtás gazdasági feltételeire. Mivel a társadalmi igények és gazdasági feltételek változnak, az ESZK tartalma is szükségképpen változó. Az általunk végzett vizsgálat célja éppen az, hogy a változó tartalmú ESZK jelen korra érvényes szintjének meghatározásához a nemzetközi tapasztalatok és a hazai igények felmérésével kellő megalapozást adjon.

2.2. Az egyetemes szolgáltatási kötelezettség tartalma az egyes tagországokban

A kötelezettségek részletei tagállamonként eltérnek. De mindegyiknek igazodnia kell az Európai Bizottság legújabb, 2008-ban elfogadott postai direktívájához.⁴ Ebben az alfejezetben azt tekintjük át, hogy milyen eltérések voltak 2010-ben az egyes országok ESZK-re vonatkozó szabályozásában. Az egész tanulmány szempontjából ez azért fontos, mert ötleteket adhat arra, hogy a magyar szabályozás milyen módon alakítsa az ESZK tartalmát (azaz milyen elemeket vegyen esetleg ki az ESZK-ek közül vagy esetleg emeljen be oda).

⁴ EC DIRECTIVE 2008/6/EC

A pontos választáshoz ugyanakkor még nem elég, ha csak azt látjuk, hogy általában az EU-ban milyen típusú elvárások milyen mértékben érvényesülnek. Azt is tudni kell, hogy a fogyasztók mely szolgáltatási elemekhez ragaszkodnak inkább, illetve mit hiányolnak. Az ESZK-nek ugyanis az az értelme – ahogy azt az előzőekben tisztáztuk –, hogy olyan tevékenysége is előírjon a kijelölt postai szolgáltatóra, amit az magától, saját kereskedelmi érdekből nem lenne hajlandó megtenni, de a fogyasztók számára mégis fontos lenne. Ezért a következő alfejezetben az egyes tagállamokban elvégzett fogyasztói igényfelmérések eredményeiről fogunk majd áttekintést adni.

A tagállami ESZK-ek áttekintéséhez elsősorban a RAND Europe⁵ és a Copenhagen Economics⁶ közelmúltban készült tanulmányait használtunk fel forrásként. Mindkét elemzés nagyjából a 2010-es év elejére vonatkozik, de egymástól nagyrészt független adatforrásokat használtak.⁷ A két tanulmányban közölt információk alapvetően nincsenek ellentmondásban egymással, s egymástól is független forrásként kezelhetők, már csak azért is, mert elemzésükhöz nem pont ugyanazokat a szempontokat alkalmazták.

Jelen tanulmány két szempontból lépett tovább a felhasznált forrásokhoz képest. Egyrészt az adatokat úgy rendeztük új táblázatokba, hogy azok egyértelműen elősegítsék az országok eltérő ESZK-einek összehasonlíthatóságát. A különbségek egységes szemléletű áttekintése segít ugyanis abban, hogy könnyen megértsük, milyen variációk léteznek az EU-ban. Ez pedig megkönnyíti a hazai változtatások irányainak kiválasztását.

Másrészt kategorizáltuk is az egyes országokat aszerint, hogy mennyire kiterjedt, mennyire szélesen meghatározott az ESZK tartalma. Az összehasonlításra alapozva három csoportot különítettünk el: kicsi, átlagos, nagy. Ezzel a minősítés alapján történő sorba rendezéssel világosabbá válik, hogy a hazai szabályozás megváltoztatásával mennyire kerülünk az Európában létező szabályozások között az szűkebb vagy a szélesebb kört előírók közé.

Mindezt három dimenzió mentén külön-külön végeztük el. Kiindulópontunk szerint a fogyasztók számára fontos használati érték alapján célszerű csoportosítani a különböző ESZK-eket. A fogyasztók ugyanis nem közvetlenül az egyes szabályozási elemeket értékelik, hanem a rendszer számukra releváns elemeinek összességét. Ráadásul a fogyasztói értékelés számunkra különösen fontos. Arra jutottunk, hogy a fogyasztók hasznossági értékelését a postai szolgáltatások alapvetően három különböző jellemzője határozza meg:

- a szolgáltatás tartalma,
- a szolgáltatás gyorsasága,
- és a szolgáltatás térbeli elérhetősége.

Figyelembe vettük tehát az ESZK minden olyan elemét, amelyek valamelyik tényezőt befolyásolják, de kihagytuk az összehasonlításból azokat, amelyek nincsenek hatással vagy hatásuk nem jelentős. Az előírások szigorúságát külön ezekben a dimenziókban is

⁵ RAND (2010)

⁶ Copenhagen Economics (2011)

⁷ A Copenhagen Economics a nemzeti szabályozószervekhez, minisztériumokhoz és postai szolgáltatókhoz juttatott el kérdéseket 2010 első felében. A RAND Europe az International Post Corporation egyik 2010-es adatbázisát használta, amiről nem tudjuk pontosan, hogy milyen időpontra vonatkozó adatokat tartalmazott, mivel az adatbázis nem nyilvános.

kategorizáltuk. Majd végül összesítve ezeket az értékeket egy aggregált sorrendet is megállapítottunk.

Természetesen létezik egy negyedik nagyon fontos dimenzió az egyetemes szolgáltatások kapcsán: a szolgáltatások ára. Az ár az ESZK tartalmához tartozik, gyakran szabályozott, de nem az ESZK keretében. Mivel erre vonatkozó részletes és naprakész információink nem voltak, ezért az árdimenziót inkább kihagytuk az elemzésből.

Az eredmények részletes ismertetése előtt fontos megjegyezni, hogy azok nem mindig teljesen megbízhatóak. Egyrészt az alapkutatást elvégző szervezetek komoly erőfeszítései ellenére sem lehetünk biztosak benne, hogy az általuk használt adatforrások minden részletre kiterjedően pontos válaszokat adtak. Elképzelhető, hogy az alapadatok szolgáltatásába, vagy azok feldolgozásába hiba, vagy félreértés csúszott. Másrészt, az összehasonlíthatóság érdekében olyan ismérveket kellett felállítanunk, amelyekre a tagországokban azonos tartalmú adat áll rendelkezésre. Ezt minden igyekezetünk ellenére sem mindig lehetett kompromisszumok nélkül teljesíteni. Ezért egyrészt a közölt táblázatokban jeleztük, hol vannak némileg eltérő tartalmú adatok, másrészt pedig, a kevésbé fontosnak ítélt és csak kevés országban alkalmazott előírásokat összevontan kezeltük az „egyéb” kategóriában, amit aztán egy kétértékű (*dummy*) változóként kezeltünk.

2.2.1. Az egyetemes szolgáltatáskör az egyes országokban

2.1. táblázat: Az ESZK szolgáltatáskör az EU országokban

	levél súlykorlát ^a , kg	levélküldemény (basic letter post)	tömeges levélküldemény (bulk letters)	reklámküldemény (direct mail)	újság, magazin, folyóirat (periodicals)	hosszabb kézbesítési idejű küldemény (non-priority letters)	csomag súlykorlát ^a , kg	csomagküldemény (basic parcel post)	tömeges csomagküldemény (bulk parcels)	regisztrált és biztosított küldemények (registered and insured items)	pénzforgalmi szolgáltatás (money order)	egyéb ^b	ESZK kiterjedtsége ^{c,1}
Ausztria	2	●	●	●	●	●	20	●	●	●			n
Belgium	2	●	●	●	●	●	10*	●	●	●			a
Bulgária	2	●				●	?	●		●	●	●	a
Ciprus	2	●	●	●	●		20	●					a
Csehország	2	●					15	●		●	●	●	a
Dánia	2	●	●			●	20	●		●		●	a
Egyesült Királyság	2	●	●	●		●	20	●					a
Észtország	2	●				●	20	●		●			a
Finnország	2	●				●	10**	●		●			k
Franciaország	2	●	●	●	●	●	20	●		●		●	n
Görögország	2	●	●	●	●	●	20	●	●	●			n
Hollandia	2	●					10	●		●		●	k
Írország	2	●	●	●			20	●		●			a
Lengyelország	2	●				●	10*	●		●		●	k
Lettország	2	●	●	●	●	●	20	●		●		●	n
Litvánia	2	●	●			●	10*	●	●	●			a
Luxemburg	2	●	●	●	●	●	10	●	●	●			a
Magyarország	2	●	●	●	●	●	20	●	●	●		●	n
Málta	2	●	●	●	●		20	●	●	●		●	n
Németország	2	●				●	20	●		●		●	a
Olaszország	2	●	●				20	●		●			a
Portugália	2	●	●	●	●	●	20	●		●			n
Románia	2	●	●	●	●	●	10*	●		●			n
Spanyolország	2	●	●				10	●		●	●		k
Svédország	2	●	●			●	20	●					a
Szlovákia	2	●	●	●		●	10*	●	●	●	●		a
Szlovénia	2	●				●	20	●		●		●	a

Jelmagyarázat: *a*: A súlykorlát azt az értéket adja meg, amely alatt az egyetemes szolgáltatást végző vállalat köteles továbbítani a terméket.; *b*: Az egyéb kategória legtöbbször a vakoknak szánt küldeményeket jelenti, de előfordul bírósági iratok továbbítása is. *c*: kicsi (k), átlagos (á), nagy (n);

*: Külföldről érkezők 20 kg; **: külföldre menők 20kg, külföldről érkezők 30 kg;

Megjegyzések: 1: Az ESZK mértéke kicsi, ha a csomagok súlykorlátja 10 kg, és szinte csak az alapvető levél- és csomagküldeményekre szorítkozik. Nagy akkor, ha a csomagok súlykorlátja 20 kg, és szinte mindegyik felsorolt szolgáltatást megköveteli. A többi ország átlagos besorolású.

Forrás: súlykorlátok, regisztrált és biztosított küldemények, egyéb: Rand (2011) A.1. táblázat; levélküldemény, tömeges levélküldemény, reklámküldemény, újság, magazin, folyóirat, hosszabb kézbesítési idejű küldemény: Copenhagen Economics (2010) 5.4. táblázat.

2.2.2. A gyorsaságra vonatkozó egyetemes szolgáltatási kötelezettségek az egyes országokban

2.2. táblázat: A gyorsaságra vonatkozó kötelezettségek az EU országokban

	Egy héten legalább hány nap kell gyűjteni?	A gyűjtés napjától a kézbesítésig eltelt időre vonatkozó előírások. (J+N X%: A feladás napjától számított N. napra a feladott küldemények X százalékának kell célba érnie.)						Egy héten legalább hány nap kell kézbesíteni?	ESZK kiterjedtsége ^{b,1}
		leggyorsabb ^a levél J+1 (%)	leggyorsabb ^a levél J+2 (%)	leggyorsabb ^a levél J+3 (%)	leggyorsabb ^a csomag J+1 (%)	leggyorsabb ^a csomag J+2 (%)	leggyorsabb ^a csomag J+3 (%)		
Ausztria	5	95	98			90		5	n
Belgium	5	?	?	?	?	?	?	5	á
Bulgária	5	80	80*	95*				5	k
Ciprus	5	90		97				5	á
Csehország	5	90						5	á
Dánia	6	95			95			6	n
Egyesült Királyság	6	93		98,5*			90	6	n
Észtország	5	90		90*				5**	á
Finnország	5**	85	98					5**	k
Franciaország	6	84	95,5			86	95	6	á
Görögország	5	87		98				5	á
Hollandia	6	95						6	n
Írország	5	94		99,5				5**	á
Lengyelország	5	82	90	94	80			5	k
Lettország	5	97		97*				5	n
Litvánia	5	85		97				5	k
Luxemburg	5	95	99					5	n
Magyarország	5	85		97	80		95	5	k
Málta	5	97	98	99	97	98	99	5	n
Németország	6	80	95			80		6	á
Olaszország	5	?	?	?	?	?	?	5	á
Portugália	5	94,5		96,3*				5	á
Románia	5**	85	97					5**	k
Spanyolország	5			93			80	5	k
Svédország	5	85		97				5	k
Szlovákia	5	96	94*			95,5	95,5*	5**	n
Szlovénia	5	95	99,5					5	n

Jelmagyarázat: A ki nem töltött mezők esetén nincs előírás. A kérdőjeles mezők adathiányt jelölnek. *a*: Az adott napon belüli előírások közül azt vettük figyelembe, amelyik a leggyorsabban szállítandó küldeménykategóriához tartozik; *b*: kicsi (k), átlagos (á), nagy (n);

*: Ezek az előírások lassabb küldeménykategóriához tartoznak, mint ugyanabban az országban az alacsonyabb számú napoknál jelzett előíráshoz tartozó küldeménykategória gyorsasága. **: Földrajzi okokból bizonyos területeken kevesebb az előírás.

Megjegyzések: 1: Az ESZK mértéke kicsi, ha heti ötször kell gyűjteni és kézbesíteni a küldeményeket, továbbá egyik előírt J+1 sem nagyobb 85%-nál. Nagy akkor, ha (1) heti hatszor kell gyűjteni és kézbesíteni a küldeményeket, továbbá mindegyik előírt J+1 legalább 90%, vagy (2) heti ötször kell gyűjteni és kézbesíteni a küldeményeket, továbbá létezik J+1 korlát, ahol mindegyik előírt J+1 legalább 95%. A többi ország átlagos besorolású.

Forrás: minden adat: Rand (2011) A.3., A4., A5. táblázat; kézbesítés gyakorisága: Copenhagen Economics (2010) 5.5. táblázat.

2.2.3. Az elérhetőségre vonatkozó egyetemes szolgáltatási kötelezettségek az egyes országokban

2.3. táblázat: Az elérhetőségre vonatkozó előírások az EU országokban

	nincsen részletes előírás	nemzeti szabályozó szervezettel folytatott alku	jogszabály által előírt kötelezettség						ESZK kiterjedtsége ^{6,7}	
			országos minimum ^a , db posta	legkisebb önkormányzat ^b , db lakos	lakosságszám utáni kötelezettség vidéken ^c , db lakos	lakosságszám utáni kötelezettség városokban ^c , db lakos	távolságon belül ^d , km	területen belül ^e , km ²		egyéb kötelezettség
Ausztria			1650						•	á
Belgium			1300	1				10		á
Bulgária				800						n
Ciprus	•									k
Csehország								2		n
Dánia				5000				5	•	n
Egyesült Királyság								5*	•	n
Észtország				1	2500	20000				á
Finnország				1						k
Franciaország			17000	10000	20000	20000	10**		•	n
Görögország	•									k
Hollandia				5000	50000	50000	5***			á
Írország	•									k
Lengyelország			8240			7000		85		n
Lettország				1					•	k
Litvánia	•									k
Luxemburg	•									k
Magyarország				600	20000	20000	3***		•	n
Málta		•	59							á
Németország			12000	2000				2****	80	•
Olaszország										•
Portugália		•								á
Románia				1500						á
Spanyolország	•									k
Svédország	•									k
Szlovákia				2500	5000	5000				á
Szlovénia					500-3800 ház-tartás település-mérettől függően (1000-50000 ht.)					á

Jelmagyarázat:

a: Legalább ennyi egyetemes postai szolgáltatásokat ellátó egységnek kell működnie az országban. Az egyes országok eltérő módon engednek szűkebb és szélesebb kínálatú működő egységeket megkülönböztetni ezen a keretszámon belül.

b: Az a legkisebb lélekszámú település vagy önkormányzat, amelynek már legalább egy postahivatalt működtetnie kell.

c: Az adott helyen ennyi lakosra kell jusson legalább egy postahivatal.

d: Bárhol is éljen valaki az országban, legalább egy postahivatalnak az adott távolságnál közelebb kell lennie hozzá.

e: Fel kell tudunk osztani egy adott területet (Németország esetében minden járást (Landkreis), Lengyelország esetében csak a vidéki Lengyelországot) ekkora összefüggő területekre olyan módon, hogy mindegyik ilyenbe kerüljön legalább egy postahivatal.

f: Ide tartoznak a mobilpostára és a szűkített kínálatú postahivatalra vonatkozó előírások, valamint a bővebben ki nem fejtett szabályok. *g:* kicsi (k), átlagos (á), nagy (n)

* A fogyasztóknak csak legalább 95%-ára kell, hogy teljesüljön a távolsághorlát. **:A fogyasztóknak csak legalább 99%-ára kell, hogy teljesüljön a távolsághorlát. ***: A távolsághorlát az ország egésze helyett csak azokon a településtípusokon belül érvényes, ahol kell legalább egy, valamilyen postaállomást üzemeltetni. ****: A távolsághorlát az ország egésze helyett csak a legalább 4000 lakosú településeken belül érvényes. (Itt egyébként eleve kell legalább egy, valamilyen postaállomást üzemeltetni.)

Megjegyzések: 1: Az ESZK mértékének csoportosításánál sok mindent kellett egyszerre figyelembe venni. Egyértelmű eset volt az, amikor nincsenek részletes előírások. Ilyenkor az adott országhoz a kicsi minősítést rendeltük. Az is viszonylag egyértelmű volt, hogy sokféle részletszabály és magas számú egy főre eső előírt postakirendeltség (amit vagy közvetlenül előírnak, vagy megbecsültünk más előírásokból) esetén, nagy minősítést adunk.

Forrás: RAND (2011) A.2. táblázat

2.4. táblázat: Az ESZK általános kiterjedtsége az EU országokban

	szolgáltatáskör szerint	gyorsaság szerint	elérhetőség szerint	ESZK kiterjedtsége
Ausztria	n	n	á	5
Belgium	á	á	á	3
Bulgária	á	k	n	3
Ciprus	á	á	k	2
Csehország	á	á	n	4
Dánia	á	n	n	5
Egyesült Királyság	á	n	n	5
Észtország	á	á	á	3
Finnország	k	k	k	0
Franciaország	n	á	n	5
Görögország	n	á	k	3
Hollandia	k	n	á	3
Írország	á	á	k	2
Lengyelország	k	k	n	2
Lettország	n	n	k	4
Litvánia	á	k	k	1
Luxemburg	á	n	k	3
Magyarország	n	k	n	4
Málta	n	n	á	5
Németország	á	á	á	3
Olaszország	á	á	á	3
Portugália	n	á	á	4
Románia	n	k	á	3
Spanyolország	k	k	k	0
Svédország	á	k	k	1
Szlovákia	á	n	á	4
Szlovénia	á	n	á	4

Jelmagyarázat: kicsi (k), átlagos (á), nagy (n)

Megjegyzések: Az ESZK általános szolgáltatási kiterjedésének pontszámát úgy számoltuk ki, hogy összeadtuk a három dimenzióban elért pontszámokat az alábbi szerint: k=0, á=1, n=2.

A 2.4. táblázat alapján az általunk alkalmazott értékelés alapján jól elkülöníthetők egymástól azok az országok, ahol az ESZK tartalmát tekintve inkább széleskörű, több szolgáltatást magában foglaló, azoktól az országoktól, amelyek ezt a tartalmat közepesen vagy kifejezetten szűken határozzák meg.

Széleskörű ESZK van érvényben Ausztriában, Dániában, az Egyesült Királyságban, Franciaországban és Máltán. Ebbe a csoportba sorolhatjuk még Csehországot, Lettországot, Magyarországot, Portugáliát, Szlovákiát és Szlovéniát.

Közepes erősségű ESZK van érvényben Belgiumban, Bulgáriában, Észtországban, Görögországban, Hollandiában, Luxemburgban, Németországban, Olaszországban és Romániában. Az előbbieknél alacsonyabb szintű az ESZK, de még ide sorolható Ciprus, Írország, és Lengyelország.

Szűkre szabott az ESZK Finnországban, Litvániában, Spanyolországban és Svédországban.

3. Az EU-s egyetemes postai szolgáltatások kereslet oldali jellemzői

3.1. Módszertani megfontolások

Az egyéni döntésen alapuló keresletfelmérésekkel foglalkozó tanulmányok alapvetően kétféle módszerhez fordulhatnak, amikor a fogyasztók preferenciáit próbálják feltárni. Louvière és Timmermans⁸ cikke alapján a keresletet alapvetően vagy valamilyen természetes kísérlet (*revealed preference*) vagy pedig különböző felméréseken alapuló "szándékolt preferencia" (*stated preference*) nyilvánítások alapján lehet felmérni.⁹ Az elsőként említett módszerrel tudomásunk szerint postai keresletet jellemzően nem becsültek még - aminek többek között egy triviális magyarázata lehet, hogy mivel az itteni szolgáltatások mind minőségben és árban is hatóságilag szabályozottak - mely szabályok ritkán változnak - nincs olyan kvázi kísérleti szituáció, amivel a keresletet azonosítani lehetne. A postai szolgáltatások iránti keresleti becslését tovább bonyolítja, hogy az egyetemes szolgáltatás iránti keresletet - ami sok olyan összetevőből áll, aminek önmagában "nincs ára" - még az alapvető megfigyelési problémákon felül is komplikáltabb lekérdezni a fogyasztóktól.¹⁰

Ezen felül bevett szokás még az attitűd felmérések egy olyan formája, mely pusztán azt kérdezi meg a fogyasztótól, hogy egy szolgáltatásnak mely elemeit tartja fontosnak. Többek között a Copenhagen Economics¹¹ vizsgálata is tartalmaz ilyen jellegű kérdéseket, azonban az ebből következő eredményeket érdemes fenntartásokkal kezelni, mivel a lekérdezésekben nem tükröződik egy-egy szolgáltatás költség oldala, ezért kereslet olyan tényezők iránt is relevánsnak tűnhet, amiért a tényleges fizetési hajlandóság csekély.

3.2. Fogyasztói csoportok a postai szolgáltatások esetén

A postai szolgáltatások keresleti oldalával foglalkozó tanulmányok többféle tipizálást is használnak a jól megragadható jellemzés érdekében. Nagy általánosságban meg lehet különböztetni "feladó" és "címzett" feleket, akiket tovább bonthatunk lakossági és üzleti fogyasztókra – akik nyilván nagyban különböznek postai szolgáltatási fogyasztás tekintetében. A lakossági fogyasztók tipizálásakor az irodalom minden esetben megkülönböztet "átlagos" és "védelemre szoruló" (vulnerable) lakossági fogyasztókat.¹² Ez

⁸ Louvière és Timmermans, 1990

⁹ Természetes kísérletre egy elméleti példa lehet, hogy megvizsgáljuk, hogy egy árváltozás hatására - például a csomagküldés egységárának 30%-os emelésére - hogyan változik az eladott mennyiség, egyéb keresleti tényezők hatásának kiszűrése után. Ezzel szemben a szándékolt preferencia modellek hipotetikus szituációkra adott válaszok alapján derítik fel a fogyasztói preferenciákat.

¹⁰ RAND Europe, 2011

¹¹ Copenhagen Economics, 2010

¹² Sheldon és Lawrence (2011) definíciójában az idősebb, alacsony jövedelmű, tartósan beteg, fogyatékkal élő vagy mobilitásában korlátozott emberek, a Rand tanulmány (2011) országonként megválasztott jövedelmi kategóriák alapján, a Copenhagen Economics (2010) pedig csak példa szintjén említi az internet hozzáférést, mint megkülönböztető elemet.

a fajta megkülönböztetés alapvetően azért fontos, mert a különböző csoportokat eltérően érinti az egyetemes szolgáltatás tartalmának bármilyen irányú változtatása.¹³ Az üzleti fogyasztókon belül pedig a KKV és a nagyvállalati szektort szokás megkülönböztetni.¹⁴

3.3. Az ESZK szempontjából lényeges szolgáltatási jellemzők

A keresleti elemzés további lényeges kérdése, hogy alapvetően melyek azok a szolgáltatási jellemzők, melyek mentén a fogyasztói igények az ESZK tükrében relevánsan csokorba szedhetők.

A Copenhagen Economics¹⁵ tanulmányában is használt – időbeli, termékbeli, elérhetőségi – hármas felosztás hasznos vonalvezető lehet e tekintetben. Vizsgálatuk során tehát olyan szolgáltatásbeli igényeket mértek fel, melyek a kiszállítási napok számában vagy magának a kiszállításnak az idejében; bizonyos postai termékek (például a csoportos levél) iránti fizetési hajlandóságában; vagy magának a hálózat elérhetőségének valamilyen attribútumában különböztek. Ez a három kategória alkalmas arra, hogy megfelelően értékeljük a különböző fontos szolgáltatási jellemzőket.

A következőkben áttekintett tanulmányok megközelítése számos tekintetben eltérő, bár sok hasonló eredménnyel rendelkeznek. A keresleti és kínálati tényezők, a fogyasztói igények nagyban különböznek országonként és fogyasztói csoportonként. Általánosítás következtetések levonása egyáltalán nem triviális feladat. A tanulmányokban elemzett országok nagyban különböznek makro jellegű változóikban – mint GDP, demográfia stb. Ezen felül – ahogy arra már korábban is fény derült – az egyes országok postai piaca és az ESZK jelenlegi tartalma országonként eltérő, mely kínálat azonban nagyban hatással lehetett a fogyasztói preferenciákra is. Erre jó példa, hogy Lengyelországban az expressz levelek csupán 53%-a ért célba időben (a feladás másnapján), így a gyorsabb kiszállítás iránti igény relatíve magas (a másnapi kiszállításra vonatkozó előírás 80%-kal a lazábbak közé tartozik, ám ez teljes mértékben nem magyarázza az 53%-os arányt).¹⁶

3.4. A nemzetközi vizsgálatok eredményei

3.4.1. A fogyasztói csoportok leíró bemutatása

A konkrét szolgáltatásokkal kapcsolatos eredmények összefoglalása előtt a RAND tanulmánya¹⁷ alapján néhány bekezdésben összefoglaljuk, hogy a tipikus fogyasztói csoportok milyen postai fogyasztási szerkezettel jellemezhetők leginkább, illetve melyek azok a jelentősebb helyettesítési hatások, melyek a klasszikus postai szolgáltatások iránti

¹³ Például az internettel nem rendelkezőket másképpen érintik a postai levéllel kapcsolatos változások (ár, kézbesítési idő stb.), mivel az vélhetően sokkal fontosabb szerepet játszik kommunikációs szokásaikban, mint másoknál.

¹⁴ A köztük lévő különbség érzékelésére kellőképp jó példa, hogy míg egy nagyvállalat gyakran küld csoportos levelet, pl. számlákat, egy KKV levelek iránti kereslete ettől nagyságrendekkel kisebb. (RAND, 2011)

¹⁵ Copenhagen Economics, 2010

¹⁶ RAND, 2011, 75. oldal

¹⁷ RAND, 2011, 59-70. oldal

keresletüket befolyásolják. A RAND Europe által vizsgált három ország (Svédország, Olaszország és Lengyelország) elég nagy szórást mutat mind gazdasági fejlettségben és az ESZK kiterjedtségében is, így segíthet megérteni a később taglalt fogyasztói preferencia felmérés eredményeit.

Lakossági fogyasztók

- A lakossági fogyasztók inkább, mint a postai szolgáltatások címzettjei vannak kapcsolatban a postával
- Általában jellemző, hogy postai levélszolgáltatásokat sokkal intenzívebben használják Svédországban – Lengyelországhoz és Olaszországhoz képest:
 - ezt támasztja alá, hogy a levelet egyáltalán nem küldők aránya pusztán 24% Svédországban, addig ugyanez Olaszországban 35%;
 - a lakosság túlnyomó többsége havonta tíz levélnél kevesebbet kap (63%), azonban jelentős a 20-100 levélforgalommal bírók aránya is (17%) – fogadóként is Svédország a legjelentősebb;
- A csomagküldést tekintve tulajdonképpen hasonló állítások tehetők:
 - a lakosság 40%-a alig küld csomagot (maximum 5-öt évente);
 - míg Svédországban a csomagot egyáltalán nem küldők aránya csak 15%, addig Lengyelországban és Olaszországban ez 32% illetve 38%;
 - csomag fogadóként a lakosság többsége (58%) csak maximum öt csomagot kapott egy évben, míg 17%-uk esetében volt a bejövő forgalom tíznél nagyobb – ebben az esetben is áll, hogy Svédországban a legmagasabbak az arányok;
- az életkor és a postahasználat kapcsolata némileg kettős
 - levelek esetében látható, hogy a levélküldés gyakorisága a korral nő, a középkorosztály küldi a legtöbb levelet – ez vélhetően a fiatalabb korosztály erősebb internetes helyettesítésének tudható be;
 - érdekes módon a csomagküldési szokások nem függnek össze az életkorról – mivel a csomagküldésnek nincs elektronikus helyettesítője, sőt, az internetes rendelés elterjedésével a csomagküldés szerepe még nőhet is;

Üzleti fogyasztók

- A vállalatok levelezési szokásai nagyban különböznek a méret függvényében:
 - míg a nagyvállalatok 61%-a küld egy hónapban 500-nál is több levelet, addig a kkv-k esetében ez csupán 14%;
 - címzettként ugyanígy nagy aktivitást mutatnak: két-harmaduk több mint 100 levelet kap havonta, de ennek 90%-a nagyvállalat, a kkv-k esetében ez csak az 50%-ra igaz;
- A csomagküldést tekintve ez a szignifikáns mennyiségi különbség már nincs jelen (vállalat méret szerint)
 - a vállalatok több mint fele havonta több mint 6 csomagot küld és pusztán 16%-uk nem használja ezt a szolgáltatást;
 - a nagyvállalatok 17%-a, a kkv-k 15%- küld 100-nál is több csomagküldeményt;
 - címzettként pedig 20%-uk kap 100-nál is több csomagot, de a jellemzően 10-nél is több csomagot kap a vállalatok több mint fele;

A csomagküldésről általában elmondható, hogy míg a levélküldés sok szempontból visszaszorulóban lehet, az internet és így az internetes vásárlás terjedésével a csomagküldési piac időben erősödést mutathat. Az internetes vásárlás csökken az életkorral – ahogyan az internethasználat is. A demográfiai változások következtében hosszabb távon várható az internetes vásárlásból fakadó csomagküldemények számának növekedése (az új, interneten már aktívan vásárló generációk keresletének folyamatos megjelenésével).¹⁸

Itt kell még külön kiemelnünk, hogy a postai szolgáltatások – legalábbis a levelezés – legnagyobb versenytársa maga az online kommunikáció. Számos tanulmány mutat rá a levelek számának csökkenő trendjére, tehát az intermodális verseny a levelezési piacon abszolút jelen van. Ezt jól példázza, hogy a RAND attitűdfelmérése alapján a lakossági fogyasztók elsősorban a hagyományos levelezést helyettesítik az online kommunikációval; az üzleti fogyasztók pedig általánosságban az online szolgáltatásokat preferálták a postaival szemben (pl. számlabefizetés).¹⁹

A fogyasztók többsége az egyetemes szolgáltatót használja, mintegy negyedük használ alternatív szolgáltatókat is levél illetve csomagküldésre. Ezek a fogyasztók jellemzően fiatalabbak. A vállalkozások is nagyobb valószínűséggel fordulnak más szolgáltatóhoz – ötből négy vállalat használt már más szolgáltatót. Jellemző, hogy csomagküldésre inkább használnak más postai szolgáltatást nyújtó cégeket.²⁰

3.4.2. Fogyasztói preferenciák

A következőkben tételesen végigvesszük néhány empirikus tanulmány főbb eredményeit. Ehhez a következő tanulmányokat használtuk fel: Copenhagen Economics (2010),²¹ RAND Europe (2011),²² Sheldon és Lawrence (2008).²³ A tanulmányok öt országban végeztek felméréseket – Anglia, Ausztria, Lengyelország, Olaszország, Svédország –, a továbbiakban ezekre fogunk hivatkozni. Fontos látni, hogy a fizetési hajlandóságot vagy a szolgáltatások relatív fontosságát felmérni kívánó tanulmányok több szempontból is különböznek. A legfontosabb, hogy a tanulmányok eltérnek abban, hogy milyen szolgáltatási elemekre irányult a felmérés és amennyiben hasonló preferenciákra is rákérdeztek – mint például a kézbesítés gyakorisága – az eredmények eltérhetnek a lekérdezések módszertani különbségei miatt, illetve az adott szolgáltatási elem éppen nyújtott színvonalából fakadóan.

¹⁸ RAND, 2011

¹⁹ RAND, 2011

²⁰ RAND, 2011

²¹ A Copenhagen Economics tanulmány egy összesen 600 megfigyelésből álló lakossági mintát használt, illetve egy 142 elemű nagy vállalatokat és kkv-kat tartalmazó mintát.

²² Alapvetően három ország (Svédország, Lengyelország és Olaszország) adatait használja a tanulmány - melyek egy körültekintő kiválasztási folyamat végeredményeként adódtak (földrajz, népesség stb.) Összesen 1055 lakossági és 383 vállalati lekérdezést használnak.

²³ A tanulmány egy 300 elemszámú vállalati és egy 552 fős lakossági mintát használ.

Fontos továbbá megjegyezni, hogy az egyetemes szolgáltatás, mint fogalom sok esetben nem ismert a lakosság, de még a vállalatok számára sem.²⁴ Ennek praktikus folyamánya, hogy a fogyasztók nem igazán különítik el – hiszen erre nincsenek is rákényszerítve –, hogy a postai szolgáltatásnak melyek azok a részei, amik a jogszabályi előírások függvényében esetleg nem lennének elérhetők piaci alapon – így az ESZK-ben garantált szolgáltatások iránti fizetési hajlandóságukat sem triviális feltárni.

A 3.1. táblázat tartalmazza a fogyasztói csoportok egyes szolgáltatási minőségi jellemzőkre vonatkozó fő preferenciáit. Ez általános képet ad arról, hogy mik azok a szolgáltatáselemek, melyre van fizetési hajlandóság. A fő megállapításokat bővebben is kifejtjük, illetve külön figyelmet fordítunk az országspecifikus tényezőkre.

Gyorsasági és minőségi dimenziók

Küldemények kézbesítése

Kézbesítés gyakorisága: A fizetési határhajlandóság alapján a lakossági fogyasztóknak ez nem annyira lényeges szolgáltatáselem. A nagyobb vállalatok esetében azonban a levelezés annyira kritikus szolgáltatási paraméternek mutatkozott, hogy a ritkább kézbesítés esetén vagy más szolgáltatókhoz fordulnának, vagy online kommunikációra állnának át. A háromról öt naposra bővülő kiszállítáért nagyobb a fizetési határhajlandóság, mint a hat napos kiszállítási periódusokért.²⁵ Az angol minta mérése alapján azonban a fogyasztók (mind lakossági mind az üzleti szektor) hajlandók lennének többet fizetni a heti öt, de akár hat napos kiszállítáért is.²⁶

Kézbesítés gyorsasága (átfutási idő): A RAND tanulmány²⁷ bár általánosságban nem jelez előre nagy fogyasztói keresletet a gyors kiszállításra, eredményei alapján a védelemre szoruló fogyasztók esetében ez azonban egy fontos szolgáltatásnak bizonyult – mivel ők például internet hiányában nagyobb arányban használják még a levelezést „rövid válaszidejű” kommunikációra. A csomagok esetében ugyanezek az elvárások fogalmazódtak meg – annyi kiegészítéssel, hogy azokban az országokban, ahol az előírt kiszállítási gyorsaság túl kicsi (3 nap), mint Olaszországban és Lengyelországban, ott preferált a gyorsabb kiszállítás. További eredmény, hogy nem mutatkozik kereslet az egyetemes szolgáltatásba is belefoglalt két osztályba sorolt kiszállítási sztenderdre (pl. legyen másnapra és három napon belülre vonatkozó levélküldési sztenderd).²⁸ Az angol minta alapján – ahol az egyetemes szolgáltatás nem tartalmaz előírásként egy standard kiszállítási időfeltételt – a lakosság és a vállalati szektor is magas fizetési hajlandóságot mutat a másnapra történő kiszállítás iránt. A védelemre szoruló fogyasztók kereslete a másnapi, kétnapos és háromnapos kézbesítési sztenderd iránt is magas.²⁹

²⁴ Hooper et al., 2008

²⁵ Copenhagen Economics, 2010

²⁶ Sheldon és Lawrence, 2011

²⁷ RAND, 2011

²⁸ RAND, 2011

²⁹ Sheldon és Lawrence, 2011

Napon belüli kiszállítás: Míg a vállalati fogyasztók levelek esetében a korai kiszállítás preferálják, addig a lakossági fogyasztók inkább a későbbi kiszállítás hívei – például a RAND tanulmány³⁰ svéd és lengyel mintája alapján a lakosság kifejezetten későbbi kiszállítás párti. Ez a csomagok esetében is hasonló – az olasz és lengyel eredmények egyaránt a későbbi kézbesítés mellett szólnak – a svédek ebben indifferensnek mutatkoznak. A képet némileg árnyalja, hogy az angol minta alapján – bár a vállalatok ténylegesen csak a korábbi kiszállításért hajlandók többlet költséget vállalni, a fogyasztók – főleg a védelemre szorulóak – inkább a 8 vagy 12 óra előtti kiszállításért hajlandók többlet fizetni (igaz, a délután 3 órás korlát egyetemes szolgáltatásba foglalásáért is bár alacsony, de pozitív és szignifikáns fizetési hajlandóságot mutattak ki).³¹

Küldemények gyűjtése

Küldemények gyűjtésének gyakorisága: Mind a lakossági, mind az üzleti szektor lényeges elemnek tartja. Alapvetően az öt és hat napos gyűjtési gyakoriság releváns, annyi kiegészítéssel, hogy a nagyvállalatok többre értékelik a sűrűbb gyűjtést, mint a kkv-k. Ez az eredmény az angol mintán alapszik, és a kérdés az volt, hogy ahhoz az állapothoz képest, hogy a gyűjtési gyakoriság nem szabályozott az ESZK-ben, mekkora fizetési hajlandóságot mutatnak a fogyasztók a 3, 5 vagy 6 napos gyűjtési gyakoriság iránt.³²

A kézbesítés megbízhatósága

Időben történő kézbesítés: A lakossági fogyasztók bár relatíve csak kevésbé - tehát a többi ismérvhez képest relatíve kisebb fizetési hajlandóságot mutatva -, de értékelik a megbízhatósági fejlesztéseket – különösen a védelemre szoruló lakossági fogyasztók. Csomagok esetében ez nem mutatkozott fontos tényezőnek, kivéve az olasz lakosság esetében, akik hajlandók fizetni a pontosabb kézbesítésért.³³

Küldemények (levelek/csomagok) elvesztése: Ezek a fejlesztések mind a vállalati mind a lakossági fogyasztóknak egyaránt fontosnak bizonyultak. A lakossági fogyasztók között a sebezhetőbb fogyasztók esetében ennek értékelése még magasabb is volt a levelek esetén; a csomagok esetében az értékelés már nem annyira egyértelmű: míg a svéd minta alapján inkább a sebezhetőbb fogyasztók értékelték többre az elvesztett levelek számának csökkenését, a lengyel mintában inkább az átlag lakosság.³⁴ A nagyvállalatok és a kkv-k különösen nagy fizetési hajlandóságot mutatnak az elvesztett csomagok arányának csökkentésére, ami nem meglepő, hiszen ilyen formán vélhetően, vagy árut juttatnak el, vagy egymás közti beszállításokat rendeznek.

³⁰ RAND, 2011

³¹ Sheldon és Lawrence, 2011

³² Sheldon és Lawrence, 2011

³³ RAND, 2011

³⁴ RAND, 2011

A postai szolgáltatások elérhetősége

Postahivatali hálózati lefedettség: A lakossági és vállalati igények – a várakozásoknak megfelelően – eltérőek a postahivatali elérést illetően. Míg a lakosság fontosnak tartja a postahivatalok könnyű elérhetőségét, a vállalatok számára – melyek vélhetően átlagosan egyszerre több szolgáltatást, és lehetőség szerint koncentráltan vesznek igénybe – a sűrű postahálózat kevésbé bizonyul fontosnak. Mivel bevételi szempontból nem feltétlen a lakossági fogyasztók jelentik a posta fő bevételi forrását, vélhetően ez egy olyan szolgáltatás, ami előírások hiányában nem lenne a jelenlegihez hasonlóan kiterjedt.

Kézbesítési hálózati lefedettség: A lakossági fogyasztók a kézbesítésre vonatkozóan egyértelműen 100%-os postai hálózat pártiak és kompenzációt várnak ennek csökkentése esetén. Itt is a védelemre szoruló csoportok relatíve erősebb preferenciája jelenik meg, mely az intuícióval is egybecseng: ők azok, akik nehezebben találnak alternatívát olyan emberek elérésére, akik esetleg nem esnének bele a kézbesítési körbe – esetleg ők maguk azok, akiknek nem kézbesítenének a lefedettség csökkentésével.

Postahivatalok és szolgáltatóhelyek nyitva tartása: A lakosság körében erősen támogatott a hosszú – napon belüli – nyitva tartás, sőt a heti öt napos egész napi kiszolgáláshoz képest a hat naposat relatíve magasabbra értéklik. Az olaszországi lakossági minta alapján ezen felül az is látszik, hogy a védelemre nem szoruló fogyasztók jobban igénylik a hosszabb nyitva tartást.³⁵ Az angol minta alapján az derül ki, hogy a fogyasztókhoz képest a vállalatok relatíve kevésbé értéklik a hosszú illetve a hat napos nyitva tartást.³⁶

Házhozszállítás: A lakosság és a vállalatok esetében is egyöntetűen erős preferencia a házhozszállítás (országok között konzisztensen fontos) mind a levelek, mind a csomagok esetében.

Szolgáltatási kör

Egységes árazás: E tekintetben az eredmények nem mutatnak egy irányba: míg a svéd és a lengyel minta alapján a fogyasztók fizetési hajlandósága a távolság-független egységes árazásra elhanyagolható,³⁷ addig az angol minta alapján mind a lakossági mind a vállalati fogyasztók egyaránt magas fizetési hajlandóságot mutattak az egységes ár megtartása érdekében.³⁸ (A pontos kérdés a tanulmányban az volt, hogy mennyit fizetnének az egységes árazásért, ha az alternatíva a távolsági alapú árazás lenne.)

Csoportos küldemények: Nincs erős preferencia ennek a szolgáltatásnak az ESZK-n belül tartására – a szolgáltatást használók sem mutattak szignifikáns fizetési hajlandóságot a csoportos küldemények szabályozott körben tartása iránt.³⁹

³⁵ RAND, 2011

³⁶ Sheldon és Lawrence, 2011

³⁷ RAND, 2011

³⁸ Sheldon és Lawrence, 2008

³⁹ Copenhagen Economics, 2010

Pénzügyi szolgáltatások: Bár a többi szolgáltatás elemhez képest nem jelentős, de általában inkább preferált a lakosság körében, hogy az összes klasszikus postai szolgáltatáson felül pénzügyi szolgáltatásokhoz (mint például bankolás) is hozzáférjenek a postán. Ezzel szemben a vállalati ügyfelek számára ez nem fontos.⁴⁰

⁴⁰ RAND, 2011

3.1. táblázat: A lakossági és vállalati fogyasztók postai szolgáltatások iránti preferenciái

Jellemző	Lakosság	Vállalatok
Hálózati lefedettség - Postahivatalok száma/kézbesítési hálózati lefedettség	CE: fontos eleme a szolgáltatásnak; RAND: a sűrű postahivatali lefedettség fontos elem, a 100%-os kézbesítési lefedettség fontos elem	CE: nem fontos elem; RAND: mind a nagy vállalatok és a KKV-k preferálják a teljes lefedettségű hálózatot
Postahivatali nyitvatartás	SL: fontos eleme a szolgáltatásnak - magas fizetési hajlandóság: a hat napos egész napos nyitva tartás is erősen preferált; RAND: lényeges elem	SL: fontos elem - de a lakossághoz képest az üzlet számára relatíve kevésbé lényeges; RAND: mind a nagy vállalatok mind a KKV-k hajlandók fizetni a hosszabb nyitva tartásért
Kézbesítés gyakorisága	CE: fontos eleme a szolgáltatásnak; SL: fontos elem	CE: lényeges elem (helyettesítés jelenne meg ritkább kézbesítés esetén); SL: fontos elem; RAND: erős preferencia, a házhoz szállítás
Megbízhatóság (időben is)	SL: fontos, hogy az eljuttatás legyen megbízható, ez a védelemre szoruló fogyasztóknak relatíve fontosabb	SL: fontos, hogy az eljuttatás legyen megbízható; RAND: a nagyvállalatok fizetési hajlandósága erős az időben történő megbízható kézbesítés felé; az elveszett levelek arányának csökkentése irányában mind a nagy mind a KKV-k fizetési hajlandósága nagy
Eljuttatási idő (hány napon belül)	SL: fontos, hogy legyen másnapra való kézbesítési opció (a védelemre szoruló fogyasztóknak relatíve fontosabb); RAND: általánosságban nem érzékeny a lakosság az eljuttatási időre	SL: fontos, hogy legyen másnapra való kézbesítési opció; RAND: nagy vállalatoknak erős preferencia a másnapi kézbesítés, a KKV-nak kevésbé
Napon belüli kézbesítési idő	SL: fontos, hogy legyen egy sztenderd kézbesítési határidő	SL: fontos, hogy legyen egy sztenderd kézbesítési határidő (korábbi időpont erősen preferált); RAND: erős preferencia a korai kézbesítés (dél előtt 9 óráig)
Gyűjtési gyakoriság	SL: fontos eleme a szolgáltatásnak (öt illetve hat napos gyűjtési gyakoriság iránt magas fizetési hajlandóság)	SL: fontos eleme a szolgáltatásnak (öt illetve hat napos küldemény gyűjtési gyakoriság iránt magas fizetési hajlandóság) - nagy vállalatoknak relatíve fontosabb a KKV-hoz képest
Csoportos küldemény	nem releváns	CE: nem tartják fontosnak, hogy az ESZK része legyen
Egységes árazás	SL: fontos, hogy nincs (távolságban) differenciált árazás, s ez a védelemre szoruló fogyasztóknak relatíve fontosabb; RAND: kevésbé fontos elem	SL: fontos, hogy nincs differenciált árazás; RAND: mind a nagyvállalatok és a KKV-k az egységes árazást preferálják, de a többi szolgáltatáselemhez képest relatíve alacsony értékelés
Szolgáltatási kör	RAND: mérsékelten fontos elem, hogy a szolgáltatások teljes köre és pénzügyi szolgáltatások is elérhetők legyenek (kimutathatóan pozitív, de relatíve kevésbé fontos)	RAND: sem a nagy vállalatok sem a KKV-k nem tartják fontosnak, hogy a szolgáltatások teljes köre (így pénzügyi szolg.) elérhetők legyenek minden hivatalból

Rövidítések: CE: Copenhagen Economics (2010), SL: Sheldon és Lawrence (2011), RAND: RAND (2011)

4. Nemzetközi tapasztalatok a szabályozás átalakításában

Ebben a részben az előzetesen összegyűjtött információk (a Magyar Postával és az NMHH-val folytatott interjú, valamint a nemzetközi szakirodalom feldolgozása) alapján alternatívákat mutatunk be a postai ESZK tartalmi szabályozásának kialakítására.

4.1. Az átalakítás motivációi

Az előzőekben láttuk, hogy a postai egyetemes szolgáltatás szabályozása terén komoly eltérések vannak az egyes tagállamok gyakorlatában. Az uniós irányelvek, mint legkisebb közös nevező betartása mellett különbségek mutatkoznak abban, hogy az egyes tagországok milyen szolgáltatásokat vonnak az egyetemes körbe, továbbá változatos minimum követelményeket fogalmaznak meg a postai szolgáltatások elérhetőségével és a szolgáltatási szinttel kapcsolatban.

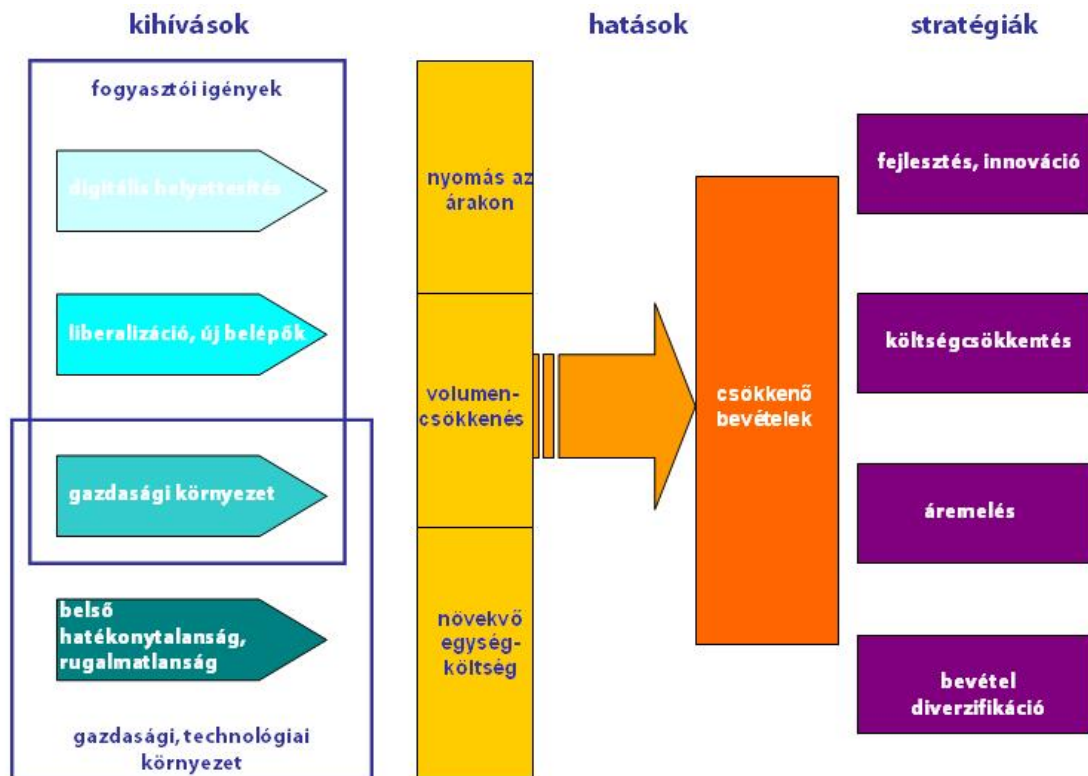
Az uniós irányelv alapján a postai egyetemes szolgáltatás definiálásánál a legfontosabb szempont, hogy az ide sorolt szolgáltatások köre és szolgáltatási szintje a mindenkori társadalmi, gazdasági és technológiai környezetnek megfelelően szolgálja ki a *fogyasztói igényeket*. A szabályozás módosításának tehát ez a legfőbb motivációja. A fogyasztói igényeken keresztül természetesen társadalmi, gazdasági és technológiai tényezők is befolyásolják a szabályozás átalakítását – ez azonban jellemzően lassabb és hosszabb távú alkalmazkodást jelent. Az egyetemes szolgáltatások körének és szintjének módosítása elméletileg történhet az egyetemes postai szolgáltatók saját hatáskörben hozott stratégiai döntései alapján is, ezeknek az „önálló” döntéseknek a mozgásterét azonban a mindenkori aktuális szabályozás jelöli ki. Ez a mozgáster – ahogy a korábbi fejezetben láttuk – sok európai országban igen szűkre szabott (lásd az „erős” egyetemes szabályozással rendelkező országokat).

Az alternatívák felállítása szempontjából elsősorban a szabályozás módosításai jó példák számunkra, azonban az is fontos információ (a magyar jogalkotó, a szabályozó hatóság és magyar egyetemes postai szolgáltató számára egyaránt), hogy az egyetemes postai szolgáltatók a saját mozgásterükön belül milyen változtatásokat tudtak végrehajtani az egyetemes szolgáltatások terén Európában.

A WIK 2011-es összefoglalója⁴¹ és a Consumer Focus 2011-es kiadványa alapján jól össze lehet foglalni azokat a tényezőket, melyek befolyásolják a szabályozók hosszabb távú és az egyetemes postai szolgáltatók rövidebb távú stratégiai döntéseit, vagyis azokat a döntéseket, melyek hatnak az egyetemes szolgáltatási kör meghatározására, szabályozására fenntartására és működtetésére.

⁴¹ WIK (2011a)

4.1. ábra Stratégiai kihívások és hatások az egyetemes szolgáltatók számára



Forrás: Infrapont a WIK (2011a) és a Consumer Focus (2011) alapján

4.1.1. Digitális helyettesítés

A fogyasztói igényeket és szokásokat meghatározó tényezők közül a digitális helyettesítés a legerősebb.⁴² Az elektronikus kommunikáció erősödésével két hatás jelentkezik a postai szolgáltatások terén: az ún. e-helyettesítés (*e-substitution*) és az e-teljesítés (*e-fulfilment*).⁴³ Az előbbi a levélforgalom csökkenését, az utóbbi csomagforgalom növekedését eredményezi. Mivel azonban a csomagforgalom volumenre jóval kisebb, továbbá mivel a csomagpiacon jellemzően sokkal erősebb a verseny, azért az e-helyettesítés volumencsökkentő hatása nagyobb, mint az e-teljesítés volumennövelő hatása.

4.1.2. Liberalizáció, új belépők

A postai piacok fokozatos liberalizációjának folyamata az utóbbi három évtizedben a legmarkánsabb szabályozási változás ezeken a piacokon.⁴⁴ A piacnyitás egyrészt

⁴² Swiss Economics (2010), Consumer Focus (2011), Adra-Asher-Marsh (2011)

⁴³ Hooper (2010)

⁴⁴ Európában 2011-re 17 tagállamban történt meg de jure a teljes piacnyitás – az a teljes uniós levélforgalom 94%-át jelenti. A gyakorlatban azonban a teljes levélforgalom 60%-a származik olyan piacokról, melyek valóban liberalizáltak, vagyis nincs monopólium egyik szegmensben sem.⁴⁴ Ez tulajdonképpen hét ország: Finnország, Svédország, Egyesült Királyság, Németország, Hollandia, Spanyolország, Észtország. (WIK, 2011b)

közvetlenül indukált egy szabályozási átalakulást az uniós elvek implementációján keresztül, másrészt a piacnyitás eredményeként újabb szabályozási és üzleti-stratégiai kihívásokat szült. Tanulmányunknak ebben a részben csak az utóbbi módosításokra koncentrálnunk.

A liberalizációs folyamat nem csak az új piaci szereplők illetve versenytársak megjelenése miatt hat a szabályozására és az egyetemes szolgáltatás megszervezésére, hanem azért is, mert a liberalizáció nyomán felszámolásra kerül az egyetemes szolgáltatók legfőbb védett kiegészítő bevételi forrása, a fenntartott szolgáltatások köre, mely jellemzően stabil és kiszámítható bevételeket jelentett. A verseny megjelenése ebben a korábban fennálló monopólium mellett stabil megtérülést biztosító piaci szegmensben az egyéb kötelező, de gyakran veszteséges egyetemes szolgáltatási elemek finanszírozási fenntarthatóságát veszélyezteti. A finanszírozási teher végső soron akár az adófizetőkre is szállhat, amennyiben az egyetemes szolgáltató kompenzációja indokolttá válik.⁴⁵

4.1.3. Gazdasági környezet

A finanszírozási nehézségek, a foglalkoztatáspolitikai és egyéb politikai megfontolások is hathatnak az egyetemes szolgáltatások szabályozására és megszervezésére. Ezen túl a gazdasági körülmények azonban közvetve, a fogyasztói igények és szokások átalakulásán keresztül, is hathat erre (pl. a szélessávú internet hozzáférés terjedésén keresztül, a fizetőképes kereslet növekedésén vagy csökkenésén keresztül).

4.1.4. Belső hatékonyság, rugalmatlanság

Az egyetemes postai szolgáltatók, mint volt állami monopóliumok, a legtöbb európai országban ugyanazokkal a problémákkal küzdöttek/küzdenek: technológiai fejlesztés alacsony szintje vagy hiánya, túlfoglalkoztatottság, rugalmatlanságok a működésben és a szolgáltatásban, s más hasonló, az állami tulajdon és a hosszú ideig élvezett monopóliumhelyzet következményeiként létező hatékonyságcsökkentő tényezők.

4.2. Szabályozói beavatkozások

A Copenhagen Economics⁴⁶ elemzése szerint az egyetemes postai szolgáltatásokkal kapcsolatos szabályozás terén nem sok változás történt az európai tagállamokban az elmúlt évtizedekben. A ténylegesen végrehajtott szolgáltatásbővítést vagy -szűkítést jellemzően az uniós irányelvekhez történő igazodás motiválta, a fogyasztói igények és szokások változása nyomán kevés módosítás történt az egyetemes postai szolgáltatások szabályozásában. Az előforduló változtatások (jellemzően szűkítések) leginkább a következő dimenziókban jelentkeztek:

⁴⁵ A Copenhagen Economics (2011) beszámolója alapján jelenleg csak kevés európai országban (Szlovéniában, Máltán, Spanyolországban és Izlandon) merül fel jogos igényként a kompenzáció, bár az egyetemes szolgáltatások relatív költségei a jövőben növekedhetnek és így bővíthet ezen országok köre.

⁴⁶ Copenhagen Economics (2011)

- **szolgáltatási kör:** bizonyos szolgáltatások (pl. reklámküldemények, tömeges küldemények) részleges vagy teljes kivétele az ESZK körből (pl. Hollandia, Egyesült Királyság);⁴⁷
- **szolgáltatás idődimenziója:** ritkább kézbesítés hetente (pl. Németország, Hollandia),⁴⁸ hosszabb kézbesítési idő;
- **szolgáltatás elérhetősége:** ritkább hálózat, kevesebb postahivatal (pl. Németország, Olaszország, Ausztria).⁴⁹

Az előző fejezetben bemutatott nemzetközi összehasonlító tanulmányok,⁵⁰ melyek a fogyasztói preferenciák mérésére is kitértek a javaslatokat is megfogalmaztak szabályozók felé. A RAND⁵¹ anyaga a következőket tartotta fontosnak kiemelni:

- az egyetemes szolgáltatási körrel kapcsolatos elvárások fókuszában a lakosság és az üzleti kisfogyasztói (kkv) kör igényeinek kielégítésének kell állnia;
- a feladó oldalon az elérhetőség és a kényelem a legfontosabb szempont: postahivatalok közelsége, nyitva tartás;
- a címzett oldalon a házhoz szállítás a legfontosabb szempont, azonban nem bármilyen áron;
- mindkét oldalon hangsúlyos szempont a kézbesítés sikeressége, ami a küldemény sértetlen, eltűnés, elkavarodás nélküli, időben történő megérkezését jelenti;
- a kézbesítés gyorsasága már nem mindenhol fontos jellemző Európában, ahol a fontos szempontok közé kerül, jellemzően ott is elég egy-egy küldeménytípus esetén igénylik a kézbesítés gyorsítását

4.3. Egyetemes postai szolgáltatók stratégiai döntései

Az WIK (2011a) és az Accenture (2008) megállapításait összegezve az előzőekben bemutatott kihívásokra (liberalizáció, digitális helyettesítés, gazdasági válság, belső hatékonytalanságok)⁵² az egyetemes postai szolgáltatók a következő lépésekkel reagáltak leggyakrabban:

- költségcsökkentés,
- árazás,
- szolgáltatásminőség javítás és innováció,
- bevétel diverzifikáció.

⁴⁷ KPMG (2008)

⁴⁸ Accenture (2008)

⁴⁹ Accenture (2008)

⁵⁰ Copenhagen (2011), RAND (2011)

⁵¹ RAND Europe (2011)

⁵² Az Accenture (2008) tanulmány kifejezetten a liberalizáció hatásaiként értelmezi a legtöbb változást. Véleményünk szerint a korábban bemutatott tényezők hatása nehezen szétválasztható. Az egyetemes postai szolgáltatók reakcióit inkább a külső körülmények összességére adott válaszként értelmezzük.

4.3.1. Költségcsökkentés

A költségcsökkentés egy része azzal valósult meg, hogy a szabályozás átalakításának köszönhetően az egyetemes postai szolgáltatóknak lehetősége nyílt az alaphálózat átszervezésére, melynek során csökkenteni tudták a hálózat sűrűségét és a legkevésbé hatékony hálózati elemek a vidéki postahivatalok számát:⁵³ akár bezárással akár a működtetés átadásával.⁵⁴ A költségcsökkentés egy másik forrása a kézbesítési gyakoriság csökkentése és a kézbesítési idő hosszának növelése volt, melyre ugyancsak a szabályozás átalakítása adott lehetőséget néhány tagállamban az egyetemes postai szolgáltatóknak.

Ezeket túl, saját hatáskörben több egyetemes szolgáltatónál olyan hatékonyságnövelő intézkedéseket és kiszervezéseket valósítottak meg, mely a munkaerő (kb. 10-40%-os) csökkentésével járt (pl. Egyesült Királyság, Svájc) vagy egyéb módokon (pl. alacsonyabb és rugalmasabb bérezés mellett alkalmazott postai kézbesítők) csökkentették a postai szolgáltatások változó költségeit. Fontos költségcsökkentő és hatékonyságnövelő intézkedésnek számított a belső postai IT-rendszerek átalakítása és optimalizálása, mellyel gyorsabbá és szervezettebbé tették az egyetemes postai szolgáltatásokkal kapcsolatos tevékenységeket is (pl. Franciaország).

4.3.2. Árazás

A legtöbb országban a liberalizáció jellemzően az árak csökkenését hozta a postai piacokon, így az egyetemes szolgáltatások körében is.⁵⁵ Az árcsökkenés főleg a nagyfogyasztókat érintette kedvezően. Az árazás átalakításának eredményeképpen sokkal rugalmasabb és differenciáltabb tarifarendszer alakult ki a postai piacokon.

A differenciálás jellemző dimenziói:

- küldemény-előkészítés mértéke (valamennyi vizsgált országban),
- földrajzi zónák (pl. Németország, Hollandia, Svédország),
- forgalom nagysága (pl. Franciaország),
- küldemény mérete és súlya (pl. Egyesült Királyság),
- szolgáltatási szint, pl.: kézbesítési idő (pl.: Hollandia),
- fogyasztói hűség (pl.: Svédország).

4.3.3. Szolgáltatásminőség javítás és innováció

Sok egyetemes szolgáltató nekilátott a szolgáltatási színvonal fejlesztésének: pl.: a kézbesítési idő csökkentése (pl.: Franciaország) vagy a postai szolgáltató helyekhez való jobb hozzáférés biztosítása a városokban (pl. hosszabb nyitva tartással). Néhány egyetemes szolgáltató azzal is próbálkozott, hogy egy szűkebb lakossági fogyasztói körnél innovatívabb termékeket és szolgáltatásokat is bevezessen, pl.: elektronikusan

⁵³ Az érintett tagállamokban a hálózatszűkítés átlagos mértéke 2008-ig kb. 30-40% -os volt.

⁵⁴ Ennek a módja jellemzően, hogy franchise rendszerben működtetnek tovább postai ügynökségeket.

⁵⁵ Kivétel ez alól Svédország, ahol az elsőbbségi szolgáltatások árát – egy alacsonyabb árszintről – jelentősen (kb. 30%-kal) megemelték.

visszaigazolt levelek (Németország, Svájc), prémium csomagszolgáltatások (pl. csomagfeladó automata, pickup-point: Németország, Olaszország, Egyesült Királyság). Ezekkel a szolgáltatásminőség javítása terén megvalósított újításokkal az egyetemes szolgáltatók – a nagyobb versenynyomás miatt – inkább a nagyfogyasztói körre koncentráltak, pl.: küldeménykészítő és -előkészítő szolgáltatások (reklámküldemények nyomtatása, hajtogatás, betűzés, szortírozás, szállítás), magasabb hozzáadott értékű szolgáltatások (szofisztikált címzés, kampány-hatásmérés, adatbázis menedzsment - pl. Egyesült Királyság).

4.3.4. Bevétel diverzifikáció

A postai szolgáltatás jövedelmezőségének javítására az egyetemes szolgáltatók nagy része elkezdett kiépíteni a főtevékenységi területhez kapcsolódó mellékszolgáltatásokat és új postai ágazatokat is:

- gyorspostai szolgáltatás, áruszállítás, logisztikai szolgáltatások (pl. Németország, Hollandia),
- új típusú ügyfélszolgálati és pénzforgalmi tevékenységek (biztosításkötés, hitelügyintézés kkv-knak, lakossági hitelkártya-szolgáltatás) a postahivatalokon keresztül (pl. Franciaország, Olaszország, Egyesült Királyság),
- digitális helyettesítő szolgáltatások: telekommunikáció, internet hozzáférés, *e-payment* szolgáltatás (pl. Egyesült Királyság, Svédország, Olaszország),
- nemzetközi terjeszkedés (pl.: gyorsposta és levélkézbesítés terén – Németország, Hollandia; csomagkézbesítés terén – Franciaország, Egyesült Királyság; dokumentum menedzsment terén – Olaszország, Svájc; logisztika terén – Svédország, Norvégia).

Fontos tapasztalat az is, hogy az egyetemes szolgáltatási körben végrehajtott innováció a liberalizált piacokon inkább ritka, mert az új belépők a nagy fogyasztókra (tömeges levélküldőkre) koncentrálnak építve ügyfélbázist, ahol az új, innovatív (pl. hibrid analóg-digitális) postai szolgáltatásokkal kapcsolatban kisebb az érdeklődés. Emiatt az új belépők inkább a nagykereskedelmi szakaszon (küldemény előkészítés, küldeménytovábbítást, stb.) igyekeznek fejleszteni. Az ilyen innovációk hatása természetesen az egyetemes szolgáltatások terén is érezhető, azonban a kifejezetten a lakossági és a kisfogyasztó üzleti szektort célzó innovációk kevésbé jellemzőek.⁵⁶

⁵⁶ Accenture, 2008

5. Az empirikus kutatás eredményei

Az ajánlatban vállaltaknak megfelelően az egyetemes postai szolgáltatások használatát és a fogyasztói elégedettséget egy a lakosság körében és egy a kis- és középvállalkozások körében végzett kérdőíves felméréssel térképeztük fel. Az ajánlatban többletszolgáltatásként vállaltuk a postai pénzforgalmi és az egyéb postai szolgáltatások használatának vizsgálatát, és az ezzel kapcsolatos elégedettség feltárását is. Ezeken túl vállaltuk, hogy a postai szolgáltatásokkal kapcsolatos fogyasztói preferenciák irányának és intenzitásának méréséhez – a korábbi felmérésektől eltérő, de a modern nemzetközi kutatási eljárásokhoz jobban illeszkedő – módszertant mutatunk be és alkalmazunk.

Itt jegyezzük meg, hogy ebben a kutatásban azért fontos a kis- és középvállalkozások (továbbiakban: kkv-k) postahasználatának vizsgálata, mert a postai forgalmuk sokkal inkább hasonlít a lakossági fogyasztókéhoz, mint a nagyobb üzleti fogyasztókéhoz. A kkv szektor tagjai nem kötnek tömegesen egyedi szerződést a Magyar Postával, így a postaforgalmuk nagy része az egyetemes szolgáltatási körben bonyolódik, akárcsak a lakossági fogyasztóknak. A fogyasztás volumene terén tapasztalható hasonlóságok mellett, azonban jelentős különbségek is megfigyelhetők a két csoport posta használatában. Ez indokolta azt, hogy a lakossági és a kkv kör számára külön kérdőívet készítsünk és külön lekérdezés keretében mérjük fel a fogyasztási szokásaikat és preferenciáikat. Előzetes feltételezésünk szerint különbség mutatkozhat a csomagfeladási szokásokban, a postai pénzforgalmi szolgáltatások használatában, az ezekkel kapcsolatos preferenciákban és a kézbesítés gyakoriságával kapcsolatos preferenciákban is.

Ebben a fejezetben a lekérdezések módszertanának, illetve a felvett mintáknak a bemutatása után a kutatás eredményeit közöljük. Először a lakossági, majd a kkv felmérés eredményeit mutatjuk be.

5.1. A vizsgálati megközelítés szemléleti kerete

A postai egyetemes szolgáltatások helyzetével, megítélésével foglalkozó felmérés lebonyolításának szakmai és módszertani szempontjai meghatározó jelentőségűek a várható eredmények használhatósága szempontjából. Az alábbiakban a minőségi eredményeket biztosító, ugyanakkor a rendelkezésre álló költségkeretbe is beleférő adatfelvételei és elemzési stratégia kialakításának szempontjait és a választott megoldás indokait részletezzük.

Az egyetemes szolgáltatásokat igénybevevők fogyasztási jellemzőinek, elégedettségének és igényeinek empirikus vizsgálata primer piackutatást igényel. Az empirikus kutatás közvetlen tárgya a kiíró igényei szerint az egyetemes postai szolgáltatások iránti igények vizsgálata. A vizsgálat látókörét célszerű azonban kitágítani a tágabb társadalmi és gazdasági kontextus feltárásához és megértéséhez. Ezért célszerű a kutatást kiegészíteni az egyetemes szolgáltató által kötelezően nyújtandó nem postai szolgáltatásokkal, együtt vizsgálni az igénybevevő számára megjelenő postapiaci szolgáltatási alternatívákkal – pl. gyors-, futár és integrált posta⁵⁷ –, s a megfelelő elemzési kontextus érdekében a vizsgált

⁵⁷ A szöveg későbbi részében az egyszerűség kedvéért csak gyors- és futárpostát használunk, de beleértjük az integrált szolgáltatókat is.

szolgáltatások körét kibővíteni a mai digitális környezetnek megfelelő elektronikus levél helyettesítőkkel és más megoldásokkal.

Az általunk vizsgált szolgáltatások központi eleme tehát:

Egyetemes és az egyetemes szolgáltató által kötelezően nyújtott szolgáltatások:

- a kettő kilogrammot meg nem haladó tömegű belföldi és nemzetközi levélküldeményekkel, címzett reklámküldeményekkel és nyomtatványokkal kapcsolatos postai szolgáltatás;
- a 20 kilogrammot meg nem haladó tömegű belföldi és nemzetközi postacsomagokkal kapcsolatos postai szolgáltatás;
- az új törvénytervezet szerint a hivatalos iratok.

Kiegészítő elemek:

- kötelező, nem postai szolgáltatások (pl. pénzforgalmi szolgáltatások);
- nem egyetemes, postai szolgáltatások;
- digitális helyettesítők

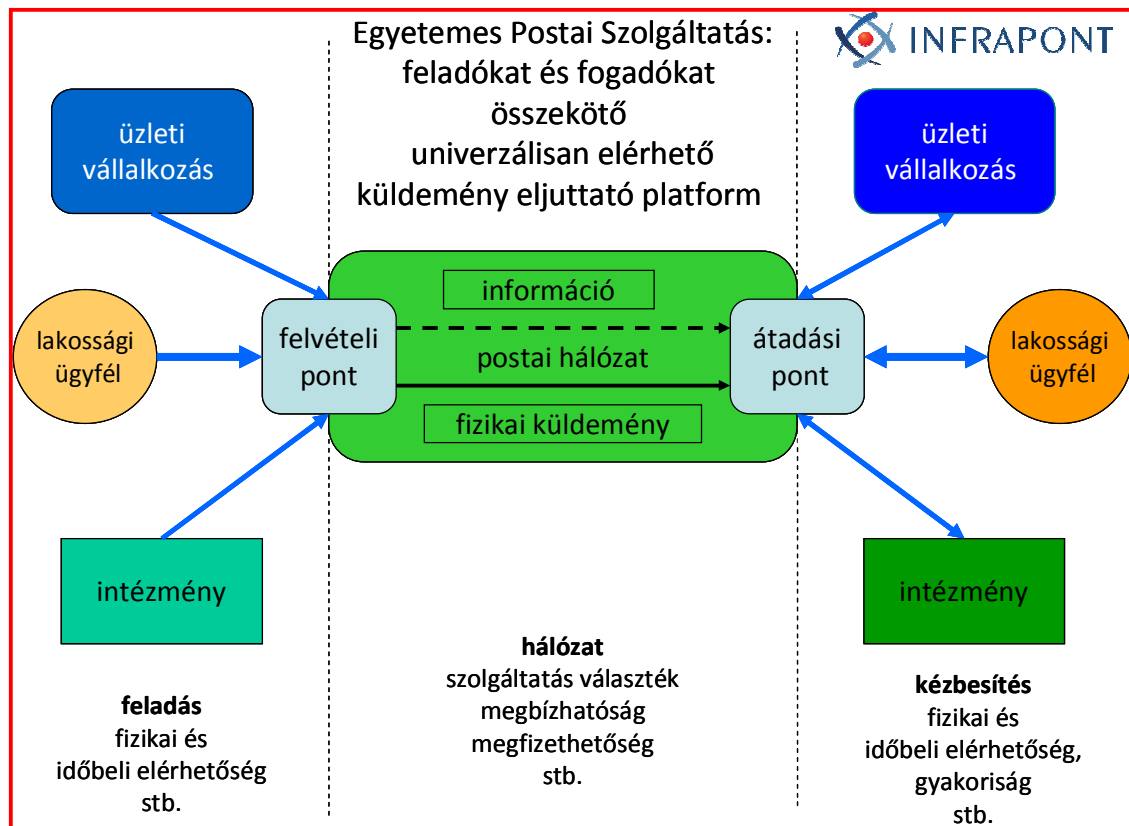
A vizsgálat szempontjai a szolgáltatások kapcsán:

- a jelenlegi helyzet értékelése – fogyasztói elégedettség
- a szolgáltatás iránti közgazdasági szempontból értelmezett kereslet (igény), amely lehet:
 - a szolgáltatások elérhetősége iránti igény
 - a szolgáltatások minőségi szintje iránti igény

Fogyasztói igényt csak output jellegű mutatóra lehet megfogalmazni, azaz a hálózat valamely jellemzőjére, illetve a teljesítés paramétereire. Ehhez azonban fontos annak felismerése, hogy a postai szolgáltatásokkal két oldalon találkozik a fogyasztó, a küldeményfeladás és a kézbesítés oldalán. A postai szolgáltatás minőségének megítélésében a küldő és fogadó oldali közvetlen tapasztalatokon túl azonban közvetve a szállítás/eljuttatás, mint folyamat minőségi paramétereiről szerzett benyomások is szerepet kapnak. A postai szolgáltatás értelmezési keretként használt kétoldalú platform ábrázolását mutatja az 5.1. ábra.

A feladási oldalon a postai szolgáltatás küldemény felvételei oldalának elérhetősége és ennek az elérésnek minőségi tényezői (levélszekrény sűrűség, postahivatal sűrűség, közelség, nyitva tartás, sorban állás stb.) játszanak meghatározó szerepet. A postai szolgáltatásokért a feladó fizet, tehát az árral mindenki feladóként szembesül.

5.1. ábra: A postai szolgáltatások kétoldalú platform ábrázolása



A kézbesítési oldalon azok a minőségi tényezők játszanak legnagyobb szerepet, amik a küldemények kiszállítására, átvételének módjára (pl. postai átvétel vagy házhozszállítás) vonatkoznak.

Egy-egy küldemény eljuttatása esetén a szolgáltatás egészére vonatkozó minőségi tényező, hogy a küldemény milyen gyorsan, milyen elvesztési aránnyal jut el a címzetthez, de a hálózat működési jellemzője a küldemények gyűjtési és kézbesítési gyakorisága is.

Az egyetemes postai szolgáltatások esetében klasszikusan vizsgálható és mérhető illetve értékelhető minőségi paraméterek, amelyekre a jelenlegi és várhatóan a jövőbeli szabályozás is vonatkozik. Ilyen különösen:

- a területi elérhetőség dimenziója (állandó postai szolgáltatóhely, mobilposta, levélgyűjtő szekrény elhelyezése/sűrűsége);
- az időbeli elérhetőség dimenziója (levélgyűjtő szekrény ürítési időpontja, gyakorisága, mobilposta időbeli elérhetősége, állandó postai szolgáltatóhelyek nyitva tartása, továbbítás időpontja);
- a várakozási (sorban állási) idő hossza a legforgalmasabb órában;
- az átfutási idő (belföldi forgalomban, EU-ban);
- a küldeménytovábbítás megbízhatósága.

A vizsgálat keretében azokat a szolgáltatási mutatókat kívánjuk elsősorban tesztelni:

- amelyek valóban értékelhetők a fogyasztók számára;
- változtatásuk szükségesnek, célszerűnek látszik valamely érintett (postai egyetemes szolgáltató, illetve fogyasztók) oldaláról.

Egy empirikus vizsgálat keretében a fogyasztóktól a postai szolgáltatások használatára vonatkozó tapasztalataikat, értékelésüket és igényeiket tudhatjuk meg. A használati célok, szokások és igények jelentősen eltérnek a különböző fogyasztói csoportok esetén. A vizsgálat során e különbségek felderíthetők.

5.2. Postai szolgáltatások használata, elégedettség és fogyasztói preferenciák a lakosság körében

5.2.1. Adatfelvétel, minta

Az adatfelvételt a Szonda-Ipsos végezte a 2012. június 20. és július 6. között zajló omnibusz-kutatás keretében. Számítógéppel támogatott, személyes lekérdezés során ezer fő 18 év feletti magyar lakost kerestek fel a kérdezőbiztosok.

A minta Magyarország településhálózatát arányosan reprezentálja, a mintába kerülő személyek összetételi aránya a legfontosabb társadalmi-demográfiai mutatók (nem, életkori csoportok, iskolai végzettség, lakóhelytípus) szerint megfelel a teljes magyar 18 éven felüli népesség összetételének – vagyis országos reprezentatív mintáról van szó.

A minta reprezentativitását – a rétegzett mintavételi eljárás után – az adatbázisban alkalmazott súlyozás is támogatja. A következőkben bemutatott eredmények kalkulációi során minden esetben alkalmaztuk a súlyozást.

5.2.2. Egyetemes postai szolgáltatásokhoz való hozzáférés a lakosság körében

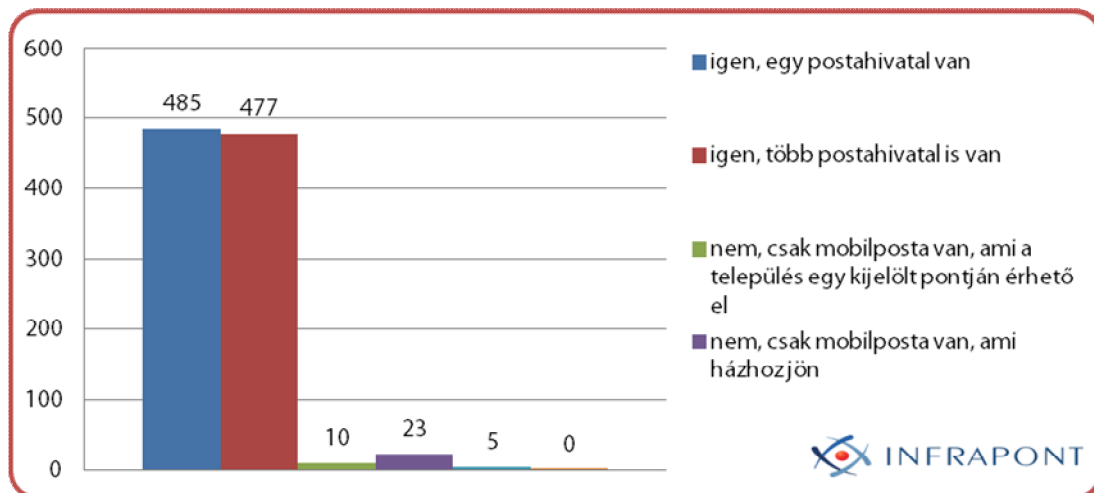
- **A lakosság túlnyomó többsége állandó postát használ, pusztán 3%-uk vesz igénybe mobilpostát.**
- **A lakosság kétharmada számára negyed órán belül és több mint 95%-uk számára 5 kilométeren belül található postahivatal.**
- **Nagyon kevés olyan lakossági fogyasztó van (5%), aki jelenleg nem elérhető nyitva tartási opciókat preferál.**

A postai szolgáltatások használatának, a rájuk vonatkozó elégedettség és preferencia felmérések eredményeinek taglalása előtt röviden bemutatjuk, hogy mennyire elérhetőek a postahivatalok Magyarországon és összességében mennyire használja őket a lakosság. Mindezt a földrajzi elérhetőség és a nyitva tartás dimenzióiban tárgyaljuk.

Elérhetőség a településen

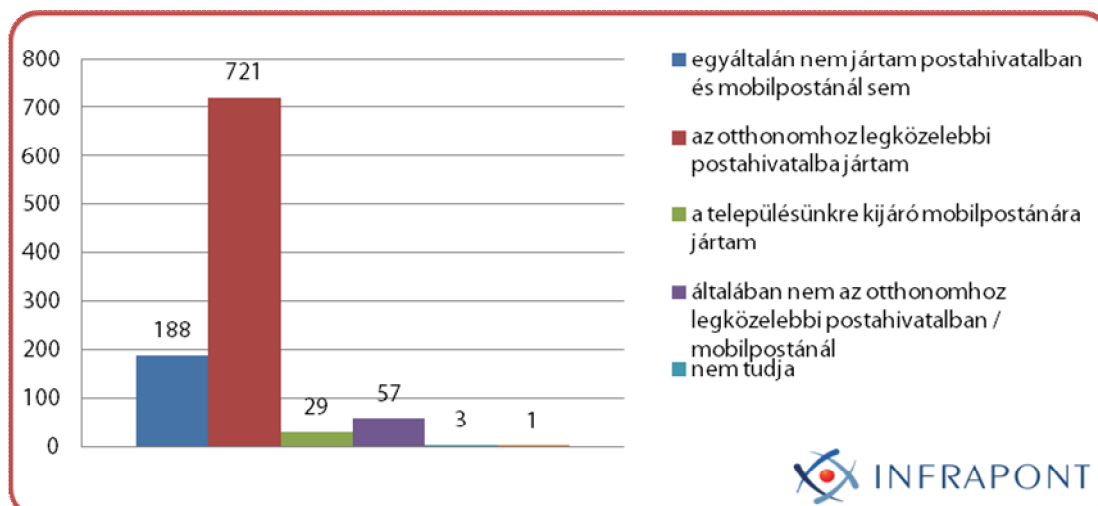
Az 5.2. ábra mutatja,⁵⁸ hogy a lakosság túlnyomó többsége olyan településen él, ahol legalább egy postahivatal elérhető, de közel 50%-uk számára több postahivatal is elérhető. A mobilpostával rendelkezők – mind a kijelölt helytel rendelkező és a házhoz kijáró mobilpostások – összesen kicsit több mint a lakosság 3%-át érintik.

5.2. ábra: Postahivatalok elérhetősége (n=1000)



Az 5.3. ábrán⁵⁹ a lakosság postalátogatási szokásait szemlélteti. A lakosság csupán kevesebb, mint 20%-a nem járt a postán egyáltalán. A postára járók túlnyomó többsége pedig a lakhelyéhez legközelebbi hivatalt választotta. Érdeemes továbbá kiemelni, hogy elenyésző azon emberek száma, akik például a munkahelyi ingázás során járnak postai ügyeket intézni.

5.3. ábra: Postahivatalok látogatása (n=1000)

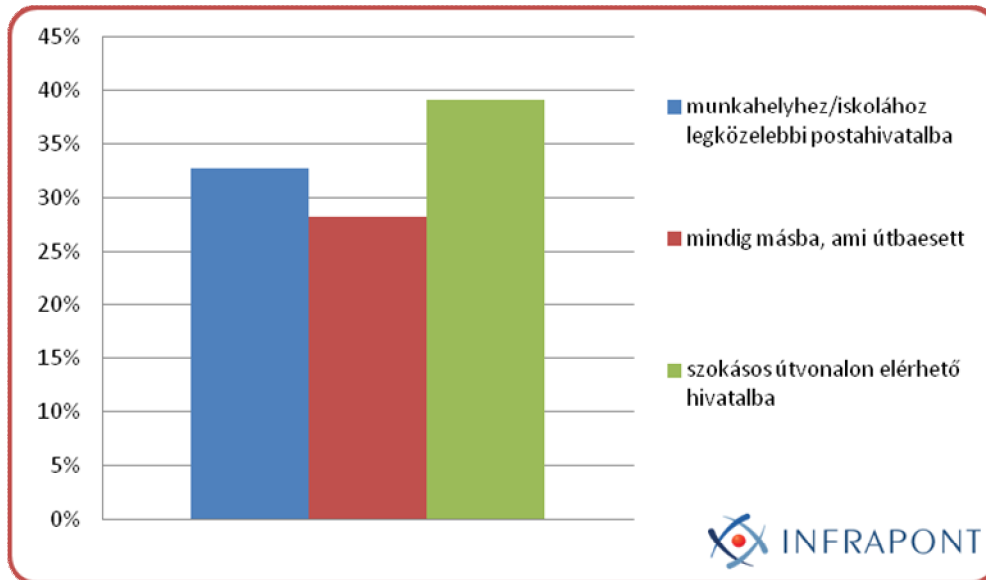


⁵⁸ Az A1 kérdés alapján.

⁵⁹ Az A2 kérdés alapján.

Akik azonban mégsem a legközelebbi postahivatalban intézik ügyeiket (lásd 5.4. ábra⁶⁰), statisztikailag nem különböztethetők meg egymástól: nagyjából ugyanannyian használják a munkahelyhez legközelebbi hivatalokat, mint akik csak véletlenszerűen az éppen útba esőt, vagy a napi útvonal menti hivatalt használják. (Ahogyan az 5.4. ábra mutatja, kevés megfigyelés vonatkozik ezekre a típusú postahasználóra.)

5.4. ábra: Nem a legközelebbi hivatalt látogatók (n=60)



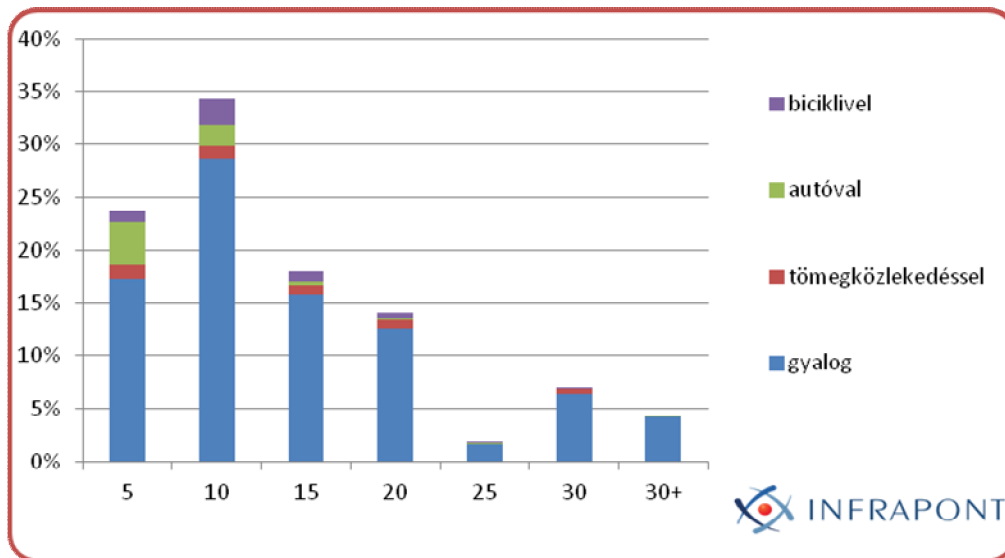
Elérhetőség – távolság

Az elérhetőség egy másik fontos tényezője, hogy a lakóhelytől milyen messze vannak a postahivatalok. Itt azonban nem a távolság becslését kértük, hanem arra voltunk kíváncsiak, hogy mennyi idő alatt közelíthetők meg a hivatalok. A lekérdezéskor igyekeztünk a gyalog út hosszával mérni az elérhetőséget, azonban, aki ezt nem tudta megmondani, attól az autós, tömegközlekedéssel illetve biciklivel történő elérést kérdeztük meg. Az emberek többsége a gyalogos távolságot is meg tudta mondani, ennek folyamánya, hogy akár extrém, 60 perces elérési idők is szerepelnek, azonban az 5.5. ábra⁶¹ tanulsága mégis csak az, hogy a hivatalok túlnyomó többsége maximum 15 percen belül elérhető. Ezen felül a lakosság nagyjából 12-13%-a a 20 perces illetve további 6-7% a félórás elérést jelölte meg. A Függelékben szereplő 8.1. ábra pedig az elérhetőség kilométerre becsült eloszlása található. Ez is azt támasztja alá, hogy a hálózat sűrűsége kielégítő: a lakosság 95%-a számára található postahivatal 5 kilométeren belül.

⁶⁰ Az A3 kérdés alapján.

⁶¹ Az A7 kérdés alapján.

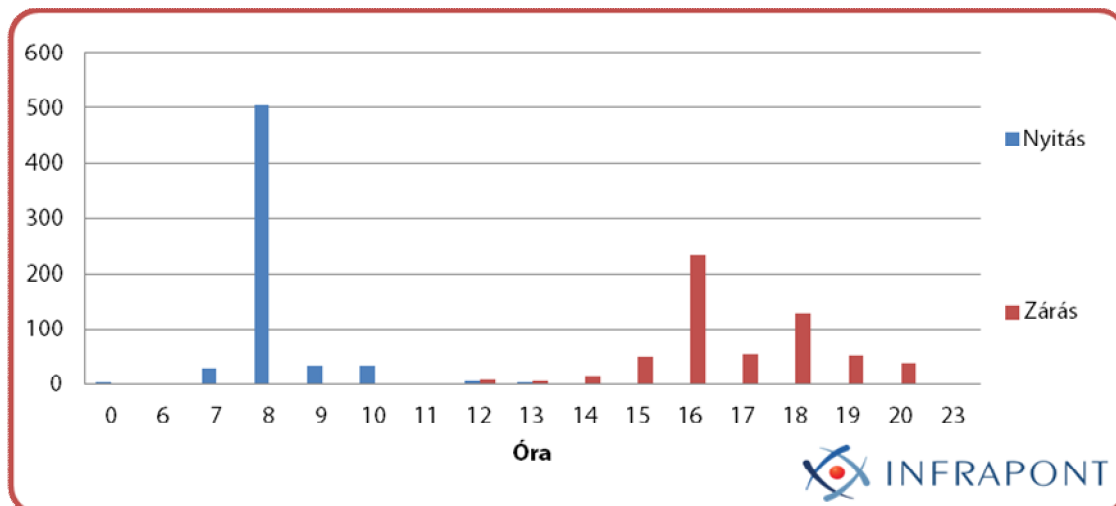
5.5. ábra: Postahivatalok elérhetősége – percben (n= 978)



Nyitva tartás

A postai elérhetőség harmadik fontos dimenziója a nyitva tartás. Ezzel kapcsolatban is különösen érdekes, hogy mi a lakosság percepciója a nyitva tartásra vonatkozóan, illetve hogy az mennyire van összhangban a nyitva tartásra vonatkozó igényeikkel.⁶² A lakosság postanyitásra és -zárásra vonatkozó percepcióját az 5.6. és 5.7. ábra mutatja be.⁶³

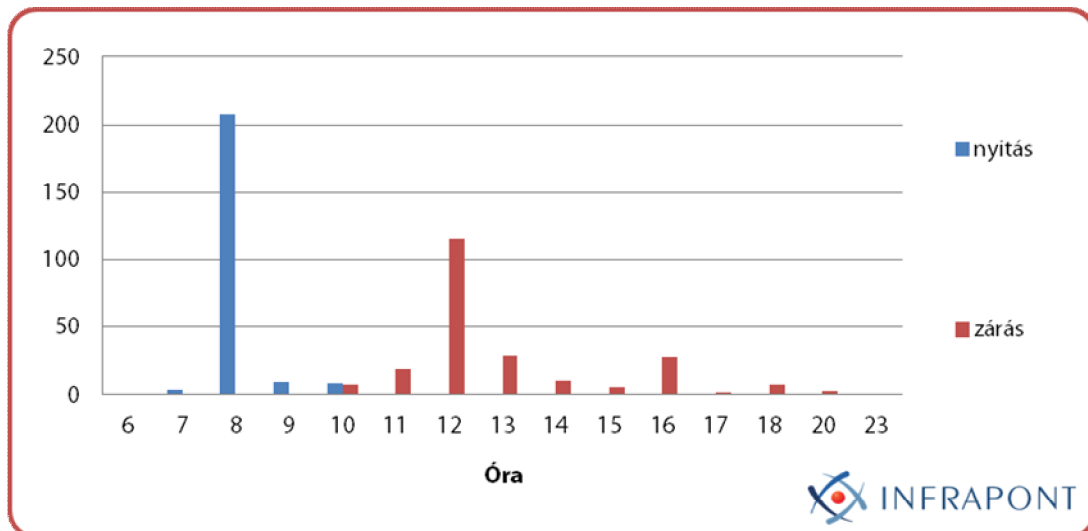
5.6. ábra: Hétköznapi nyitva tartás (n=1000)



⁶² A hétköznapi nyitva tartásra vonatkozó gyakoriságokat úgy kaptuk, hogy az öt napra bemondott nyitási és zárási órákat átlagoltuk.

⁶³ Az A8 kérdés alapján.

5.7. ábra: Hétvégi nyitva tartás (n=1000)



A Függelék 8.2. és 8.3. ábrája⁶⁴ azt mutatja, hogy a lakossági fogyasztók percepciója szerint átlagosan hány órát tartanak nyitva a posták hétköznapokon illetve hétvégén.⁶⁵ A nyitva tartás hétközben általában 8 órás, de nem elhanyagolható 9-12 órán keresztül nyitva lévő hivatalok száma sem – összességében az esetek nagyjából 25%-ban volt ilyen hosszú a nyitva tartás. A szombati napra a 4 órás nyitva tartás jellemző, de jelentős a zárva tartó hivatalok száma is (közel 25%).

A puszta nyitvatartási statisztikákat településtípusonként jellemzi az 5.8. ábra és az 5.9. ábra:⁶⁶ Ezek alapján két fő állítást tehetünk. Egyrészt a hétköznapi nyitva tartást tekintve a törésvonal város-község viszonylatban jelentkezik: míg a budapesti, megyeszékhelyi és városi nyitva tartások aránylag közel és több mint nyolc órás elérhetőséget mutatnak, addig a községek esetében ez átlagosan csak hét órát jelent.⁶⁷ Látható, hogy a budapesti és a vidéki átlagos hivatali nyitva tartások között markáns különbség van. Másrészt a hétvégi nyitva tartás már Budapest-vidék különbségeket mutat: míg a fővárosban az átlagosan öt órás az elérhetőség, addig vidéken ez 3-4 óra között mozog.⁶⁸

⁶⁴ Az A8 kérdés alapján.

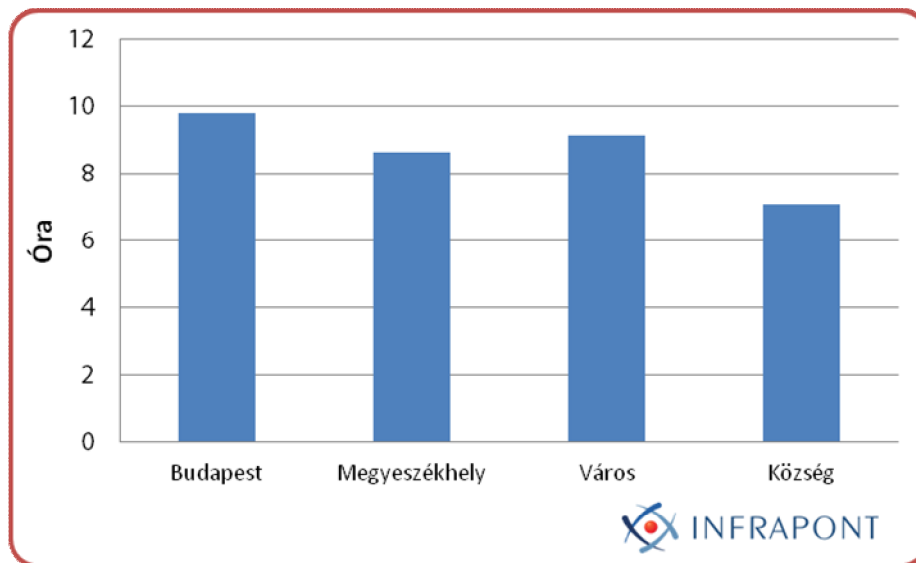
⁶⁵ Ezeket a nyitvatartási időket, a már korábban használt átlagos hétköznapi nyitási és zárási időpontok alapján számoltuk ki. Vélhetően az adatbázisban található elírásoknak néhány esetben irreális értékek (negatív nyitvatartási idők) adódtak, azonban azokat nem használtuk fel a számolás során.

⁶⁶ Az A8 és településtípus változók alapján.

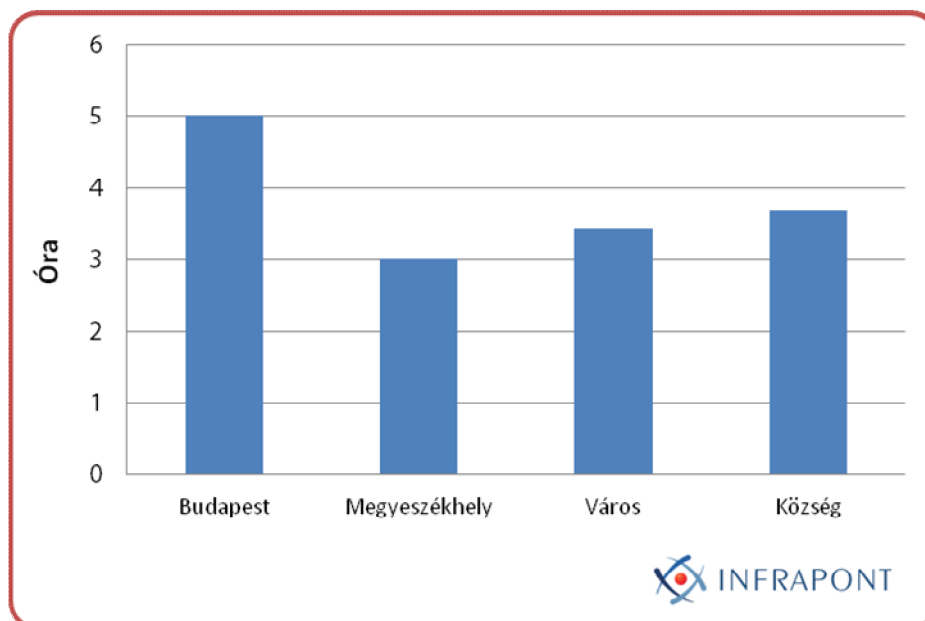
⁶⁷ Fontos látni, hogy a községek esetén az átlagos nyitvatartási idők tartalmazzák a mobil postás településeket is, melyek „nyitva tartása” messze elmarad a hivatalokétól. A település adott pontján elérhető postahivatalok

⁶⁸ A pontos átlagokat, szórásokat és konfidencia intervallumokat a Függelék 8.2. ábrája tartalmazza.

5.8. ábra: Átlagos nyitva tartás településtípusonként – hétköznap (n=1000)

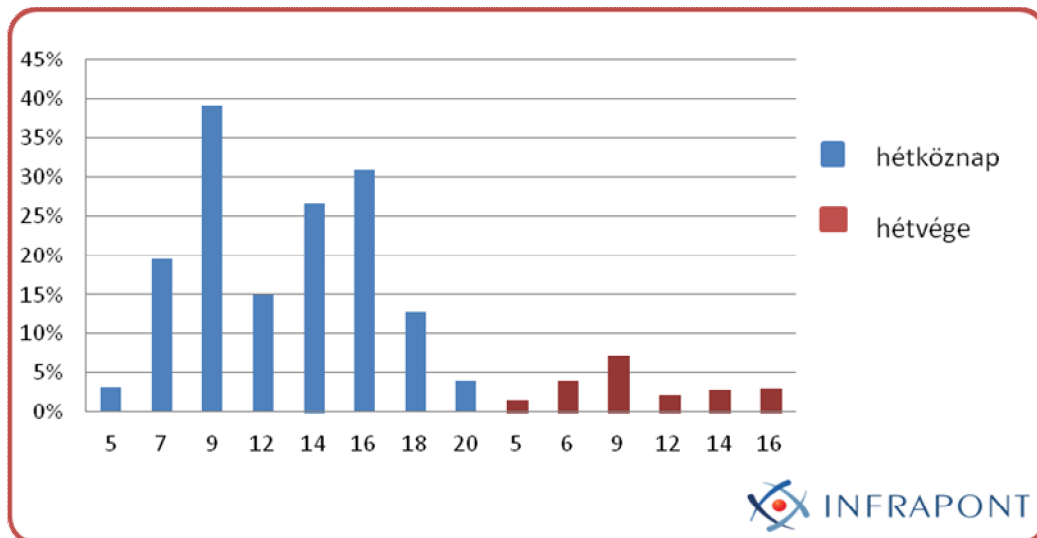


5.9. ábra: Átlagos nyitva tartás településtípusonként – hétvégén (n=1000)



Az 5.10. ábra⁶⁹ arról tájékoztat, hogy a lakosság milyen időpontokat tart legalkalmasabbnak arra, hogy elmenjen a postára. Látható, hogy a hétköznap délelőtt, illetve a kora esti időpontok a legalkalmasabbak, szombaton pedig – bár gyakoriságban sokkal kevésbé, de a délelőtt látszik leginkább alkalmasnak. Ezen felül érdemes megjegyezni, hogy a lakosság egy része – bár 5% alatti – az egészen korai nyitást illetve a szombat délutáni nyitva tartást is preferálja. Ez persze nem jelenti azt, hogy nekik csak ezek az időpontok lennének alkalmasak, mivel bármennyi időintervallumot bejelölhettek a lekérdezés során. Így a kapott gyakoriságok egyúttal az adott időpontra vonatkozó lakossági preferencia erősségét is mutatják.

⁶⁹ Az A9 kérdés alapján.

5.10. ábra: Postai nyitva tartás legalkalmasabb időpontjai (n=995)⁷⁰

A Függelék 8.1. táblázata⁷¹ azt mutatja, hogy hányan vannak azok, akik olyan időpontokat tartanak alkalmasnak a postalátogatásra, mely kívül esik az általuk használt postahivatal nyitva tartásán. Látható, hogy a lakosság többsége olyan időpontokat preferál, amikor a posta egyébként is nyitva tart. Két nyitva tartási „hézagot” fedezhetünk fel. Egyrészt 15 ember számára (a minta 1,5%-a) a hétköznap nagyon korai nyitás (reggel 5-7 közötti) lenne megfelelő, másrészt azok közül, akik nem férnek hozzá szombaton is nyitva levő postához (a mintából 306 ember), 36 preferálná (a teljes minta 3-4%-a, szombati postával nem rendelkezők több, mint 10%-a) a szombati nyitva tartást.⁷²

5.2.3. Általános és hozzáféréssel kapcsolatos elégedettség és kritikus tényezők a lakosság körében

- **A lakossági fogyasztók alapvetően elégedettek az elérhetőség dimenzióival: értékeléseik általában az „inkább elégedett” és a „teljesen elégedett” kategóriák között oszlik meg.**
- **Az állandó postával ellátott települések lakói esetében a legfontosabb dimenzió a sorban állás ideje, ugyanakkor ez a relatíve legkevésbé értékelt is. A sorban állást a fiatalok, a jobb módúak, az aktív státuszúak, a városiak és az internetet aktívabban használók tartják kevésbé kielégítőnek.**
- **Az állandó postával ellátott települések lakói számára a postahivatal elérési ideje és az ott elérhető szolgáltatások köre a második legfontosabb elérhetőségi szempontok. Az átlagos lakossági fogyasztó a fontosságuknak megfelelő mértékben elégedett is velük.**

⁷⁰ Az vízszintes tengelyen a postára járás időintervallumainak kezdőórája szerepel. Így például a 9 feletti oszlop azt mutatja, hogy

⁷¹ AZ A8 és A9 kérdések alapján.

⁷² A 36 fő azokra vonatkozik, akik egyáltalán valamilyen szombati időintervallumot preferáltaként jelölték meg.

- **A nyitva tartás nincs a legfontosabb lakossági, állandó postával ellátott településen élő fogyasztók prioritásai között, ugyanakkor meglehetősen elégedettek vele.**
- **A mobilpostát használók szintén elégedettek a hozzáférés különböző dimenzióival, csupán az elérhető szolgáltatások körére vonatkozóan látható relatíve alacsonyabb elégedettség, ami egyben a legfontosabb tényezőnek is bizonyult. Az állandó postahivatal visszaállítása egyáltalán nem mondható erős preferenciának.**

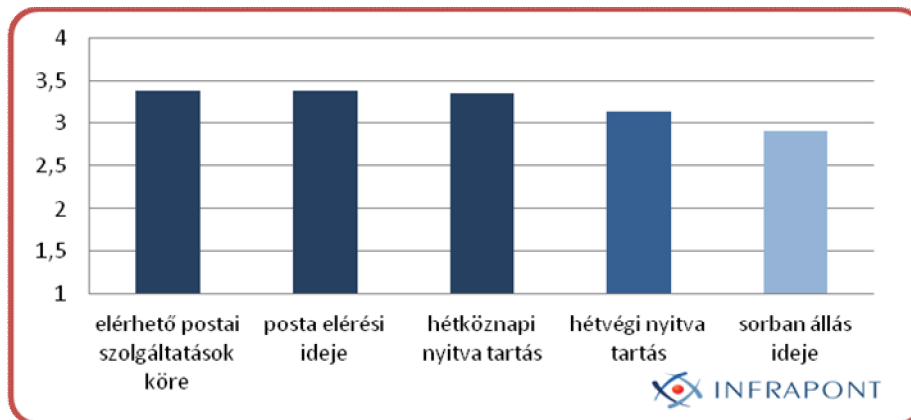
A postai szolgáltatásokhoz való hozzáférésnek több releváns dimenzióját azonosítottuk (pl. elérhető postai szolgáltatások köre, hétköznapi és hétvégi nyitva tartás, posta elérési, ideje, sorban állás ideje), melyek azonban némileg eltérő kontextusban és relevanciával merülnek fel az állandó postahivatallal és a mobilpostával rendelkező fogyasztók esetén. Emiatt az egyes dimenziókkal kapcsolatos elégedettséget illetve az egyes dimenziók fontosságát külön kérdeztük le a lakossági fogyasztók két csoportjától. Az eredmények közzlése során törekszünk arra, hogy a két csoport preferenciái összehasonlíthatóak legyenek (pl. a dimenziók megfeleltetésével és elnevezésével).

Az elégedettséget négyfokú skálán mértük: 1 – egyáltalán nem vagyok elégedett, 4 – teljesen elégedett vagyok. Az egyes dimenziók fontosságát szintén négyfokú skálán: 1 – egyáltalán nem fontos, 4 – nagyon fontos. Azt is megkérdeztük, hogy melyik két dimenziót tartják a legfontosabb szempontnak a postai szolgáltatások elérhetősége kapcsán. Utóbbi információ felhasználásával alakítható ki a dimenziók fontossági sorrendje.

Az elégedettség és a fontosság mérésére szolgáló kérdéseknél mindenhol az előbb bemutatott skálákat alkalmaztuk. A fontosság szerinti rangsorolást a hozzáférésre vonatkozó kérdéseken kívül a küldeményfeladásra és -fogadásra vonatkozóknál is használtuk.

Állandó postahivatallal ellátott településen élők

Az állandó postahivatallal ellátott településen élők alapvetően elégedettek a postahálózat és a szolgáltatások elérhetőségével: a dimenziók átlaga három, vagyis az „inkább elégedett vagyok” érték körül szóródik. Ezt a megállapítást fontos a továbbiakban is mindig szem előtt tartani, amikor a dimenziók egymáshoz viszonyított relatív viszonyáról beszélünk.

5.11. ábra: Állandó posta elégedettség (n=933)⁷³

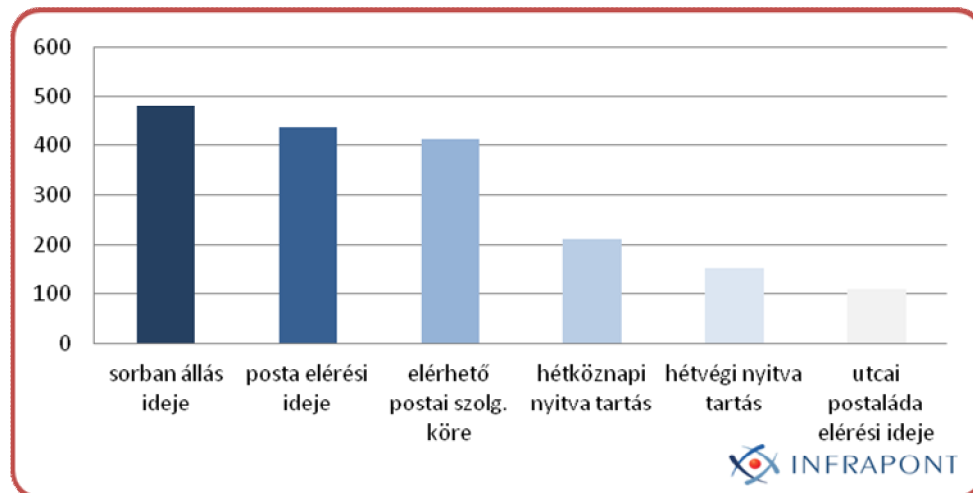
Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

Fontos megjegyezni, hogy az elérhető postai szolgáltatások köre, a posta elérési ideje és a hétköznapi nyitva tartás elégedettségi mutatóinak átlagaira vonatkozóan 5%-os szignifikancia szint mellett nem vethető el az a nullhipotézis, hogy a változók átlagai azonosak. Röviden tehát, a mintákból mért átlagos elégedettségek az első három szempont esetében azonosnak tekinthetők, vagyis ezzel a három szemponttal lényegében ugyanannyira elégedett a vizsgált populáció tagjai. A hétvégi nyitva tartás és a sorban állás ideje azonban valamennyi másik szempont átlagától különbözik statisztikailag, vagyis a mintánkban megfigyelt különbség az átlagok között statisztikailag szignifikáns – bár a különbségek mértéke igen kicsi.

A sorban állás idejével és a hétvégi nyitva tartással kapcsolatban fogalmazták meg a legtöbben, összesen 27% és 17%-nyian, hogy inkább nem, vagy, hogy egyáltalán nem elégedettek (lásd: Függelék 8.5. és 8.11. ábra).

Az állandó postával ellátott településen élők egyértelműen a sorban állás idejét ítélték a legfontosabb hozzáférési dimenzióknak. A nyitva tartással kapcsolatos dimenziók illetve az utcai levélszekrény elérése markánsan leszakad a kritikusabb tényezők mögött.

⁷³ A B4 kérdés alapján.

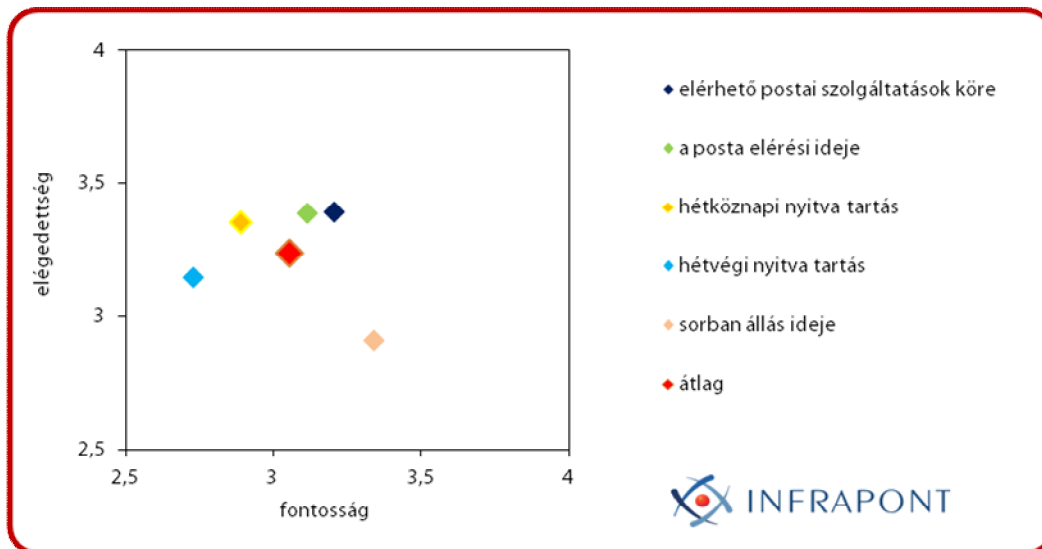
5.12. ábra: Állandó posta – legfontosabb szempontok ⁷⁴

Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

Az elégedettség és a fontosság viszonyát érdemes alaposabban is megvizsgálni az egyes szempontok esetén. Az 5.13. ábra egy koordináta rendszerben foglalja össze a különböző hozzáférési dimenziók elégedettségre és fontosságra vonatkozó átlagos értékelését.⁷⁵ Mivel 2,5-nél egyik dimenzió sem kapott alacsonyabb értékelést sem az elégedettség, sem a fontosság terén, emiatt a koordinátarendszer origójának ezt az értéket választottuk, hogy az egyes dimenziók közti különbségek jobban látszanak. Az ábra átlójához képesti helyzet minden szempont esetében azt jelzi, hogy a szemponttal való elégedettség „megfelel-e” a szempont fontosságának: vagyis az átlagvonal felett a fontossághoz képest relatíve jobban értékelt szempontok helyezkednek el, az átlagvonal alatt a fontossághoz képest relatíve rosszabbul értékelt szempontok. Az ábrán jelölt átlagpont aggregálva fejezi ki azt, hogy a hozzáférési dimenziókkal való elégedettség átlagosan magasabb, mint a hozzáférési dimenziók átlagos fontossága. Ez tulajdonképpen az állandó postahivatallal rendelkező lakosság hozzáféréssel kapcsolatos általános elégedettségére erősít rá. Az átlagponthoz viszonyított helyzete az egyes szempontoknak azt is elárulja, hogy az egyes szempontok az átlagos megítéléséhez képest hol helyezkednek el. A hétfégi nyitva tartással való elégedettség például alacsonyabb, mint a hozzáférési dimenziók átlagos megítélése, azonban az átlagnál kevésbé fontos is. Ezzel szemben a sorban állás ideje esetén az látszik, hogy az átlagosnál jóval fontosabb dimenzióról van szó, mely azonban az átlagnál sokkal gyengébb elégedettségnek örvend.

⁷⁴ A B5 kérdés alapján.

⁷⁵ A fontosságot nem csak úgy kérdeztük le a kérdőívben, hogy az egyes dimenzió benne van-e a két legfontosabb szempont között, hanem egy négyfokú skálán is (1 – egyáltalán nem fontos, 4 – nagyon fontos). A következő ábrán az utóbbi értékelés eredményeit használtuk fel.

5.13. ábra: Állandó posta – kritikus tényezőkkel való elégedettség és a fontosságuk⁷⁶

Célszerű megvizsgálni, hogy az érintett fogyasztói kör egyes alcsoportjaiban mutatkozik-e statisztikailag szignifikáns különbség a dimenziókkal való elégedettség megítélésében. A fogyasztói alcsoportokat demográfiai ismérvek alapján definiáljuk, melynek során a következő tényezőket vesszük figyelembe: kor, településtípus, jövedelem, státusz, internethasználat gyakorisága. Azt a két hozzáféréssel kapcsolatos szempontot (sorban állás ideje, hétvégi nyitvatartás) vizsgáljuk meg részletesebben, melyekkel a legkevésbé voltak elégedettek az állandó postahivatallal rendelkezők.

A sorban állás idejével való elégedettség statisztikailag szignifikáns különbséget mutat az életkor, a háztartás havi nettó jövedelme, az internethasználat gyakorisága, a társadalmi státusz és a lakhely településtípusa szerint – bár meg kell jegyezni, hogy a felsorolt dimenziók közül csak a lakhely településtípusa mutat valóban jelentősebb eltéréseket az elégedettségben, a többi ismérv esetén a különbség elhanyagolható (lásd függelék 8.6.-8.10. ábra). Ezek alapján: minél fiatalabb valaki, minél magasabb a háztartásának a nettó havi jövedelme, illetve minél gyakrabban használja az internetet, annál inkább elégedetlen a sorban állás idejével a postán. Az aktívak továbbá, a városokban és a fővárosban élők is elégedetlenebbek, mint az inaktív státuszúak vagy a községekben élők.

A hétvégi nyitvatartással való elégedettség kapcsán statisztikailag szignifikáns különbség mutatkozik az életkor, a háztartás nettó jövedelme, a társadalmi státusz és a lakóhely településtípusa szerint (lásd: Függelék 8.12.-8.15. ábrák)

Eredményeink alapján minél idősebb és minél kisebb jövedelmű valaki, annál inkább elégedett a hétvégi nyitvatartással, emellett az inaktív (főleg a nyugdíjasok és a rokkant nyugdíjasok) és a községekben élők elégedettebbek ezzel a szemponttal, mint a tanulók vagy az aktív keresők, illetve a városokban és a fővárosban élők.

⁷⁶ A B4 és B5 kérdés alapján.

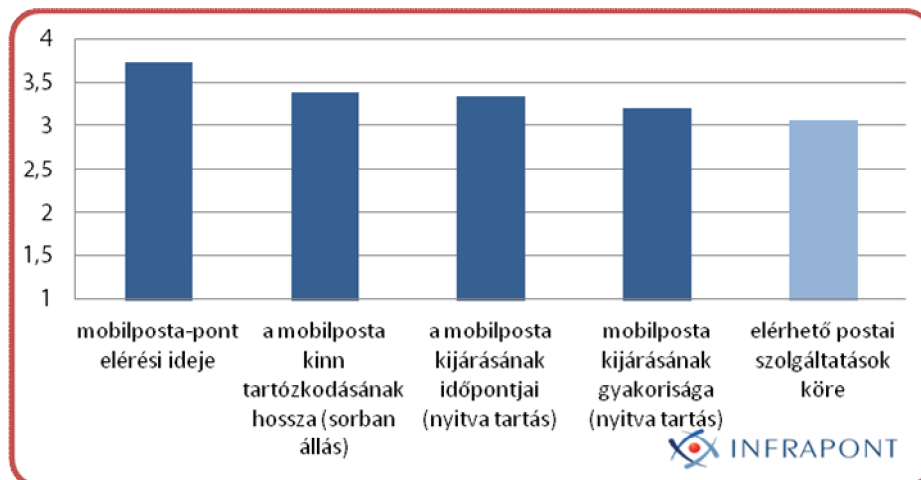
Mobilpostával ellátott településen élők

A mobilpostával ellátott települések lakói elégedettek a mobilposta és a szolgáltatások elérhetőségével: a dimenziók átlaga 3-3,5 körül mozog. Itt is kiemeljük, hogy a mobilpostával rendelkezők nagyon kis esetszámmal képviseltetik magukat a mintánkban, ami miatt az elégedettség kapcsán bemutatott átlagok mögötti bizonytalanság is igen magas. Ezt fontos szem előtt tartani az eredményeinek értelmezésénél.

A dimenziók átlagos értékelése kapcsán fontos megjegyezni, hogy az első négy szempont elégedettségi mutatójának átlaga statisztikailag nem tekinthető különbözőnek, továbbá az első három szempont átlagának mindegyike statisztikailag különbözik az utolsó szempont átlagától, vagyis a két utolsó szempont átlaga statisztikailag szintén nem különbözik. Ez azt jelenti, hogy a mobilposta-pont elérési idejével, a mobilposta kinn tartózkodásának hosszával, kijárásának időpontjával és gyakoriságával lényegében ugyanannyira elégedett az érintett populáció, az első három szemponthoz képest azonban valamivel kevésbé elégedettek az érintettek az elérhető szolgáltatások körével – bár fontos hangsúlyozni, hogy az elégedettségbeli különbségek itt is nagyon kicsik.

A két legkevésbé értékelt dimenzió átlaga mögött jelentősen más eloszlás húzódik meg (lásd: Függelék 8.16. és 8.17. ábra) Az elérhető postai szolgáltatások körével kapcsolatban a válaszadók 76%-a inkább elégedett választ adott, viszonylag kicsi (12%-os) volt a teljesen elégedettek csoportja.⁷⁷ A mobilposta kijárásának gyakorisága esetén azonban az inkább nem vagyok elégedett válasz volt kiugróan magas (15,5%-os) a többi dimenzióhoz képest.

5.14. ábra: Mobilposta elégedettség (n=32)⁷⁸



Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

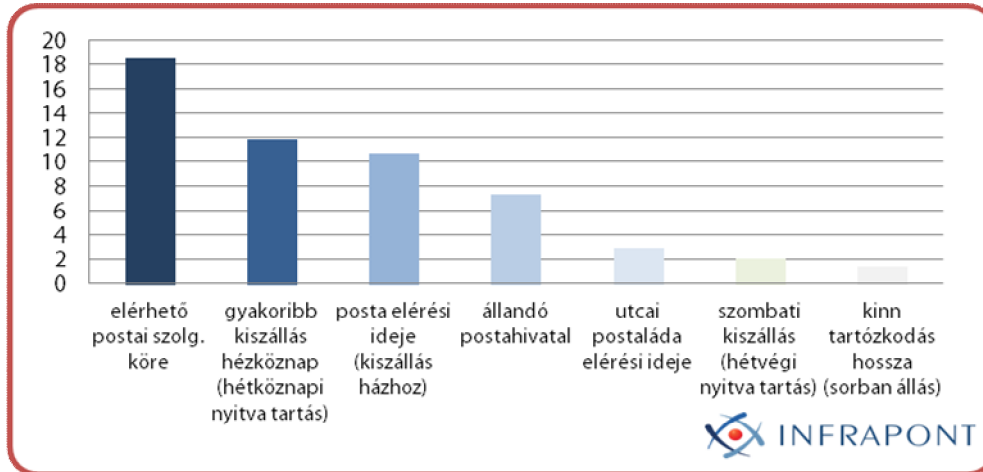
A mobilpostával ellátott településeken élők egyértelműen az elérhető postai szolgáltatások körét emelték ki legfontosabb dimenzióként. Érdekes, hogy az állandó postahivatal megléte a kritikus tényezők közül a kevésbé fontos helyre került a rangsorban. Összehasonlításképpen: az állandó postahivatallal ellátott településeken élők körében is bekerült az első három szempont közé az elérhető postai szolgáltatások köre és a

⁷⁷ A többi dimenzióban az ilyen válaszok aránya 30-40% között alakul.

⁷⁸ A B2 kérdés alapján.

postahivatal elérési ideje, náluk azonban a legfontosabb szempont a sorban állás ideje lett, ami a mobilpostával rendelkezők esetében (a településen tartózkodás hosszának feleltethető meg leginkább) az utolsó helyen végzett.

5.15. ábra: Mobilposta – legfontosabb szempontok (n=32)⁷⁹



Megjegyzés: Különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek. Zárójelben az állandó postahivatallal rendelkezőknél vizsgált szempontokat szerepeltetjük – megfelelően az ott és itt alkalmazott kategóriákat, hogy az összehasonlítás egyszerűbb legyen.

Az elégedettséget vizsgálva, ugyanaz a szolgáltatási deficit figyelhető meg a mobilpostával ellátottak esetében, mint az állandó postahivatallal ellátott településen élőkénél: az elérhető szolgáltatások körét ítélték a legfontosabb tényezőnek a fogyasztók, s ezzel voltak a legkevésbé elégedettek.⁸⁰

A két legkevésbé értékelt szempont (az elérhető postai szolgáltatások köre és a mobilposta kijárásának gyakorisága) esetében vizsgáltuk meg, hogy a demográfiai ismérvek alapján definiált fogyasztói alcsoportokban tapasztalható-e különbség az elégedettséggel kapcsolatban. Fontos hangsúlyozni, hogy az alcsoportokra való bontás esetén már nagyon kis esetszámokat kapunk – az eredményeink értelmezésénél ezt fontos szem előtt tartani.

Az elérhető postai szolgáltatások körével a válaszadók háromnegyede inkább elégedett, a többi válasz eloszlásában sem figyelhető meg szignifikáns különbség a fogyasztók demográfiai ismérvei alapján.

A mobilposta kijárásának gyakoriságával a populáció 15,5%-a inkább nem elégedett, ami a negatív megítélések közül a legmagasabb arányt jelenti a szempontok eredményeit összehasonlítva. Statisztikailag szignifikáns különbség (5%-os szinten) egyetlen demográfiai dimenzióban látszik: a regionális elhelyezkedésben. Az Észak-Magyarországi régióban élők kevésbé elégedettek a kijárás gyakoriságával (átlagosan 2-re értékelték a

⁷⁹ A B3 kérdés alapján.

⁸⁰ Az átlagok mögötti nagy bizonytalanság miatt – melyet a kis esetszám eredményez –, az elégedettség és a fontosság közötti összefüggések részletesebb elemzését a mobilpostával rendelkező lakosság körében nem végezzük el.

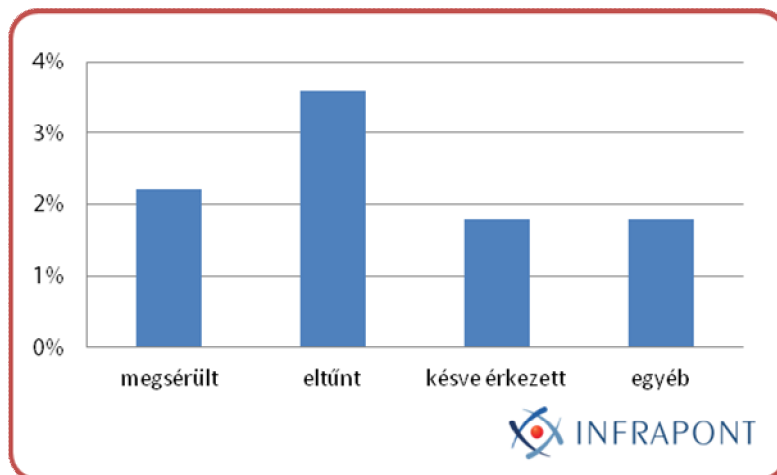
dimenziót, vagyis inkább elégedetlenek), mint a Nyugat-Dunántúliak (átlagosan 3) és jóval kevésbé elégedettek, mint a Dél-Dunántúliak (átlagosan 3,4) (lásd: Függelék 8.18. ábra).⁸¹

Panaszok a Magyar Posta szolgáltatásaival kapcsolatban

Általános elégedettségi mutatószámként megkérdeztük, hogy az elmúlt egy évben volt-e és ha igen, milyen komolyabb panasz volt a Magyar Posta szolgáltatásaival kapcsolatban.

A lakosság 8%-ának volt komolyabb panasz a Magyar Posta szolgáltatásaival kapcsolatban az elmúlt egy évben. A panaszok majd 40%-a (35 eset) a küldemény eltűnésével volt kapcsolatos (5.16. ábra). Ez igen magas arány, ha figyelembe vesszük, hogy ez a lakosság 3,5%-át érintette, miközben a szolgáltatás előírt minőségi kritériumai messze ez alatti mértékű eltűnést tolerálnak.⁸² A panaszt megfogalmazók döntő többsége egyébként egyféle panaszt mondott be, tehát a panaszosok köre nem csak egy szűk rétegre korlátozódik (lásd: Függelék 8.25. ábra).

5.16. ábra: Panaszok (n=1000)



⁸¹ A mintánkba csak ebből a három régióból kerültek be megfigyelések, emiatt szerepel csak ez a három régió az összehasonlításban. A szabályozás szerint a mobilpostának minden hétköznap legalább egyszer ki kell szállni az érintett településekre. Nincs arról tudomásunk, hogy ezt a szabályt valahol ne tartanák be, így a kijárási gyakoriságára vonatkozó kérdésünkre adott válaszokat úgy értelmezzük, hogy azok a hétköznapon belüli gyakoribb kijárási gyakoriságra vonatkoznak. Annak kiderítésére, hogy előfordulnak-e szabálysértések a mobilposta szolgáltatás terén, célzott, mélyfúrászerű vizsgálatot kellene szervezni a mobilpostával rendelkezők körében.

⁸² A 79/2004. (IV.19) Kormányrendelet 45.§ (1) és (3) alapján, a küldeményekre 0,06 ezrelékes, csak a belföldi küldeményekre 0,05 ezrelékes arányú levéltűnés/megsemmisült küldemény megengedett.

5.2.4. Az egyetemes postai szolgáltatások és a potenciális helyettesítők használata és a velük való elégedettség a lakosság körében

Postalátogatás

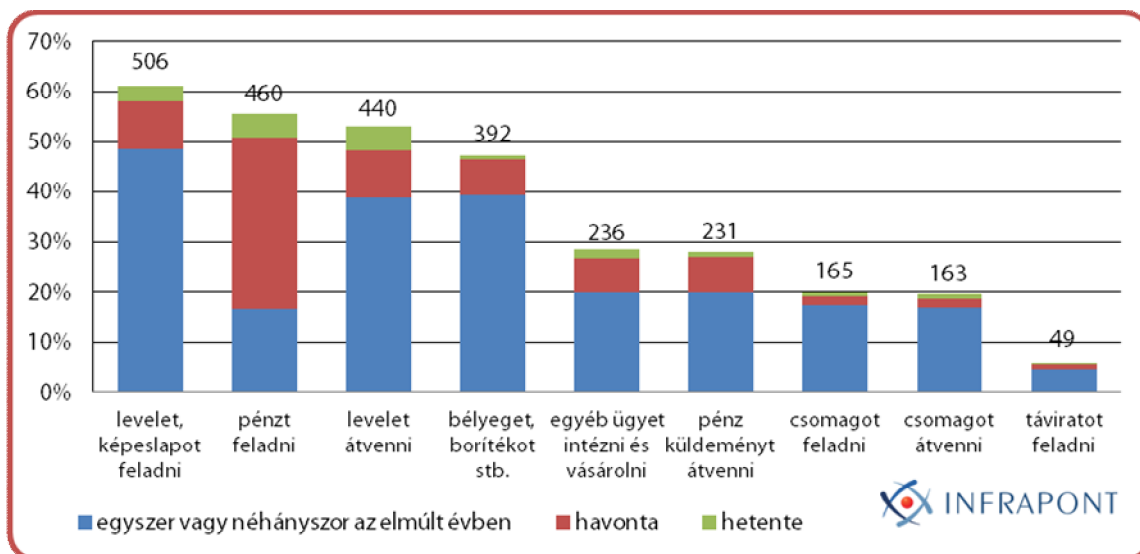
- **A legtöbb lakossági fogyasztó levelet ad fel a postahivatalban: ez nagyjából a lakosság felét jelentette az elmúlt évben. A második leggyakrabban használt szolgáltatás a pénzfeladás, majd a levélatvétel és a bélyeg, boríték, stb. vásárlása. Ilyen ügyben a lakosság harmada járt postán az elmúlt egy évben. Kevesebb, mint ötödük ment csomagot feladni vagy átvenni. Táviratot kevesebb, mint 5%-uk adott fel.**
- **A legnagyobb számú lakossági postai tranzakció a pénzfeladás: évente fejenként 5-6 alkalommal. Második a levélatvétel kb. 3 alkalommal, a harmadik a levélfeladás 2-3 alkalommal. Csomagátvétel és csomagfeladás ügyekre évente átlagosan fejenként kevesebb, mint egy alkalom jut.**

Az 5.17. ábra: ⁸³ azt mutatja be, hogy a lakosság milyen ügyekben és milyen gyakran jár a postán. Az igénybevett szolgáltatások három csoportra oszthatók: egyrészt amelyeket a teljes lakosság 40-50% vesz igénybe, másrészt amelyeket 15-20%-a, illetve a kihaló félben lévő távirati szolgáltatás.⁸⁴ Bár évi gyakoriságot tekintve a levél és képeslapküldés ritka, a lakosság legnagyobb része – egy év alatt – továbbra is ebben az ügyben látogatja a postát leginkább. Ezt közvetlenül követi a pénzbefizetés – amivel kapcsolatban látszik, hogy a havi befizetések teszik ki a postalátogatások nagy részét. További érdekesség, hogy – vélhetően az elsőre nem kézbesíthető levelek miatt – a lakosság viszonylag sűrűn jár be levelet is átvenni a postára.

⁸³ Az A13 kérdés alapján.

⁸⁴ Az 5.17. ábra: a teljes lakosságra reprezentatív gyakoriságokat tartalmazza, azonban mivel 175 ember egyáltalán nem használta a postai szolgáltatásokat, ezért az ábrán szereplő oszlopok „csak” 825 megfigyelésen alapulnak.

5.17. ábra: Milyen ügyekben járnak a postán⁸⁵ (évente, n=825)

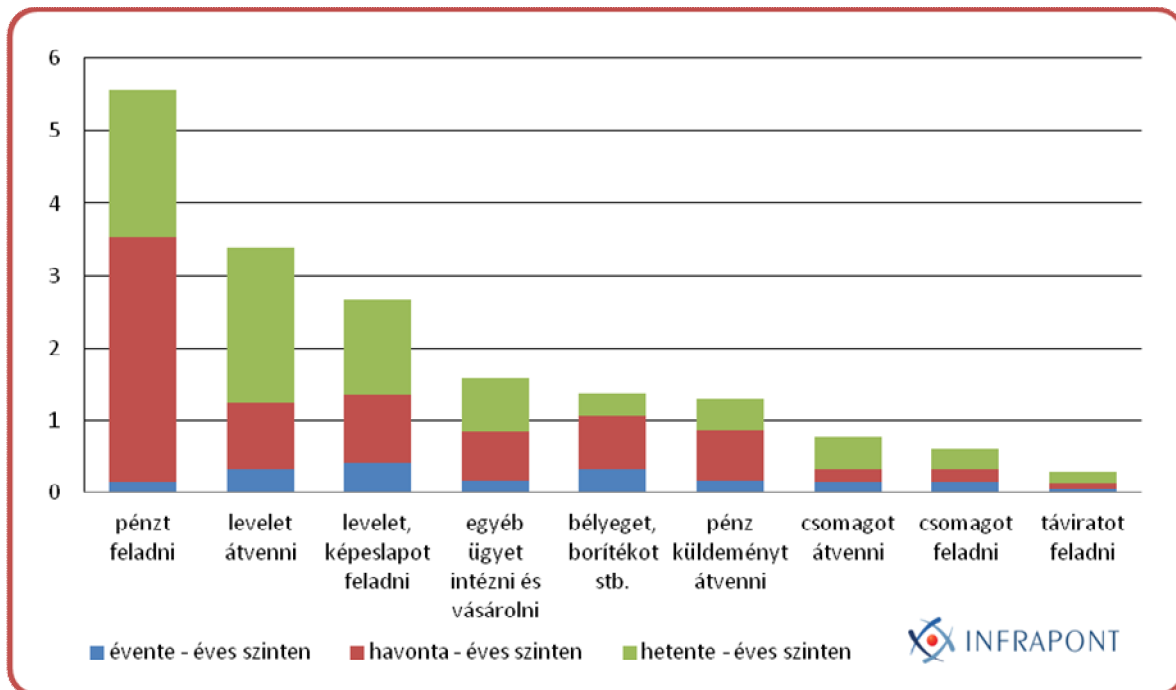


A fenti ábra azonban nem nyújt teljesen világos képet arról, hogy mi az a szolgáltatás, ami postalátogatások gyakoriságát leginkább befolyásolja. Ezért az 5.18. ábra:⁸⁶ a teljes évre becsült gyakoriságokat mutatjuk be – egy átlagos fogyasztóra. Az ábra fő mondanivalója, hogy ebben a nézetben már a pénz feladásból fakadó postalátogatás volumene már jócskán túlszárnyalja a levél vagy képeslapfeladást, továbbá a levélátvétel is szintén megelőzi azt. A középmezőnyben is történnek átrendeződések, azonban markáns változás nem figyelhető meg. A távirat szerepe pedig továbbra is lényegében elhanyagolható. Az ügyintézési gyakoriságok relatív megoszlását a Függelék 8.19. ábrája mutatja. Ebből az látszódik, hogy a pénz feladás (32%), levél átvétel (19%), levél és képeslapfeladás (15%) azok az ügyek, melyek leginkább dominálják a lakosság postahasználatát.

⁸⁵ Balról a negyedik oszlop: bélyeget, borítékot, képeslapot, levelezőlapot, postai egységdobozt, hivatalos nyomtatványt, illetékbélyeget, okmánybélyeget, közteherjegyet vásárolni.

⁸⁶ Az A13 kérdés alapján.

5.18. ábra: Hány alkalommal jártak a postán az egyes ügyekben évente?



Megjegyzés: A becslések egy átlagos lakossági fogyasztóra vonatkoznak. A becslült éves postalátogatások számához a következő súlyokat használtuk: hetente -52, havonta -12, éves -1. Ez jelentős egyszerűsítés, azonban feltehetően a postalátogatások gyakoriságának sorrendjén nem változtat.

A postalátogatás gyakoriságát regressziós elemzéssel is górcső alá vettük.⁸⁷ Ahogyan jelen esetben is, a későbbiekben is alapvetően 6 változó tükrében vizsgáltuk meg az egyes szolgáltatások igénybevételét, melyek a településtípus, az ESOMAR státuszmutató, az internethasználat, a háztartásban élők száma, a családi jövedelem illetve az aktivitás. A változók leírását a Függelék tartalmazza. Egy fontos általános megjegyzés a regressziós eredményekhez, hogy ezeknek az egyszerű modelleknek a magyarázó ereje igen korlátolt. Ez számos okból lehet így. Egyrészt, sok esetben csak kevés megfigyelés alapján tudunk becsülni, másrészt sokszor becsülünk egyszerű kétértékű változókkal,⁸⁸ melyek csak kevésbé tudják megragadni egy-egy függő változó varianciáját, illetve vélhetően hiányoznak a postai szolgáltatások igénybevételét „jobban” magyarázó változók.

A Függelék 8.3. és 8.4. táblázatai – ahogyan a későbbi táblák is – tulajdonképpen feltételes átlagszámításokként tekinthetők. A táblázatok azt mutatják be, hogy a levélküldés, csomagfeladás stb. ügyekben postára járók különböznek-e az aktivitás illetve az internethasználat tekintetében. Vannak statisztikai értelemben vett szignifikáns

⁸⁷ A becslült egyenletek a következő általános formában írhatók fel:
$$Y_i = \alpha + \sum_{m=1}^n \beta_m X_{im} + \varepsilon_i$$

⁸⁸ Erre egy egyszerűsített példa, hogy ha a feladott levelek számát akarjuk magyarázni egy kétértékű város/vidék változóval, akkor bár a két feltételes átlagot megkapjuk, a levelek számát nyilvánvalóan nagyban befolyásolják más tényezők is, melyeket így nem tudunk kiszűrni. Így a levélfeladás varianciájának csak kis részét tudjuk lefedni.

különbségek, azonban ezek általában kicsik.⁸⁹ Aktivitást tekintve azt mondhatjuk, hogy a tanulók az átlagosnál kevésbé gyakran járnak a postán levélfeladás, pénzfeladás, telefonálás, levélátvétel vagy pénzátvétel ügyében, míg a nyugdíjasok csomagot feladni, levelet vagy csomagot átvenni járnak kevésbé a postán. Az internethasználat függvényében azt találjuk, hogy a használók számos postai szolgáltatást az átlagosnál szignifikánsan többször vesznek igénybe. A regressziós elemzés legfontosabb tanulsága azonban mégiscsak az, hogy nem feltétlen lehet azonosítani olyan csoportokat, akik aránytalanul sokat vagy keveset használnának postai szolgáltatásokat. Ez leginkább azt támasztja alá, hogy a posta alapvetően olyan univerzális szolgáltatás, melyet az emberek nagyjából általánosan és hasonlóképpen használnak.

Levélfeladás és levélfeladással való elégedettség

- **Levélfeladóként a lakosság homogén módon használja a postát. Nehéz olyan társadalmi jellemzőt kiemelni, amely szerint szignifikáns eltérés mutatkozna a levélfeladási szokásokban.**
- **A lakossági fogyasztók nagyobb része küldi postán leveleit, mint elektronikus módon. Ugyanakkor a személyes levelezésben az elektronikus formát használók sokkal gyakrabban küldenek levelet, mint a postai utat választók.**
- **A lakosság által postán feladott és elektronikus módon küldött levelek között egyaránt a személyes jellegű levelek dominálnak.**
- **A levélfeladók legalább kétharmada küldött a postán normál, elsőbbségi és ajánlott levelet. Tértivevényest negyedük, a többi levélfeladással kapcsolatos szolgáltatás használata marginális.**
- **A lakosság inkább elégedett a levélküldéssel kapcsolatos postai szolgáltatáselemekkel, mint nem.**
- **A lakossági levélfeladók számára a kézbesítés sikeressége és gyorsasága a legfontosabb szempont, amelyekkel általában a fontosságuknak megfelelő mértékben elégedettek is. Az árak általában a kevésbé fontos jellemzők, a velük való elégedettség is viszonylag alacsony.**

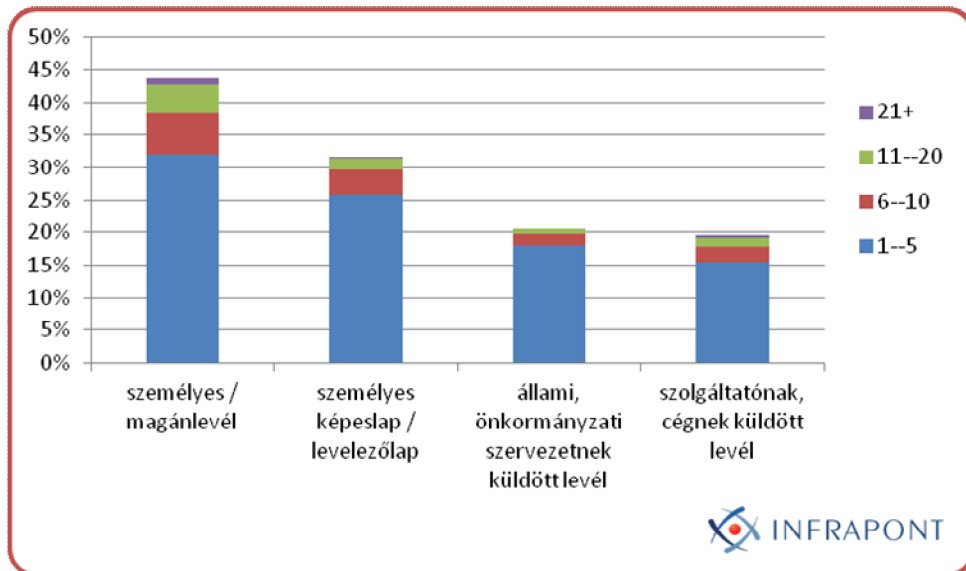
A következőkben azt tekintjük át, hogy a levélfeladáson belül milyen típusú leveleket adnak fel a lakossági fogyasztók – mind postai, mind elektronikus úton. Az 5.19. és az 5.20. ábra: ⁹⁰ mutatja, hogy mind a két kommunikációs csatornát leginkább személyes levelezésre használják az emberek, az intézményekkel való hivatalos levelezés pedig csak évente néhány alkalmat jelent minden platform tekintetében. Egy markáns különbség viszont jól látszik az elektronikus levelezést használók - ha már használják a levelezést - jóval sűrűbben teszik, mint a postai levelezést használók: az e-mailt küldők nagyjából fele évi több mint 21 magánlevelet küld, illetve a küldött képes- és levelezőlapok száma is jóval magasabb az elektronikus platformon.

⁸⁹ Mivel ezeket a becsléseket viszonylag sok adaton tudtuk elvégezni, ezért a kis különbségeket is pontosan tudtuk megmérni, azonban ezek az eltérések valóban annyira kicsik, hogy nem tekinthetők relevánsnak.

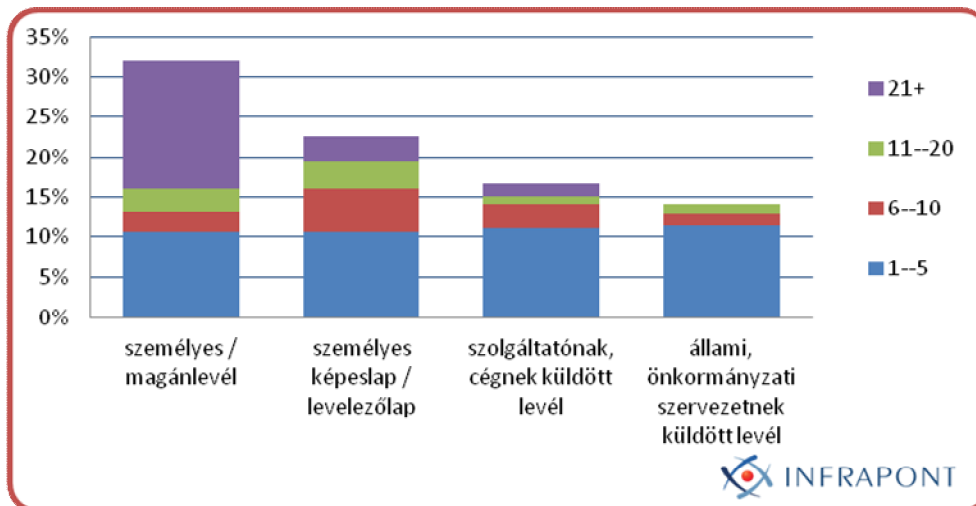
⁹⁰ Az A14 kérdés alapján.

Az elektronikus levelezéssel kapcsolatosan meg kell jegyeznünk, hogy alapvetően a kapott értékek, pontosabban a lakosság által küldött e-mailek számát túl alacsonynak tartjuk. Ezt azzal magyarázhatjuk, hogy a lakosság ténylegesen inkább csak azokra a típusú elektronikus levélküldésekre gondolt, melyek a postai levelezést helyettesítették. Azonban az elektronikus levelezés használata más úton történő kommunikációnak is helyettesítője, így például a telefonálásnak.

5.19. ábra: Postai levélfeladás - típus szerint (évente, n=1000)



5.20. ábra: Elektronikus levélfeladás – típus szerint (évente, n=1000)



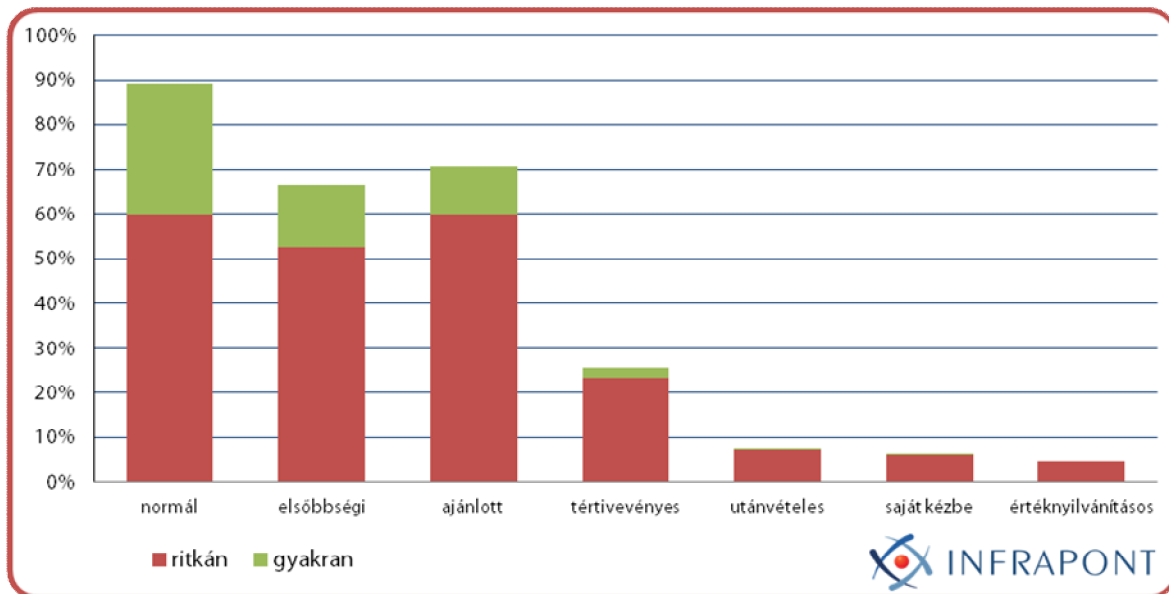
A Függelék 8.20. és 8.21. ábráján⁹¹ az látható, hogy relatíve mennyire intenzíven használja a lakosság a postát illetve az internetet levelezésre. Ezek az eredmények is ráerősítenek arra az állításra, hogyha valaki már egyszer beruházott vagy valamilyen oknál fogva rendelkezik interneteléréssel, akkor jóval intenzívebben használja ezt a platformot, mint amennyire a postai utat használják a postai eléréssel rendelkezők. Fontos látni, hogy a küldött levelek

⁹¹ Az A14 kérdés alapján.

száma csak a személyes levelezés esetében ugrik meg jelentősen az interneteléréssel, az intézményeknek vagy vállalatoknak küldők csupán a platformot használók nagyjából 20%-a küld levelet.

Az 5.21. ábra:⁹² mutatja, hogy a lakosság típusonként hány levelet küld. Itt két kategóriát különíthetünk el. A normál, elsőbbségi illetve ajánlott levél feladást a lakosság 30-50%-a használja, míg a lakosság töredéke küld és ők is csak ritkán tértivevényes, utánvételes, saját kézbe kézbesített illetve értéknylvánításos levelet. (Az ábrán szereplő gyakoriságokat érdemes azzal összevetni, hogy egy év alatt nagyjából a lakosság fele – a mintában 500 ember – járt a postán levelet feladni.)

5.21. ábra: Levéltípusok – a levelet feladók arányában (n=513)

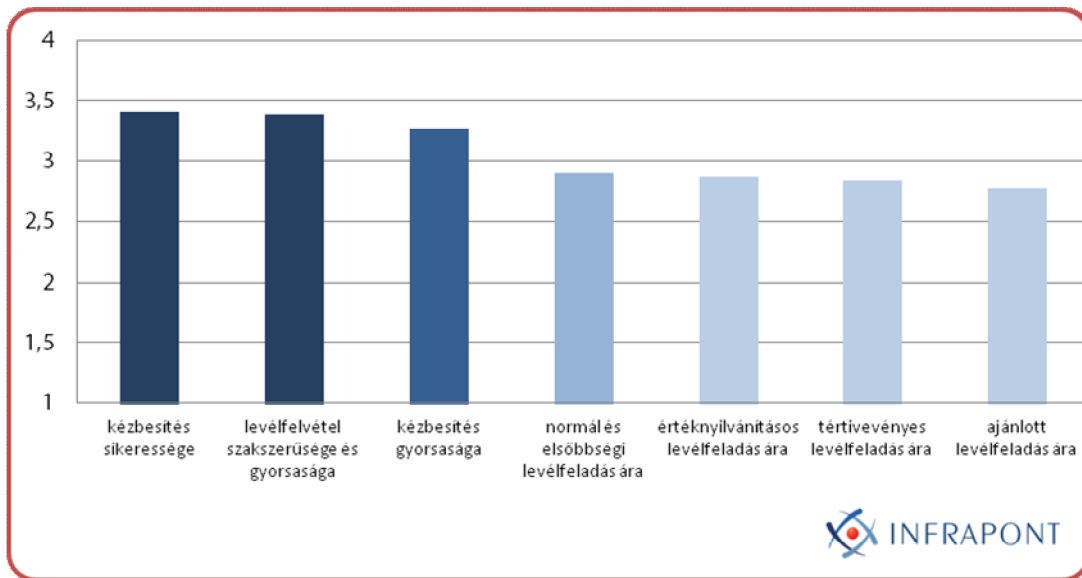


A fogyasztók legfontosabb elégedettségi mutatói a levélfeladás kapcsán közepesnél (ami a 2,5 lenne) jobb értékelést mutatnak, tehát általánosságban az mondható, hogy a lakosság elégedett a postai levélfeladás körülményeivel.

A kézbesítés sikeressége és a felvétel szakszerűsége kapta a magasabb értékelést, s a legkevésbé az árakkal elégedettek. Fontos kiemelni, hogy a kézbesítés sikerességével valamint a levélfelvétel szakszerűségével és gyorsaságával lényegében ugyanannyira elégedett a lakosság – (5%-os szignifikancia szint mellett) nincs statisztikai különbség a két szempont átlagos megítélésében. Ugyanez igaz a három legkevésbére értékelt szempontra is: az ajánlott, az értéknylvánításos és a tértivevényes levélfeladás árával lényegében ugyanannyira elégedett a lakosság: átlagosan kicsivel 3 alattira értékelték ezeket a szempontokat – bár fontos hangsúlyozni, hogy valamennyi szempont közepesnél jobb értékelést mutat. Érdekes, hogy a normál és elsőbbségi feladás árát – hacsak egy hajszálnyival is, de – jobban értékelték a lakosság és ez a különbség statisztikailag is szignifikáns.

⁹² Az A15 kérdés alapján.

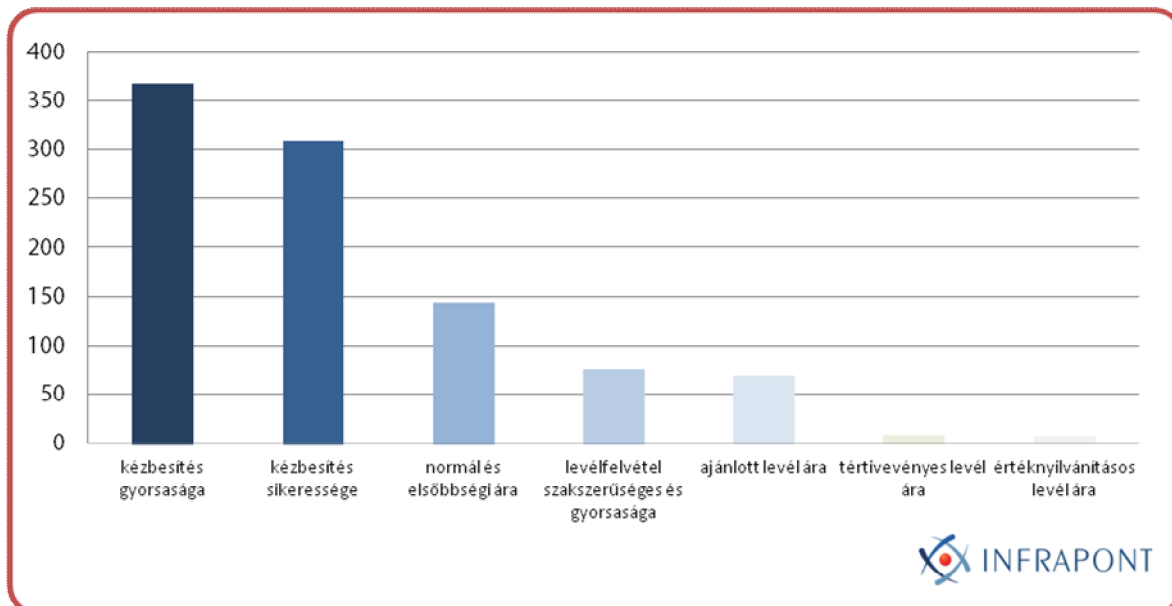
5.22. ábra: Levélfeladás – elégedettség (n=525)⁹³



Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

Ha a legfontosabb szempontok sorrendjét vizsgáljuk, akkor azt mondhatjuk, hogy a szolgáltatás megítélése szempontjából pozitív, hogy az elégedettség mértéke a fontosabbnak ítélt szempontokkal a legnagyobb.

5.23. ábra: Levélfeladás – legfontosabb szempontok (n=525)⁹⁴



Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

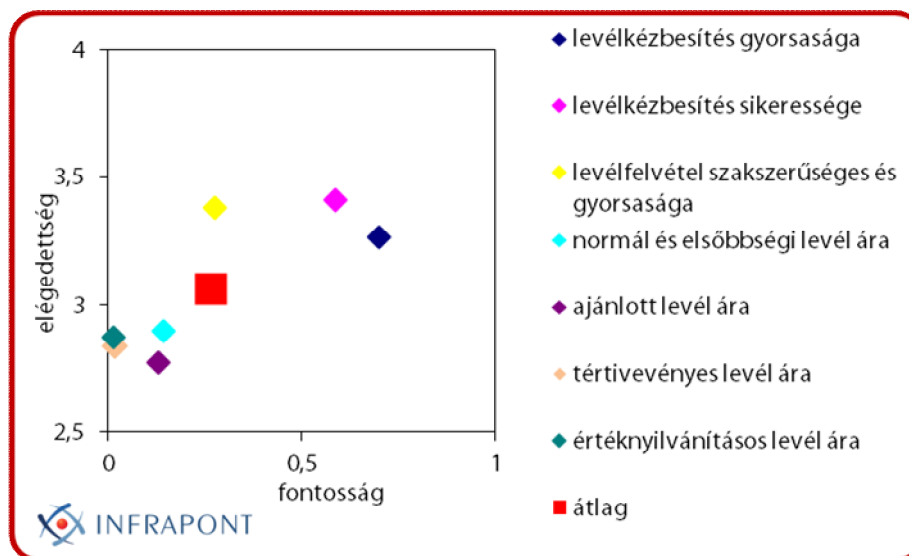
⁹³ A B6 kérdés alapján.

⁹⁴ A B6 kérdés alapján.

Az egyes szolgáltatásjellemzőkkel való elégedettség a fontosság tükrében

A levélfeladás kapcsán is érdemes megvizsgálni a szempontokkal való elégedettség és a szempontok fontossága közti összefüggést.⁹⁵ Az 5.24. ábra tanúsága szerint a levélfeladás különböző dimenzióival való átlagos elégedettség is magasabb, mint a dimenziók átlagos fontossága, ami a levélfeladás körülményeinek általános jó megítélését erősíti meg. Fontosságához képest enyhén kevésbé értékelt dimenzió a levélkézbesítés gyorsasága. Bár a különböző típusú levélfeladások áraival az átlagosnál elégedetlenebbek a lakosság körében, az is látszik, hogy ezek a szempontok a fontosságukhoz mérten nincsenek rosszul értékelve.

5.24. ábra: Levélfeladás – kritikus tényezők fontossága és a velük való elégedettség (n=525)⁹⁶



Csomagfeladás és azzal való elégedettség

- **A csomagot feladó lakossági fogyasztók majdnem kétharmada küldött személyes jellegű csomagot belföldre. Jóval kevesebben küldenek külföldre vagy nem személyes jellegű csomagokat.**
- **A csomagfeladók kevésbé intenzíven használják a feladással kapcsolatos többletszolgáltatásokat, mint a levélfeladók. Normál módon kétharmaduk küldött csomagot, de egyik többletszolgáltatást se vette igénybe több mint harmaduk.**
- **A csomagfeladás használatában különbségek adódnak a társadalmi státusz (ESOMAR) és az internethasználat szerint.**

⁹⁵ Mivel a levélfeladás esetén már csak a „két legfontosabb szempont” módszert használtuk a fontosság mérésére, az összehasonlítás során 0-1 közötti skálát alakítottunk ki a fontosság megjelenítésére, melyet abból a százalékos értékből kalkuláltunk, ami megmutatja, hogy a levélfeladók közül milyen arányban jelölték az adott dimenziót a két legfontosabb közé tartozónak.

⁹⁶ A B6 kérdés alapján.

- **A lakossági csomagfeladók általában inkább elégedettek a Magyar Posta csomagfeladással kapcsolatos szolgáltatás elemeivel.**
- **A lakossági csomagfeladók számára a kézbesítés sikeressége és gyorsasága a legfontosabb szempont, amelyekkel általában a fontosságuknak megfelelő mértékben elégedettek is. Az ár a többihez képest kevésbé fontos szolgáltatásjellemző, de a vele való elégedettség ennek a szintnek sem tud megfelelni. A méret és súlyhatár a legkevésbé fontos szempont, amihez képest nagyon is komoly megelégedettség övezi.**

Az 5.25. ábra:⁹⁷ és az 5.26. ábra:⁹⁸ a lakossági csomagküldési szokásokat mutatja be. Látható, hogy a lakosságnak csak egy kis része használja ezt a szolgáltatást és legtöbbször évente is csak kevés alkalommal – a személyes belföldi csomagok sem érik el a 12%-ot. (Ez az adat a nemzetközi irodalmak összefoglaló részében szereplő referencia szintekhez képest messze alacsonyabb – hiszen ott a csomagot nem küldők aránya mindössze 15-38% között mozgott.⁹⁹) Látható még továbbá, hogy leginkább a belföldi személyes csomagküldés jellemző. A Függelék 8.22. ábrája¹⁰⁰ az egy évre becsült csomagküldés volumenét tartalmazza. Látható, hogy 1000 lakosra nagyjából 370 személyes belföldre irányuló csomagküldés jut.

A csomagküldés esetében is megnéztük, hogy található-e olyan ismérvek, amelyek mentén azonosíthatunk csomagot inkább küldő szegmenseket (lásd: Függelék 8.5.-8.7. táblázat). Ebben az esetben az ESOMAR illetve az internethasználat esetében lehetett szignifikáns különbségeket azonosítani. Az ESOMAR esetében az értelmiségi vagy egyéb magasan képzett, magas beosztású emberekhez képest (A és B kategória) már a középfokú végzettségű, de az egyéb irodai munkát végzők és szakmunkások is mind kevesebb személyes csomagot küldenek – ez a különbség 10 és 14% körül mozog. Más csomagtípusok esetén is vannak szignifikáns különbségek, melyek irányukban hasonlóak, de ott a kevés megfigyelésből fakadóan is, a különbségek kevésbé szignifikánsak. Az internet esetében pedig az aktívabb felhasználók azok, akik inkább élnek a csomagküldéssel – ami leginkább azt vetíti előre, hogy az internetelés és a postai csomagküldési szolgáltatás kiegészítő viszonyban van – ahogyan ez a nemzetközi irodalomban is hangsúlyos volt. A mindennapos internethasználat például átlagosan 11%-kal növeli a személyes belföldi csomagküldést az internettel nem rendelkező populációhoz képest; de a vállalatnak küldött csomagok száma is szignifikánsan magasabb a sokat internetezők körében.

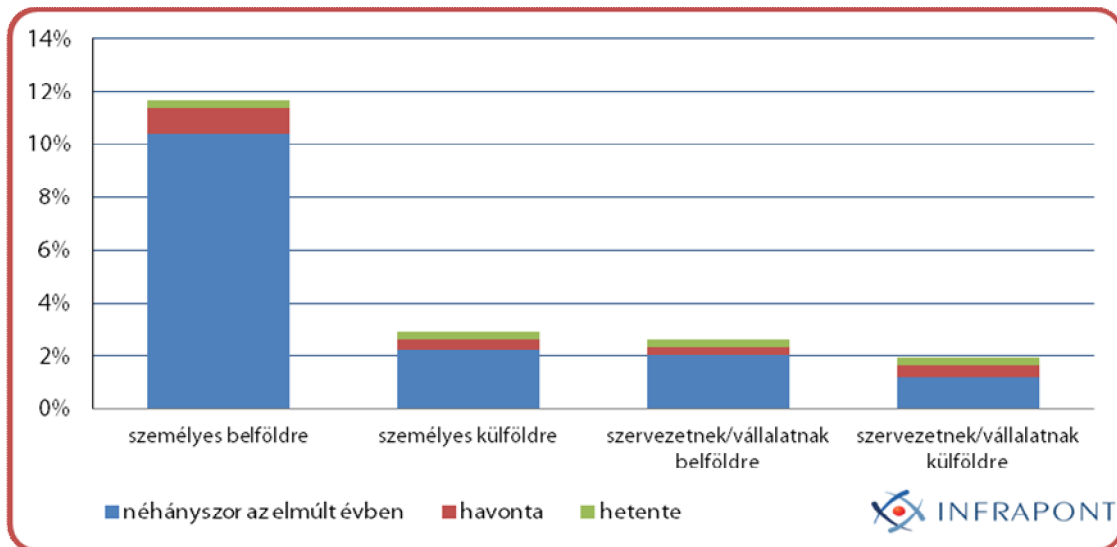
⁹⁷ Az A16 kérdés alapján.

⁹⁸ Az A17 kérdés alapján.

⁹⁹ A korábban már hivatkozott svéd, lengyel és olasz minta alapján.

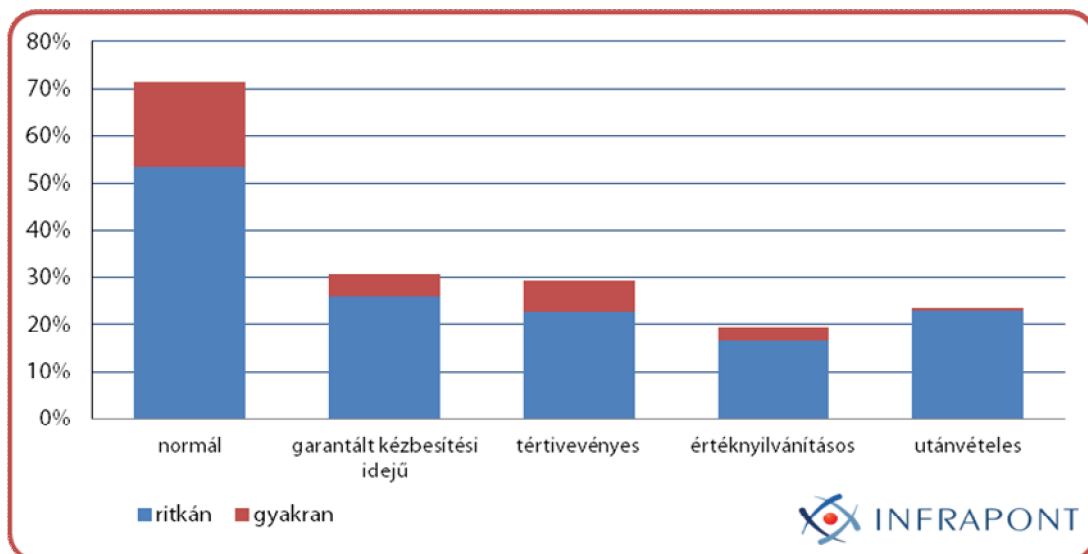
¹⁰⁰ Az A16 kérdés alapján.

5.25. ábra: Csomagküldés (n=1000)



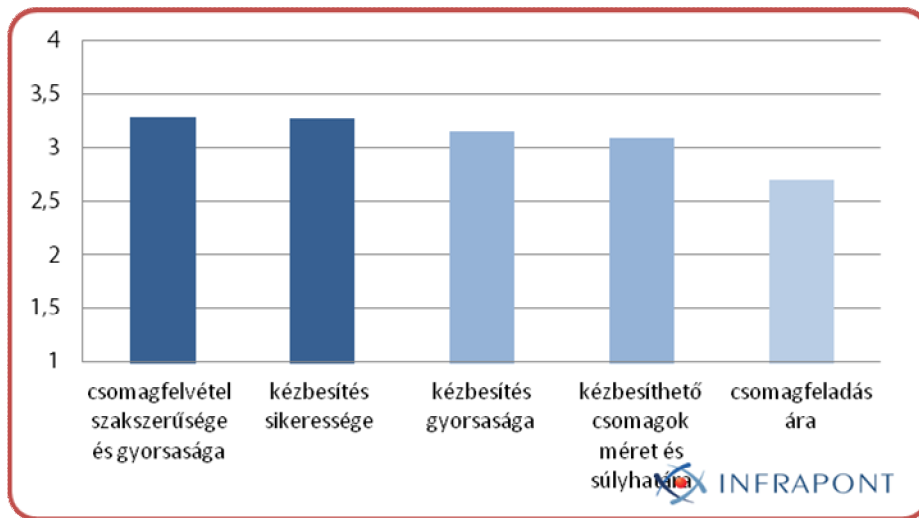
Az alábbi ábráról az is látható, hogy a lakosság többsége leginkább normál csomagot küld, az extra szolgáltatások közül csak a garantált kézbesítési idejű, s a tértivevényes és értéknylvánításos csomagokat használják még aránylag gyakran.

5.26. ábra: Csomagküldés – típusonként (n=165)



A postai csomagfeladás körüli szempontok közül is valamennyi közepesnél jobb értékelést kapott, tehát a lakosság inkább elégedett ezekkel a postai szolgáltatásokkal is. Az 5.27. ábrán látszik, hogy csak kisebb eltérések vannak az egyes dimenziók megítélésében, és ezek közül is az első és a második két szempont értékelése páronként lényegében azonos: vagyis ugyanúgy értékeli őket a lakosság. A csomagfelvétel szakszerűségét és gyorsaságát valamint a kézbesítés sikerességét kicsit magasabbra (átlagosan 3,3 körül), a kézbesítés gyorsaságát és a kézbesíthető csomagok súly- és mérethatárát kicsit alacsonyabbra értékeli a lakosság (átlagosan 3,1 körül). A csomagfeladás ára mindezekhez képest szignifikánsan alacsonyabb értékelést kapott: átlagosan 2,7 (bár fontos hangsúlyozni, hogy még ez is a közepes értékelés felett van).

5.27. ábra: Csomagfeladás –elégedettség (n=165)¹⁰¹

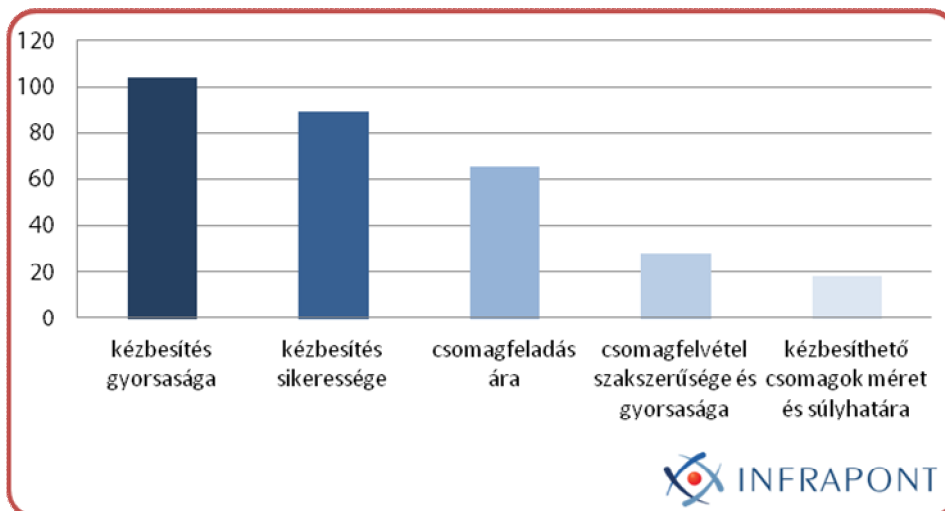


Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

A lakosság a csomagfeladás esetén is hasonló szempontokat preferál, mint a levélnél: a kézbesítés gyorsaságát és sikerességét ítélték a legfontosabb szempontoknak. Ezekkel lényegében elégedettek is a fogyasztók.

Ugyanaz mondható el a postacsomag szolgáltatásokkal kapcsolatban is, mint a levélkézbesítési szolgáltatás kapcsán: ha a Posta az ügyfelek elégedettségét szeretné növelni, akkor elsősorban a kézbesítés gyorsaságának növelésén kell dolgoznia, és/vagy az árak mérséklésén.

5.28. ábra: Csomagküldés –legfontosabb szempontok (n=165)¹⁰²



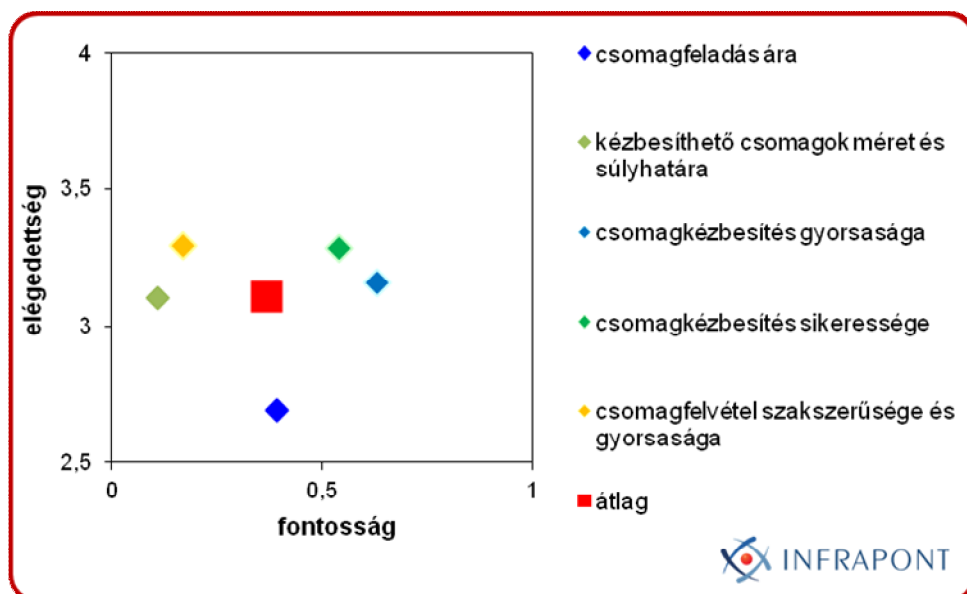
Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

¹⁰¹ A B7 kérdés alapján.

¹⁰² A B7 kérdés alapján.

A csomagfeladás kapcsán is megvizsgáltuk a szempontokkal való elégedettség és a szempontok fontossága közti összefüggést.¹⁰³ Az 5.29. ábra tanúsága szerint a csomagfeladás különböző dimenzióival való átlagos elégedettség is enyhén magasabb, mint a dimenziók átlagos fontossága, ami a csomagfeladás esetén is azt jelzi, hogy a lakosság jellemzően fontosságához képest jól értékeli az egyes csomagfeladással kapcsolatos körülményeket. Fontosságához képest nagyon gyengén értékelt dimenzió azonban csomagfeladás ára, illetve enyhe mértékben a csomagkézbesítés gyorsasága is. Az átlagosnál kicsit kevésbé elégedettek még a lakosság körében kézbesíthető csomagok méret- és súlyhatáraival, azonban ez a dimenzió az átlagosnál jóval kevésbé fontos is.

5.29. ábra: Csomagküldés – kritikus tényezők fontossága és a velük való elégedettség (n=165)¹⁰⁴



Küldeményfogadás és azzal való elégedettség

- **A lakossági fogyasztók küldeményfogadó szerepben a Magyar Posta útján több levelet kapnak, mint elektronikus módon. Ez igaz külön a személyes és nem személyes tárgyú levelekre is. Az átlagos fogyasztóhoz személyes elektronikus levelek viszont jóval gyakrabban érkeznek.**
- **Több személyes tárgyú levelet kapnak az aktív státuszúak, a diplomások, a vidéken élők, és az internetet kevesebbet használók.**
- **A Magyar Posta útján a lakossághoz érkező levelek legnagyobb részét számlalevelek teszik ki. Öt fajtából is a lakosság több mint fele kapott**

¹⁰³ Ebben az esetben is a két legfontosabb szempontra adott válaszokból számolt százalékos értékekből kalkuláltuk a fontossági mutató 0-1 közé eső értékeit.

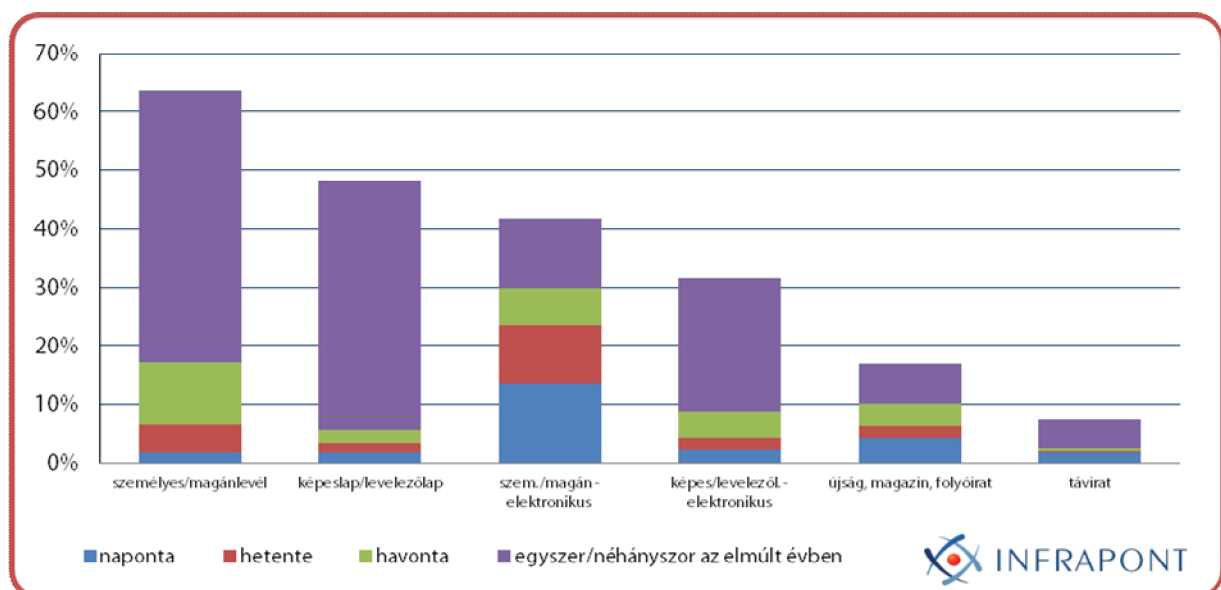
¹⁰⁴ A B7 kérdés alapján.

legalább havonta az elmúlt egy évben. Tekintve, hogy nem minden háztartás egyszemélyes, ez nagyon magas arány.

- **A csomagokat illetően a feladáshoz hasonlóan a kézbesítési oldalon is a személyes jellegű küldeményekből van több. Több mint másfélszer annyi lakossági fogyasztó kapott személyes csomagot belföldről, mint ahányan nem személyeset belföldről. A lakosság pusztán néhány százaléka kapott csak külföldről akármilyen csomagot.**
- **A lakossági fogyasztók általában elégedettek a Magyar Posta küldemény kézbesítéssel kapcsolatos szolgáltatáselemeivel. Ráadásul kicsit még jobban is, mint a küldeményfeladásra vonatkozóan. A kézbesítés sikeressége itt is az átlagosan legjobbra értékelt szempontok között van.**

Az 5.30. ábra: ¹⁰⁵ azt mutatja, hogy fogadó félként a lakosság nagy része továbbra is kap személyes vagy magánleveleket (az 1000 fős mintából több mint 600-an) illetve képes- és levelezőlapokat (az 1000 főből majdnem 500-an). Ezen belül a személyes és magánleveleknél látható, hogy van egy olyan nagyobb társadalmi réteg (nagyjából 10%), aki havi rendszerességgel kap ilyen leveleket. Látható továbbá, hogy az újság illetve folyóiratok aránya bár nem túl magas, napi rendszerességű fogadók is vannak.¹⁰⁶ A távirat szerepe fogadó oldalon is elenyésző. A lenti ábrán továbbá az is látható, hogy elektronikus úton sokkal gyakrabban kap levelet a lakosság, mint postán keresztül.

5.30. ábra: Küldemények fogadása – postai és elektronikus (éves, n=1000)



A Függelék 8.8-8.12. táblázatai a levélfogadásra vonatkozó regressziós elemzés eredményeit. Általánosságban egy intuitíve is megnyugtató konklúziót vonhatunk le a levélfeladással kapcsolatos elemzéssel: míg a különböző csoportok között a lakosság

¹⁰⁵ Az A22 kérdés alapján.

¹⁰⁶ Fontos itt kiemelni, hogy az újság kiszállítás egy részét nem a Magyar Posta végzi, miközben az ügyfél a postaládájából veszi ki. Így annak ellenére, hogy a kérdést a Magyar Postára vonatkozóan tettük fel, nem tudhatjuk biztosan, hogy ezek a válaszok valóban csak a Magyar Posta által kézbesített újságokra vonatkoznak-e.

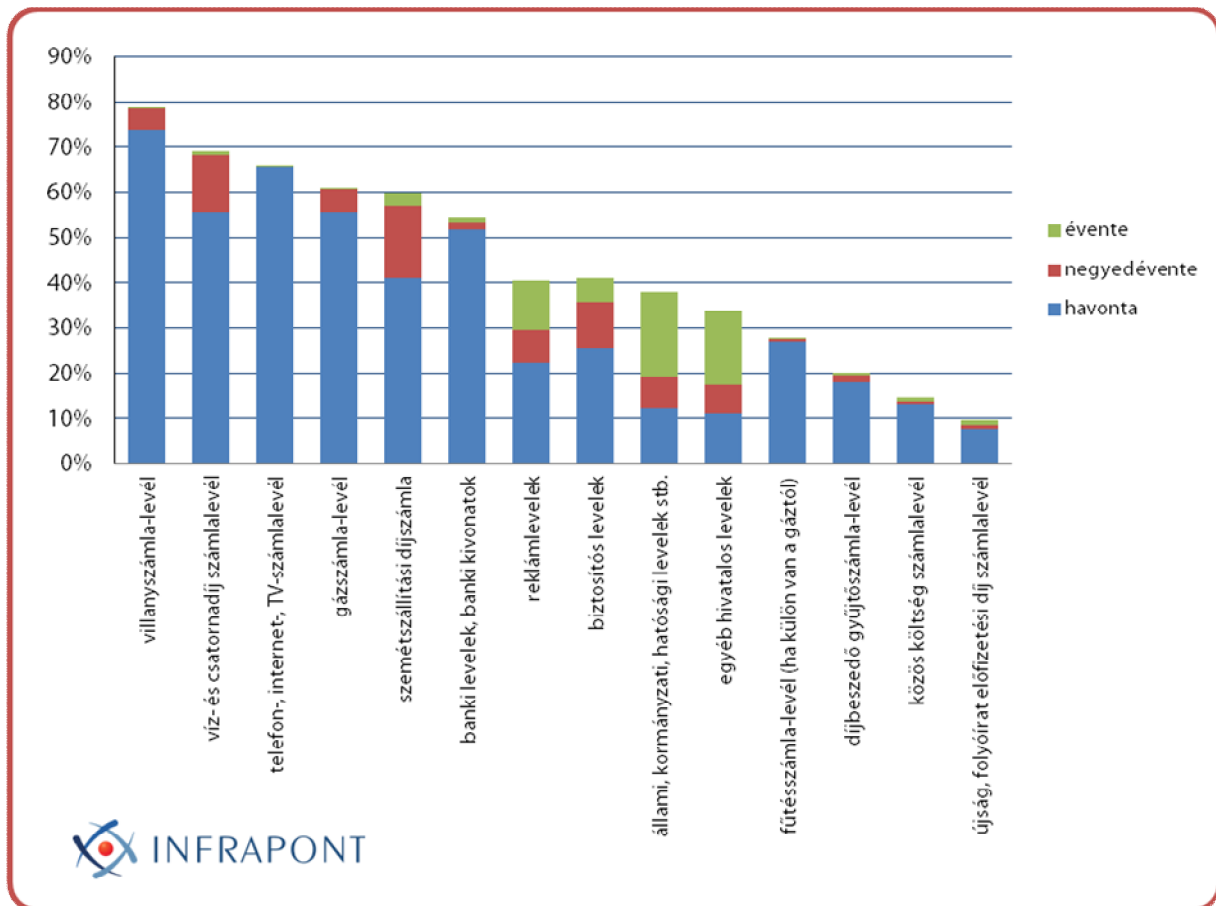
levélfeladásban nem találunk szignifikáns eltéréseket, addig a levélfogadásban vannak különbségek. Aktivitás szerint a tanulók és nyugdíjasok 12-14%-kal kapnak kevesebb személyes levelet, az átlagnál, illetve az ESOMAR kategóriáknál is jól látszik, hogy a diplomás és vezető beosztásban dolgozók (A és B kategória) több postai levelet kap, mint a csak maximum középfokú végzettséggel rendelkezők – a különbség 18-20%-os. Az internet esetében inkább egy kvázi helyettesítő viszony figyelhető meg a ritkán vagy heti rendszerességgel internetezők kapnak inkább több postai levelet. Település típus szerint pedig a megyeszékhelyen élők kapnak átlagosan 11-12%-kal több postai levelet a budapestiekhez képest.

Ugyanez az elektronikus levelek esetében még erősebb (lásd: Függelék 8.13-8.15. táblázat). Az internetezők elektronikus levélfogadásai között például több mint 20%-os különbség van a kapott levelek számában aszerint, hogy valaki ritkán vagy napi szinten használja az internetet. Az ESOMAR mutatók szerint az előzőkkel összhangban szintén nagy 12-33% közötti szórással kevesebb elektronikus levelet kapnak a nem diplomás, nem értelmiségi vagy vezető munkát végzők. Szintén nagyban magyaráz a családi jövedelem, a legalacsonyabb és legmagasabb keresetűek között 60%-nyi különbség van elektronikus levélfogadásban. Hasonlóan a nyugdíjasok, munkanélküliek és inaktívok is jóval kevesebb elektronikus levelet kapnak az aktívakhoz képest.

Az 5.31. ábra: ¹⁰⁷ a lakosság hivatalos leveleinek megoszlását mutatja, illetve azt, hogy azok havi, negyedéves vagy éves rendszerességgel érkeznek-e. Szembetűnik, hogy a lakosság legnagyobb része a közművek (áram, víz) és a hírközlési szolgáltatók számláit kapja leggyakrabban, azonban abban már eltérés mutatkozik, hogy ezek milyen rendszerességgel érkeznek: míg a víz- és csatornadíj, illetve a szemétszállítási díjak egy nagy része inkább negyedévenként jön, addig a többi jellemzően havi rendszerességgel. Továbbá a reklám, biztosító, állami, önkormányzati és egyéb hivatalos levelek nagy része csak évente néhányszor érkezik.

¹⁰⁷ Az A23 kérdés alapján.

5.31. ábra: Küldeményfogadás – nem magánlevél postán

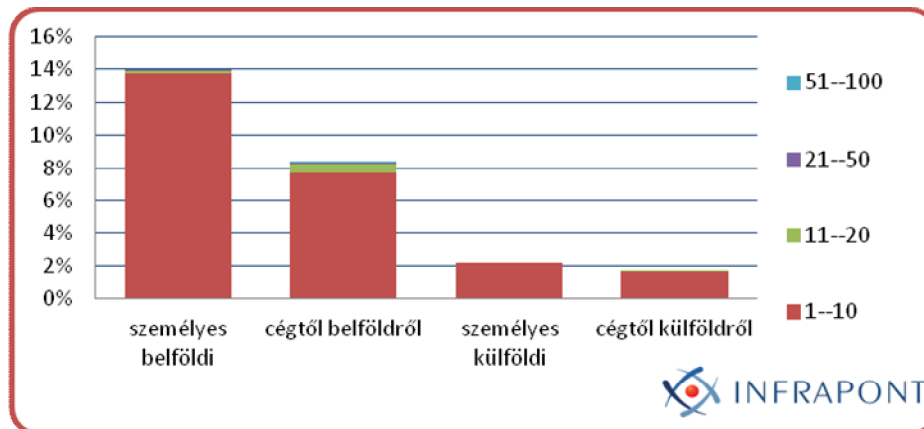


Az 5.31. ábra¹⁰⁸ a lakosság csomagfogadási jellemzőit mutatja be. Amit fontos megjegyezni, hogy bár azt gondolhatnánk, hogy itt leginkább az üzleti vállalkozásoktól jövő csomagok áramlása a domináns, a legtöbben valójában személyes csomagokat kapnak a postán keresztül. A csomagfogadás esetében a nemzetközi tapasztalatok alapján, elsősorban az internethasználat növekedésének köszönhetően, a jövőben volumennövekedés várható. Ebben a piaci szegmensben a jelenlegi alacsony szinthez képest tehát még bőven van növekedési potenciál.

A Függelékben található regressziós táblázatokból (8.16.-8.18. táblázat) látható, hogy a csomagfogadás is szignifikánsan különbözik aktivitás, jövedelem és internethasználat szerint. Az aktívakhoz képest a tanulók és a nyugdíjasok szignifikánsan kevesebb csomagot kapnak. A családi jövedelem pedig 33 (személyes belföldi csomag) illetve 22%-os (cégtől kapott) különbséget jelent a csomagfogadást tekintve a legalacsonyabb és legmagasabb jövedelműek között. Az internethasználat szintén pozitívan függ össze a csomagfogadással: személyes csomagot és cégtől érkezőt is 10-14%-kal többen kapnak egy év alatt a relatíve sűrűn internetezők. (Ez részben az internetes rendeléseknek tudható be.)

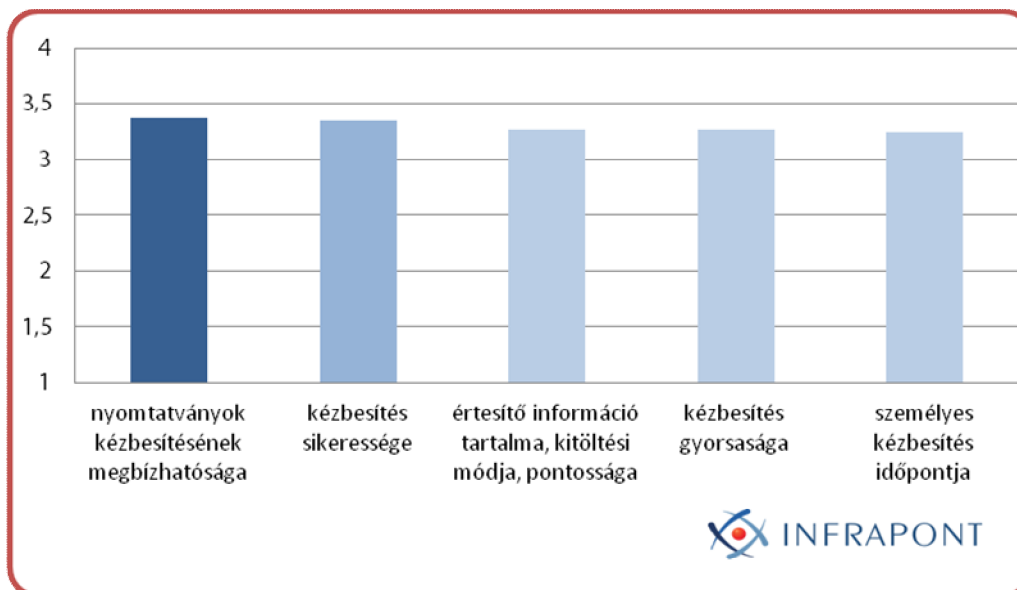
¹⁰⁸ Az A24 kérdés alapján.

5.32. ábra: Küldeményfogadás – csomag (évente, n=1000)



A küldeménykézbesítéssel kapcsolatos kritikus szempontok mindegyike 3 feletti átlagos elégedettségi mutatót kapott a lakosság értékelése során, ami azt jelenti, hogy a küldemények kézbesítésével általánosságban még jobban elégedettek a fogyasztók, mint a levélfeladás vagy a csomagfeladás körülményeivel. Meg kell jegyezni, hogy az első két szemponttal kapcsolatos átlagos elégedettség statisztikailag is különböző, míg a maradék három szempont eredményei statisztikailag nem különbözőek (5%-os szinten).

5.33. ábra: Küldeménykézbesítés – elégedettség (n=1000)¹⁰⁹

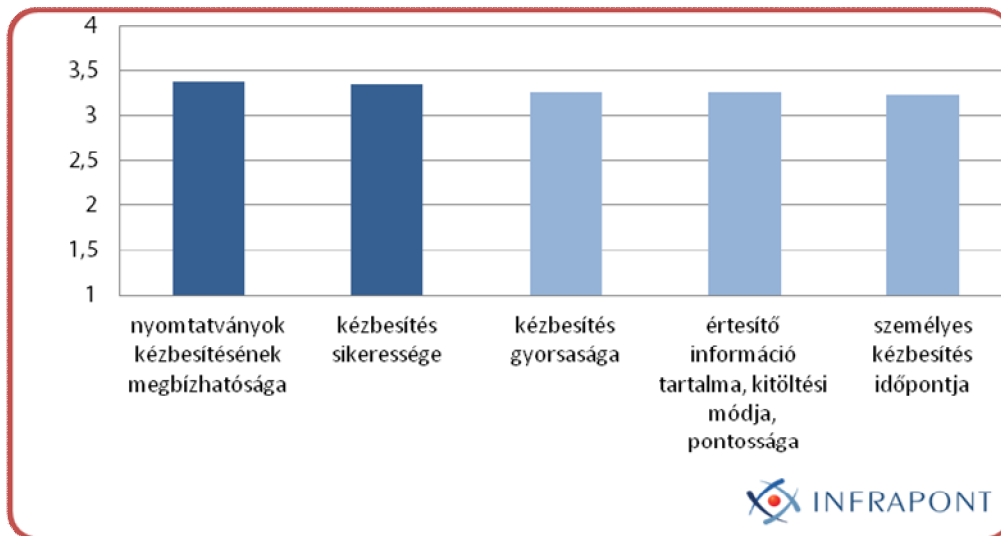


Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek. Fontos megjegyezni, hogy a nyomtatványok (újság, magazin, folyóirat, stb.) kézbesítésével való elégedettséget kiemelve is megkérdeztük. A többi dimenzió a levél- és csomagküldemények kézbesítésére vonatkozik.

¹⁰⁹ A B8. kérdés alapján.

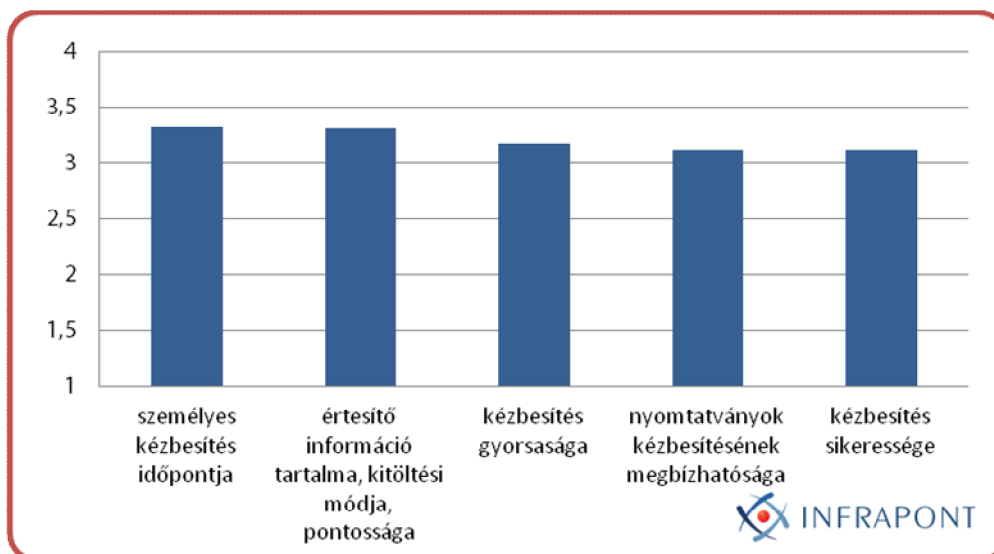
Érdemes megvizsgálni, hogy az egységesen magas átlagok mögött nem látszik-e valamilyen különbség az egyes fogyasztói csoportok között. Eltérés mutatkozik az állandó postával és a mobilpostával rendelkezők között: a két csoport tagjai éppen ellentétesen nyilatkoztak az egyes szempontokkal kapcsolatos elégedettségükről (lásd 5.34. és 5.35. ábra). Bár fontos megjegyezni, hogy a mobilpostával rendelkezők elégedettségével kapcsolatos véleménye az egyes dimenziókban lényegében azonos (3,1-3,3 közötti értékű átlagosan), ugyanis statisztikailag nincs különbség az egyes szempontok átlagai között. Az állandó postahivatallal rendelkezők körében a nyomtatványok kézbesítésének megbízhatósága és a kézbesítés sikeressége szignifikánsan magasabb elégedettségnek örvend (átlagosan 3,4 körüli), mint a többi dimenzió továbbá, mint a mobilpostával rendelkezők körében.

5.34. ábra: Küldeménykézbesítés – elégedettség (állandó posta; n=893)¹¹⁰



Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek. Fontos megjegyezni, hogy a nyomtatványok (újság, magazin, folyóirat, stb.) kézbesítésével való elégedettséget kiemelve is megkérdeztük. A többi dimenzió a levél- és csomagküldemények kézbesítésére vonatkozik.

5.35. ábra: Küldeménykézbesítés – elégedettség (mobilposta, n=31)¹¹¹



Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek. Fontos megjegyezni, hogy a nyomtatványok (újság, magazin, folyóirat, stb.) kézbesítésével való elégedettséget kiemelve is megkérdeztük. A többi dimenzió a levél- és csomagküldemények kézbesítésére vonatkozik.

¹¹⁰ A B8 kérdés alapján.

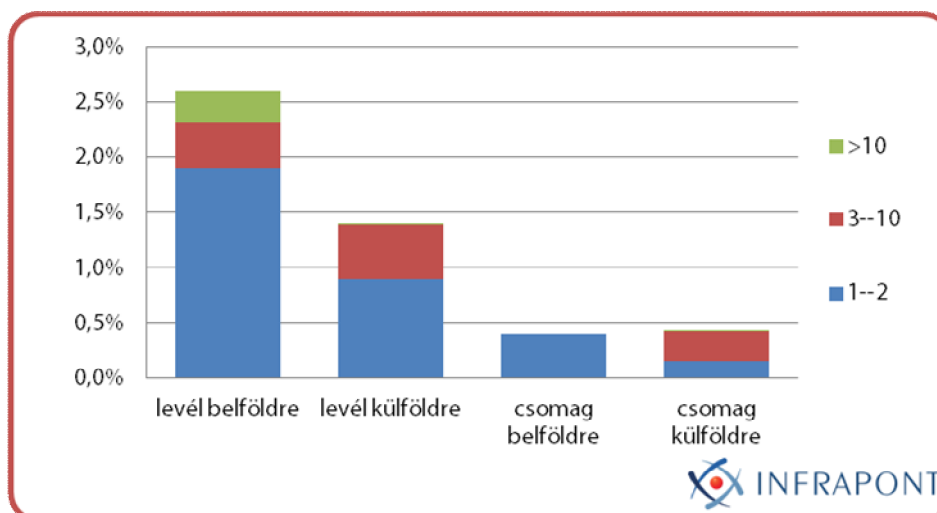
¹¹¹ A B8 kérdés alapján.

Gyors-, futár és integrált posta használat és az ezzel való elégedettség

- **Gyors- és futárpostát csak kis volumenben használ a lakosság: 5%-uk adott fel, és 11%-uk kapott küldeményt ilyen szolgáltatón keresztül.**
- **A legtöbb érintett lakossági fogyasztó levelet küld, de csomagot kap gyors- és futárposta útján.**
- **A gyors- és futárpostát használó lakossági fogyasztók az igénybe vett szolgáltatáselemekkel átlagosan szintén inkább elégedettek, mint nem. Körülbelül ugyanabban a mértékben, mint a Magyar Posta lakossági fogyasztói. További egyezés, hogy szintén a kézbesítés sikerességével és gyorsaságával a legelégedettebbek, és a szolgáltatás áraival a relatíve legkevésbé. Ráadásul ez utóbbi a Magyar Posta áraihoz képesti átlagos elégedettségénél egy kicsit rosszabb is.**

Az 5.36. ábra: ¹¹² a posta használat alternatíváiként, a gyors- és futárposta illetve integrált postai szolgáltatások, használati gyakoriságát mutatja be. Látható, hogy ezen a piacon feladóként a lakosságnak csak egy kis része van jelen és ők is csak mérsékelten használják (kevés esetben láthatunk 10-nél nagyobb gyakoriságot). Fontos látni továbbá, hogy ezek a gyakoriságok nagyon kevés megfigyelésen alapulnak, például belföldi csomagot kevesebb, mint 5 ember adott fel egy év alatt (az 1000-ból). A leginkább használt szolgáltatók a GLS, az MPL, a DHL, a G4S. ¹¹³

5.36. ábra: Gyors- és futárposta használat – feladás (éves, n=1000)

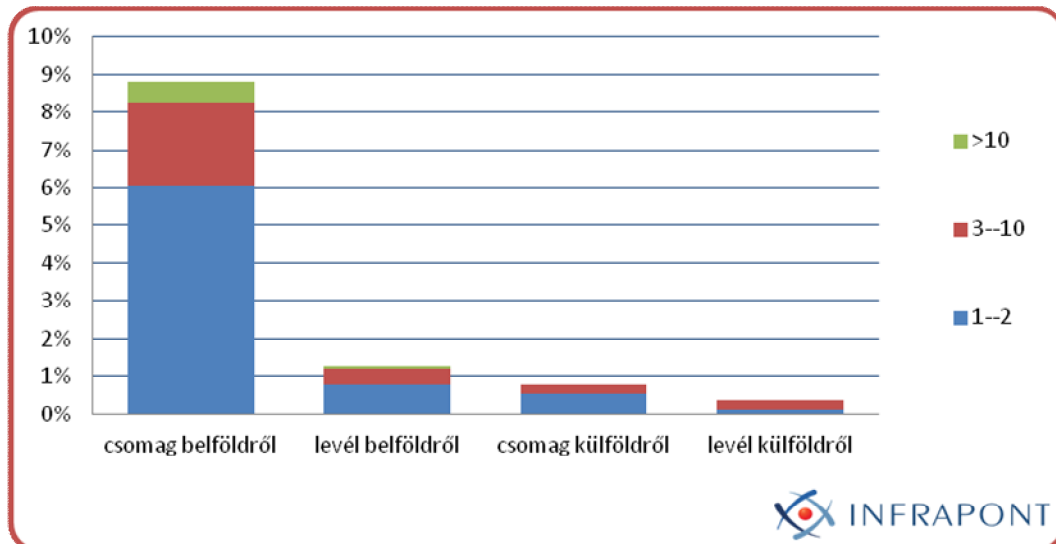


¹¹² Az A19 kérdés alapján.

¹¹³ Ez nem feltétlen jelenti, hogy ennek a négy szolgáltatónak van a legnagyobb részesedése a gyors- és futárposta piacon, hiszen csak nagyon kevés megfigyelés van még az első öt szolgáltató mögött is. Ugyanez igaz a lakossághoz leginkább kiszállító gyors- és futárpostai szolgáltatókra is. Az 1000 lekérdezettből 55-en használtak küldemény feladásra ilyen szolgáltatókat.

Az 5.37. ábrán¹¹⁴ látható, hogy a gyors- és futárpostai küldemény fogadás már nagyobb gyakoriságokat mutat, a lakosság majdnem 10%-a kapott legalább egy csomagot egy év alatt.¹¹⁵ Az gyors- és futárposta szolgáltatók közvetítésével érkező levél, illetve a külföldi csomag mennyisége viszont elenyésző. A legtöbbet említett szolgáltatók: a GLS, a MPL, a DHL, Pick-Pack „A Futár”, a G4S voltak.

5.37. ábra: Gyors- és Futárposta használat – küldemény fogadás (éves, n=1000)



A Függelék 8.19. táblázatban láthatók a gyors- és futárposták igénybevételének internethasználat és településtípus szerinti együtthatói. Két fő állítás tehető: egyrészt az internetet gyakrabban használók relatíve többet is fogadnak és adnak fel gyors- és futárpostával, másrészt Budapesthez képest a városi és községi lakosok relatíve kevesebbet adnak fel ezekkel a szolgáltatókkal.

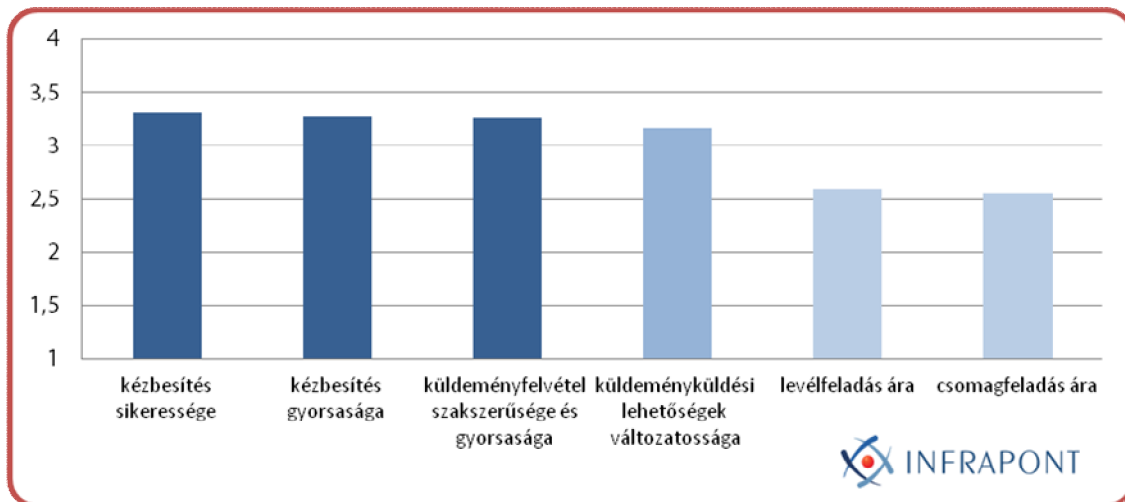
A postai szolgáltatások egyik legfőbb helyettesítőjével, a gyors- és futárposta szolgáltatásokkal való elégedettség nagyjából azonos a postai szolgáltatások megítélésével: a legfontosabb dimenziókban 3,3 és 2,6 között mozog az átlagos elégedettségi mutató. Az 5.38. ábrán bemutatott dimenziók közül az első három megítélésében nincs statisztikai különbség (5 %-os szinten), ugyanez a helyzet a két utolsó dimenzió esetén is. Ami látszik tehát, hogy a küldemények feladásának árával szignifikánsan kevésbé elégedettek a gyors- és futárpostát használók, mint a többi kritikus tényezővel.

Megvizsgáltuk azt is, hogy van-e különbség a gyors- és futárpostát használók körében aszerint, hogy párhuzamosan adtak-e fel küldeményt a Magyar Postával is, vagy sem. A 128 futárpostát használó közül 80-a a Magyar Postával is adtak fel. Az ő gyors- és futárpostával kapcsolatos elégedettségük lényegében teljesen azonos a teljes sokaság elégedettségével (lásd: Függelék 8.24. ábra).

¹¹⁴ Az A21 kérdés alapján.

¹¹⁵ Az 1000 megkérdezett közül összesen 111 kapott valamilyen küldeményt ilyen szolgáltatókkal.

5.38. ábra: Gyors- és futárposta használta – elégedettség (n=128)



Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

5.2.5. Postai pénzforgalmi szolgáltatások használata a lakosság körében

- **A sárga csekket a lakossági fogyasztók nagy többsége használja (77%) és gyakran. Nélkülözhetetlennek tartják, ugyanakkor nemigen elégedettek vele. A sárga csekkel kapcsolatos lakossági értékelés az összes elégedettségi adatok közül a legrosszabbak közé tartozik.**
- **A lakossági fogyasztók körében ez a közműszámlák általános befizetési módja. Felük fizet sárga csekken a villamos energia; víz és csatorna; telefon, internet és tv; szemet; gáz számlái után. Tekintve, hogy nem minden háztartás egyszemélyes, ez nagyon magas arány.**
- **A számlák rendezésére használható elektronikus helyettesítők igénybe vétele erősen korlátozott. A lakosság 20%-a használ ilyet (is), és csak 5%-a teszi ezt kizárólagosan.**
- **A rózsaszín csekket kevesen használják (11%) és ritkán, különösebben nem is elégedettek vele, és nem tartják fontosnak a fenntartását.**
- **A Magyar Posta pénzügyi szolgáltatásai közül jelentősebb nagyságú lakossági csoport veszi igénybe a nyugdíj (23%) és a családi pótlék (9%) kézbesítését, a postahivatalban történő bankkártyás pénzfelvételt és átutalást (16%) és a folyószámla ügyintézését (9%).**

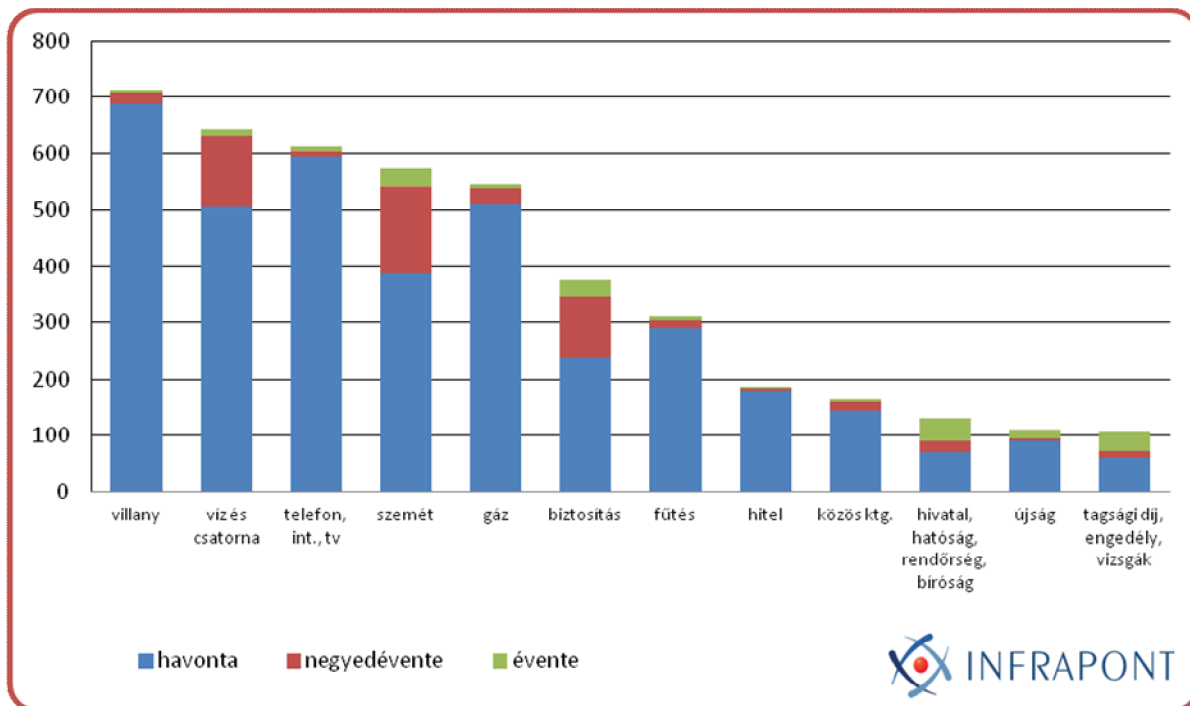
A jelenleg hatályos postatörvény 37. §-a a Magyar Postát bizonyos pénzforgalmi szolgáltatások elvégzésére is kötelezi az egész ország területén. Két ilyen típusú szolgáltatás van, a készpénzátutalás valamint a fizetési számláról történő készpénzkifizetést lehetővé tevő és oda készpénzbefizetést lehetővé tevő szolgáltatás. Ezek mellett a törvény lehetővé teszi a Magyar Posta számára, hogy egyéb pénzforgalmi szolgáltatást is nyújtson, amit meg is tesz.

A pénzforgalmi szolgáltatásokra vonatkozó kötelezettségek ugyan nem tartoznak az egyetemes szolgáltatási kötelezettség körébe, de esetükben is felvethető a kérdés, vajon mennyire fontosak, illetve érdemes-e a nyújtási kötelezettségen valamit változtatni. Az adatfelvétel során ezért arra is rákérdeztünk, hogy ki milyen postai pénzforgalmi szolgáltatást használ, azzal mennyire elégedett, továbbá hogy milyen alternatív pénzforgalmi szolgáltatást vesz igénybe.

Készpénzátutalási megbízás

A Magyar Posta számára a legfontosabb a hivatalosan készpénzátutalási megbízásnak nevezett „sárga csekk”. Ilyenkor a postán befizetett készpénzt a posta a címzett bankszámlájára helyezi. Ezt a szolgáltatást a válaszadók közül 772 vette igénybe az elmúlt egy évben. A felhasználás módja és gyakorisága szerinti megoszlást az 5.39. ábra tartalmazza.¹¹⁶ A legtipikusabb felhasználás a közműszámlák rendezése ötféle csoportban: villany; víz- és csatorna; telefon, internet, tévé; személyszállítás; gáz. Ezek mindegyikét legalább 500 válaszadó használta, többségében legalább havonta adott fel csekken pénzt a számla rendezésére. A legtöbben villanyszámlát rendeztek sárga csekken: 715-en – vagyis a sárga csekket igénybevevők (772) szinte mindegyike.

5.39. ábra: Sárga csekk feladás (n=1000)



Ez nagyon magas gyakoriság. A pontos kérdés ugyanis a válaszadó személyes befizetéseire és nem a háztartásának befizetéseire vonatkozott. Ez azért fontos, mert általában az együtt élő háztartás tagok nem mindegyikének kell külön befizetni a közös használatú közmű használati díját. Ezt figyelembe véve valószínű, hogy sok válaszadó a háztartásában összesen megtörtént és nem csak a saját maga által intézett sárga csekkes befizetésről adott számot. Ez azért is valószínű, mert a posta szolgáltatásainak használatáról általában

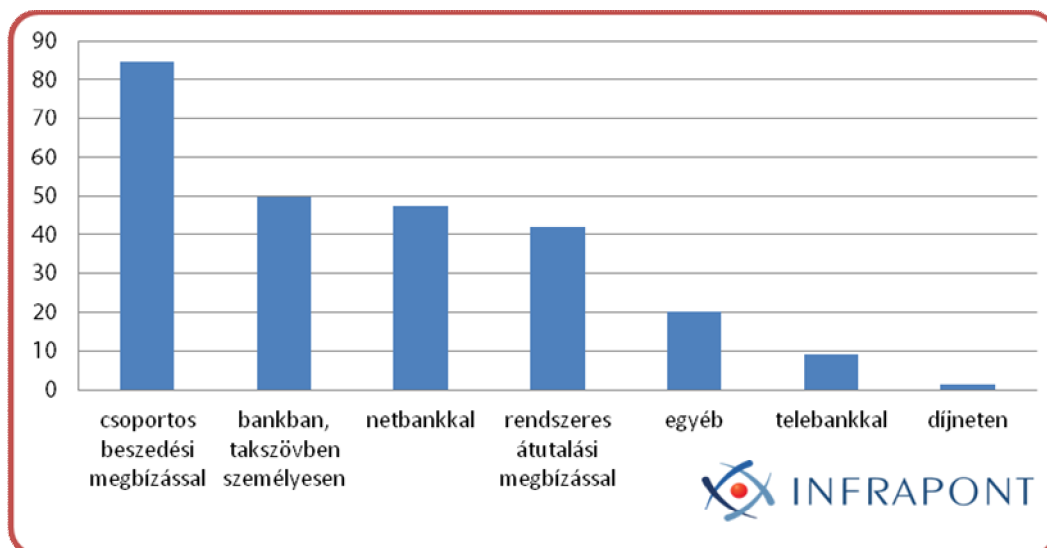
¹¹⁶ Az A25.5-A25.52-es kérdések alapján.

érdeklődő kérdésre, csak 461 ember mondta, hogy pénzt is adott fel a postán az elmúlt egy évben.¹¹⁷ Ha számolunk is azzal, hogy nem tisztán egyéni, hanem részben háztartási szintű megfigyeléseink vannak a készpénzátutalási megbízások esetén, az alapvető következtetés változatlan: a megkérdezés adatai arról tanúskodnak, hogy a háztartások döntő többsége használ sárga csekket a felsorolt ötféle számla rendezésére.

Amellett, hogy a sárga csekk használata nagyon elterjedt, kiderült az is, hogy más módszerek viszont nem nagyon népszerűek ugyanazon célú fizetések teljesítésére. A vonatkozó 12 irányba történő fizetések egyéb módjaiból hétre kérdeztünk rá: bankban vagy takarékszövetkezetben történő személyes befizetés; netbank; telebank; díjnet; csoportos beszedési megbízás; rendszeres átutalási megbízás; egyéb bontásban.¹¹⁸

Mindössze 206 válaszadó használt más fizetési módot (is) a sárga csekk helyett. A sárga csekk alternatívái között az egyes lehetőségek közül egyiket sem használja a megkérdezettek több mint 10%-a. A legnépszerűbb a csoportos beszedési megbízás (84 fő), használták többen még a bankban és takarékszövetkezetben történő személyes befizetést (50 fő), valamint a netbankot (48 fő) és a rendszeres átutalási megbízást (42 fő) is.

5.40. ábra: Sárga csekk helyettesítőinek használata (n=1000)

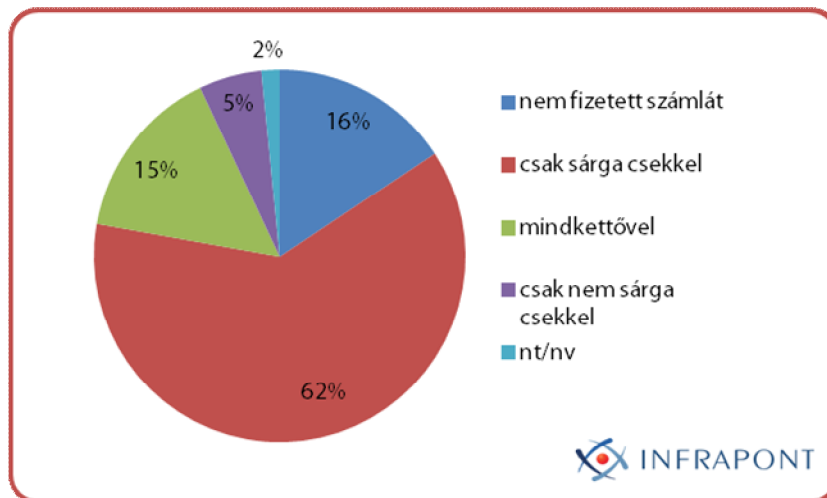


A 206 sárga csekk helyettesítőt használó válaszadók közül csupán 55 használt kizárólagosan ilyen formákat. Ez a kizárólagosan sárga csekket használó 621 megkérdezetthez képest nagyon alacsonynak tekinthető. Az 5.41. ábra összegzi a 12 féle fizetési kötelezettség teljesítésére használt sárga csekkes és nem sárga csekkes módszerek megoszlását.

¹¹⁷ Az A13-as kérdés alapján.

¹¹⁸ Az A25.53-as kérdés alapján.

5.41. ábra: Számlafizetések módozatai (n=1000)



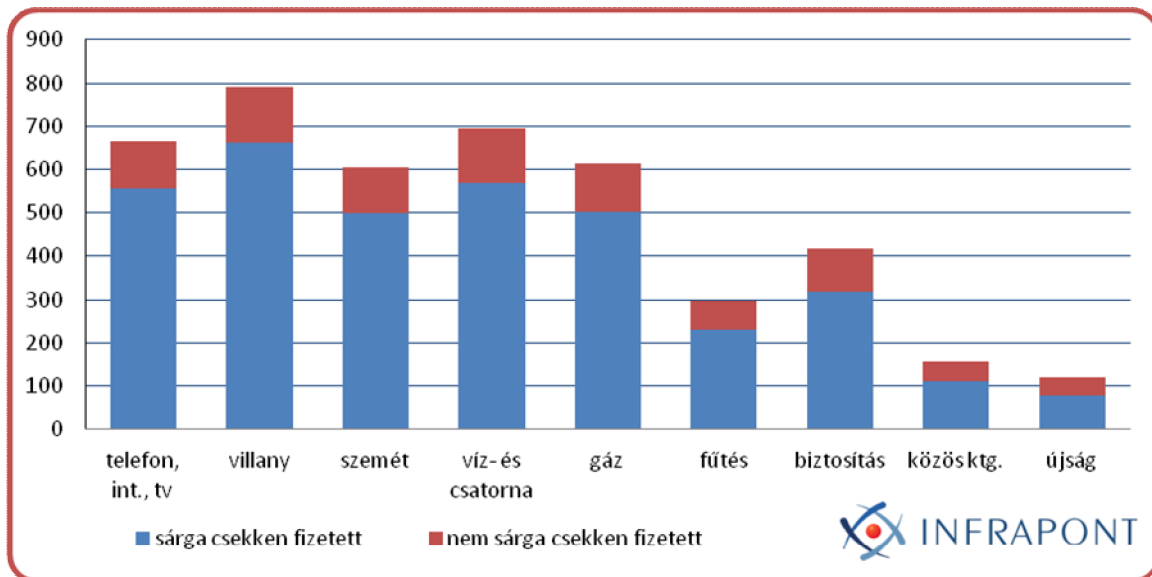
Azt, hogy mennyire intenzív a sárga csekk használata más fizetési módokhoz képest, egy másik, áttételesebb módon is érzékeltetni tudjuk. Ehhez azt használjuk ki, hogy a kérdőív rákérdezett arra is, hogy ki milyen, a Magyar Posta által kézbesített számlalevelet kapott az egyes szolgáltatóktól.¹¹⁹ A postai úton érkező számlalevél és a sárga csekkes befizetés csupán kilenc kategóriában vethető össze egymással, mert a fennmaradó kategóriák nem párosíthatók. Ugyanakkor ez a kilenc kategória felöleli a számlalevél forgalmának döntő többségét. 729 olyan válaszadó van, aki ebben a kilenc kategóriában kapott számlalevelet a postától. Ebből 660 fizetett is be valahogyan számlát, és el is árulta, hogy milyen módon.

Az 5.42. ábra esetén az oszlopok magassága azt mutatja, hogy a megkérdezettek közül hányan a háztartása kapott az adott csoportba tartozó szervezettől a posta által továbbítva számlalevelet. Az oszlopok kék része jelöli azokat a postai számlalevelet kapó válaszadókat, akik maguk használták sárga csekket az adott kategória számlájának rendezésére. Az oszlopok sorrendjét a sárga csekk használatának intenzitása határozza meg. Látható, hogy a számlalevelet kapó válaszadók döntő többsége használt sárga csekket a számla rendezéséhez – függetlenül a konkrét szolgáltatótól. A leginkább „sárga csekk intenzív” a telefon, internet és tévé kategóriában 84% a sárga csekk használat aránya, míg a legkevésbé intenzív újság, folyóirat kategóriában 64%.

Az ábráról az is leolvasható, hogy pont ugyanabból az öt szolgáltatótípusból érkezik a legtöbb megkérdezethez számlalevél, mint amelyikben a legtöbb megkérdezett sárga csekket használ: telefon, internet és tévé; villamos energia; szemétszállítás, víz és csatorna; gáz.

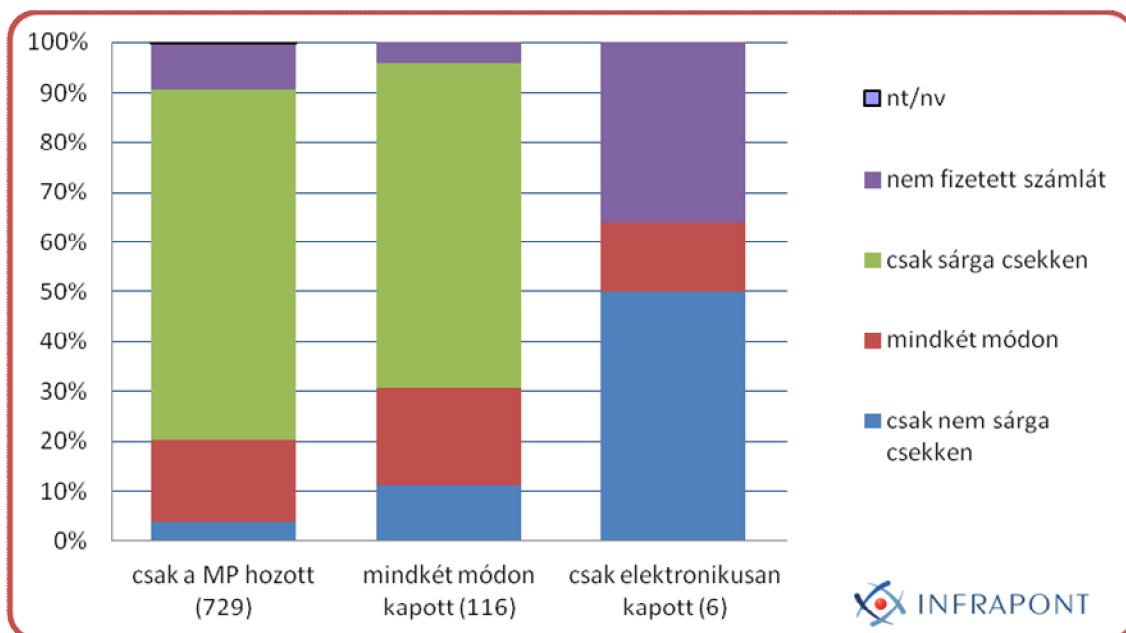
¹¹⁹ Az A23-as kérdés alapján.

5.42. ábra: Postán számlalevelet kapók befizetési szokásai (n=1000)



Látjuk tehát, hogy a számla „hagyományos formája” (postán érkező számlalevél) és a számlabefizetés „hagyományos formája” (sárga csekkes befizetés) elterjedt módszerek, és egyszerre vannak jelen, jóllehet semmi sem indokolja, hogy ilyen mértékben összekapcsolódjanak. A számlák és befizetések hagyományos és újabb módszereinek összefüggését pontosabban jellemzi az 5.43. ábra. Nem a postán, vagyis elektronikus úton relatíve kevesen (122 fő) kapnak számlát. Itt most az is látszik, hogy minimális kivétellel még ezek az emberek is kapnak postai úton érkező számlalevelet. Csupán 6 válaszadó kap kizárólagosan elektronikus úton számlákat. Az ábra fő üzenete, hogy minél inkább elektronikus számlákat kap valamelyik háztartás, annál inkább használják a sárga csekk alternatíváit a számla befizetéséhez.

5.43. ábra: A postai és elektronikus számla, és a számlafizetés különböző módozatainak megoszlása

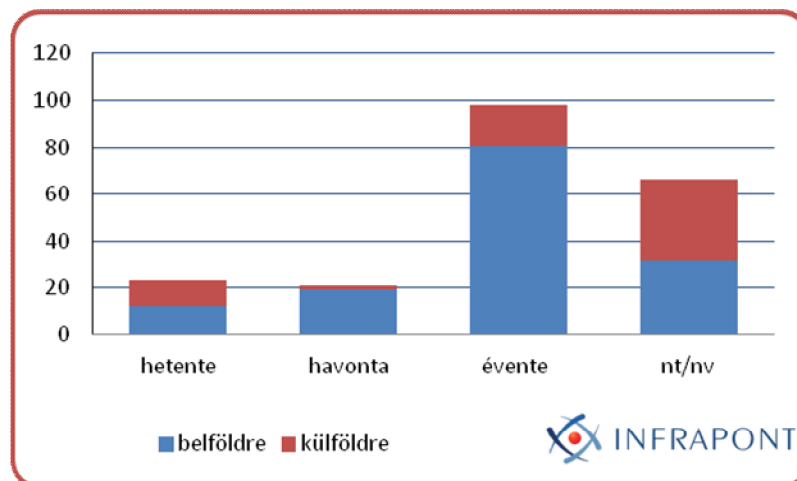


Belföldi és külföldi postautalványok

A Magyar Posta másik hagyományos pénzforgalmi szolgáltatása a belföldi postautalvány, vagy népszerűbb nevén rózsaszín csekk útján való pénzküldés. Ilyenkor a befizetett készpénzt a posta a belföldi címzettnek tipikusan kikézbésíti, de igény szerint annak bankszámlájára is helyezheti. A nemzetközi postautalvány ugyanezt a szolgáltatást jelenti külföldi címzettek részére.

A lakossági mintánk alapján a postautalványokat viszonylag ritkán használják.¹²⁰ Mindössze 112 megkérdezett számolt be arról, hogy az elmúlt évben legalább egyszer használta ezeket. Ezen válaszadók közül belföldről hetente mindössze 12 fő, havonta 19 fő, évente egyszer-kétszer pedig 81 fő küldött rózsaszín csekken pénzt. Ebből az is látszik, hogy külföldre eleve csak azok küldtek postautalvánnyal pénzt, akik ezt belföldre is megtették – egyébként összesen csak 31-en. Az 5.44. ábra mutatja be a gyakoriságokat.

5.44. ábra: Postautalvány használatának gyakorisága (n=1000)

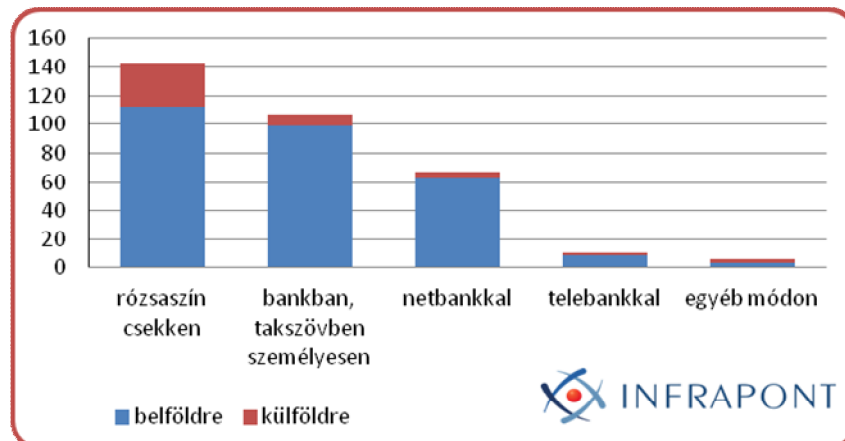


Hiába nem népszerűek a postautalványok, úgy tűnik, hogy a pénzáttalás más formái sem nagyon terjedtek el, legalábbis a magánszemélyeknek küldött pénz esetében. A magánszemélyeknek küldendő pénzküldemények négyféle módjára kérdeztünk rá: bankban vagy takarékszövetkezetben történő személyes befizetés; netbank; telebank; egyéb megoldás (pl. PayPal).¹²¹ A válaszadók közül alig többen használták ezeket a formákat (148 fő), mint a postautalványokat (112 fő). Belföldre egyéb módszereket 145, postautalványt pedig 112 válaszadó használt. Külföldre egyéb módszereket 17, postautalványt pedig 31 válaszadó használt. Az összefoglaló 5.45. ábra adataiból jól látszik, hogy az összes módszer közül a postautalvány a legnépszerűbb (143 fő), utána következik a bankban vagy takarékszövetkezetben történő személyes befizetés útján történő pénzküldés (107 fő), a netbank használata (67 fő), a telebank használata (11 fő) és végül az egyéb módok (6 fő).

¹²⁰ Az A25.1 és A25.2 kérdések alapján.

¹²¹ Az A25.3 és A25.4 kérdések alapján.

5.45. ábra: A pénzátalványok helyettesítőinek használata (n=1000)

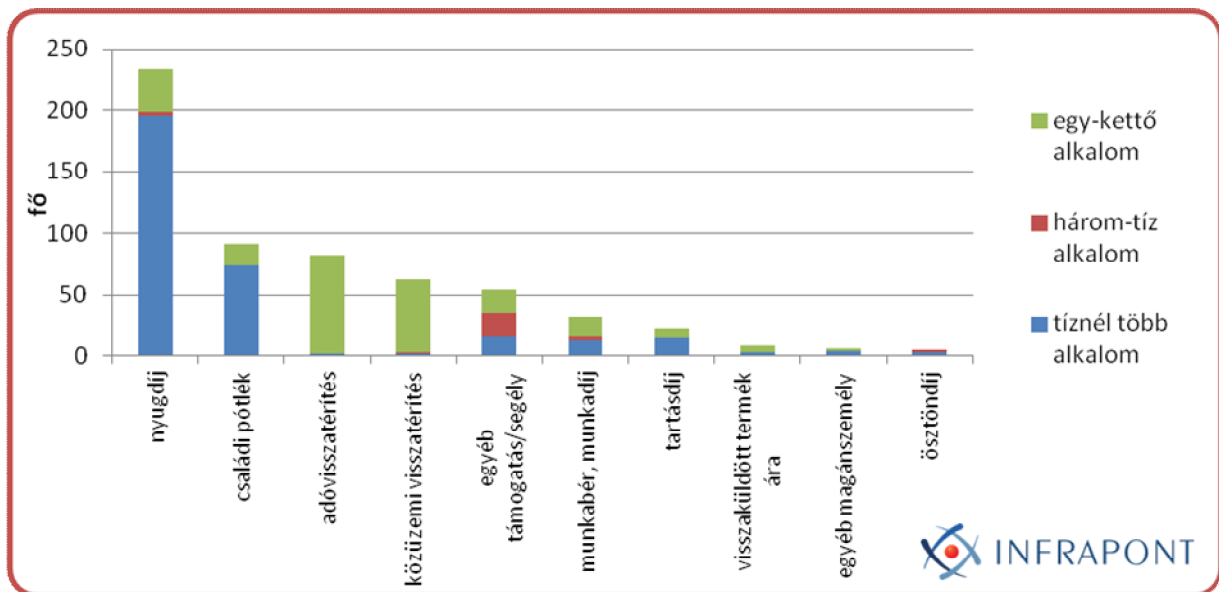


Postán érkező pénzküldemények

Az eddigi adataink a postán feladott pénzküldeményekről szóltak. Most a megkérdezettek által a Magyar Postán keresztül kapott pénzküldeményeket jellemezzük aszerint, hogy az érkező pénz milyen jellegű jövedelemnek számít.¹²² Összesen 436 válaszadónak érkezett valamilyen pénzküldeménye a postán. Az 5.46. ábra szerint a válaszadók csak nyugdíjat kapnak nagyobb mértékben (234-en), ami nagyjából négyötödükhöz (196 fő) havi rendszerességgel érkezik. 50 és 100 közötti válaszadó említette a családi pótlékot (91 fő, akik közül 74 legalább tízszer kap egy évben), az adó-visszatérítést (83 fő, akik közül 81 évente kap), a közüzemi számla túlfizetéséből eredő visszatérítést (63 fő, akik közül 60 évente egyszer-kétszer kap) és az egyéb támogatás vagy segély kategóriát (54 fő). A munkabér, munkadíj (32 fő) valamint a tartásdíj (22 fő) kategória nevezhető még érdekeltesnek, a visszaküldött termék ára (9 fő), a magánszemélytől érkező egyéb pénzküldemény (5 fő) és az ösztöndíj (5 fő) viszont csupán marginális részét alkotja a lakosság számára postán érkező pénzküldemények típusainak.

¹²² Az A26. kérdés alapján.

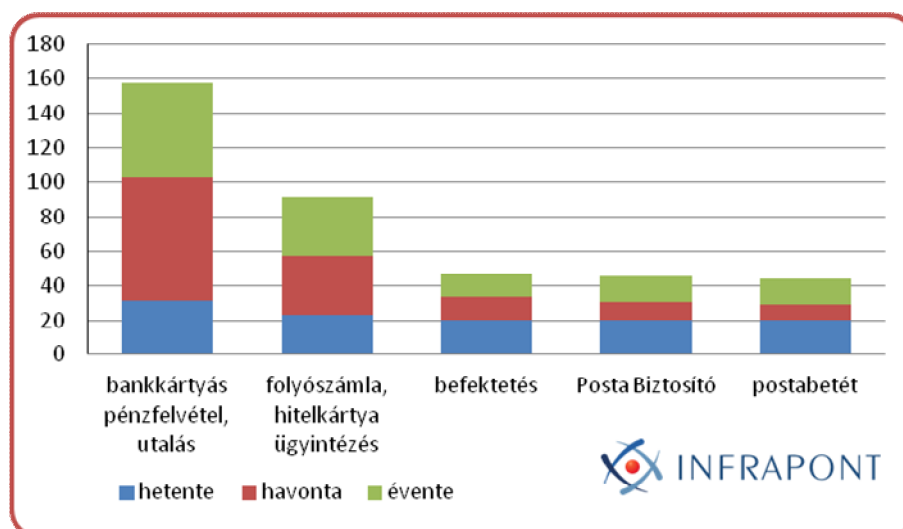
5.46. ábra: A Magyar Posta által kézbesített pénzküldemények (n=436)



A Magyar Posta egyéb pénzügyi szolgáltatásai

Az eddig említetteken kívül rákérdeztünk még néhány más, a postán elérhető pénzügyi szolgáltatásra is.¹²³ Az 5.47. ábra foglalja össze ezek használati gyakoriságait. Az érdeklődés mérsékelt, de nem elhanyagolható: 174 megkérdezett vett igénybe a postán ilyen pénzügyi szolgáltatások közül legalább egyet. A legtöbbször használt szolgáltatás a bankkártyás pénzfelvétel és a bankkártyás utalás (157 fő). Jelentős még a folyószámla ügyintézés és hitelkártya ügyintézés (91 fő), a befektetéssel kapcsolatos ügyintézés (47 fő), a Posta Biztosítóval kapcsolatos ügyintézés (45 fő) és a postabetéttel kapcsolatos ügyintézés (44 fő) a legkevésbé gyakori, egyiket sem használta 50 válaszadónál több.

5.47. ábra: A Magyar Posta egyéb pénzügyi szolgáltatásainak használata



¹²³ Az A27. kérdés alapján.

Postai pénzforgalmi szolgáltatásokkal való elégedettség, fogyasztói igények

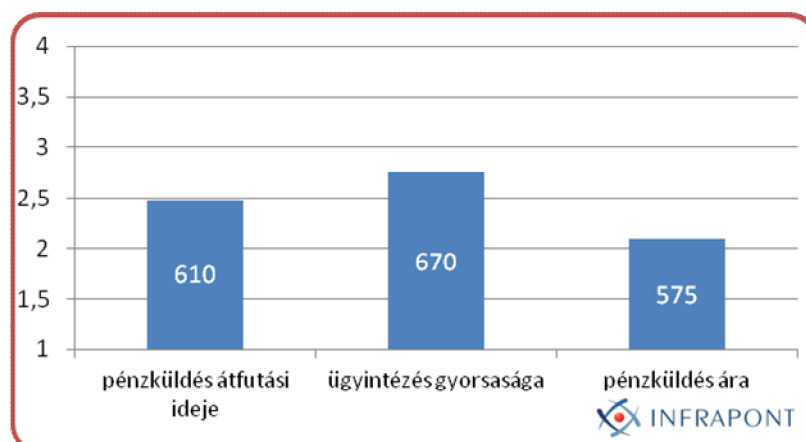
A fogyasztói elégedettség mérésénél a sárga és a rózsaszín csekkre koncentráltunk. Megkérdeztük, hogy azok használói mennyire elégedettek a pénzküldés átfutási idejével, az ügyintézés gyorsaságával valamint a pénzküldés árával.¹²⁴ A megkérdezetteknek a szokásos négyfokozatú skálán kellett elhelyezniük magukat (teljesen elégedett, inkább elégedett, inkább elégedetlen, egyáltalán nem elégedett). Az 5.48. ábra és az 5.49. ábra a válaszadók átlagos elégedettségét mutatja, ahol 4 felel meg a teljesen elégedett válasznak és 1 az egyáltalán nem elégedett válasznak. Az oszlopokra írt számok az adott csekket használók (sárga: 772 fő, rózsaszín: 112) közül azokat jelölik, akik kifejezték elégedettségüket az adott dimenzióban.

A sárga csekk használói elégedettségük nem nevezhető, hiszen csak egy dimenzió megítélése került a közömbös elégedettséget jelölő 2,5 fölé: az ügyintézés gyorsasága (2,76). Ennél rosszabb a pénzküldés átfutási idejének a megítélése (2,49), a pénzküldés árával pedig határozottan elégedetlen az átlag felhasználó (2,1).

Érdemes kiemelni, hogy a sárga csekket használó, de értékelést nem adó válaszadók viszonylag sokan vannak, és döntő többségükben azért nem válaszoltak, mert nem tudtak, nem pedig azért, mert nem akartak. Különösen feltűnő, hogy a sárga csekket használók negyede (24,6%) nem tudta értékelni annak árát, ami feltehetően abból következik, hogy azt nem a pénz feladója fizeti, ezért arról sokan nem is tudnak. A válaszadóknak sincs feltétlenül pontos tudomásuk erről az árról. Megkockáztathatjuk, hogy abban a hipotetikus helyzetben, amikor a felhasználók közvetlenebbül szembesülnének a sárga csekk árával, valószínűleg kevésbé lennének elégedettek vele.

Feltételezhető, hogy a sárga csekket nem használók egy része pont azért választ más módszereket a számlabefizetésre, mert elégedetlen a sárga csekkkel. Az ő véleményüket nem tartalmazzák az adataink, ezért csak valószínűsíthetjük, de pontosan nem tudhatjuk, hogy a teljes lakosság körében a sárga csekkkel kapcsolatban inkább az elégedetlenség jellemző.

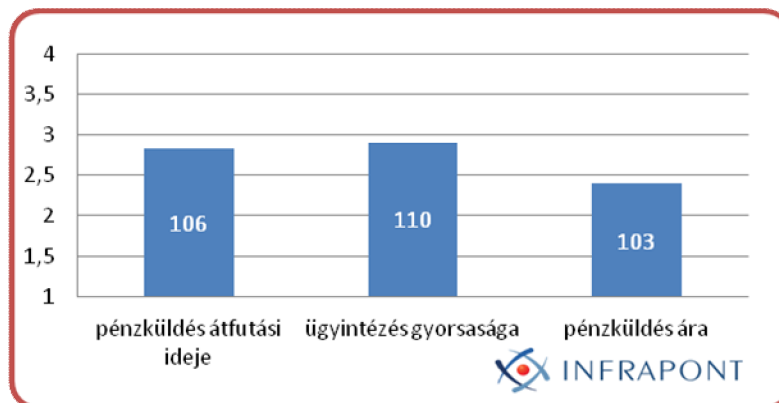
5.48. ábra: A sárga csekket használók elégedettsége (n=772)



¹²⁴ A B11. kérdés alapján.

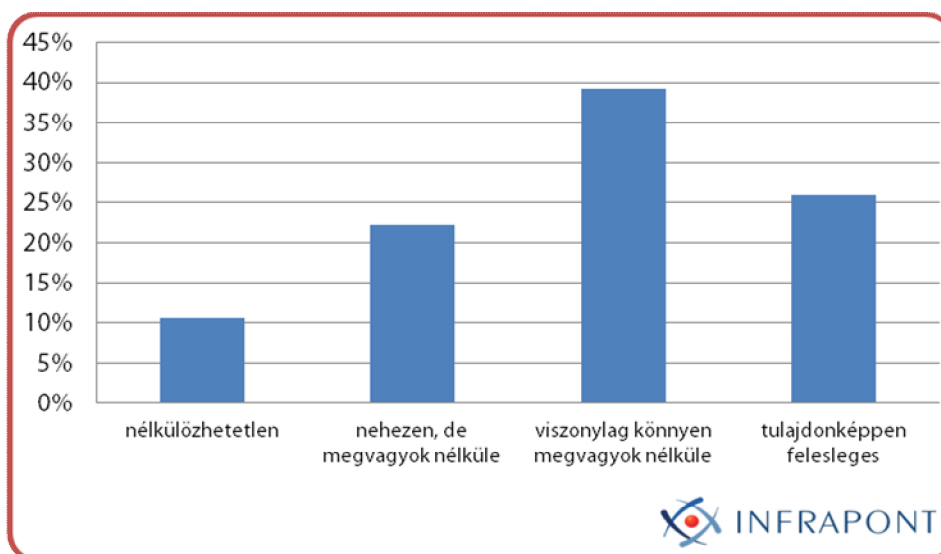
A mintába került rózsaszín csekket használók válaszai alapján ők minden dimenzióban elégedettebbek, de csak egy kicsit: pénzküldés átutalási ideje: 2,82 vs. 2,49; ügyintézés gyorsasága: 2,91 vs. 2,76; pénzküldés ára: 2,40 vs. 2,10. Összességében tehát a rózsaszín csekket használó válaszadók közepesen elégedettnek mondhatók. Az egyes jellemzőkkel kapcsolatos elégedettség sorrendje ugyanaz, mint a sárga csekk esetén. A jellemzők sorrendjében lényeges elem az, hogy az árral markánsabban elégedetlenek a többi jellemzőhöz képest. Az árral kapcsolatos értékelést adni nem tudó, rózsaszín csekket használó megkérdezettek csupán 8,1%. Ez a sárga csekkes 24,6%-hoz mérve megerősíti azt a feltételezésünket, hogy könnyebb értékelni az árat, ha azt közvetlenül a feladó fizeti (mint ahogy az a rózsaszín csekk esetében történik).

5.49. ábra: A rózsaszín csekket használók elégedettsége (n=112)



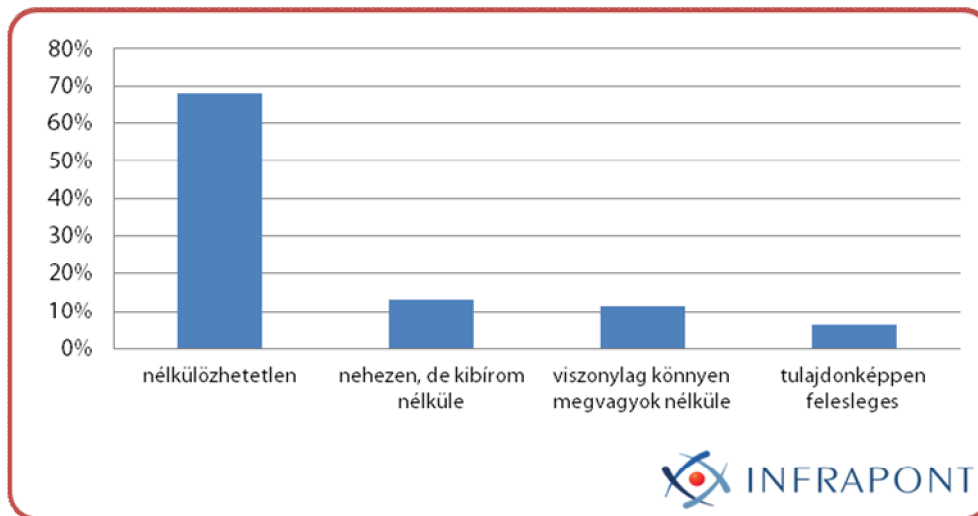
Végül azt is megkérdeztük, hogy mennyire nélkülözhetetlen a sárga illetve a rózsaszín csekk azok használói számára.¹²⁵ Négyes skálán kellett elhelyezni az egyes csekkek fontosságát: nélkülözhetetlen; nehéz nélküle; könnyű nélküle; felesleges. Az eredményeket az 5.50. ábra és az 5.51. ábra mutatja.

5.50. ábra: A rózsaszín csekk fontossága használói körben (n=112)



¹²⁵ A B12. és B13. kérdések alapján.

5.51. ábra: A sárga csekk fontossága a használók körében (n=772)



Az egyértelmű eredmény az, hogy a rózsaszín csekket tudnák nélkülözni, míg a sárga csekkhez nagyon ragaszkodnak a használói. Azon a skálán ahol 1 a felesleges és 4 a nélkülözhetetlen, a rózsaszín csekk fontosságának az átlaga 2,14, míg a sárga csekké 3,42.

Összességében tehát a sárga csekkekkel meglehetősen nem elégedett felhasználói a negatív megítélésük ellenére ragaszkodnak annak használatához, míg a rózsaszín csekkel közepesen elégedett felhasználói viszonylag könnyen le tudnák mondani róla.

5.2.6. Egyetemes postai szolgáltatásokkal kapcsolatos preferenciák intenzitása a lakosság körében

- A preferenciák intenzitását önbevallásos alapon mértük. Azt kérdeztük, hogy mekkora pénzösszegnek megfelelő fogyasztói többletértéket illetve veszteséget jelentenek bizonyos javulások, illetve csökkenések a jelenlegi szolgáltatási szintekhez képest.
- Ez a módszer valószínűleg jelentősen alulbecsli a valódi értékeket. A kapott nagyon alacsony átlagos összegek alapján ugyanakkor általánosan kijelenthető, hogy a lakosság számára nem érne sokat, ha javulnának a szolgáltatások, és nem érné őket nagy kár a romló szolgáltatások miatt sem.
- Ez arra utal, hogy a lakosság összességében elégedett általában a Magyar Posta jelenlegi szolgáltatásaival.
- Az alkalmazott módszer megbízhatóbban használható az egyes változások relatív fogyasztói értékelésére.
- A lakossági fogyasztók számára a legértékesebb (1) az önkormányzati ügyek postán történő intézésének lehetősége és (2) a szombati nyitva tartás bevezetése lenne.

- **A lakossági fogyasztóknak a legnagyobb veszteséget (1) a csomagok, ajánlott levelek és a pénzküldemények személyes kézbesítésének megszűnése, (2) a heti ötszöri kézbesítés ritkítása, valamint (3) a sárga és a rózsaszín csekk megszüntetése okozná.**

Módszertan

Korábban már ismertettünk a Magyar Posta szolgáltatásainak fogyasztói értékelésére vonatkozó adatokat. Ezek kétfélek voltak. Mennyire elégedettek a válaszadók az adott szolgáltatáselemmel, és mennyire fontos ez az elem más elemekhez mérve. Az elégedettséget négyfokú skálán, a fontosságot kétfokú és négyfokú skálán mértük fel, ami csak korlátozottan mutat valamennyit a fogyasztó preferenciájának intenzitásából.

Annak érdekében, hogy tisztább képet kapjunk a fogyasztói elégedettség és prioritások mértékéről, precízebb mérési módszert is alkalmaztunk. A megkérdezettek szándékolt preferenciáit („*stated preference*”) igyekeztünk felmérni, vagyis azt kértük tőlük, hogy árulják el azt a forintösszeget, amit számukra egy bizonyos szolgáltatási elem bizonyos „feljavítása” érne, ha minden más változatlan maradna. Az eljárás eredménye nyilván kellő óvatossággal értelmezhető.¹²⁶ hiszen csak elképzelt szituációkra vonatkozó fogyasztói értékelés bevallásáról van szó.

Az nem kétséges, hogy konkrét helyzetekben megfigyelt döntésekből pontosabban lehet következtetni arra, hogy az adott fogyasztónak a döntésben szerepet kapó alternatívákra vonatkozóan mi az értékelése. Vannak azonban olyan szituációk is, amikor nehéz fogyasztói döntéseket megfigyelni. Tipikusan közjóságok, vagy externális hatások értékelése ilyen, vagyis amikor valami olyasminek a fogyasztói értékére vagyunk kíváncsiak, aminek nincsen piaca. Ezért aztán a fogyasztó általában fogyasztói döntést se tud hozni, amiből következtetni tudnánk a fogyasztói értékelésére. Akaratától függetlenül hozzájut a közjósághoz, illetve akaratától függetlenül éri valamilyen externális hatás. Kénytelen elviselni ezeket, függetlenül attól, hogy élvezi-e, vagy sem.

Ilyen szituációkra valamelyest hasonlítanak a postai szolgáltatások is. Az egyetemes szolgáltatási kör, az egyetemes szolgáltatás elérése, és árai több ponton komoly mértékben szabályozottak. Ez azt jelenti, hogy időben elég változatlanok, vagyis ugyanazok az emberek, ugyanazon a lakhelyen, körülbelül ugyanazokkal a preferenciákkal ugyanazokat az egyetemes szolgáltatási jellemzők közül képesek választani. Időben tehát valószínűleg nem nagyon változnak a körülmények, amelyek hatására a megváltozó döntésekből következtethetnénk a fogyasztói igényekre. Ebből kiindulva nem marad más hátra, mint konkrétan arra rákérdezni, hogy az illető, mit gondol magáról, mennyi pénzt ér neki bizonyos szolgáltatáselemek megváltozása.

Önmagában az a körülmény, hogy elvileg nem könnyű jobb módszert alkalmazni, még nem jelenti azt, hogy a szándékolt preferenciák feltárása sikeresen elvégezhető, és azok tényleg a valós fogyasztói értékeléseket tükrözik. A megkérdezetteket kissé provokatív kérdésekkel ritkán tapasztalható változások értékelésére kértük, ilyen volt például a szombati nyitva tartás bevezetése, vagy az önkormányzati ügyintézés bevezetése a postahivatalban. Nem valószínű, hogy eleve kiforrott véleményük volt arról, hogy ez

¹²⁶ A pro és kontra érvekről egy viszonylag átfogó áttekintést nyújt a *Journal of Economic Perspectives*, 2004/8/4 száma (Portney 2004; Hanemann, 2004; Diamond-Hausman, 2004)

pénzben mennyit ér nekik. Annak érdekében, hogy a megkérdezettek a szokatlan kérdést minél pontosabban meg tudják válaszolni, a korábbi válaszaik alapján megbecsültük, hogy az elmúlt évben mennyit költöttek belföldi postai küldeményekre.¹²⁷ Az eredményt közöltük a megkérdezettekkel, majd arra kértük őket, hogy azt a pénzüsszeget adják meg, amit, ha évente megkaphának, akkor növekedne azonos módon a hasznosságuk a szolgáltatásjavítás értékével. Az éves postai kiadásuk ismertetése azt hivatott szolgálni, hogy nagyságrendileg orientálja a válaszadókat a szolgáltatásjavítás pénzübeli értékének meghatározásánál.

A szándékolt preferenciákra való rákérdezéssel járó további probléma, hogy a megkérdezettek nem feltétlenül őszintén válaszolnak. Azokat a típusú kérdéseket, amelyek úgy kezdődnek, hogy mennyi pénzt érne Önnek, könnyen lehet úgy érteni, hogy mennyit lenne hajlandó fizetni. Ami pedig azért probléma, mert sok esetben a szolgáltatáselem javítása közjószág jellegű, vagyis mindenki élvezheti anélkül, hogy közvetlenül elkérjék az árát mindenkitől. A nyitvatartási idő növelése például a küldeményeiket a postahivatalban átvevők számára teljesen ingyen történik. Az ilyen szolgáltatáselem javításához valamennyire hozzátartozhat tehát az az asszociáció, hogy a valóságban nem kellene, vagy csak alig kellene fizetni érte. A válaszadó ilyenkor úgy érezheti, hogy az ő pénzübeli hozzájárulása nem szükséges az adott szolgáltatáselem javításához. Ha tehát ilyenkor a megkérdezett a „mennyit érne meg” kérdést „mennyit lenne hajlandó fizetni”-ként értelmezi, akkor könnyen előfordulhat, hogy a valós értékelésénél akár jóval alacsonyabb összeget nevez meg.

Mindebből következően a válaszokban megjelölt összegeket megfelelő kritikával kell kezelni. Az is elég valószínű, hogy alulbecslik a valós fogyasztói értékeléseket. Mivel ez az alulbecslés általában jellemző, a különböző szolgáltatás-jellemzőkre megadott átlagos fogyasztói értékek összehasonlításában talán jobban meg lehet bízni. Vagyis a válaszok alapján felállítható átlagos fontossági sorrend mindenképpen komolyabban vehető, mint maguk az abszolút összegek.

Ezen kívül fontos tudni, hogy a fogyasztói preferenciák intenzitásának survey alapú felmérésére több módszer is létezik. A közvetlen kérdés használatát az erre a célra rendelkezésre álló idő keret szűkössége indokolta. A közvetettebb megközelítést alkalmazó conjoint vizsgálat esetén a válaszadó sokféle hipotetikus helyzet közül általában kettőt-kettőt kiválasztva mondja meg, hogy az adott két hipotetikus helyzet közül számára melyik kedvezőbb. A hipotetikus helyzetek egyes szolgáltatásjellemzőkben és árakban különböznek egymástól. Megfelelő tervezéssel a páros összehasonlításokból kikövetkeztethető, hogy a szolgáltatáselemek parciális megváltoztatása mennyit ér az

¹²⁷ A becslésünkben a következő elemeket használtuk fel: (1) A különböző típusú belföldre küldött levelekhez becsült egységárakat készítettünk. Ezekkel áraztuk a válaszadó által megadott gyakoriságok alapján becsült éves belföldre történő levélfeladás forgalmát levélkategóriánként. (2) Ugyanezt megtettük belföldre küldött csomagokkal is. (3) A számlalevelek kiküldésének postai költségéről azt feltételeztük, hogy azt az azokat közvetlenül fizető szolgáltatók legalább részben átterhelik a fogyasztókra. Tehát a számlalevelek esetén is definiáltunk egységárakat (természetesen a tömeges levélre adott kedvezmények figyelembevételével). Ezekkel áraztuk a válaszadó által megadott gyakoriságok alapján becsült éves számlalevél-forgalmat számlalevél típusonként. (4) A sárga és rózsaszín csekkre költött összeget is egységárak definíciójával és a válaszadó által megadott gyakoriságok alapján számoltuk ki. Itt is feltételeztük, hogy a sárga csekk használatáért közvetlenül fizető szolgáltató átterheli ezen költségek legalább egy részét a fogyasztóira. (5) Egyéb apróbb tételeket is beáraztunk: bélyeg, boríték, képeslap, stb.

egyes fogyasztók számára.¹²⁸ Ez a módszer megbízhatóbb eredményre vezet, mint az általunk használt közvetlen rákérdezés, hiszen egyszerűbben megválaszolható kérdéseken alapul. Sokkal könnyebb két szituáció közül a kedvezőbbet kiválasztani, mint pontos forintösszegben meghatározni egy szolgáltatáselem megváltozásának fogyasztói értékét. Emiatt ugyanakkor jóval több kérdést is kell feltenni ahhoz, hogy meghatározható legyen a tényleges fogyasztói értékelés.

Tekintve, hogy a kérdőívünk már így is nagyon sok kérdést tartalmazott, az adott keretek között nem vállalkozhatunk arra, hogy a pontosabb, de bonyolultabban kivitelezhető módszert válasszuk. Mindenesetre fontos leszögezni, hogy lehetséges ugyan a fogyasztók pénzben kifejezhető hasznosságainak a jelenleginél pontosabban is meghatározása, de ehhez konkrétan erre fókuszáló kutatás lebonyolítására van szükség.

Növekvő szolgáltatásszintre vonatkozó szándékolt preferenciák

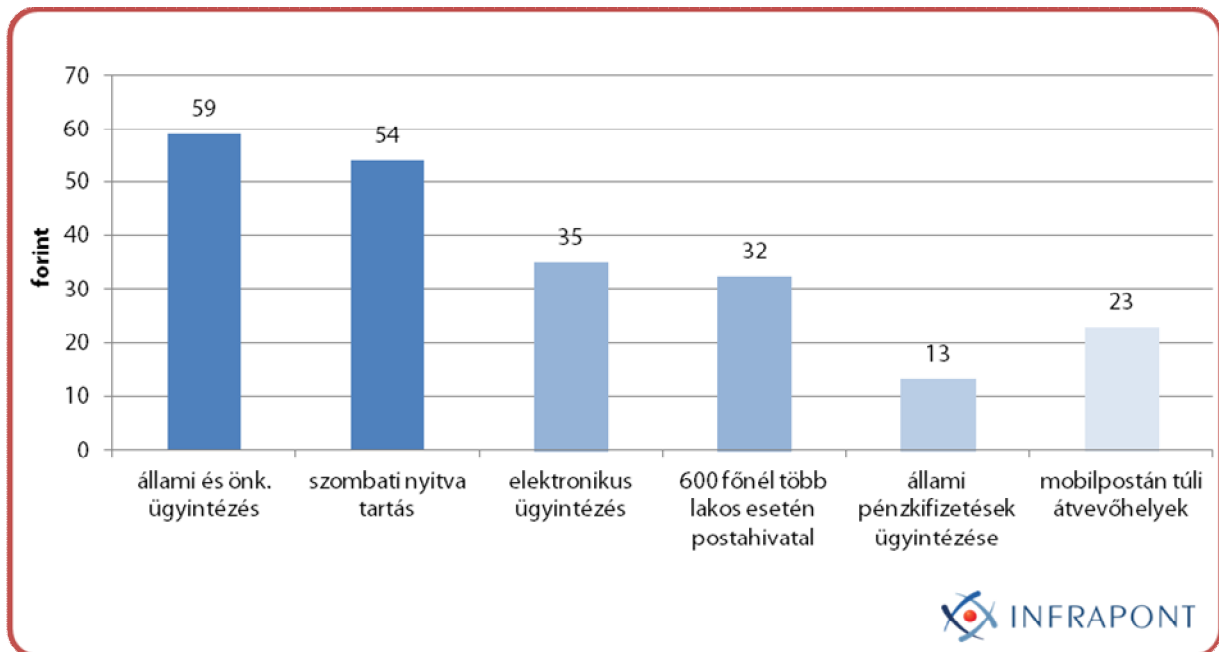
Szándékolt preferenciákat kétféleképpen kérdeztünk le. Először azt kértük, hogy mindenki értékelje, hogy mennyit érnek számára bizonyos szolgáltatáselemek jelenleg jellemző szintjéhez képesti javulások.¹²⁹ Egy kivétellel: a mobilpostára vonatkozó kérdést csak az adott településen mobilposta elérhetőséggel rendelkezőktől kérdeztük meg. A kérdés konkrétan ez volt: „Kérem, mondja meg az egyes bővítési ötletekről, hogy évente hány forinttal többet érne meg Önnek a megvalósításuk.”

Az 5.52. ábra összegzi a válaszokat. Az átlagos értékek nagyon alacsonyak. Ennek ellenére a mobilpostára vonatkozó kérdés kivételével mindegyik szignifikánsan különböznek nullától (5%-os szinten). Az alacsony átlag mögött kevés olyan válaszadó áll, amelyik nullánál nagyobb értéket adott meg. Az ő átlagos fogyasztói értékelésük már jelentős összegnek mondható, ezeket az 5.53. ábra összegzi. Itt érdemes figyelembe venni, hogy a becsült postai kiadások átlaga a 933 pozitív postai kiadásról számot adó válaszadón belül 20543 Ft volt. Ehhez mérten egyetlen szolgáltatási elem javítását évente 1000 Ft körüli összegre értékelni már jelentős fogyasztói értékelést jelent.

¹²⁸ Ezt a közvetettebb módszert (stated preference discrete choice experiment) használta a 3. fejezetben is hivatkozott Copenhagen Economics (2010) és RAND Europe (2011).

¹²⁹ A C1 kérdés alapján.

5.52. ábra: A szolgáltatási szint növelésére vonatkozó átlagos fogyasztói értékelések (forint/év)

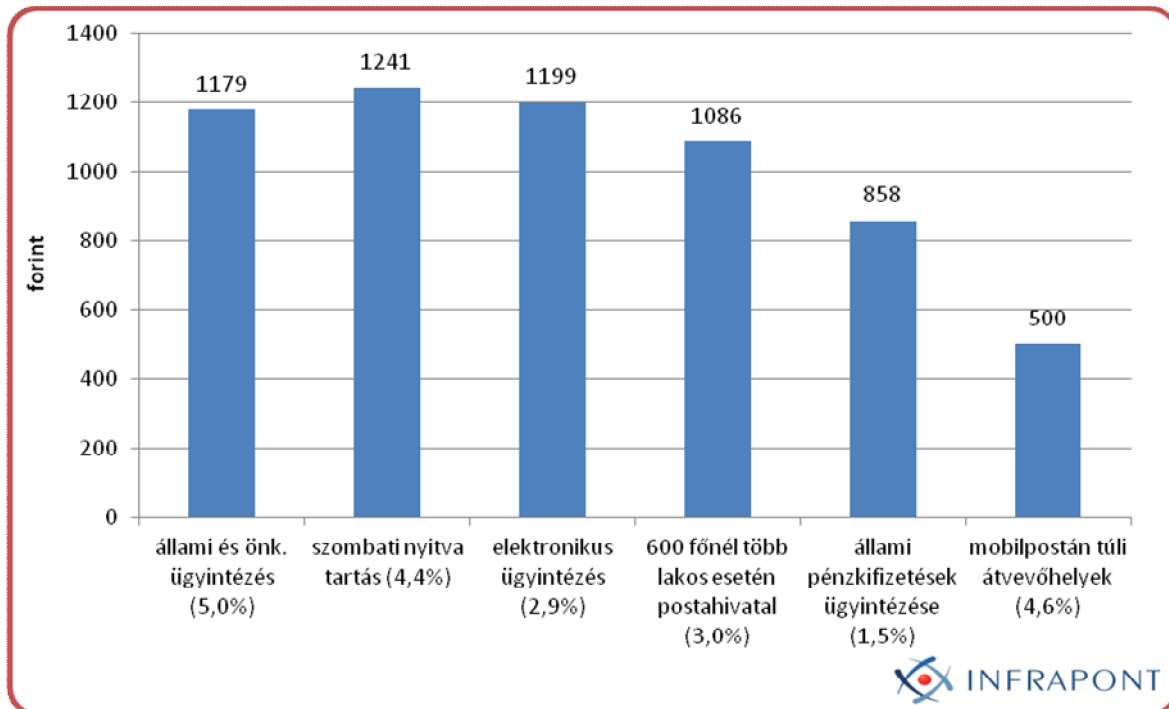


Megjegyzés: Különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek. Az első öt változtatásról mindenkit megkérdeztük (n=1000), a hatodikról viszont csak a mobilposta elérhetőséggel ellátott településen lakókat (n=33). Az utolsó kivételével mindegyik érték szignifikánsan (5%-os szinten) különbözik nullától. Az azonos színű oszlopok egymástól szignifikánsan (5%-os szinten) nem különböző értékeket jelölnek.

Az egyes változtatásokat a kérdőívben pontosabban írtuk körül. Az ábra sorrendjében ezek a következők:

- 1: Ezentúl a postahivatalokban intézni lehetne állami vagy önkormányzati ügyeket is.
- 2: Ezentúl minden postahivatal és mobilposta használható lenne szombaton is.
- 3: Ezentúl a postahivatalokban közigazgatási ügyeket lehetne elektronikusan intézni.
- 4: A jelenlegi 1000 fős minimumkorlát 600-ra csökkenne, amely lakosságszám felett már kötelező lenne postahivatalt működtetni az adott településen.
- 5: Ezentúl nyugdíjak, segélyek és egyéb állami juttatások kifizetésével kapcsolatos ügyintézés is lehetne a postahivatalokban folytatni.
- 6: Ezentúl a mobilposta elérhetőségein túl nyílnának további átvevőhelyek (pl. a boltban, művelődési házban).

5.53. ábra: A szolgáltatási szint növelésére vonatkozó átlagos fogyasztói értékelések a pozitív értékelésűek között (forint/év)



Megjegyzés: Az oszlopokon a pozitív értékű választ adók aránya szerepel. A feliratok százaléka a pozitív pénzösszeget megnevezők arányát jelentik a határozott választ adók között. Az első öt változtatásról mindenkit megkérdeztük (n=1000), a hatodikról viszont csak a mobilposta elérhetőséggel ellátott településen lakókat (n=33).

Az egyes változtatásokat a kérdőívben pontosabban írtuk körül. Az ábra sorrendjében ezek a következők:

- 1: Ezentúl a postahivatalokban intézni lehetne állami vagy önkormányzati ügyeket is.
- 2: Ezentúl minden postahivatal és mobilposta használható lenne szombaton is.
- 3: Ezentúl a postahivatalokban közigazgatási ügyeket lehetne elektronikusan intézni.
- 4: A jelenlegi 1000 fős minimumkorlát 600-ra csökkenne, amely lakosságszám felett már kötelező lenne postahivatalt működtetni az adott településen.
- 5: Ezentúl nyugdíjak, segélyek és egyéb állami juttatások kifizetésével kapcsolatos ügyintézés is lehetne a postahivatalokban folytatni.
- 6: Ezentúl a mobilposta elérhetőségein túl nyílnának további átvevőhelyek (pl. a boltban, művelődési házban).

Ha figyelembe vesszük is, hogy a válaszadók valószínűleg a valódinál akár jóval kisebb értéket adnak meg, akkor is megkockáztatható, hogy a fogyasztók számára általában nem érne meg magas pénzösszeget egyik fajta szolgáltatás színvonalának javítása sem. A fogyasztók átlagos értékelésének rangsorából az derül ki, hogy a fogyasztók számára a legértékesebb szolgáltatási szint javulás egymástól szignifikánsan nem különböző módon a (1) postahivatalok állami és önkormányzati ügyek intézésére való alkalmassá tétele, valamint a (2) szombati nyitva tartás általánossá tétele lenne. Érdekes eredmény, hogy a közérdeklődés által övezett kérdés, a postahivatalok hálózatának bővítése nem szerepel a fogyasztói prioritások között.

Csökkenő szolgáltatásszintre vonatkozó szándékolt preferenciák

A szándékolt preferenciák lekérdezésének másik módja a jelenlegi szolgáltatási szint csökkentésének értékelése volt.¹³⁰ Egy kérdés kivételével mindenkit megkérdeztünk, a kivétel itt is a mobilpostával kapcsolatos kérdés volt, amire csak mobilposta eléréssel rendelkezőknek kellett válaszolniuk.

A kérdésfeltevés itt kicsit bonyolultabb volt, mint az előző esetben. Nem azt kérdeztük meg, hogy mekkora forintban kifejezett veszteség érne a válaszadót a szolgáltatási szint csökkentése miatt, mert azt gondoltuk, hogy a hipotetikus helyzetben elszenvedett fogyasztói hasznosságcsökkenésről még nehezebb számot adni, mint hipotetikus helyzetben bekövetkező fogyasztói hasznosságemelkedésről. Azért gondoljuk ezt, mert az átlagos egyén gazdasági döntése általában inkább a vásárlásról és kevésbé az eladásról szól. Ezen kívül féltünk a túlzó válaszoktól is. A „mekkora veszteség érne” kérdést könnyen a „mekkora kompenzációra tartana igényt” kérdésként lehet értelmezni, amely stratégiai válaszadás esetén irreálisan magas értékek megadására ösztönöz.

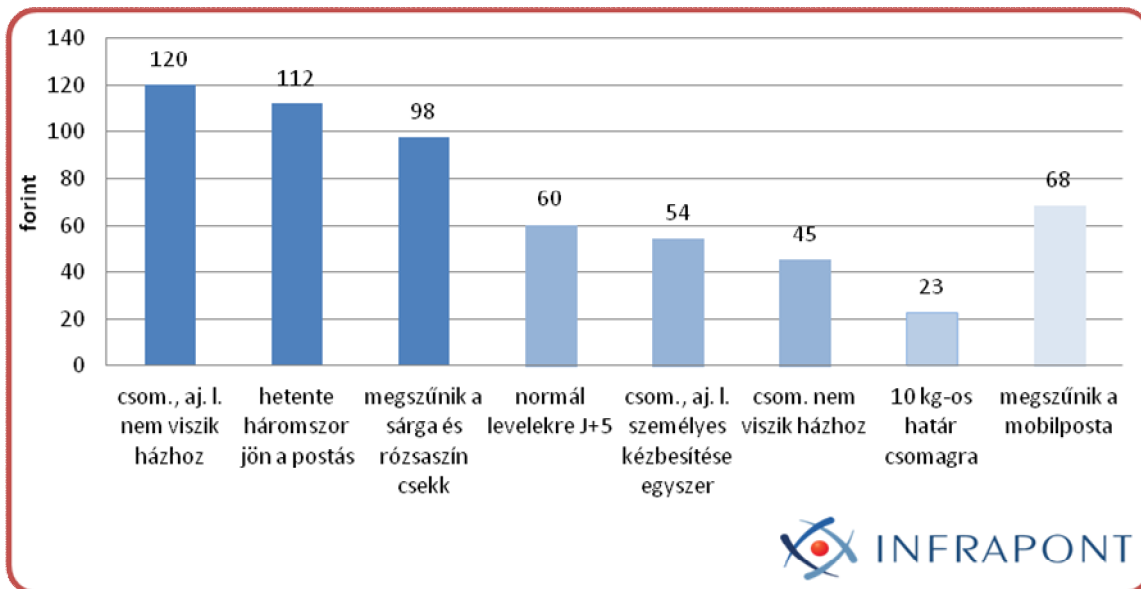
Ehelyett arra kérdeztünk rá, hogy a hipotetikus, csökkentett szolgáltatási szintű helyzetben mennyit érne a megkérdezett számára, hogy a jelenlegi helyzet visszaálljon. A hipotetikus helyzetbe való behelyezkedést azzal segítettük, hogy önkényesen azt mondtuk, hogy a válaszadó a hipotetikus helyzetben a valódi éves postai kiadásának háromnegyedét költi csak. A kérdés konkrétan ez volt: „Egy ilyen képzeletbeli helyzethez képest mennyit érne meg Önnek évente, hogy mégis inkább a jelenlegi helyzet maradjon?”

Az 5.54. ábra összegzi a válaszokat. Az átlagos értékek itt is nagyon alacsonyak, bár kicsit nagyobbak, mint az előző kérdés esetén, ami arra utal, hogy a veszteség elkerülése általában erősebb preferencia. A mobilpostára vonatkozó kérdés kivételével itt is mindegyik érték szignifikánsan különbözik nullától (5%-os szinten). Ez azt jelenti, hogy a válaszadók nem nagyon bánnák, ha az említett csökkentések az adott szolgáltatási szintekben bekövetkeznének. A megadott értékek alapján csak kicsit érzékenyebbek a szolgáltatási szintek csökkentésére, mint amennyire a növeléseket értékelik.

Az alacsony átlag mögött szintén kevés olyan válaszadó áll, aki nullánál nagyobb értéket adott meg. Az ő átlagos fogyasztói értékelésük már jelentős összegnek mondható, ezeket az 5.55. ábra összegzi. Emlékeztetőül: A hipotetikus postai éves kiadás a 933 pozitív postai kiadásról számot adó válaszadó körében átlagosan 15408 Ft volt. Ehhez mérten egyetlen szolgáltatási elem javítását évente 1000 Ft körüli összegre értékelni már jelentős fogyasztói értékelést jelent. Ehhez mérten egyetlen szolgáltatási elem szintjének romlása esetén évente 1000 Ft körüli összegű fogyasztói veszteség már jelentős fogyasztói hasznosságcsökkenést jelent.

¹³⁰ A C2 kérdés alapján.

5.54. ábra: A szolgáltatási szint csökkentéséből származó átlagos fogyasztói veszteségek (forint/év)



Megjegyzés: Az első hét változtatásról mindenkit megkérdeztük (n=1000), a hatodikról viszont csak a mobilposta elérhetőséggel ellátott településen lakókat (n=33). Az utolsó kivétellel mindegyik érték szignifikánsan (5%-os szinten) különbözik nullától. Az azonos színű oszlopok egymástól szignifikánsan (5%-os szinten) nem különböző értékeket jelölnek.

Az egyes változtatásokat a kérdőívben pontosabban írtuk körül. Az ábra sorrendjében ezek a következők:

1: A hipotetikus helyzetben a posta a csomagokat, ajánlott leveleket és pénzküldeményeket nem viszi házhoz.

2: A hipotetikus helyzetben a postás csak hetente háromszor kézbesíti a jelenlegi öt helyett.

3: A hipotetikus helyzetben nem lenne sárga és rózsaszín csekk.

4: A hipotetikus helyzetben a posta a normál leveleket legkésőbb a feladást követő ötödik napig köteles kézbesíteni a jelenlegi harmadik helyett.

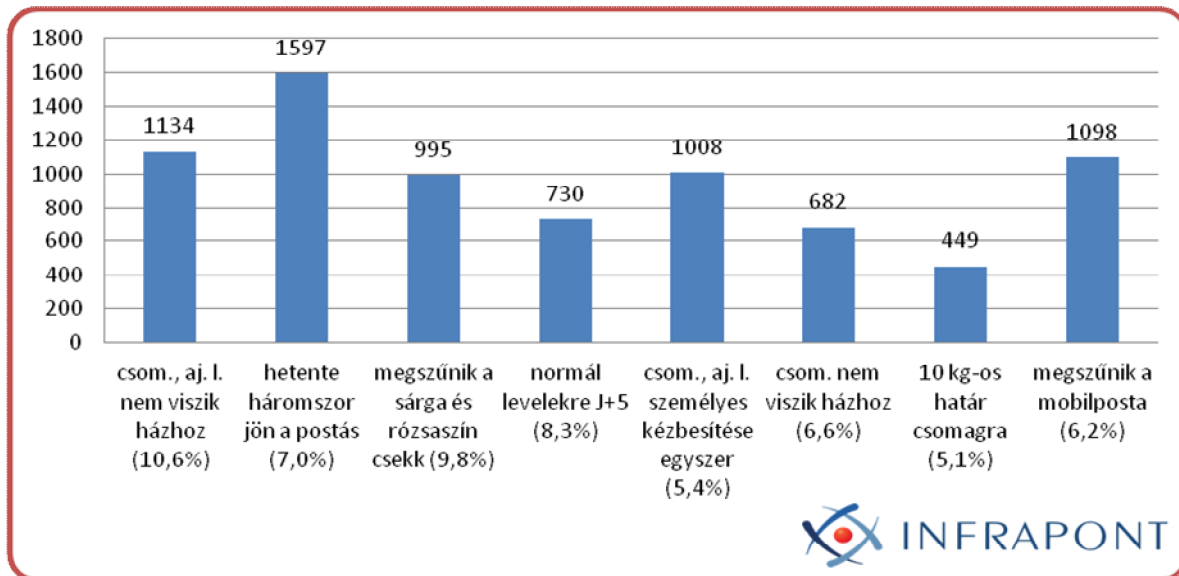
5: A hipotetikus helyzetben a postás a csomagok és az ajánlott levelek személyes kézbesítését csak egyszer próbálja meg a jelenlegi kettő helyett.

6: A hipotetikus helyzetben a postás nem viszi házhoz a csomagokat.

7: A hipotetikus helyzetben a posta csak maximum 10 kg-os csomagot kénytelen továbbítani a jelenlegi 20 kg helyett.

8: A hipotetikus helyzetben minden olyan településen megszűnik a mobilposta szolgáltatás, ahonnan busszal vagy vonattal elérhető olyan szomszéd település, ahol van postahivatal.

5.55. ábra: A szolgáltatási szint csökkentéséből származó átlagos fogyasztói veszteségek a pozitív összeget megadó fogyasztók között (forint/év)



Megjegyzés: A feliratok százaléakai a pozitív pénzüsszeget megnevezők arányát jelentik a határozott választ adók között. Az első hét változtatásról mindenkit megkérdeztük (n=1000), a hatodikról viszont csak a mobilposta elérhetőséggel ellátott településen lakókat (n=33).

Az egyes változtatásokat a kérdőívben pontosabban írtuk körül. Az ábra sorrendjében ezek a következők:

- 1: A hipotetikus helyzetben a posta a csomagokat, ajánlott leveleket és pénzküldeményeket nem viszi házhoz.
- 2: A hipotetikus helyzetben a postás csak hetente háromszor kézbesíti a jelenlegi öt helyett.
- 3: A hipotetikus helyzetben nem lenne sárga és rózsaszín csekk.
- 4: A hipotetikus helyzetben a posta a normál leveleket legkésőbb a feladást követő ötödik napig köteles kézbesíteni a jelenlegi harmadik helyett.
- 5: A hipotetikus helyzetben a postás a csomagok és az ajánlott levelek személyes kézbesítését csak egyszer próbálja meg a jelenlegi kétfő helyett.
- 6: A hipotetikus helyzetben a postás nem viszi házhoz a csomagokat.
- 7: A hipotetikus helyzetben a posta csak maximum 10 kg-os csomagot kénytelen továbbítani a jelenlegi 20 kg helyett.
- 8: A hipotetikus helyzetben minden olyan településen megszűnik a mobilposta szolgáltatás, ahonnan busszal vagy vonattal elérhető olyan szomszéd település, ahol van postahivatal.

Összességében megállapítható, hogy a szolgáltatásbővítéshez hasonlóan a szolgáltatási szint csökkentése sem befolyásolná valószínűleg komoly mértékben a fogyasztók általános hasznosságát. A fogyasztók átlagos értékelésének rangsorából az derül ki, hogy a fogyasztók számára a legértékesebb szignifikánsan nem megkülönböztethető módon (1) a személyes kézbesítés megőrzése a csomagok, ajánlott levelek és a pénzküldemények esetén, (2) a heti ötszöri kézbesítés megőrzése és (3) a sárga és rózsaszín csekk használat további lehetőségének fenntartása. A válaszok alapján úgy tűnik ugyanakkor, hogy az egyetemes szolgáltatási kötelezettségbe foglalt 20 kg-os csomaghatár különösebb fogyasztói veszteségek nélkül leszállítható lenne az uniós elvárási szintnek megfelelő 10 kg-ra.

5.3. Postai szolgáltatások használata, elégedettség és fogyasztói preferenciák a kkv-k körében

5.3.1. Adatfelvétel, minta

Az kis- és középvállalatokra vonatkozó lekérdezést a TNS-Hoffmann végezte az ún. CATI (számítógéppel támogatott telefonos megkeresés) módszerrel 2012. júliusban. A lekérdezés 295 kis- és középvállalkozásra terjedt ki. A mintavétel árbevétel és alkalmazotti létszám tekintetében reprezentatív a magyar kkv szektorra. Az 5.1. és az 5.2. táblázat a minta legfontosabb alapeloszlásait mutatja. A válaszadók nagyjából harmada egyedül dönt a vállalat postai ügyeiről, másik két harmada pedig nagyjából egyedül dönt ezekben a kérdésekben. Azok között a vállalatok között, ahol a válaszadó telephelye különbözik a telephelytől az esetek többségében (84%) a válaszadó az egész vállalat vonatkozásában rálátással rendelkezett a postai ügyekre.

5.1. táblázat: A mintában szereplő vállalatok létszáma és árbevétele

Vállalatnál dolgozók létszáma	Megfigyelések száma	Vállalat árbevétele	Megfigyelések száma
0--9	106	50 millió forint alatt	78
10--49	143	50-150 millió forint között	72
50-259	40	150-500 millió forint között	70
nem tudja	6	500 millió - 1 milliárd között	37
		1-2 milliárd között	26
		2-5 milliárd között	8
		5 milliárd felett	4

5.2. táblázat: A kkv minta régió szerinti megoszlása

Budapest	90
Pest Megye	29
Észak-Magyarország (BAZ; Heves; Nógrád)	29
Észak-Alföld (Hajdú-Bihar; JászNSz; Szabolcs)	29
Dél-Alföld (Bács-Kiskun; Békés; Csongrád)	31
Közép-Dunántúl (Fejér; Komárom-Esztergom, Veszprém)	28
Nyugat-Dunántúl (GyőrMS; Vas; Zala)	29
Dél-Dunántúl (Baranya; Somogy; Tolna)	30

5.3.2. Egyetemes postai szolgáltatásokhoz való hozzáférés a kkv-k körében

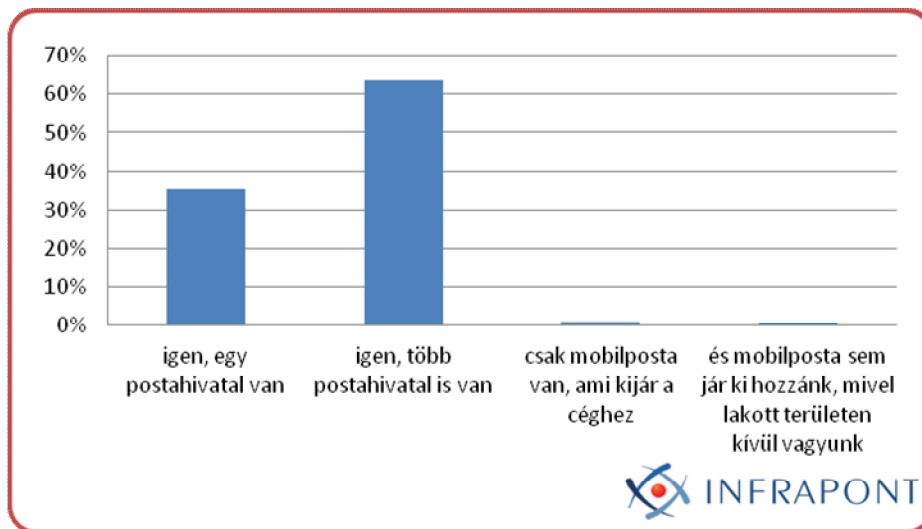
- A kkv-k székhelyeinek 99%-a állandó postahivatallal rendelkező településeken működik.
- A kkv-k több mint 95%-a számára 5 kilométeren belül található a legközelebbi postahivatal.

- **A postahivatalok nyitva tartásával egyértelműen elégedettek a kkv-k: közel 90%-uk teljesen elégedett vagy inkább elégedett vele.**

Elérhetőség a településen

Ahogy a lakosság esetében, itt is néhány postai elérhetőségi változóval kezdjük a KKV-k postahasználati szokásainak feltérképezését. Az 5.56. ábra¹³¹ egy intuitív feltételezésre erősít rá: vállalkozások általában nagyobb településeken működnek, melyeknek van saját postahivatala.

5.56. ábra: Postahivatalok száma (n=295)

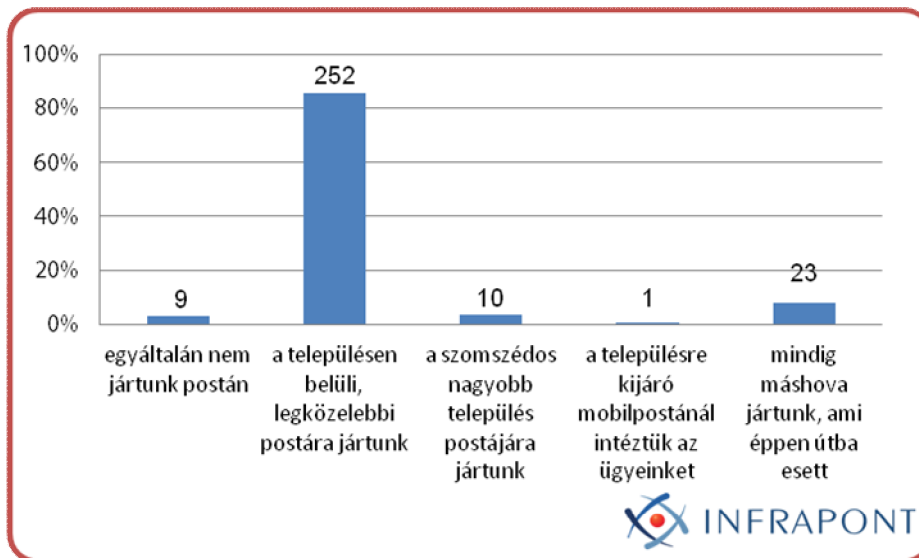


A következő ábra azt mutatja meg, hogy a vállalkozások túlnyomó többsége (85%) a saját településén található postahivatalt használja, azonban vannak mérhető egyéb – a kkv-k 3-7%-át kitevő csoportok, melyek vagy nem használnak postát vagy egy közeli település postáját vagy az éppen kényelmesen útba esőt használják. (5.57. ábra¹³²)

¹³¹ Az A2 kérdés alapján.

¹³² Az A3 kérdés alapján.

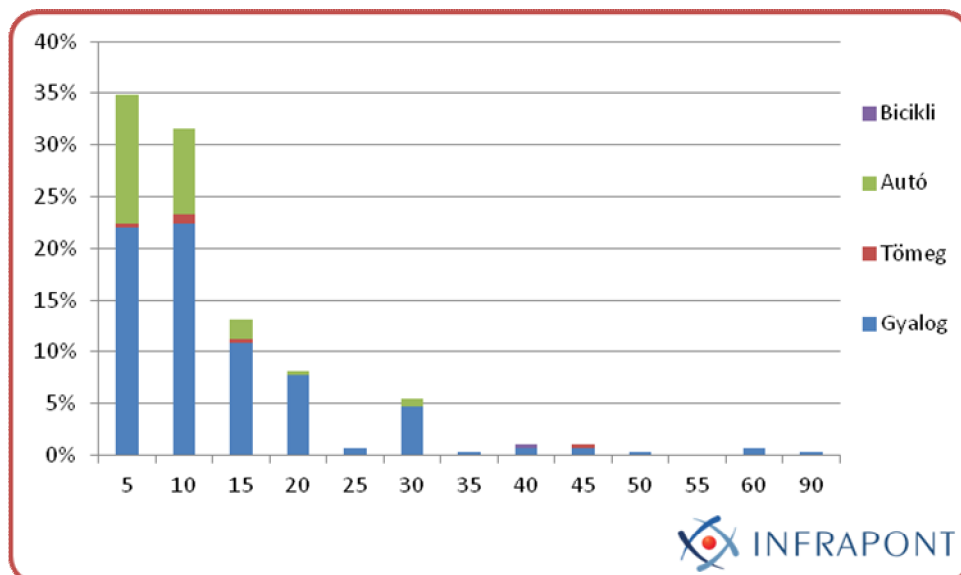
5.57. ábra: Melyik postára járnak általában? (n=295)



Elérhetőség – távolság

Csakúgy, mint a lakosság esetében is, a vállalatok túlnyomó többsége 15-20 percen belül eléri a postahivatalt, magasabb számokat tulajdonképpen csak gyalogos időre kapunk. A vállalatok több mint 75%-a 10 percen belül eléri a postahivatalt. (5.58. ábra¹³³) Ugyanez az ábra a Függelékben kilométerre becsülve is szerepel (8.29. ábra).

5.58. ábra: Postahivatalok elérhetősége – percben (n=295)

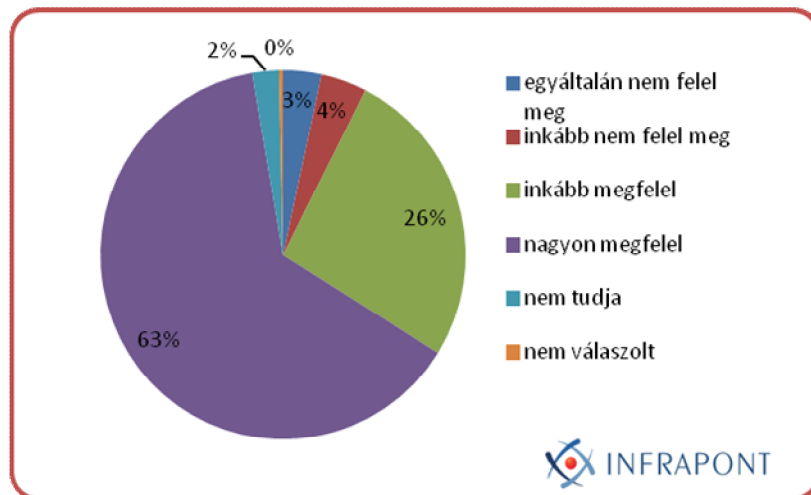


¹³³ Az A4 kérdés alapján.

Nyitva tartás

A hivatali nyitva tartást tekintve a lakossági fogyasztókkal is összhangban az 5.59. ábra¹³⁴ azt mutatja, hogy a vállalatok majdnem 90%-a egyértelműen elégedett a nyitva tartással.

5.59. ábra: Postahivatalok nyitva tartása (n=295)



5.3.3. Általános és hozzáféréssel kapcsolatos elégedettség és kritikus tényezők a kkv-k körében

- A kkv-k számára a felsorolt szolgáltatásjellemzők körülbelül annyira fontosak, mint amennyire elégedettek vele. Eszerint ezek a szolgáltatáselemek inkább fontosak, és inkább elégedettek velük, mint nem. A négyes fontossági skálán az átlagos elégedettség- és fontosságértékek is 2,7 és 3,7 között terjednek.
- A kkv-k számára a legfontosabb a küldemények megbízható, gyors és gyakori kézbesítése. A kézbesítés gyorsaságával és gyakoriságával határozottan elégedettek is, a kézbesítés megbízhatóságával azonban a fontosságához mérve már kevésbé.
- Komolyabb kifogás csak a sorban állást éri, ez relatíve közepes fontosságú, de ehhez mérten elégedetlenek vele. A Magyar Posta leginkább a postahivatalok kkv-któl mért távolságában teljesíti túl a kkv-k elvárásait, bár ez kevésbé fontos szempont a számukra.
- A kkv-k viszonylag széles köre (több mint 10%-a) tapasztalt alapvető hiányosságot a Magyar Posta szolgáltatásaival kapcsolatban. Az átlagos kkv nem kimondottan elégedett a Magyar Posta szolgáltatásainak ár-érték arányával (2,7).

¹³⁴ Az A5 kérdés alapján

A kkv-k esetén több dimenzióban kérdeztük le a szolgáltatások hozzáféréssel kapcsolatos elégedettséget, mint a lakosság esetében, mivel azt feltételeztük, hogy a kkv-k számára egyrészt másféle, másrészt többféle dimenziója is érdekes a postai szolgáltatások elérésének, mint a lakosság számára. Több kérdést tettünk fel pl. az egyedi szerződéskötési lehetőségekre és az ezzel kapcsolatos ügyintézés körülményeire vonatkozóan. A lakossági lekérdezéshez képest különbség az is, hogy a négyfokú skála értékein túl a válaszadók választhatták azokat az opciókat is, hogy nincs véleményük az adott szempontról, illetve, hogy nincs tapasztalatuk az adott szemponttal kapcsolatban.

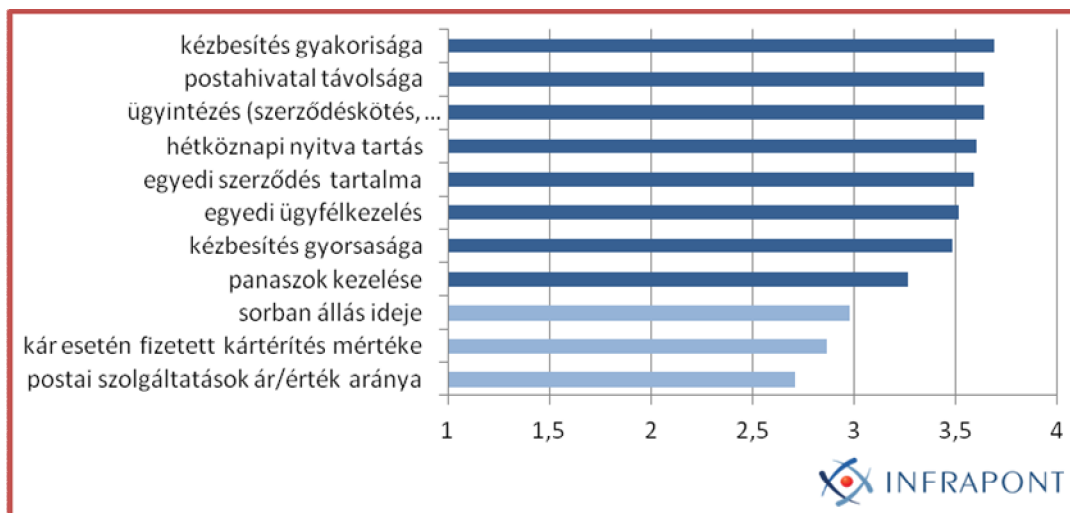
A szolgáltatások hozzáférése kapcsán a kkv-k esetében is igyekeztünk megmérni azt, hogy a vizsgált kritikus tényezők közül melyek a legfontosabbak. A lakossági lekérdezés esetén azt a technikát alkalmaztuk, hogy a szempontok közül a legfontosabb kettőt jelöljék meg a válaszadók. A kkv-s lekérdezés során – a telefonos lekérdezés sajátosságai miatt – egy ehhez hasonló rangsorolásra nem volt lehetőség emiatt választottuk a négyfokú skálás besorolást (1 – egyáltalán nem fontos, 4 – nagyon fontos). A tényezők közötti rangsor ebben az esetben is előállítható az egyes tényezőkre bemondott fontossági értékeket átlagolva. Ebben az esetben azonban kevésbé szóródó eredményeket kapunk.

Az egyes szolgáltatásjellemzőkkel való elégedettség

A Magyar Postával való általános kkv-elégedettséget jellemzi az 5.60. ábra.¹³⁵ A mintába került összes kkv-t megkérdeztük, kevés kivétellel mindenki válaszolt is. Az elégedettség lehetséges négy fokozatai közül az 1-es a legkevésbé, a 4-es a leginkább elégedettnek felel meg. Az egyes szolgáltatás jellemzők egy kivétellel a szokásos három nagyobb kategóriába sorolhatók: (1) a posta elérhetőségével, (2) szolgáltatási körével és (3) azok minőségével kapcsolatosak. Az egy kivétel a postai szolgáltatások ár/érték aránya, amely általában hivatott értékelni a Magyar Posta szolgáltatásait. Az átlagos elégedettségi értékek halmaza csupán csak két olyan csoportra osztható, amelyek szignifikánsan különböznek egymástól. Ezeket az oszlopok különböző színei jelölik.

¹³⁵ A B1 kérdés alapján.

5.60. ábra: A kkv-k Magyar Posta szolgáltatásjellemezőivel való elégedettsége (n=295)



Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

A kkv-k általában mindegyik jellemzővel elégedettnek mondhatók, hiszen az „inkább elégedettek vagyunk” válasznak megfelelő 3-as érték közelében van az összes átlagos elégedettségi mutató. Ez az átlagos elégedettségi szint nagyon hasonló a lakossági mintában tapasztaltakhoz.¹³⁶ A kkv-k a három nagyobb kategóriából a szolgáltatások körével egy kicsit jobban elégedettebbek, mint az elérhetőséggel és a szolgáltatások minőségével. A szolgáltatási körhöz tartozó jellemzők mindegyike (egyedi ügyfélkezelés, egyedi szerződések tartalma) a szignifikánsan magasabb elégedettséget mutató csoportba tartozik. Ezzel szemben az elérhetőséghez tartozó jellemzők közül (postahivatal távolsága, hétköznapi nyitva tartás, sorban állás ideje) a kkv-k a sorban állás idejével kevésbé elégedettek. A szolgáltatás minőségéhez tartozó jellemzők közül (kézbesítés gyakorisága, kézbesítés gyorsasága, kártérítés, szerződések és számlák ügyintézése, panaszkezelés) pedig a kártérítések mértéke került a kevésbé szeretett csoportba.

Fontos megállapítani, hogy a kkv-k általában a Magyar Posta szolgáltatásaival nem nevezhetők elégedettnek, ha a szolgáltatások színvonalát azok árához mérjük. A mintánkban az ár/érték aránnyal való átlagos elégedettség alig emelkedik 2,5 fölé, ami a 11 szolgáltatásjellemező értékelése közül a legrosszabb.

Ezen átlagok mögött a megítélések megoszlását a Függelék ábrái (8.30-8.40.) jellemzik. Két fontosabb megállapítást tehetünk. Egyrészt komolyabb heterogenitás csak az átlagosan rosszabbnak ítélt 3 jellemző mögött van. Ezek esetében jelentős számú „egyáltalán nem vagyunk elégedettek” válaszadó is létezik. A többi jellemző esetében viszont a legtöbb olyan kkv, amely pontos ítéletet tudott mondani, az „inkább elégedettek vagyunk” és a „teljesen elégedettek vagyunk” válaszokat adta. Másrészt a szolgáltatásjellemezők közel feléről jelentős számú kkv-nak nem volt tapasztalata, ami alapján véleményt tudott volna mondani. Ezek a következők: kártérítés mértéke, egyedi ügyfélkezelés, egyedi szerződések tartalma, szerződések és számlák ügyintézése, panaszkezelés. Ezek mindegyikében a tapasztalat hiánya volt az abszolút többségi válasz.

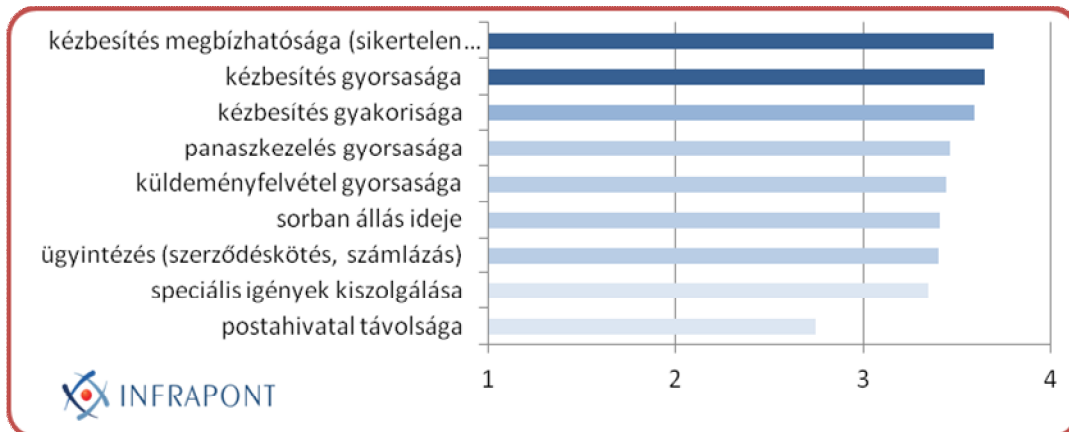
¹³⁶ Lásd az 5.11. ábrát.

Az elégedettségi válaszokat a kkv székhelyének települése, telephelyeinek száma, alkalmazottainak száma, és éves árbevétele alapján is megvizsgáltuk. Általában azt tapasztaltuk, hogy ezek az ismérvek nem befolyásolják szignifikáns módon az egyes szolgáltatásjellemzőkkel kapcsolatos elégedettséget. Ez biztosan összefügg a minta kényszerűen alacsony elemszámával. Ez ugyanakkor azt is jelenti, hogy pontosabb adatok birtokában egyelőre nem zárható ki, hogy a kkv-k postai szolgáltatásokkal kapcsolatos elégedettsége valóban univerzális, és nem függ jelentősebb mértékben a kkv-k egyedi jellemzőitől. Ez esetlegesen utalhat arra, hogy a postai szolgáltatások mindenféle kkv számára az alapvető működést segítik elő, és ezért nincsenek jelentős különbségek a velük kapcsolatos elégedettségekben sem. Pár kivételt találtunk mindössze (Függelék 8.41.-8.44. ábrái). Ezek közül az általában is csak mérsékelten elfogadott sorban állás idejével kapcsolatos eredményeket könnyebb értelmezni. A sorban állás idejével a legkevésbé a legfeljebb 10 főt foglalkoztató kkv-k elégedettek, Budapesten és a dél-alföldi régióban. Ez valószínűleg annak köszönhető, hogy a postára járás fix költsége a legkisebb kkv-k esetén jelenti a legnagyobb terhet, és különösen olyan helyen, ahol hosszabb sorban állásra lehet számítani, mint például a fővárosban.

Az egyes szolgáltatásjellemzők fontossága

Pontosabb képet kapunk a kkv-k elégedettségéről a Magyar Posta szolgáltatásaira vonatkozóan akkor, ha figyelembe vesszük, hogy az értékelt szolgáltatásjellemzők mennyire fontosak számukra. A fontosságról szintén mindenkit megkérdeztünk, a válaszokat összesíti az 5.61. ábra.¹³⁷ A különböző színű oszlopok jelzik az egymástól szignifikánsan különböző átlagos fontossági értékeket (5%-os szinten). A szokásos négyfokú skálán 1 jelenti a legkevésbé, 4 a leginkább fontos ítéletet.

5.61. ábra: Mennyire fontosak a Magyar Posta szolgáltatásjellemzői a kkv-k számára? (n=295)



Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

A fő tapasztalat az, hogy a felsorolt szolgáltatásjellemzők elég fontosak a kkv-k számára, és körülbelül ugyanannyira. Az átlagos fontossági értékek egy kivétellel 3,5 körüliek, a postahivatal távolsága az, amire a kkv-k ennél kevésbé érzékenyek. A kkv-k átlaga tehát nem állít fel erős preferenciasorrendet az egyes szolgáltatásjellemzők között.

¹³⁷ Lásd a B2-es kérdést.

Némi különbségek ugyanakkor mutatkoznak, hiszen a 9 jellemző 5 egymástól szignifikánsan elkülönülő átlagos fontossági értéket kapott. Érdekes megint a szokásos három nagyobb kategóriát értékelni: (1) a posta elérhetősége, (2) a szolgáltatás köre és (3) azok minősége. A tanulság az, hogy a kkv-k a szolgáltatások minőségét egy kicsivel fontosabbnak tartják, mint a minél jobb elérhetőséget és a szolgáltatások minél nagyobb körét. Az elérhetőségre vonatkozó két jellemző (postahivatalok távolsága, sorban állás ideje) egyike sincs a szolgáltatásjellemzők két legmagasabb átlagú csoportjában. A szolgáltatáskörre vonatkozó egyetlen jellemző (speciális igények kiszolgálása) pedig az utolsó előtti átlagot kapta. A szolgáltatás minőségi jellemzői közül különösen fontosnak bizonyultak a kézbesítés megbízhatósága, gyorsasága és gyakorisága.

Ezen átlagok mögött a megítélések megoszlását a Függelék ábrái (8.45.-8.53) jellemzik. Két fontosabb megállapítást tehetünk. Egyrészt komolyabb heterogenitás csak az átlagosan legkevésbé fontos szolgáltatásjellemző mögött van (postahivatal távolsága). Itt jelentős számú „egyáltalán nem fontos” (17,3%) és „inkább nem fontos” (25,8%) válasz is született. A többi jellemző esetében viszont a legtöbb olyan kkv, amely pontos besorolást tudott adni, az „inkább fontos” és a „nagyon fontos” válaszokat adta. A másik megállapítás az, hogy nem mindig mindenki tudott pontos besorolást adni. A szerződések, számlák ügyintézését, a panaszkezelés gyorsaságát és a speciális igények kiszolgálását illetően a megkérdezettek több mint 20%-a nem tudott pontos választ adni, feltehetően tapasztalat hiányában.

Azt is megvizsgáltuk, hogy a szolgáltatásjellemzők fontosságát mennyire befolyásolja a kkv székhelyének települése, telephelyeinek száma, alkalmazottainak száma, és éves árbevétele. Általában azt tapasztaltuk, hogy ezeknek az ismérveknek nincs szignifikáns hatásuk. Az elégedettségi adatokhoz hasonlóan, itt is igaz, hogy ez összefügghet a minta kényszerűen alacsony elemszámával. Ezek az adatok ugyanakkor helyesen utalhatnak arra, hogy a postai szolgáltatások mindenféle kkv számára az alapvető működést segítik elő, és ezért értékelik a különböző adottságú kkv-k ugyanúgy az egyes szolgáltatáselemek fontosságát.

Pár kivételt találtunk mindössze (lásd: Függelék 8.54-8.58 ábrái). A vidéki székhelyű kkv-k számára a budapestiekhez képest átlagosan fontosabb a panaszkezelés gyorsasága és a speciális igények kiszolgálás, ugyanakkor a budapesti székhelyűek törődnek inkább a postahivatal távolságával. Az derült ki továbbá, hogy minél kevesebb alkalmazott tartozik egy kkv-hoz, annál fontosabb számára a küldemények kézbesítésének gyorsasága. Szignifikáns eltérések mutatkoztak a telephelyek száma és a szerződések és számlák ügyintézésének fontossága között is. Ez a kapcsolat ugyanakkor nem monoton a telephelyek száma szerint.

Az 5.62. ábra¹³⁸ alapján a fő tanulság az, hogy a kkv-k számára a legtöbb felsorolt szolgáltatáselem eléggé fontos, és ezekkel általában elégedettek is. Ugyanakkor előfordul, hogy a relatíve fontosabbnak ítélt szolgáltatáselemekkel nem mindig elégedettek nagyon, míg a kevésbé fontosnak ítélt szolgáltatáselemekkel jobban elégedettek. Az ábra átlójához közel eső pontokra mondhatjuk azt, hogy a kkv-k átlaga a vonatkozó szolgáltatáselemmel a fontosságának „megfelelő” mértékben elégedett.

¹³⁸ A kérdőívben szereplő 11 elégedettségre vonatkozó és a 9 fontosságra vonatkozó kérdés nem fedte teljesen egymást. Ezért itt csak azt a 8-at ábrázoljuk, amelyik mindkettőben szerepelt.

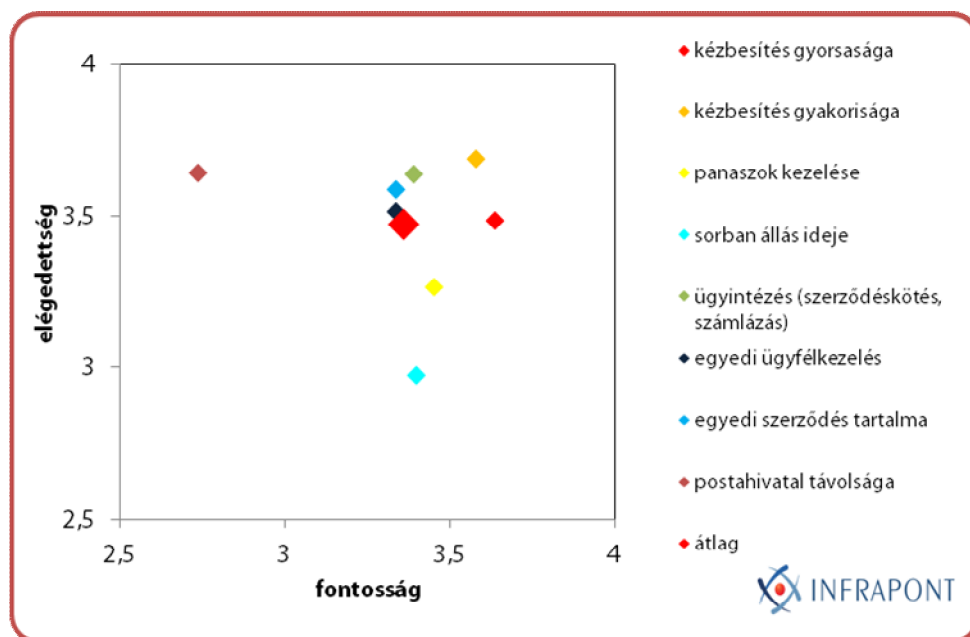
A három legfontosabb szempont a kézbesítés megbízhatósága, gyorsasága és gyakorisága. Az utóbbi kettővel a kkv-k komoly mértékben elégedettek (3,48 és 3,69). A kézbesítés megbízhatóságával való elégedettségre konkrétan nem kérdeztünk rá, de a panaszkezeléssel (3,27) és a kártérítések mértékével (2,86) való elégedettség alapján, továbbá a következő részben tárgyalt panaszgyakoriságok alapján arra következtethetünk, hogy a kézbesítés megbízhatóságával nem valószínű, hogy a kkv-k nagyon elégedettek lennének.

A szerződéskötéssel és számlázással kapcsolatos ügyintézés, az egyedi ügyfélkezelés és az egyedi szerződések tartalma az előbbieknél kevésbé fontos, de ehhez a szinthez képest kicsit magasabb elégedettséggel jár együtt.

A posta két vonatkozásban szolgáltat a kkv-s fogyasztói prioritásoktól eltérő módon. Az egyik a sorban állási idő, ez elég fontos tényező (3,4), de relatíve kifogásolt is (2,97). A másik a postahivatal távolsága, ami nem igazán fontos (2,7), de ugyanakkor alig van vele kapcsolatban kifogás (3,6).

Végül még egyszer kiemelnénk, hogy mindez úgy igaz, hogy az árakat is figyelembe véve a kkv-k átlagosan csupán átlagos elégedettségűek (2,7) a Magyar Postával.

5.62. ábra: A kkv-k átlagos elégedettsége a Magyar Posta szolgáltatásjellemezőivel az arra vonatkozó átlagos fontosság függvényében. (n=295)



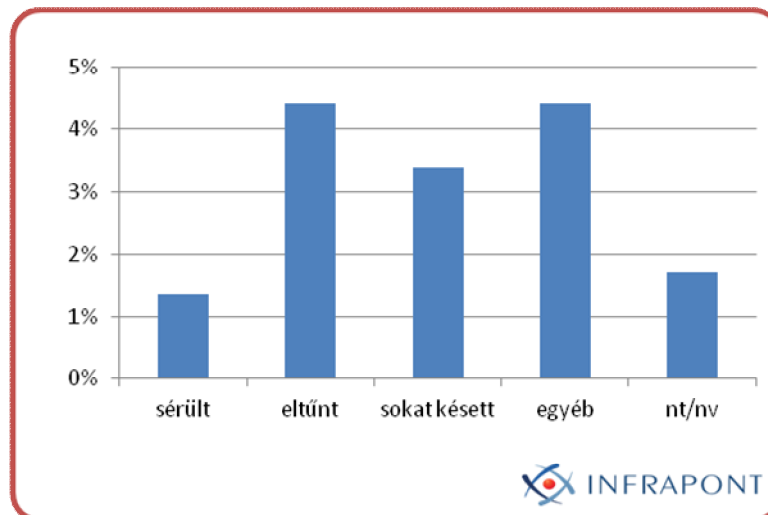
Megjegyzés: A kérdőívben szereplő 11 elégedettségre vonatkozó és a 9 fontosságra vonatkozó kérdés nem fedte teljesen egymást. Ezért itt csak azt a 8-at ábrázoljuk, amelyek mindkettőben szerepelt. Az „egyedi ügyfélkezelés” és az „egyedi szerződés tartalma” kategóriák mögött ugyanaz a fontossági kategória szerepel, mégpedig a „speciális igények kiszolgálása”.

Panaszok a Magyar Posta szolgáltatásaival kapcsolatban

Általános elégedettségi mutatószámként a kkv-kat is megkérdeztük, hogy az elmúlt egy évben volt-e és ha igen, milyen komolyabb panasza volt a Magyar Posta szolgáltatásaival kapcsolatban. Az 5.63. ábra tartalmazza a küldemények feladóiként és címzettjeként

együttesen tapasztalt problémákat.¹³⁹ A válaszadók több mint 10%-a (32 fő) számolt be valamilyen komolyabb panaszról az elmúlt egy évből. Ez elég magas arány. A válaszadók összesen 40 panaszról számoltak be, ezért a panaszok néhány válaszadó esetében halmozódtak (lásd: Függelék 8.59. ábra). A válaszadók több mint 2%-ának volt legalább két panasza.

5.63. ábra: A Magyar Posta szolgáltatásaira vonatkozó komolyabb panaszok típusainak relatív gyakorisága (n=295)



5.3.4. Az egyetemes postai szolgáltatások és a potenciális helyettesítők használata és a velük való elégedettség a kkv-k körében

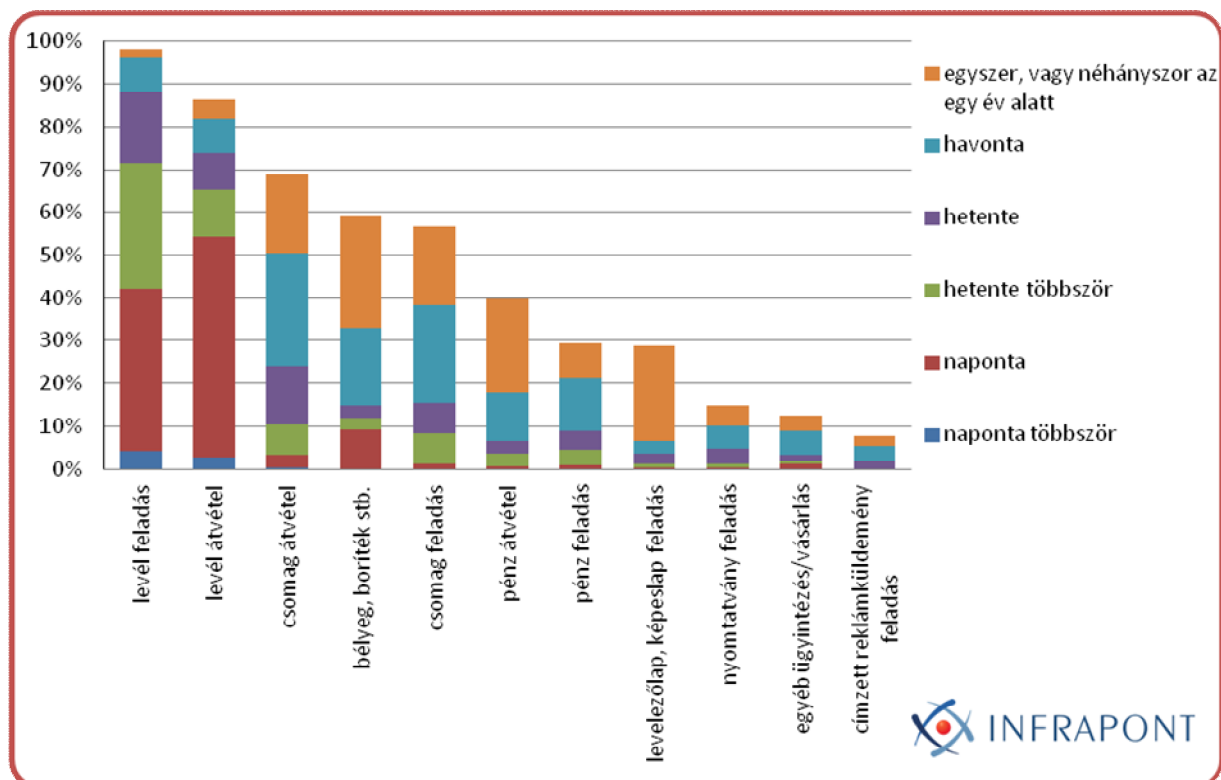
Ügyintézés postahivatalban

- Majdnem mindegyik kkv-nek volt szüksége ügyintézésre az elmúlt egy évben postahivatalban levélfeladás vagy -átvétel miatt. Csomagot is vett át vagy adott fel több mint felük. Pénzátvételt vagy feladást ugyanakkor mindössze nagyjából harmaduk intézett a postán. Címzett reklámküldeményt kevesebb, mint tizedük adott fel.
- Ugyanakkor a postalátogatások döntő többségét a levélatvétel és a levélfeladás generálja a kkv-k esetében: évente átlagosan kb. 160-160 alkalommal kerül sor postai ügyintézésre ezekben az ügyekben. A csomagátvétel és a csomagfeladás egy nagyságrenddel kevesebb látogatást eredményez: évente átlagosan 20-30-at kkv-nként. A pénzfeladás és a pénzfelvétel még kevesebbet.
- A kkv-k 20%-a kötött speciális szerződést a Magyar Postával.

¹³⁹ A B5 kérdés alapján.

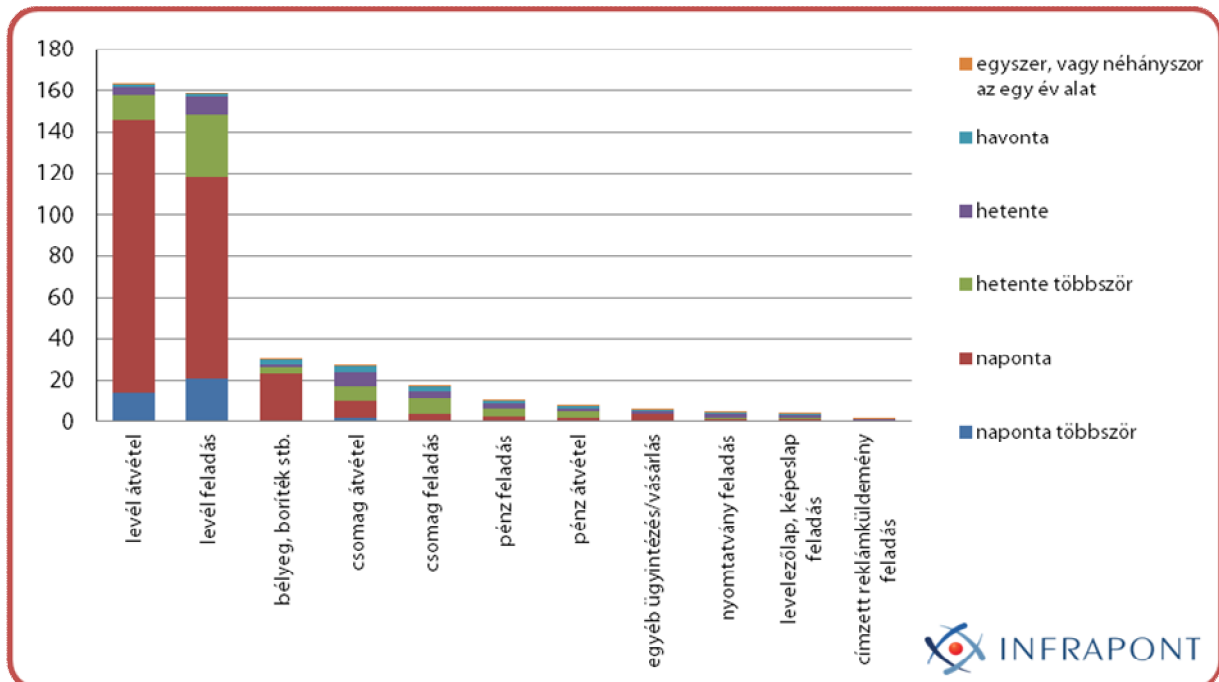
Ahogy a lakossági kérdőív esetében, itt is megkérdeztük a vállalatokat, hogy milyen ügyekben és milyen gyakran járnak a postára. Az 5.64. ábra tanulsága szerint a vállalatok leginkább levelet feladni, valamint levelet és csomagot átvenni járnak a postára. Levelet feladni és átvenni rendre a vállalatok harmada illetve fele jár naponta. Ezzel szemben csomaggal kapcsolatos ügyekben jellemzően havonta vagy csak évente járnak. Az egész mintához viszonyítva azt látjuk, hogy szinte minden egyes vállalat ad fel levelet illetve több mint 80%-uk át is vesz levelet – ehhez képest a lakossági levélhasználat messze elmarad. A csomagküldés esetén szintén a vállalatok mutatkoznak intenzívebb használónak: jóval több, mint felük fel is ad, illetve kap is csomagokat. A lakossági jellemzőkhöz képest továbbá jelentősnek mondható eltérés, hogy bár a pénzbefizetés a vállalatok esetében is szignifikánsan jelen van, azonban egy év alatt csak kevesebb, mint harmaduk járt a postán pénzbefizetési ügyben. A vállalatok pénzutalási szokásainak leírására még a későbbiekben részletesebben is visszatérünk.

5.64. ábra: Milyen ügyekben járnak a postán? (n=295)



A fenti ábra azonban nem mutat teljesen konzisztens képet arról, hogy valójában milyen szolgáltatások használata mozgatja – és egymás közt relatíve hogyan befolyásolja – a vállalatok postalátogatását. Ezért – ahogyan a lakossági minta esetében is, itt is becslést adtunk a napi, heti stb. gyakoriságok alapján az egész éves postalátogatásokra. Az 5.68. ábra azt mutatja, hogy a levél feladás illetve átvétel messze nagyobb postalátogatást generál – nagyjából ötször annyit, mint a bélyeg, boríték stb. vásárlás – mint bármely másik szolgáltatás. A Függelék 8.60. ábráján pedig az látható még részletesebben, hogy a különböző postai ügyek közül a levélátvétel és feladás ügyben járnak a kkv-k leginkább a postán (38% és 37%), illetve jelentős még a csomagátvétel, ami 7%.

5.65. ábra: Milyen ügyekben járnak a postán? – egy vállalatra eső átlagos évre becsült ügyintézéseinek száma (n=295)



Megjegyzés: a naponta többször 520, a naponta 260, a hetente többször 104, a hetente 52, a havonta 12, az évente egyszer vagy néhányszor pedig 1 súllyal szerepel a számításokban. Ezt pedig a mintában szereplő vállalatok számával osztottuk le.

A Függelék 8.28. táblázata egy regressziós táblát mutat. Azt néztük meg, hogy a postai költségek feltételes átlagértékei¹⁴⁰ szignifikánsan különböznek-e valamilyen szolgáltatás igénybevételének függvényében. Az eredmények azt mutatják, hogy a postai költség az egyes használati kategóriák hatásaitól megszűrve átlagosan a 6-os kategóriába esik, ami az 50-60 ezer forintos kategória. Ehhez képest érdemes megnézni, hogy melyek azok a szolgáltatások, melyek szignifikánsan befolyásolják a postai költségeket. Alapvetően négy kategóriát láthatunk: a címzett reklámküldemények, csomagfeladás illetve a pénzátvétel szignifikánsan pozitív irányba befolyásol, míg a pénzfeladás negatív irányba. A reklámküldemények feladása például 3,5 kategóriával emeli postai költségek átlagát – jelen esetben tehát nagyjából azt jelenti, hogy míg az átlag vállalat költsége 50-60 ezer Ft, addig ennek a részkategóriának nagyjából 80-90 ezer.

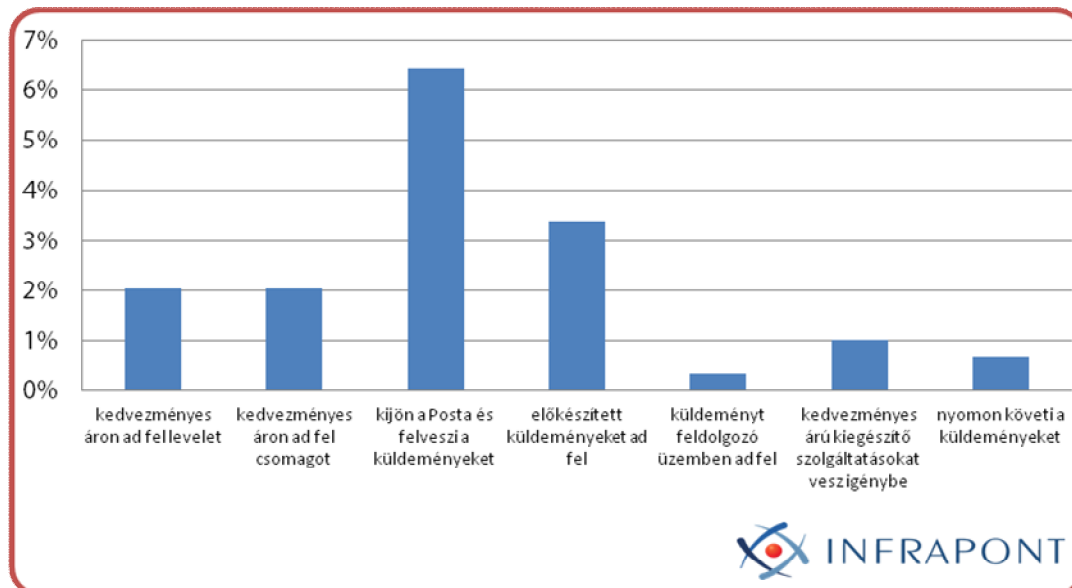
A Posta által kínált alapszolgáltatásokon felül elképzelhető, hogy egyes vállalatok olyan intenzíven használnak bizonyos postai szolgáltatásokat, hogy annak kondíciójáról külön szerződésben állapodnak meg. Éppen ezért megkérdeztük a vállalatokat, hogy mennyi és milyen típusú külön szerződést kötnek a Magyar Postával. Ennek eredményét foglalja össze az 5.66. ábra.¹⁴¹ Összesen 60 vállalatnak volt különszerződése a postával, ez a vállalatok 20%-át jelenti. A kkv-k döntő többsége a postai szolgáltatásokat a szokásos ügymenethez

¹⁴⁰ A postai költség volt a függő változó, ami egy kategóriaváltozó (SZ9), a magyarázó változók pedig olyan kétértékű változók, melyeket az A1 kérdés alapján kódoltunk – tehát például levél feladás változó akkor vesz fel 1 értéket, ha a vállalat járt ilyen ügyben a postán az elmúlt egy évben.

¹⁴¹ Az A8 kérdés alapján.

használja, kevésbé jellemző, hogy rendszeresen adnának fel reklámküldeményeket vagy nyomtatványokat, vagy nagy mennyiségben adnának fel csomagokat.¹⁴²

5.66. ábra: Postával kötött költszerződések (n=295)



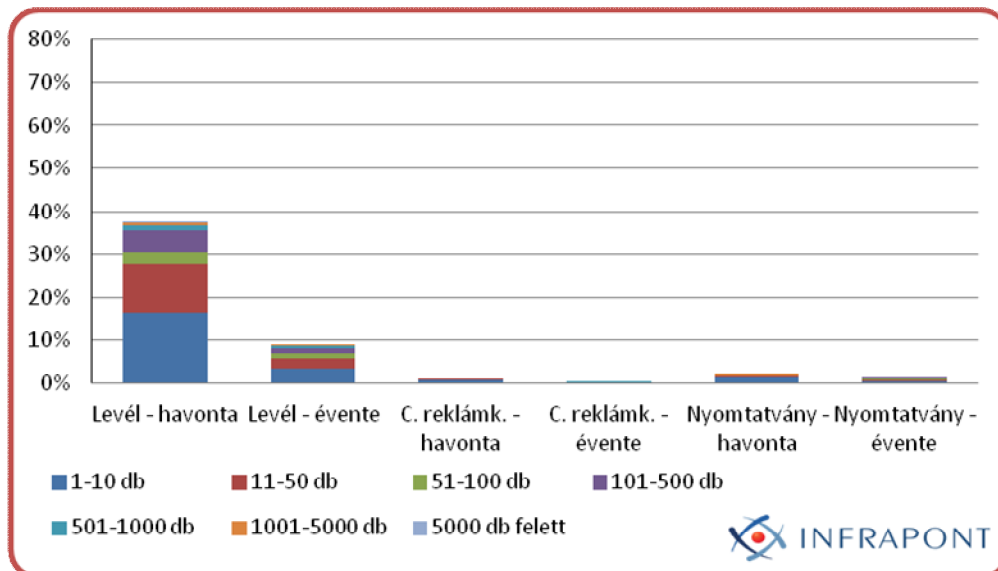
Levélfeladás/fogadás és elégedettség

- A Magyar Postán keresztül a kkv-k négyötöde küld levelet az üzleti partnereiknek, míg a lakosságnak csak kétötödük. Az elektronikus levélküldési módszert kicsit kevesebb kkv alkalmazza, de körülbelül ugyanebben a megoszlásban.
- A kkv-k sokkal nagyobb aránya használja a levélfeladás kiegészítő szolgáltatásait a lakossági fogyasztóhoz képest. Ajánlott levelet szinte mindegyikük adott fel az elmúlt egy évben, de elsőbbségi és tértivevényes levelet is több mint háromnegyedük. Az utánvételt és az értéknylvánítást viszont csak az ötödük használta.
- A levélfeladás körülményeivel a kkv-k átlaga inkább elégedett, hiszen 2,6 és 3,7 közötti átlagok adódtak a szokásos négyfokozatú skálán. Ezek az átlagos elégedettségi értékek nagyjából megegyeznek a lakosságiakkal, csak egy kicsit jobban szóródnak azoknál.
- A kkv-k átlaga a levelek személyes valamint a sérülésmentes kézbesítésével a legelégedettebb. A kkv-k átlaga a levélfeladáshoz kapcsolódó szolgáltatások áraival viszont nem igazán elégedett, még a vonatkozó lakossági átlagoknál is kevésbé.

¹⁴² Az A9 kérdés alapján.

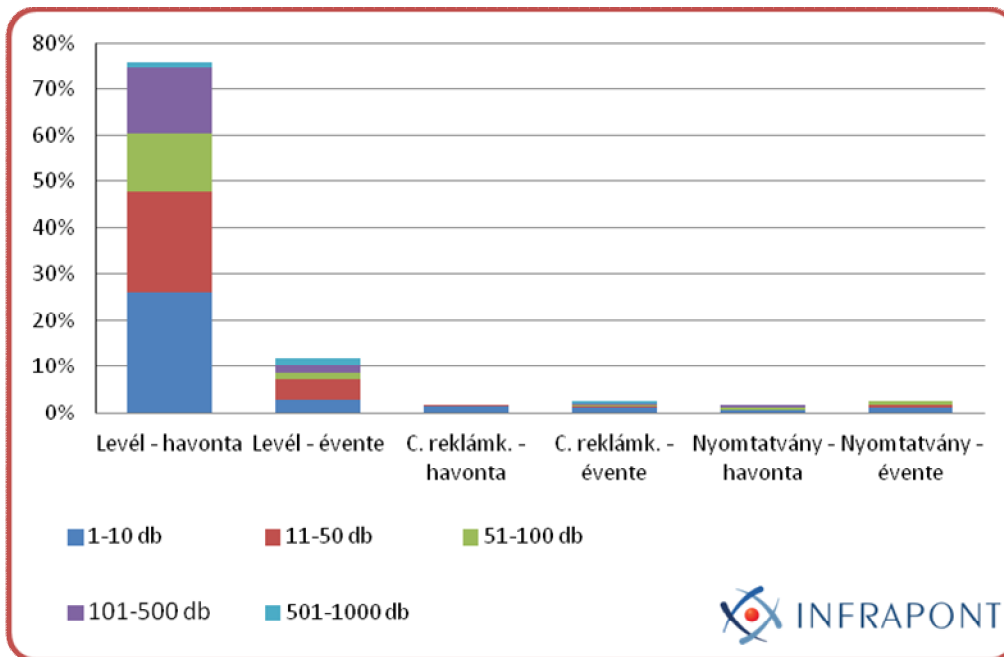
Az 5.67. és 5.68. ábra¹⁴³ azt mutatja be, hogy a vállalatok levélküldése jellemzően milyen irányokba megy, illetve milyen gyakorisággal. Egy nagyon fontos tanulsága ezeknek az adatoknak, hogy a kkv-k levélforgalma nagyon nagy részben az egymás közti kommunikációból generálódik. Látható, hogy míg a fogyasztóknak csak a kkv-k kevesebb, mint 40%-a küld levelet havonta és azok nagy része is maximum 50-et, addig az egymás közti kommunikációra a vállalatok közel 80%-a használja a postai levelezést havonta. Továbbá a vállalatok több mint 20%-a 50-500 közötti mennyiségben küld levelet üzleti partnereinek. A külföldre küldött lakossági és üzleti levelek százalékos megoszlását a Függelék 8.61. és 8.62. ábrája mutatja, melyek hasonló mintázatot mutatnak: az üzleti partnerekkel nagyságrendileg többet leveleznek a vállalatok (közelítőleg 20% havi rendszerességgel folytat levelezést külföldi partnerekkel).

5.67. ábra: Lakosságnak küldött levelek – belföldre



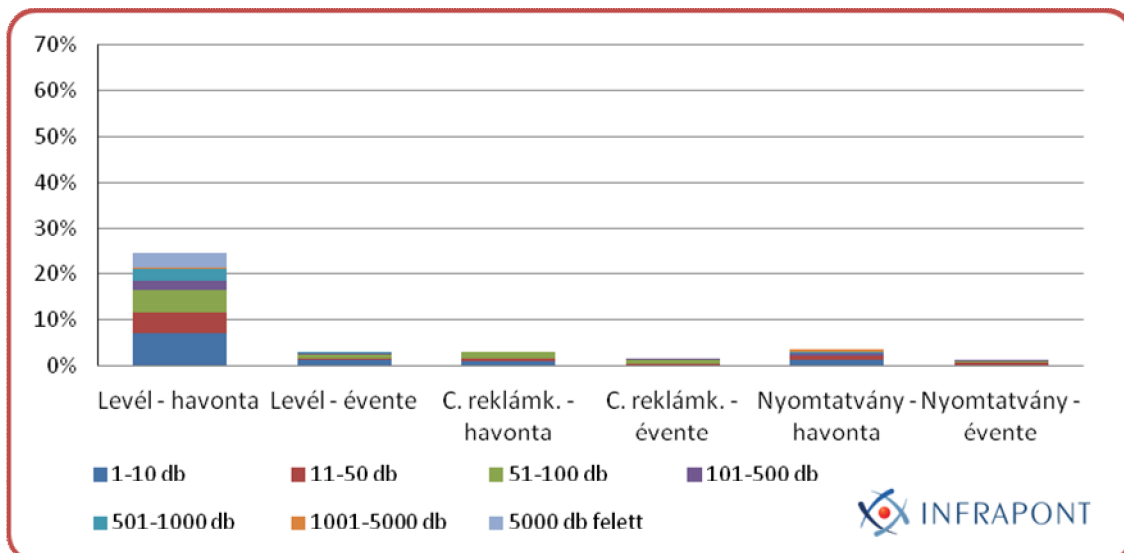
¹⁴³ Az A10 kérdés alapján.

5.68. ábra: Üzleti partnereknek küldött levelek – belföld



Az 5.69. és 5.70. ábra¹⁴⁴ a vállalatok elektronikus levelezési szokásait mutatja be. Azt láthatjuk, hogy alapvetően a postai levélhasználathoz hasonló a mintázat: a vállalatok sokkal nagyobb részben kommunikálnak egymással, mint lakossággal. Érdekes viszont, hogy még a vállalatok körében is nagyobb arányban használják a postai levelezést, mint az elektronikusát (kb. 75% a 63%-kal szemben). A Függelék 8.63. ábrája¹⁴⁵ az üzleti partnereknek, külföldre küldött elektronikus levelezést volumenét mutatja.

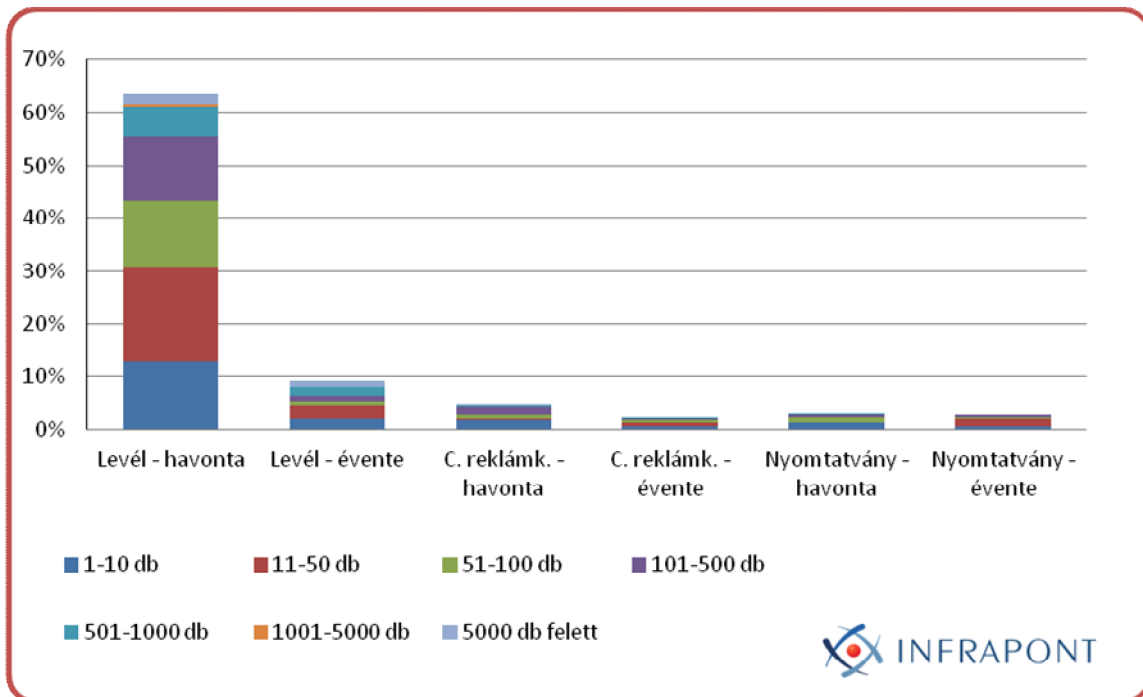
5.69. ábra: Fogyasztóknak küldött levelek elektronikusan – belföldre



¹⁴⁴ Az A10 kérdés alapján.

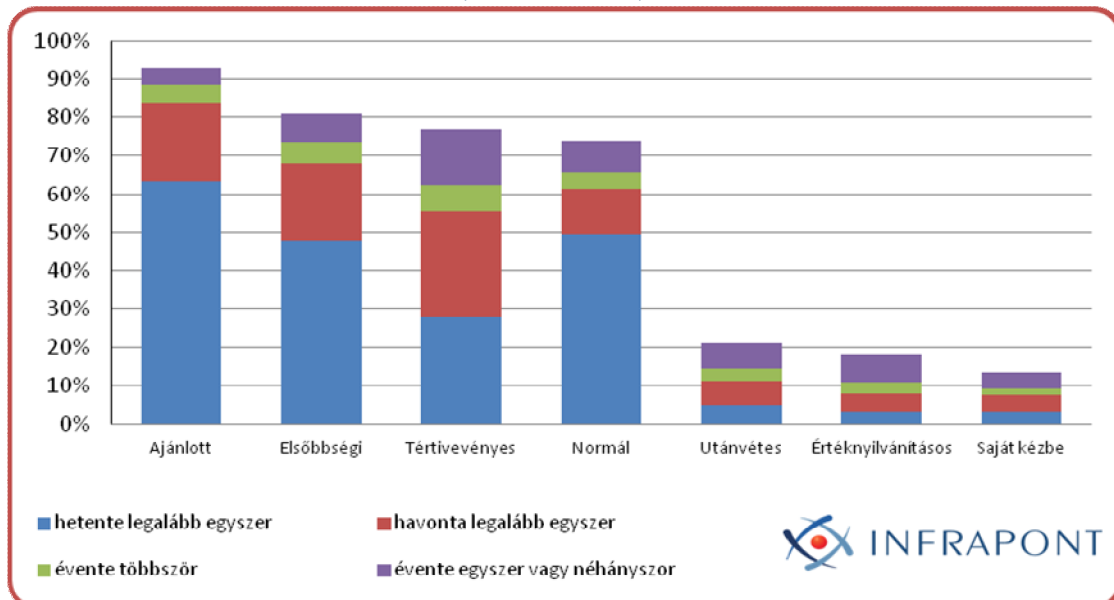
¹⁴⁵ Az A10 kérdés alapján.

5.70. ábra: Üzleti partnereknek küldött levelek elektronikusan – belföldre



A küldemények típusát tekintve látható, hogy alapvetően négy fajta levélküldést használnak a vállalatok: ajánlott, térítvevényes, elsőbbségi és normál. (5.71. ábra¹⁴⁶)

5.71. ábra: Milyen küldeményeket adnak fel?

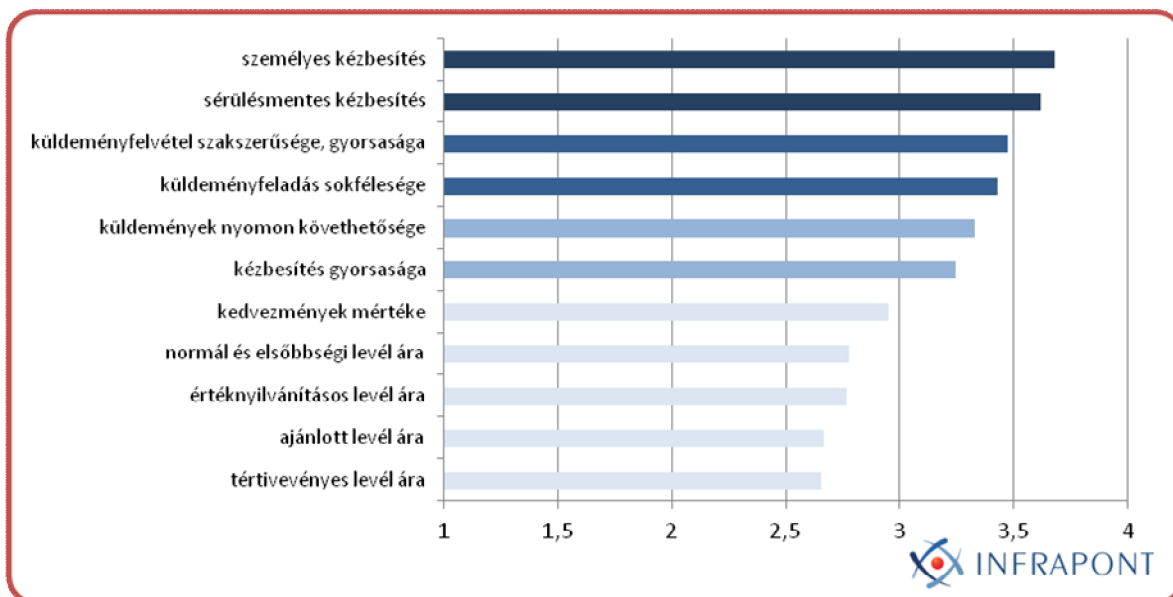


¹⁴⁶ Az A12 kérdés alapján.

A kkv-k viszonylag elégedettek a levél-, a címzett reklámküldemény- és a nyomtatványfeladás és kézbesítés körülményeivel, hiszen a szempontok átlagos értékelése mindenhol a közepes szint (2,5) felett van – bár a kkv-k értékelése szélesebb skálán mozog, mint a lakosságé: 3,7 és 2,7 közötti értékeket vesznek fel a vizsgált dimenziók átlagai (lásd 5.72. ábra).

Itt is fontos kiemelni, hogy az átlagok az azonos színnel jelölt szempontok esetén nem térnek el egymástól statisztikailag szignifikáns módon. Vagyis az érintett küldemények feladásához és kézbesítéséhez kapcsolódóan a küldemények személyes kézbesítésének módjával illetve a sérülésmentes kézbesítésével elégedettek a leginkább a kkv-k, ezt követi a küldeményfelvétel gyorsasága és szakszerűsége, valamint a küldemény feladási lehetőségek sokfélesége, majd a küldemények nyomon követhetősége és a kézbesítés gyorsasága. Ezekkel a szempontokkal inkább elégedettek a kkv-k, hiszen valamennyi dimenzió átlaga 3 feletti. A normál és speciális kiegészítő szolgáltatással feladott küldemények árával, illetve egyedi szerződések esetén a kedvezmények mértékével azonban kevésbé elégedettek a kkv szektor tagjai, ugyanis ezen szempontok átlagos értékelése 3 alatti.

5.72. ábra: Levél-, címzett reklámküldemény- és nyomtatványfeladással kapcsolatos elégedettség



Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

Érdeemes megvizsgálni az átlagok mögötti megoszlását a válaszoknak (lásd Függelék 8.64. - 8.74. ábra). Az első három – átlagok alapján statisztikailag azonos – értékelésű dimenzió esetében az elégedettek és elégedetlenek megoszlása lényegében megegyezik: az első esetben 2% inkább nem vagy egyáltalán nem elégedett, a második esetben 10% körüli ez az arány, a harmadik esetben pedig 16%). Amiben különbség mutatkozik, az a „nincs véleményünk” és a „nincs tapasztalatunk” válaszok aránya. Az első esetben a „személyes kézbesítés” szempontjánál volt magasabb ez az arány (15%, 8%-kal szemben), a második esetben a „küldemény feladás sokfélesége” szempontnál (18%, 10%-kal szemben), a harmadik esetben a „küldemény nyomon követhetősége” szempontnál (29%, 4%-kal szemben). A vizsgált dimenziók negyedik – legkevésbé értékelt – csoportjánál már az

elégedettség mértékének megoszlásában is mutatkozik eltérés: a különböző típusú küldeményfeladások áraival a kkv-k 40-50%-a volt inkább elégedetlen vagy teljesen elégedetlen, az egyedi szerződések esetén elérhető kedvezmények mértékével azonban a sokaságnak csak az egyharmada volt elégedetlen. A „nincs véleményünk” és a „nincs tapasztalatunk” válaszok aránya egyre nő a vizsgált dimenziók lekérdezési sorrendjében: vagyis az egyedi szerződések esetén elérhető „kedvezmények mértéke” szempont esetében volt a legnagyobb ezeknek a válaszoknak az aránya (63%).

Azt is érdemes megvizsgálni, hogy a legkevésbé értékelt szempontok megítélése terén mutatkozik-e különbség a kkv-k különböző fogyasztói alcsoportjai között. Az alcsoportokat – az előző alfejezetekhez hasonlóan – a székhely településtípusa (főváros-vidék), a cég árbevételének nagysága, a cég alkalmazottainak száma és cég a telephelyeinek száma alapján definiáljuk. A legkevésbé értékelt szempontok megítélésében nem mutatkozik statisztikailag szignifikáns különbség a kkv-k egyik alcsoport bontásában sem.

Csomagfeladás/fogadás és elégedettség

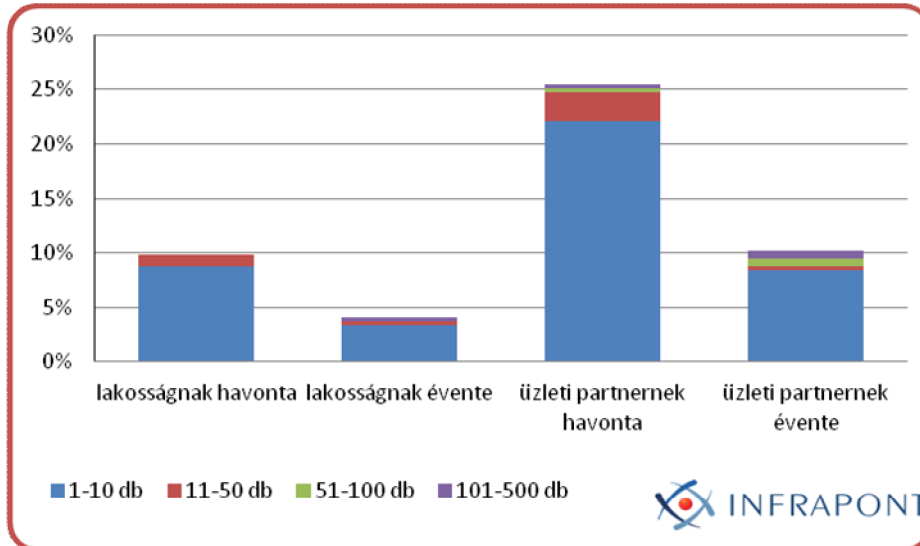
- **A Magyar Postán keresztüli csomagküldés terén is az üzleti partnereknek küldött volumen dominál. A kkv-k több mint harmada küldött üzleti partnereinek csomagot az előző évben – ez több mint kétszer annyi mint a lakosságnak küldött csomagok száma.**
- **A kkv-k a lakossági fogyasztókhoz képest nagyobb arányban használják a csomagfeladás kiegészítő szolgáltatásait: 10-15%-uk rendszeresen használ utánvételes, értéknyilvántartós és tértivevényes feladást.**
- **A kkv-knak 15%-a adott fel az elmúlt évben 10kg-nál nagyobb csomagokat a postán. A csomagot feladó kkv-k harmada nem tartja elfogadhatónak az egyetemes szolgáltatási körbe tartozó postacsomagok súlyhatárának 10kg-ra csökkentését.**
- **A kkv-k a csomagfeladás körülményeivel jellemzően elégedettek (3 és 3,6 közötti átlagos értékek). A kkv-k átlaga a csomagok személyes valamint a sérülésmentes kézbesítésével a legelégedettebb, és az árakkal a relative legkevésbé, de még így is jobban, mint az átlagos lakossági fogyasztó.**
- **A kkv-k által fogadott csomagok között is a B2B irányból érkező dominál a C2B felett (nagyobb mértékben, mint a feladott csomagok terén). Csak belföldről a kkv-k több mint kétharmada kapott üzleti partnertől csomagot az elmúlt egy évben, míg a lakosságtól belföldről és külföldről sem érkezett az ötödüknél többhöz.**
- **Az üzleti partnerektől érkező csomagoknak a többsége nagykereskedelmi (több mint 35%-uk) és kiskereskedelmi (több mint 30%-uk) partnerektől érkeznek.**

A vállalatok címzett szerinti csomagküldési szokásait az 5.73. ábra¹⁴⁷ mutatja be. Az eredmény egybecseng a levélküldési szokásokkal, ugyanis azt láthatjuk, hogy a vállalatok inkább egymásnak küldenek csomagokat és a vártak megfelelően jóval nagyobb

¹⁴⁷ Az A13 kérdés alapján.

mértékben használják ezt a szolgáltatást, mint a fogyasztók. A vállalatoknak összesen majdnem 80%-a járt a postán csomagküldés vagy csomagátvétel ügyében. Kizárólag csomagfeladási szolgáltatást pedig 56%-uk vett igénybe.

5.73. ábra: Csomagküldés - belföldre (n=295)



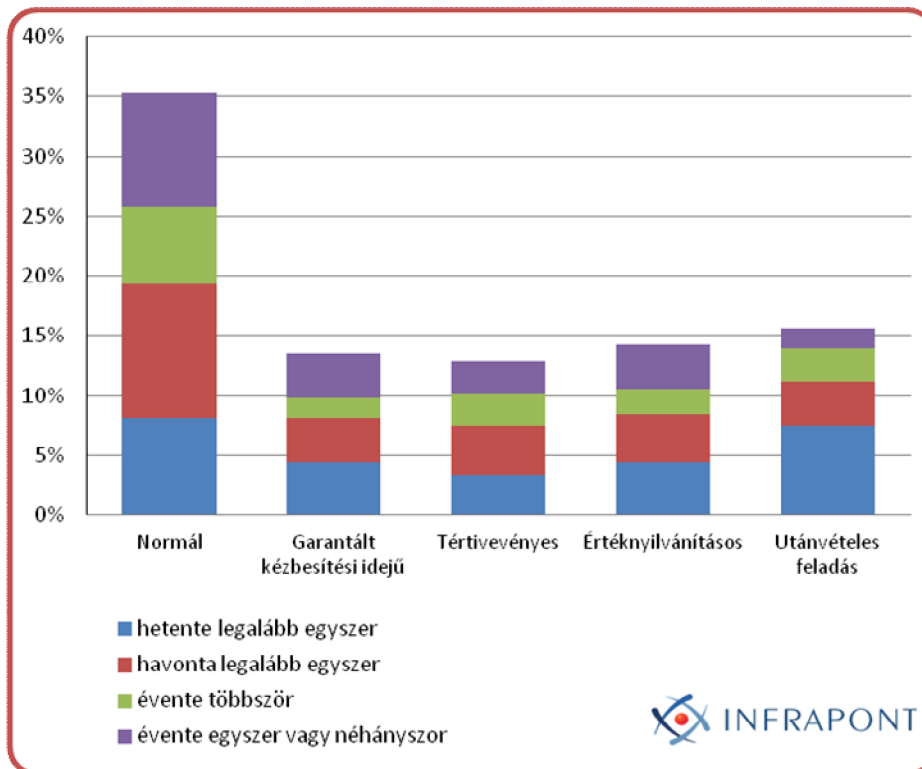
A csomagfeladással kapcsolatban még azt érdemes kiemelni, hogy a nagyobb vállalatok inkább küldenek több csomagot a lakosságnak, mind belföldre, mind külföldre – bár a külföldi csomagküldésre vonatkozóan csak nagyon kevés megfigyelés áll a rendelkezésre (Lásd: Függelék 8.26. táblázat¹⁴⁸).

A levéllel ellentétben a csomagküldés esetén nem annyira a pluszszolgáltatással ellátott csomagküldés a lényeges, a vállalatok leginkább normál csomagot küldenek. Továbbá az 5.74. és 5.75. ábra¹⁴⁹ alapján az is kitűnik, hogy a nem egyetemes szolgáltatáson belül nyújtott csomagokat csak kevésbé használják a vállalatok.

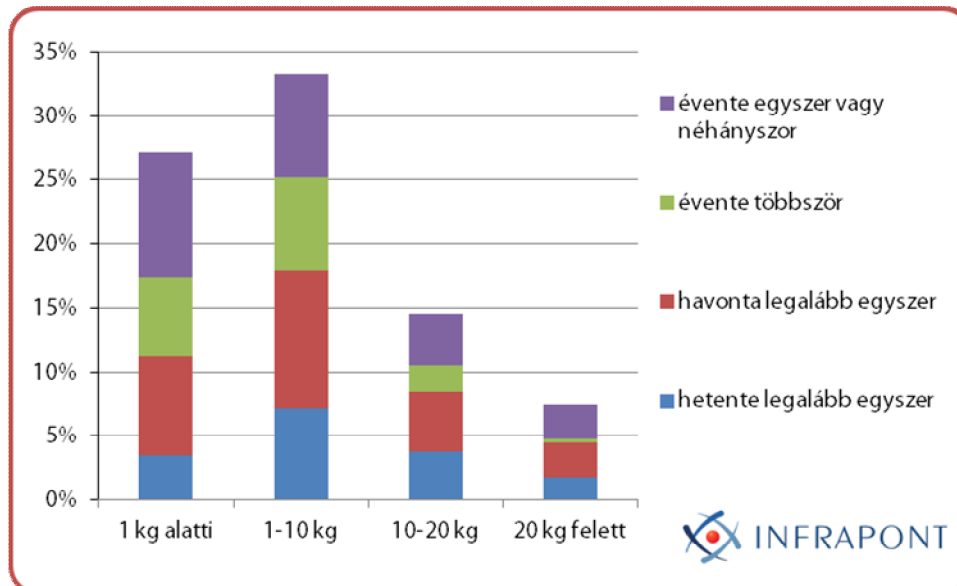
¹⁴⁸ Az A13, SZ6 és SZ7 kérdés alapján.

¹⁴⁹ Az A15 és A16 kérdés alapján.

5.74. ábra: Csomagküldés típusonként (n=167)



5.75. ábra: Csomagküldés – súly szerint (n=167)



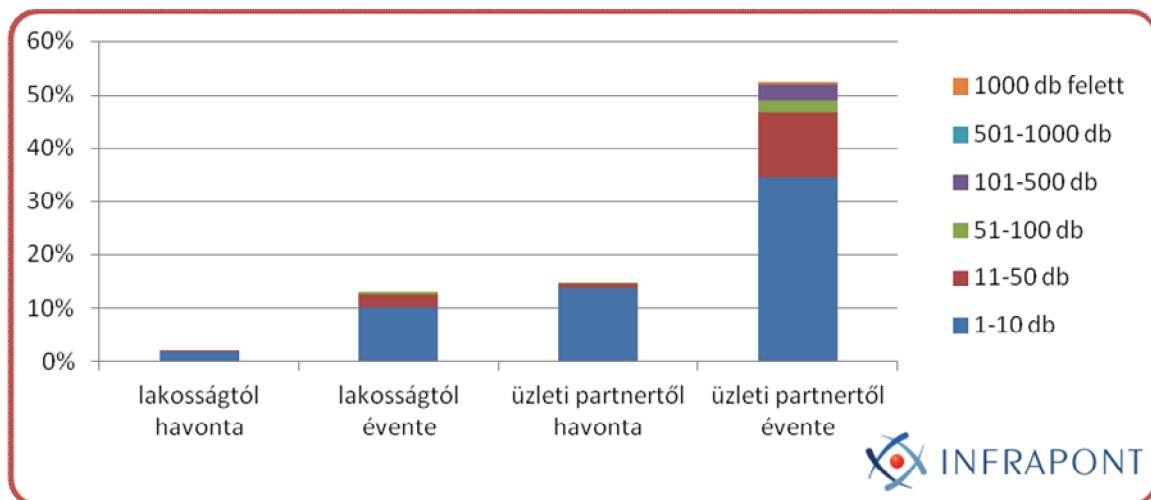
A vállalatok több mint 30%-a nem tartaná elfogadhatónak az egytetemes szolgáltatás olyan szűkítését (lásd: Függelék 8.76. ábra¹⁵⁰), ami a kilogramm súlyhatárt 20-ról 10-re csökkentené. Ezek a vállalatok azonban jellemzően azok, akik egyébként nem vesznek

¹⁵⁰ Az A16 kérdés alapján.

igénybe egyéb – a piacon elérhető – gyorspostai szolgáltatókat csomagküldés céljából.¹⁵¹ A másik vizsgálandó kérdés, hogy vajon az súlyhatár csökkentésével elégedetlenkedők igénybe vesznek-e helyettesítő szolgáltatókat. Erre a kérdésre is inkább nem a válasz: az inkább elégedetlenek és határozottan elégedetlenek közül csak 25%-uk (14 vállalat az 55 elégedetlenből), aki egyébként küld csomagot gyors- vagy futárpostával is.¹⁵² Sőt, amennyiben a 10 kg-nál nagyobb csomagot küldők vagy elégedetlenek halmazát vetjük össze a gyors- illetve futárpostát használók számával, csak a vállalatok 30%-a található a metszetben (az összesen 71 vállalatból 21 vállalat használt gyors- vagy futárpostát).¹⁵³ Ezek a számok tehát azt jelzik, hogy azok a vállalatok, akik elégedetlenek lennének az egyetemes szolgáltatás ilyen irányú szűkítésével, kevésbé használják a piacon fellelhető helyettesítő termékeket.¹⁵⁴

A vállalatok csomagforgalmának jelentőségét a fogadó oldalon regisztrált mennyiség is megerősíti. Az 5.76. ábra¹⁵⁵ a belföldi lakossági és üzleti partnerektől kapott csomagok arányát mutatja. Látható, hogy a vállalatok leginkább egymástól kapnak csomagokat. Ugyanez a mintázat látható a Függelék 8.77. ábrán¹⁵⁶, ahol mindez a külföldről érkező csomagokra vonatkozik. A csomagfogadás esetében is megnéztük, hogy a vállalat méretével vagy árbevételével látható-e valamilyen összefüggés, melynek eredménye, hogy a nagyobb vállalatok azok, akik inkább kapnak csomagot külföldről az üzleti partnereiktől (lásd: Függelék 8.27. táblázat)¹⁵⁷

5.76. ábra: Csomagok fogadása – belföldről



¹⁵¹ Összesen 12 darab olyan vállalat van (a 44-ből), akik küldtek 10 kg feletti súlyú csomagot a postán keresztül, de nem küldtek csomagot sem gyors, sem futárpostával.

¹⁵² Az elégedetlenkedők összesen 55-en, míg a gyorspostával csomagot küldők (fogyasztóknak és üzleti partnereknek mind belföldre, mind külföldre) 64-en vannak.

¹⁵³ A 10 kg-nál nagyobb csomagos vagy elégedetlenek száma 71.

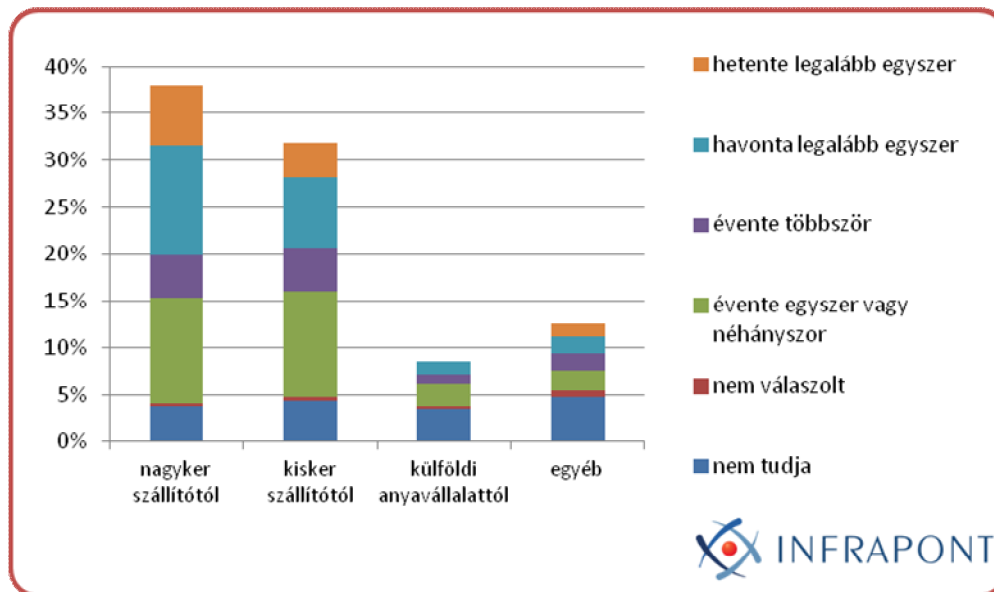
¹⁵⁴ Az A16, A17 kérdés alapján.

¹⁵⁵ Az A21 kérdés alapján.

¹⁵⁶ Az A21 kérdés alapján.

¹⁵⁷ Az A21, SZ6 és SZ7 kérdés alapján.

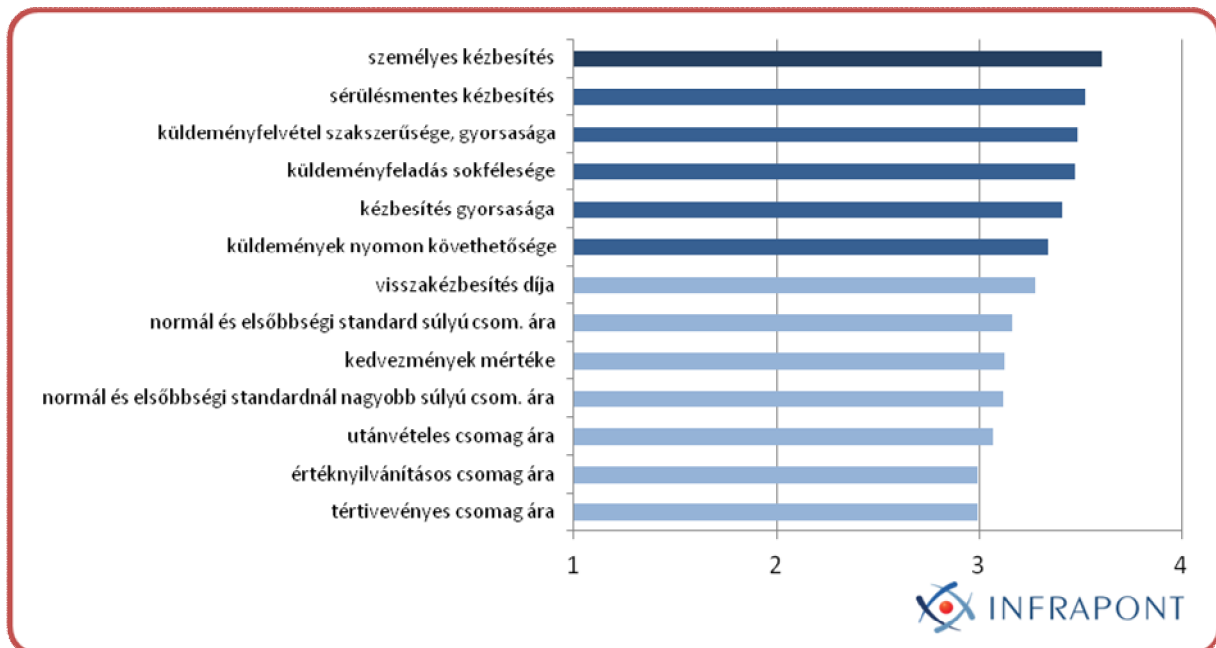
5.77. ábra: Honnan kapnak csomagokat a postán keresztül?



A kkv-k a levélnél elégedettebbek a csomagküldés egyes dimenzióival: a szempontok átlagos értékelése lényegében valamennyi dimenzióban eléri a hármat, illetve a kkv-k értékelése szűkebb skálán mozog, mint a levélfeladás esetén (2,99 és 3,6 között) (lásd 5.78. ábra). Bár a cégek általában elégedettek a postai csomagküldés körülményeivel – ahogyan az elégedettségi dimenziók mindegyikében – itt is megfigyelhető a fogyasztók érzékenysége. Mivel a vállalatok alapvetően kétfelé továbbítanak csomagot – B2B vagy B2C relációban –, az ilyen jellegű küldéseknél sokkal fontosabb szerepet kap a küldés időtényezője vagy megbízhatósága, melyet a térivevényes, ajánlott, stb. szolgáltatások vásárlása jelent. Az ábra tanulsága szerint ezeket az extra szolgáltatásokat érzik túlárazottnak a vállalatok.

Fontos azonban itt is kiemelni, hogy az egyes dimenziók átlagos értékelése statisztikailag nem különböző minden esetben. Az 5.78. ábrán azonos színnel jelölt szempontok azonos fogyasztói értékelés alá esnek. A személyes kézbesítés módjával szignifikánsan a legelégedettebbek a kkv-k, míg a csomagküldéshez kapcsolódó alap- és kiegészítő szolgáltatások árával, az egyedi szerződések esetén elérhető kedvezményekkel, valamint helytelen cím esetén a visszakézbesítés díjával szignifikánsan a legkevésbé elégedettek.

5.78. ábra: Csomagküldéssel kapcsolatos elégedettség



Megjegyzés: különböző színnel a statisztikailag különböző átlagok szerepelnek

Ebben az esetben is megvizsgáltuk az átlagok mögötti megoszlását a válaszoknak (lásd: Függelék 8.78.-8.90. ábra). A személyes kézbesítés módjával a kkv-k háromnegyede inkább vagy teljesen elégedett, illetve a válaszadóknak csupán az 1%-a mondta, hogy inkább elégedetlen – ez a szempontok közül a legkedvezőbb megítélést jelenti. A dimenziók második csoportjában már valamivel többen mondták, hogy inkább nem, illetve, hogy egyáltalán nem elégedettek: 6-10% között alakul ez az arány – kivétel a sérülésmentes kézbesítés dimenziója, ahol 3%-nyian fejezték ki elégedetlenségüket. Ebben a csoportban még a „küldemények nyomon követhetősége” az a dimenzió, mely valamelyest különbözik a többi szemponttól abban, hogy viszonylag kevesen (60%-nyian) mondták, hogy elégedettek ezzel a szemponttal, azonban nagy arányban (24%) „a nincs véleményünk”, „nincs tapasztalatunk” opciót választották. A szempontok harmadik csoportjában már nagyobb elégedetlenek aránya: 21-28% közötti – és bizonyos dimenziókban még nagyobb, 32-34%-os (tértivevényes, értéknyilvánításos illetve az utánvételes csomag ára esetén). Ebben a csoportban 37% körül alakul a tapasztalattal vagy véleménnyel nem rendelkezők aránya. Kivétel ez alól a „standard súlyú és méretű csomagok ára”, mely esetén csak 24%-os ez az arány, illetve az egyedi szerződések esetén elérhető „kedvezmények mértéke” és a „visszakézbesítési díj”, ahol 50% körül alakult.

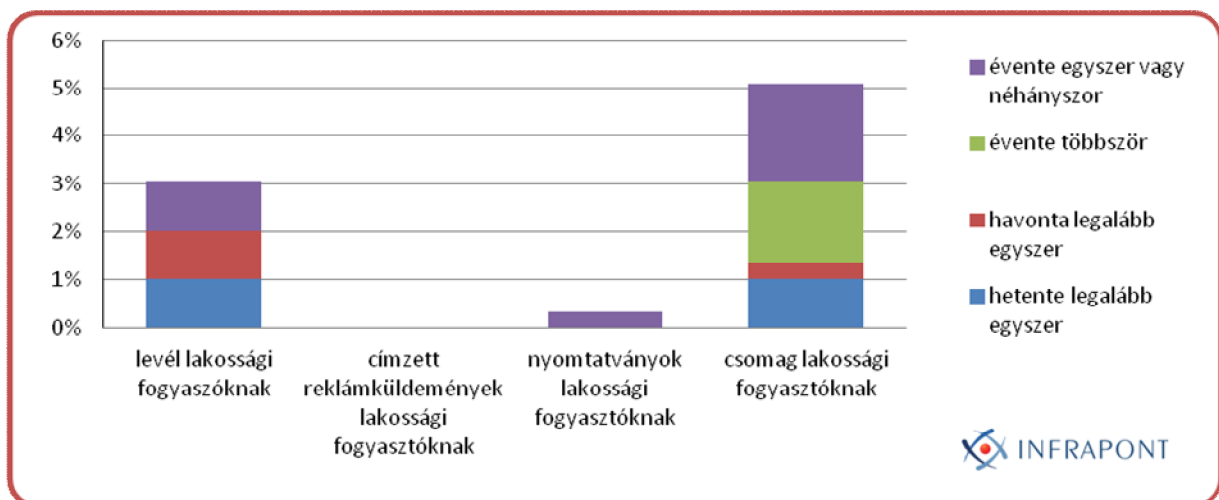
A csomagküldéssel való elégedettség kapcsán is megvizsgáltuk, hogy a legkevésbé értékelt szempontok megítélése terén mutatkozik-e különbség a kkv-k különböző fogyasztói alcsoportjai között. Az alcsoportok definiálására használt vállalati jellemzők közül egyedül a székhely elhelyezkedése mutat statisztikailag szignifikáns kapcsolatot az elégedettség alakulásával: a vidéki székhelyű vállalatok kicsivel elégedettebbek bizonyos árral kapcsolatos dimenziókkal (standard súlyú és méretű csomag ára, tértivevényes csomag ára, értéknyilvánításos csomag ára, utánvételes csomag ára, visszakézbesítés díja) a postai csomagfeladás kapcsán, mint a fővárosi székhelyű cégek (lásd: Függelék 8.91. ábra).

Gyors- és futárposta használat

- A kkv-k a gyors- és futárpostákat intenzívebben használják a lakossági fogyasztókhöz képest: a kkv-k 37%-a adott fel valamilyen küldeményt az elmúlt évben ezeken az alternatív postai szolgáltatókon keresztül.
- Nagyjából háromszor annyi kkv küld üzleti partnereinek küldeményeket ezeken a módokon, mint ahányan a lakosságnak. Az üzleti partnerek és a lakosság felé is egyaránt kétszer annyi csomagot küldenek, mint levelet. Címzett reklámküldeményeket és nyomtatványokat eltörpülő arányú kkv küld gyors- és futárpostával.
- Az alternatív postai szolgáltatókat jellemzően azért használják, mert gyorsabb megoldásnak tartják, mint a Magyar Postát.

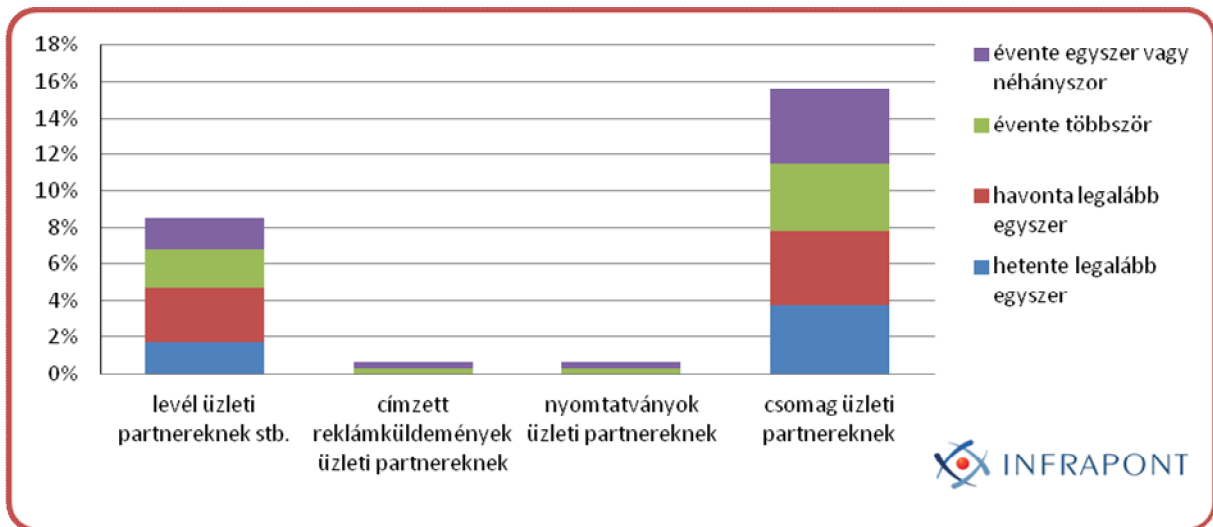
A gyors- és futárposta használatát az alábbi 5.79. és 5.80. ábra¹⁵⁸ mutatja be. Látható, hogy a vállalatok csak kisebb százaléka használja ezeket a szolgáltatókat a lakossági irányú küldeményfeladásra. Ahogyan az MP használata esetén, itt is leginkább az egymás közti levél és csomagküldésre használnak ilyen szolgáltatókat. (A gyors- és futárposta használatának külföldi ágát a Függelék 8.92. és 8.93. ábrája mutatja be.) Az 5.81. ábrán látható, hogy az ilyen alternatív szolgáltatók igénybevételét leginkább a kézbesítési gyorsasággal magyarázzák a vállalatok.

5.79. ábra: Gyors- és futárposta használat – fogyasztók felé (n=295)



¹⁵⁸ Az A18 kérdés alapján.

5.80. ábra: Gyors- és futárposta használat – vállalatok felé (n=295)



5.81. ábra: Miért választották inkább a gyors- vagy futárpostát? (n=111)



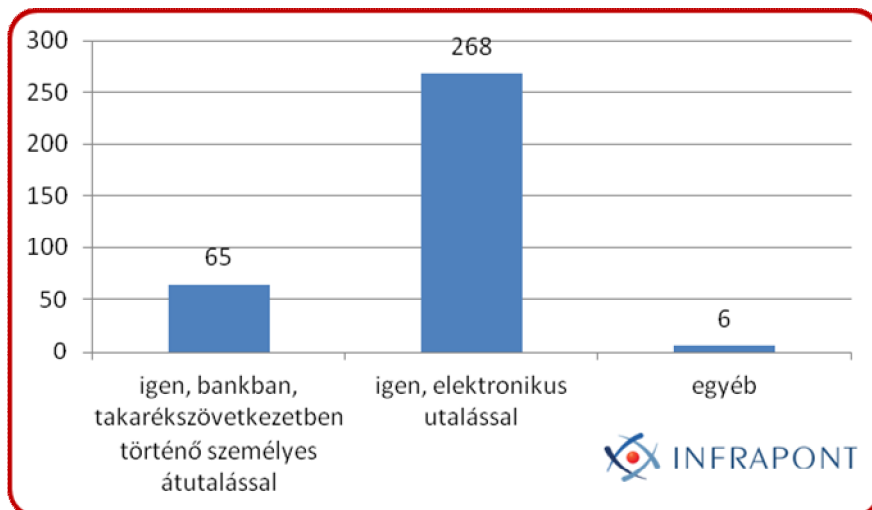
5.3.5. Postai pénzforgalmi szolgáltatások használata a kkv-k körében

- A kkv-k 45%-a adott fel sárga és 15%-a rózsaszín csekken pénzt.
- Az alternatív pénzküldési formák is elterjedtek, gyakorlatilag mindegyik kkv használ ilyet. Ezek közül az elektronikus utalás a domináns módszer.

A kkv-k jelentősen másképp használják a posta pénzügyi szolgáltatásait, mint a lakosság.¹⁵⁹ A Függelék 8.94. és 8.95. ábrája mutatja a rózsaszín és a sárga csekk rendszerességtől függő használati gyakoriságait. A lakossághoz képest a kkv-k jóval kevésbé támaszkodnak a sárga csekkes utalásra. A vállalatok alig több mint 10%-a használja heti és kevesebb, mint negyedük havi rendszerességgel. Mindösszesen is csak kevesebb, mint felük (45%) használt egyáltalán sárga csekket az elmúlt évben. A rózsaszín csekk használata hasonló intenzitású a lakoságiéhoz: összességében kevesen használják (15%), és ritkán, hiszen az évente egy-két használat a jellemző (8%).

A lakosságtól szintén eltérően, a kkv-kra jellemző, hogy alternatív pénzküldési módszereket is alkalmaznak. Gyakorlatilag mindegyikük él ezekkel (egy válaszadó sem mondott határozott nemet a kérdésre). Ahogy azt az 5.82. ábra mutatja, ezek között az elektronikus utalás a domináns.

5.82. ábra: A kkv-k pénztalálási gyakorlata – sárga és rózsaszín csekken kívül (n=295)



5.3.6. Egyetemes postai szolgáltatásokkal kapcsolatos preferenciák intenzitása a kkv-k körében

- A preferenciák intenzitását önbevallásos alapon mértük. Azt kérdeztük, hogy mekkora pénzügyi veszteségnek megfelelő fogyasztói többletértéket illetve veszteséget jelentenek bizonyos javulások, illetve csökkenések a jelenlegi szolgáltatási szintekhez képest.
- Ez a módszer valószínűleg jelentősen alulbecsli a valódi értékeket. Egyes esetekben az átlagos fogyasztói értékelés közepes nagyságú, és eléri az egynegyedet a pozitív forintösszegeket megadó válaszadók aránya. Ezért kijelenthető, hogy a kkv szektor számára bizonyos javuló szolgáltatások

¹⁵⁹ Az A20 kérdés alapján.

sokat érnek, továbbá komolyabb kár érné őket egyes szolgáltatások romlásával.

- **Az alkalmazott módszer megbízhatóbban használható az egyes változások relatív fogyasztói értékelésére.**
- **A kkv-k számára a legértékesebb az lenne, ha (1) a postai küldemények nyomon követése és, (2) az értéknyilvánítás ingyenessé válna, (3) több postai speciális ügyintéző dolgozna, és (4) ha a 20 kg alatti csomagokat ezentúl egy nap alatt kikézbcsítenék.**
- **A kkv-k számára a legnagyobb fogyasztói veszteséget az okozná, ha a Magyar Posta ezentúl nem vinné házhoz a csomagokat.**

A lakossági mintához hasonlóan a kkv mintára vonatkozóan is igyekeztünk pontosabban felmérni a fogyasztói preferenciák intenzitását. A Magyar Posta egyes szolgáltatáselemeire vonatkozó kkv-s elégedettségmutatókat ennek a fejezetnek a korábbi részei tartalmazzák. Ezek mellett tehát lekérdeztük a kkv-eknek a jelenlegi postai szolgáltatásszintek megváltoztatására vonatkozó ún. „szándékolt preferenciáit” is. Ezek segítségével próbáltuk azonosítani azokat a pontos forintösszegeket, amiket egy-egy szolgáltatási szint növelése az adott vállalatnak ér, illetve amellyel azonos nagyságú veszteséget kénytelen elszenvedni egy-egy szolgáltatási szint csökkentése során.

A módszer megbízhatóságának részletesebb ismertetését a lakossági minta elemzésénél már megtettük.¹⁶⁰ A lényeg az, hogy a válaszokban megjelölt összegeket erős kritikával kell kezelni, amelyek elég valószínű, hogy alulbecslik a valós vállalati értékeléseket. Mivel a kkv-k gazdasági szervezetek, és vezetőik gyakrabban és tudatosabban kénytelenek gazdasági döntéseket hozni, ráadásul a vállalatukat is jól ismerhetik, ez az alulbecslés vélhetően kisebb mértékű, mint a lakossági válaszok esetén. Mindenesetre ez az alulbecslés általában jellemző, ezért a különböző szolgáltatáselemekre megadott átlagos értékek összehasonlításában talán jobban meg lehet bízni. Vagyis a válaszok alapján felállítható átlagos fontossági sorrend komolyabban vehető, mint maguk az abszolút összegek.

Növekvő szolgáltatásszintre vonatkozó szándékolt preferenciák

Szándékolt preferenciákat a lakossági mintához hasonlóan a kkv-ktől is kétféleképpen kérdeztünk le. Először azt kértük, hogy mindenki értékelje, hogy mennyit érnek számára bizonyos szolgáltatáselemek jelenleg jellemző szintjéhez képesti javulások.¹⁶¹ A kérdés konkrétan ez volt: „Ennek a cégnek az éves posta költsége x Ft. Kérem, mondja meg az alábbi bővítési ötletekről, hogy az éves költségeik hány %-os emelkedését érné meg Önöknek a megvalósításuk?” Az adott vállalat előző évi postai kiadásainak nagyságáról korábban maguk a vállalatok számoltak be. Itt azért ismételtük el nekik az összeget, hogy támpontot adjunk a hipotetikus szolgáltatásbővítések értékének meghatározásához. A válaszokat, amiket az 5.83. ábra összegez, az éves postai költségek felhasználásával forintértékekre váltottuk át.¹⁶²

¹⁶⁰ 5.2.6. alfejezet.

¹⁶¹ A C1 kérdés alapján.

¹⁶² Az éves postai költségek számításánál, amelyik vállalat nem pontos értéket, hanem csak egy intervallumot tudott megadni, ahhoz a vállalathoz az intervallum közepét rendeltük. A legmagasabb, egymillió forintnál

A határozott választ adó kkv-kra vonatkozó átlagos fogyasztói nyereségek többnyire nem túl magasak, de jelentősen, két nagyságrenddel nagyobbak a lakossági értékeléseknél. (Igaz, hogy a lakossági mintában másfajta szolgáltatási elemek javítására kérdeztünk rá.) Az átlagos éves postakiadás arányában is igaz, hogy a kkv-k magasabbra értékelik a szolgáltatásbővítést, mint a lakosság. Bár az átlagos fogyasztói értékelések még így is mind alatta vannak az átlagos éves postaköltség (329172 Ft) 3%-ának (9875 Ft). Ezek a különbségek minden bizonnyal nem csak annak tudhatók be, hogy a kkv-k tudatosabb válaszadók. Számíthat a méret is, hiszen a kkv-k igénye a postai szolgáltatások iránt általában valószínűleg nagyobb, mint az egyéneké, illetve a háztartásoké. Az utolsó két oszlophoz tartozó érték nullától nem különbözik szignifikánsan (5%-os szinten). Az azonos színű oszlopokhoz tartozó értékek nem különböznek egymástól szignifikánsan (5%-os szinten).

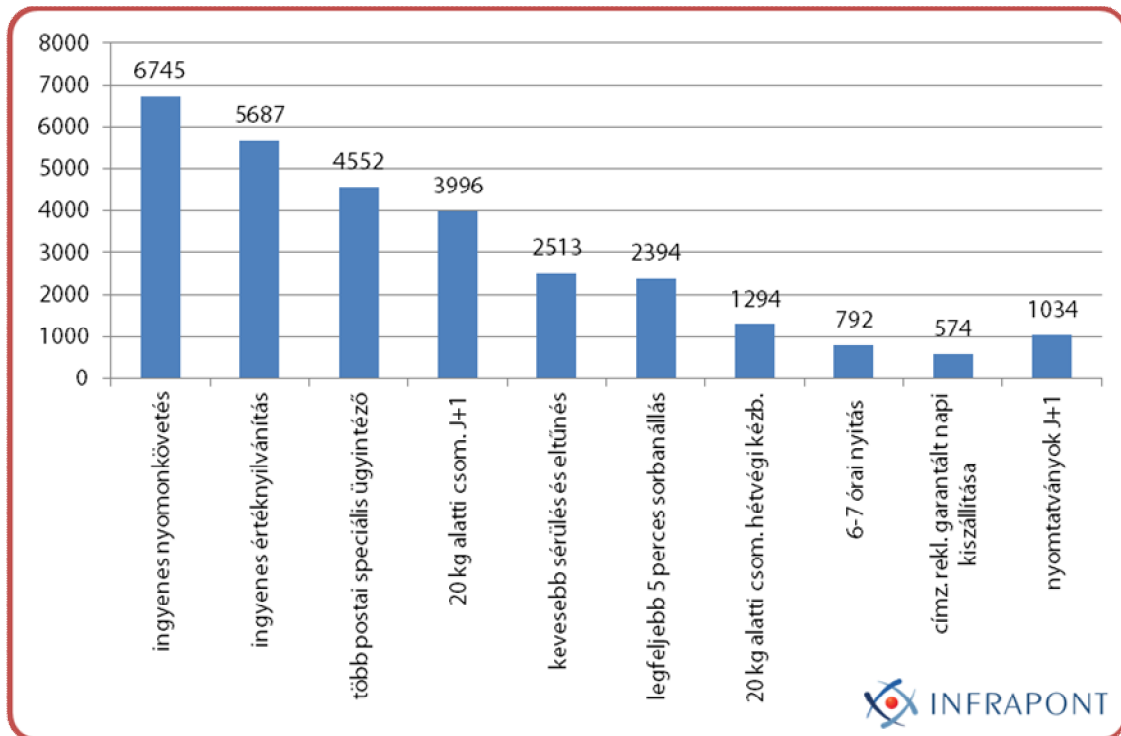
Ezen túl a kkv válaszadók jóval nagyobb arányban adtak meg nem nulla értékeket, mint a lakossági válaszadók. A pozitív forintösszeget megadó vállalati válaszadók átlagos fogyasztói nyereségeit mutatja az 5.84.ábra. Az oszlopok felirataiban szereplő százalékok mutatják meg, hogy a határozott választ adó kkv-k mekkora része számolt be pozitív nagyságú fogyasztói nyereségről. Az ingyenes nyomon követés bevezetése például a kkv-k majdnem negyedének átlagosan megérné az összes kkv átlagos éves postaköltségének majdnem tizedét.

Ha figyelembe vesszük azt, hogy a megadott válaszok valószínűleg valamelyest alábecslik a szolgáltatásbővítések valódi fogyasztói értékét, akkor általánosan azt állapíthatjuk meg, hogy a kkv szektor számára bizonyos szolgáltatáselemek bővítése jelentős nagyságú fogyasztói nyerséggel járna.

Hogy melyek ezek pontosan, azt a kkv minta alacsony elemszáma miatt nehéz igazán pontosan megmondani. Az ebből a mintából adódó, a postai szolgáltatási elemek egyes bővítéseire vonatkozó preferencia-sorrend a mintavételi bizonytalanság miatt nem feltétlenül jellemzi a valóságot. A mi adataink azt sugallják, hogy (1) a postai küldemények ingyenes nyomon követése, (2) az ingyenes értéknylvánítás, (3) több postai speciális ügyintéző, és (4) az egy nap alatt kiszállított 20 kg alatti csomagok a legértékesebb szolgáltatásbővítések a kkv-k számára. Ezek a minta adatai alapján szignifikánsan ugyanazt a fogyasztói értéket jelentik a kkv-k számára.

Az is csak valamelyes biztonsággal fogalmazható meg, hogy a postai szolgáltatások jobb elérésére vonatkozó kétfajta bővítés nem ér sokat az átlagos kkv számára (csomagok hétvégi kikézésítése, postahivatalok korábbi nyitása). Határozottabban állítható, hogy az átlagos kkv számára egyáltalán nem értékes az, ha bizonyos küldeményeket gyorsan illetve garantált idő alatt kézbesítenének ki (címezett reklámküldemények garantált napon való kiszállítása, nyomtatványok egy nap alatti továbbítása).

5.83. ábra: A határozott választ adó kv-knak a szolgáltatási szint javulására vonatkozó átlagos fogyasztói értékelései (forint/év) (n=295)

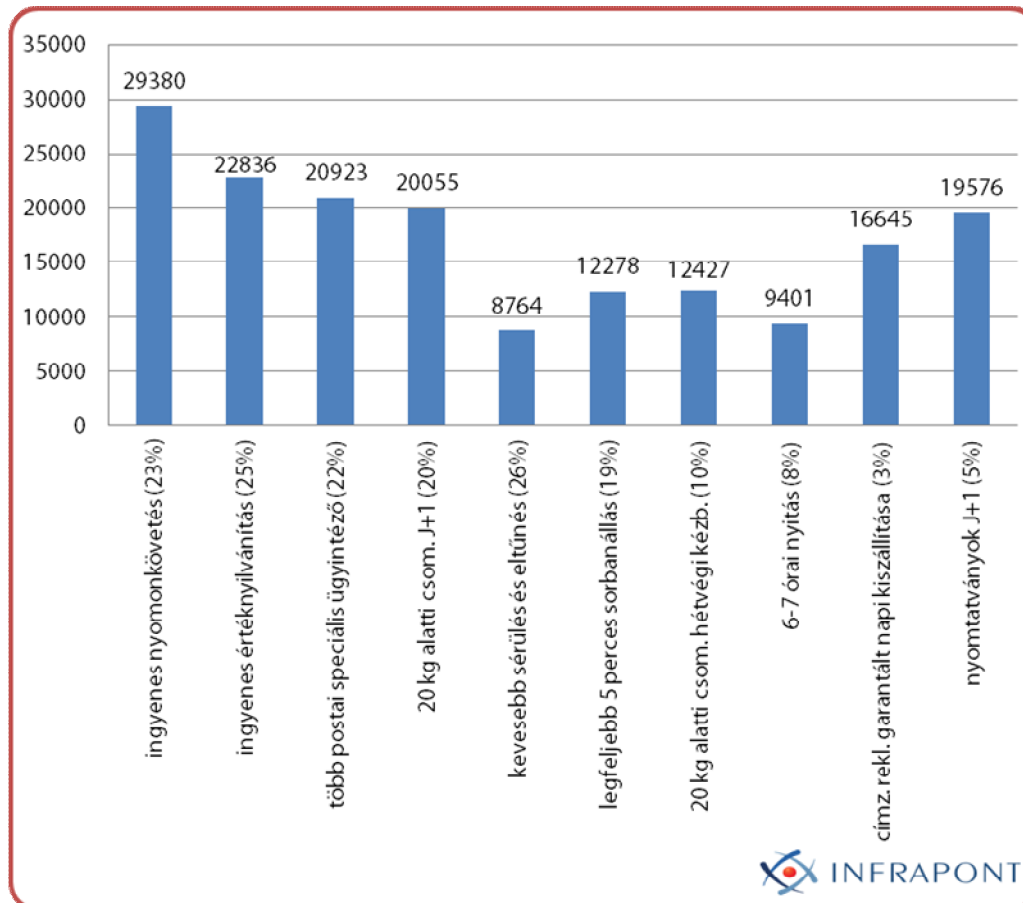


Megjegyzés: Az utolsó kettő kivételével mindegyik érték szignifikánsan (5%-os szinten) különbözik nullától. Az azonos színű oszlopok egymástól szignifikánsan (5%-os szinten) nem különböző értékeket jelölnek.

Az egyes változtatásokat a kérdőívben pontosabban írtuk körül. Az ábra sorrendjében ezek a következők:

- 1: A küldemények nyomon követésének biztosítása ezentúl kötelező legyen az egyetemes körben.
- 2: Az értékvilváltás ezentúl kötelező legyen az egyetemes körben.
- 3: A posta több ügyintézőt alkalmaz a speciális igények kezelésére.
- 4: A 20 kg alatti csomagok egy nap alatt jutnak el a címzethez.
- 5: Ezentúl kevesebb küldeményszerülés és eltűnés történik.
- 6: A postahivatalokban legfeljebb 5 percet kell sorban állani a jelenlegi 15 helyett.
- 7: A 20 kg alatti csomagokat hétfőig is kikézbessítik.
- 8: A postahivatalok jellemzően 6 vagy 7 órakor nyitnak.
- 9: A posta a címzett reklámküldeményeket garantált napon szállítja ki.
- 10: A nyomtatványok egy nap alatt jutnak el a címzethez.

5.84. ábra: A szolgáltatási szint javulására vonatkozó átlagos kkv értékelések a pozitív összeget megadó kkv között (forint/év) (n=295)



Megjegyzés: A feliratok százaléakai a pozitív pénzüsszeget megnevezők arányát jelentik a határozott választ adók között.

Az egyes változtatásokat a kérdőívben pontosabban írtuk körül. Az ábra sorrendjében ezek a következők:

- 1: A küldemények nyomon követésének biztosítása ezentúl kötelező legyen az egyetemes körben.
- 2: Az értéknnyilvánítás ezentúl kötelező legyen az egyetemes körben.
- 3: A posta több ügyintézőt alkalmaz a speciális igények kezelésére.
- 4: A 20 kg alatti csomagok egy nap alatt jutnak el a címzetthez.
- 5: Ezentúl kevesebb küldeménysérülés és eltűnés történik.
- 6: A postahivatalokban legfeljebb 5 percet kell sorban állani a jelenlegi 15 helyett.
- 7: A 20 kg alatti csomagokat hétfégén is kikézbésítik.
- 8: A postahivatalok jellemzően 6 vagy 7 órakor nyitnak.
- 9: A posta a címzett reklámküldeményeket garantált napon szállítja ki.
- 10: A nyomtatványok egy nap alatt jutnak el a címzetthez.

Csökkenő szolgáltatásszintre vonatkozó szándékolt preferenciák

. A szándékolt preferenciák lekérdezésének másik kérdéscsomagja a jelenlegi szolgáltatási szint csökkentésének értékelése volt.¹⁶³ A kérdésfeltevés itt kicsit bonyolultabb, mint az előző. A lakossági kérdőív megfelelő részéhez hasonlóan, nem azt kérdeztük meg, hogy mekkora forintban kifejezett veszteség érne a válaszadót a szolgáltatási szint csökkentéséből. Ehelyett arra kérdeztünk rá, hogy a hipotetikus, csökkentett szolgáltatási szintű helyzetben mennyit érne a megkérdezett számára, hogy a jelenlegi állapot visszaálljon. Ezt a verziót könnyebben megválaszolhatóknak gondoltuk, és azt is vártuk tőle, hogy a válaszok jobban megfeleljenek a valóságnak.¹⁶⁴

A konkrét kérdés tehát, amit mindenkinek feltettünk, ez volt: "Tegyük fel, hogy bizonyos szűkítéseket megvalósítottak. Mennyit érne meg Önöknek, hogy mégis inkább a jelenlegi helyzet maradjon? Gondoljon ismét a cég éves postai költségeire. Az éves költségek hány %-os emelkedését érne meg Önöknek a feltételezett helyzethez képest a jelenlegi állapot visszaállítása?" A válaszokat, amiket az 5.85. ábra összegez, az éves postai költségek felhasználásával forintértékekre váltottuk át.¹⁶⁵

A határozott választ adni tudó kkv-k átlagos fogyasztói értékelései többnyire most sem túl magasak, de ezek is két nagyságrenddel nagyobbak a lakossági értékeléseknél. (Igaz, hogy a lakossági mintában részben másfajta szolgáltatási elemek javítására kérdeztünk rá.) Az átlagos fogyasztói értékelések mind alatta vannak az átlagos éves postaköltség (329172 Ft) 3%-ának (9875 Ft). Ez azt jelenti, hogy az egyes szolgáltatási elemek szintjének csökkentése egyik esetben sem jelentene 10000 Ft-nál nagyobb értékű veszteséget az átlagos kkv számára. Az utolsó oszlophoz tartozó érték nullától nem különbözik szignifikánsan (5%-os szinten). Az azonos színű oszlopokhoz tartozó értékek nem különböznek egymástól szignifikánsan (5%-os szinten).

Az 5.83, 5.84., 5.85. és 5.86. ábrák alapján világos, hogy ellentétben a lakossági fogyasztókkal, a kkv-k általában nem szenvednek el nagyobb veszteséget a szolgáltatási szintek csökkenéseitől, mint amennyi fogyasztói nyereséget élveznek azok javulásaitól.

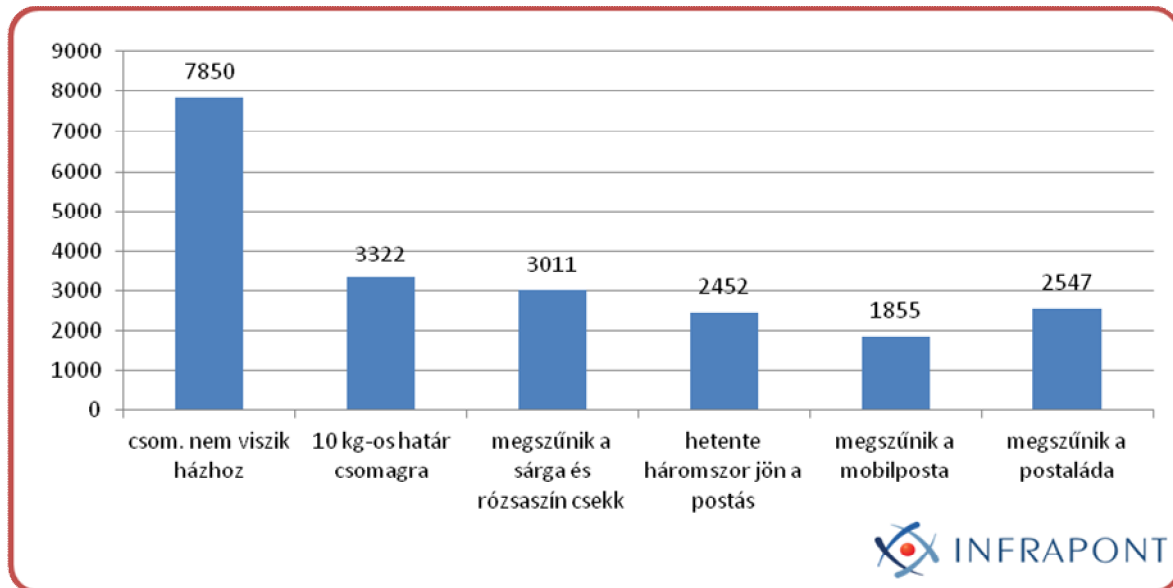
Ezen túl a kkv-k egy nagyságrenddel nagyobb arányban adtak meg nem nulla veszteségértékeket, mint a lakossági válaszadók. A pozitív értékelésű vállalati válaszadók arányait mutatja a válaszolni tudók és akarók között az 5.86. ábra. Az oszlopok felirataiban szereplő százalékok mutatják meg, hogy a határozott választ adó kkv-k mekkora része számolt be pozitív nagyságú fogyasztói veszteségről. A csomagok házhoz szállításának beszüntetése például a kkv-k majdnem negyedének átlagosan majdnem akkora kárt okozna, mint az összes kkv átlagos éves postaköltségének tizede.

¹⁶³ A C2 kérdés alapján.

¹⁶⁴ Az indoklásról bővebben lásd a lakossági minta elemzésének vonatkozó részét az 5.2.6 fejezetben.

¹⁶⁵ Az éves postai költségek számításánál, amelyik vállalat nem pontos értéket, hanem csak egy intervallumot tudott megadni, ahhoz a vállalathoz az intervallum közepét rendeltük. A legmagasabb, egymillió forintnál nagyobb kategóriát kétfélmillió forinttal áraztuk. A postai költséget megadni nem tudó, vagy nem válaszoló vállalatokhoz a többi vállalat átlagos postai költségét rendeltük.

5.85. ábra: A határozott választ adó kkv-knak a szolgáltatási szint csökkentéséből származó átlagos fogyasztói veszteségei (forint/év) (n=295)

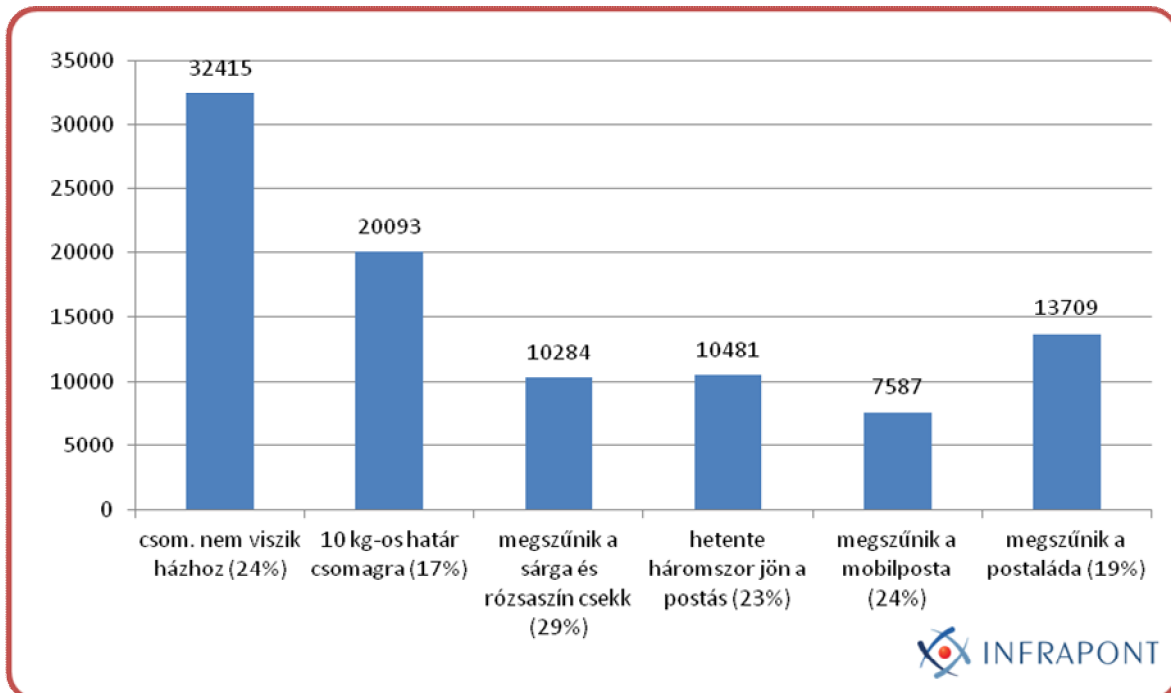


Megjegyzés: Az utolsó egy kivételével mindegyik érték szignifikánsan (5%-os szinten) különbözik nullától. Az azonos színű oszlopok egymástól szignifikánsan (5%-os szinten) nem különböző értékeket jelölnek.

Az egyes változtatásokat a kérdőívben pontosabban írtuk körül. Az ábra sorrendjében ezek a következők:

- 1: A hipotetikus helyzetben a posta nem viszi házhoz a csomagokat.
- 2: A hipotetikus helyzetben a posta csak maximum 10 kg-os csomagot kénytelen továbbítani a jelenlegi 20 kg helyett.
- 3: A hipotetikus helyzetben nem lenne sárga és rózsaszín csekk.
- 4: A hipotetikus helyzetben a postás csak hetente háromszor kézbesíti a jelenlegi öt helyett.
- 5: A hipotetikus helyzetben megszűnik a mobilposta.
- 6: A hipotetikus helyzetben az állandó postahivatallal rendelkező településeken megszűnik a postaláda.

5.86. ábra: A szolgáltatási szint csökkentéséből származó átlagos fogyasztói veszteségek a pozitív összeget megadó kkv-k között (forint/év) (n=295)



Megjegyzés: A feliratok százaléka a pozitív pénzüsszeget megnevezők arányát jelentik a határozott választ adók között.

Az egyes változtatásokat a kérdőívben pontosabban írtuk körül. Az ábra sorrendjében ezek a következők:

- 1: A hipotetikus helyzetben a posta nem viszi házhoz a csomagokat.
- 2: A hipotetikus helyzetben a posta csak maximum 10 kg-os csomagot kénytelen továbbítani a jelenlegi 20 kg helyett.
- 3: A hipotetikus helyzetben nem lenne sárga és rózsaszín csekk.
- 4: A hipotetikus helyzetben a postás csak hetente háromszor kézbesíti a jelenlegi öt helyett.
- 5: A hipotetikus helyzetben megszűnik a mobilposta.
- 6: A hipotetikus helyzetben az állandó postahivatallal rendelkező településeken megszűnik a postaláda.

Ha figyelembe vesszük azt, hogy a megadott válaszok valószínűleg valamelyest alábecslik a szolgáltatásszűkítések valódi fogyasztói értékét, akkor azt állapíthatjuk meg, hogy a kkv szektor számára bizonyos szolgáltatáselemek szűkítése jelentős nagyságú veszteséggel járna.

Hogy melyek ezek pontosan, azt a kkv minta alacsony elemszáma miatt nehéz megmondani. Az ebből a mintából adódó, a postai szolgáltatási elemek szűkítésének elkerülésére vonatkozó preferencia-sorrend a mintavételi bizonytalanság miatt nem feltétlenül jellemzi a valóságot. A mi adataink azt sugallják, hogy a kkv-k leginkább a csomagok házhozszállításához ragaszkodnának. Ennél biztosabb megállapítás, hogy az átlagos kkv-nak a postaládák eltűnése nem okozna különösebb fogyasztói veszteséget.

5.4. Az aggregált postai forgalom fő irányai

- **A lakossági fogyasztók által kapott postai küldemények döntő többsége B2C irányból érkező levél (főleg számlalevél).**
- **A lakosság B2C irányú levelezése mellett eltörpül a C2C irányú.**
- **Ha csak a kapott csomagokat nézzük, azon a téren is a B2C irányból érkező a nagyobb volumenű a C2C-hez képest.**
- **A lakossági küldeményfeladásokat nézve a C2C irányú levél a domináns, a C2B levélhez és az ilyen irányú csomagfeladásokhoz képest. A lakossági küldeményfogadás terén azonban a B2C irányú levél a legnagyobb volumenű a C2C levélhez és az ilyen irányú csomagfogadáshoz képest.**
- **A kkv-k esetében a B2B irány a domináns, mind a levélfeladás, mind pedig a csomagfeladás terén. A B2B levelezés emellett legnagyobb volumenű valamennyi küldeménytípus közül.**
- **B2C irányban a nyomtatványok feladás a nagyobb arányú, míg B2B irányban inkább a címzett reklámküldeményeké.**

Fontos látni azt, hogy mekkora volumenű a Magyar Posta által kézbesített levél- és csomagforgalom a legjellemzőbb irányokba (C2C, C2B, B2C, B2B), hiszen az aggregált forgalmak nagyságrendje segít megérteni, hogy egy-egy fogyasztói csoport mekkora súllyal bír a postai piacokon. Az aggregált volumenek vizsgálata fontos információkat ad a piaci szereplők motivációiról, ami segít megérteni a piaci folyamatokat is.

Mivel ennek a vizsgálati szempontnak véleményünk szerint kiemelt jelentősége van, ezért külön fejezetben foglalkozunk vele. Ebben a fejezetben a lakossági és a kkv lekérdezés eredményeit együttesen felhasználva, aggregált adatokon keresztül vizsgáljuk a két alapvető fogyasztói csoport – a lakossági és a vállalati szektor – közötti postaforgalom volumenének alakulását.

Mivel empirikus kutatásunk nem terjedt ki (nem is volt célja) a nagyvállalati szektor posta használatára, emiatt a legjellemzőbb postaforgalmi irányok közül a B2B irány volumenéről csak részben van információnk – csak a kkv szektor által generált forgalmat tudjuk számba venni. Néhány irány volumenéről azonban a postaforgalom mindkét végéről van információnk, mivel a küldeményfeladás mellett, a küldeményfogadást is lekérdeztük több esetben. A következő táblázat azt foglalja össze, hogy kutatásunk eredményei mennyiben fedik le a postaforgalom legfőbb irányait. A B2B irány kivételével, a többi postaforgalmi desztinációban – legalább a forgalom egyik végéről – teljes információval rendelkezünk.

5.3. táblázat: Postaforgalmi irányok eredményeinek által lefedett része

	levél		csomag	
	FELADÁS	FOGADÁS	FELADÁS	FOGADÁS
C2C	○	○	○	○
C2B	○		○	○
B2C	○	○	○	○
B2B	○	○	○	○

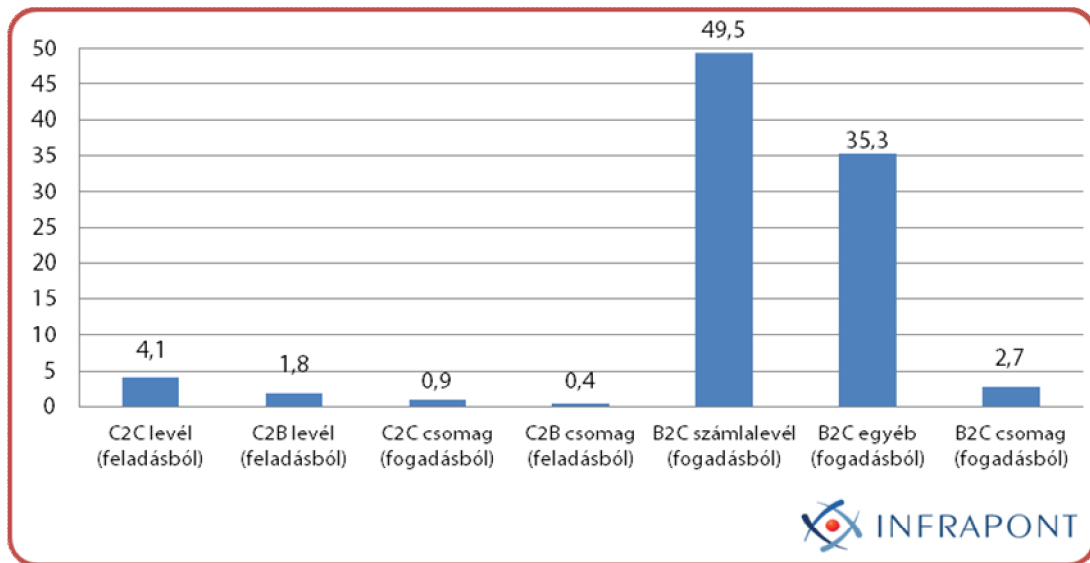
	nyomtatvány		címzett reklámküldemény	
	FELADÁS	FOGADÁS	FELADÁS	FOGADÁS
C2C				
C2B				
B2C	○	○	○	○
B2B	○	○	○	○

○	a lakossági lekérdezés teljesen lefedi
○	a lakossági lekérdezés részben lefedi
○	a kkv lekérdezés teljesen lefedi
○	a kkv lekérdezés részben lefedi
	nincs adat
	nem releváns

A következőkben egy lakosra és egy vállalatra vonatkozó éves, átlagos küldeményfeladási és -fogadási becsléseket mutatunk be. Fontos megjegyezni, hogy ezek csak nagyságrendi becslésnek tekinthetők.

Az 5.87. ábrán az látható, hogy egy átlagos lakossági fogyasztóra mennyi küldemény feladás vagy fogadás esik egy év alatt a különböző irányokból. Látható, hogy a lakosság legnagyobb forgalma számlalevelek fogadásán keresztül történik, amit az egyéb hivatalos levelek száma követ. Ez azt jelenti, hogy nagyságrendileg 80-90 B2C irányú levelet kap egy átlagos lakos egy év alatt. Ehhez képest a magánlevelek száma szinte elhanyagolható, évi 4 körül alakul. Azt is látjuk továbbá, hogy átlagosan majdnem mindenki küld egy csomagot évente C2C irányba, míg majdnem minden második ember C2B irányba. Ehhez képest a B2C irányból átlagosan közel 3 csomagot kap egy átlagos fogyasztó.

5.87. ábra: Egy lakosra jutó éves átlagos küldeményforgalom C2C, C2B és B2C irányokban¹⁶⁶

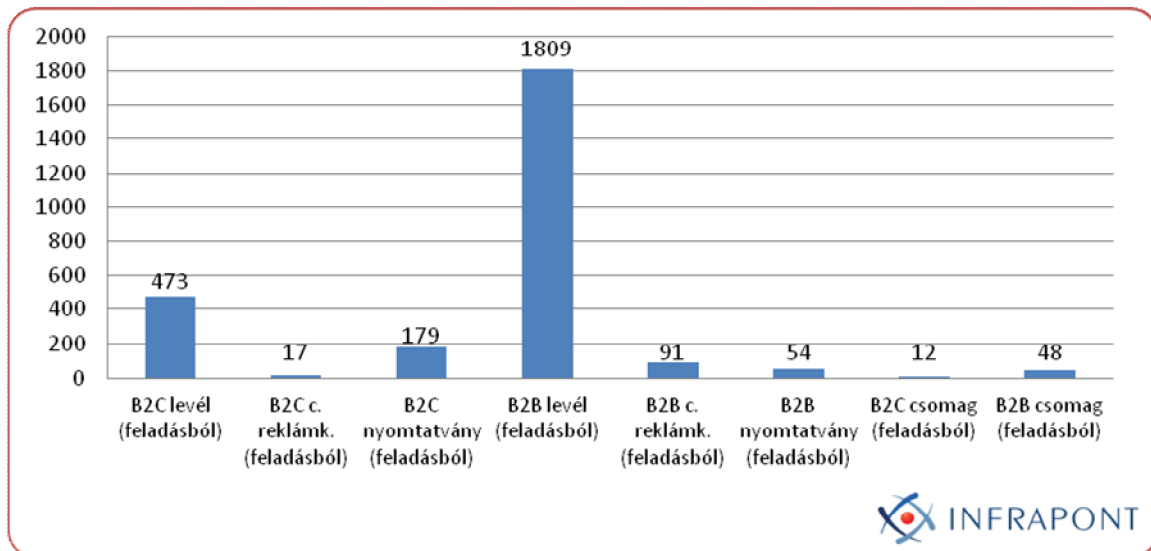


Az alábbi 5.88. ábrán egy átlagos kkv-ra vonatkozó statisztikákat láthatjuk. Fontos megjegyezni, hogy az ábra számításaiból kihagytuk a kiugróan sok levelet küldő kkv-kat, mert ők nagyon kevesen voltak (1-2%), azonban nagyon torzítják a becsült átlagokat. A velük együtt becsült eredmények a Függelék 8.96. ábrája mutatja be.

Egy átlagos kkv egy évben átlagosan 470 levelet ad fel B2C, illetve 1800-at B2B irányba. Itt is látható tehát, hogy majd négyszer akkora a B2B levelezés súlya. Ehhez képest nyomtatványok, reklámküldemények illetve csomagok súlya jóval alacsonyabb, bár látható, hogy a B2C nyomtatványok száma háromszorosan meghaladja a B2B irányút.

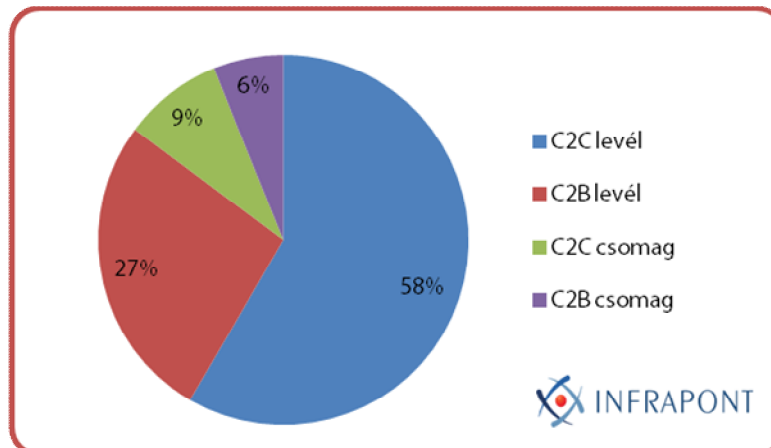
¹⁶⁶ Az A14, A16, A22, A23, A24 kérdések alapján. A számításokat olyan logika alapján végeztük, hogy mindig a részletesebb skálázású lekérdezésből származó becsléseket használtuk, mert azt gondoljuk, hogy azok pontosabbak – ezért van ahol a fogadás oldali, van ahol a küldés oldali számokból kalkuláltunk átlagos értékeket. A B2C egyéb kategória tartalmazza a számlaleveleken kívüli összes B2C irányú levelet, így a banki, biztosítós, állami, egyéb hivatalos és reklám leveleket, valamint újságokat.

5.88. ábra: Egy kkv-ra jutó küldeményfeladások és fogadások B2C és B2B szerinti megosztásban¹⁶⁷



Az 5.89. és 5.90 ábrán¹⁶⁸ azt láthatjuk, hogy a lakosság milyen irányokban és milyen típusú leveleket és csomagokat ad fel illetve fogad. Látható, hogy feladóként inkább C2C irányba ad fel küldeményeket: nagyjából kétszer annyit levél esetén, és másfélszer annyit csomagok esetén. Ezzel szemben fogadóként a B2C irányú levelek dominálnak és itt több, mint háromszoros a különbség, illetve a csomagok relatív súlya is visszaesik – annyi kiegészítéssel, hogy a csomagfogadás nagyjából kiegyenlítődik a C2C és B2C irányokat tekintve.

5.89. ábra: Lakossági küldeményfeladás relatív megoszlása¹⁶⁹

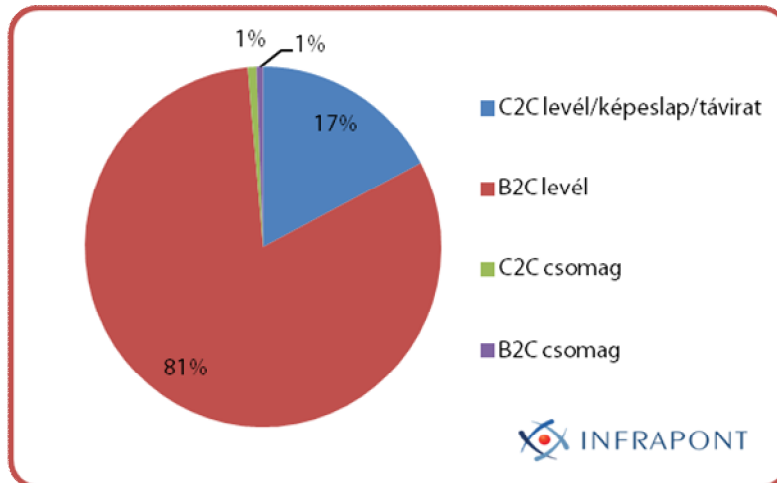


¹⁶⁷ Ebből a mintából kihagytuk azokat a vállalatokat, akik ötezernél több küldeményt küldtek lakossági vagy vállalati irányba.

¹⁶⁸ Az A14, A16, A21 és A24-es kérdések alapján.

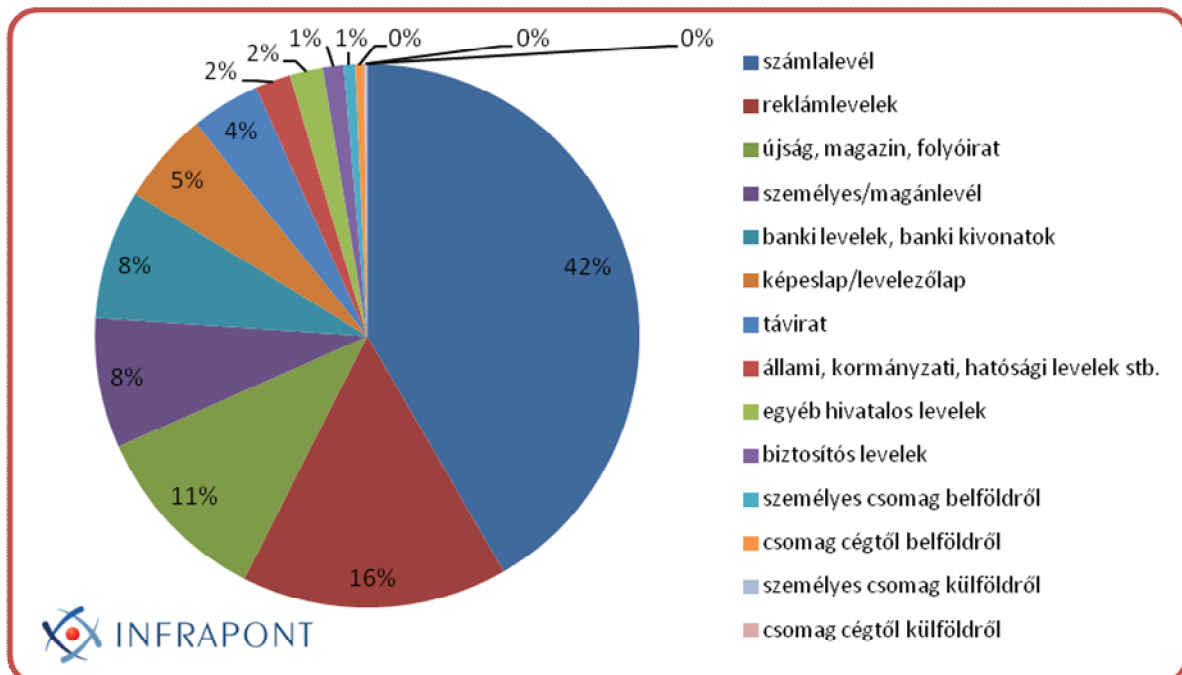
¹⁶⁹ A C2C levél a személyes leveleket és képeslapokat, a B2C levél a szolgáltatóknak illetve hatóságnak küldött leveleket, a csomagok pedig mind a belföldi mind a külföldi leveleket tartalmazza.

5.90. ábra: Lakossági küldeményfogadás relatív megoszlása¹⁷⁰



Az 5.91. ábra tulajdonképpen az 5.90. ábra felbontása, és főleg azt láthatjuk részletesebben, hogy a B2C irányú küldemények valójában milyen típusúak. Az ábra szerint a lakosság küldeményfogadását nagyban dominálják a számlalevelek, ezt követi az újság, magazin, majd csak ezután következnek a személyes és magánlevelek. Igaz, az újságok ilyen magas arányát csak kevés számú, de napi szinten újságot kapó lakosok teszik ki.

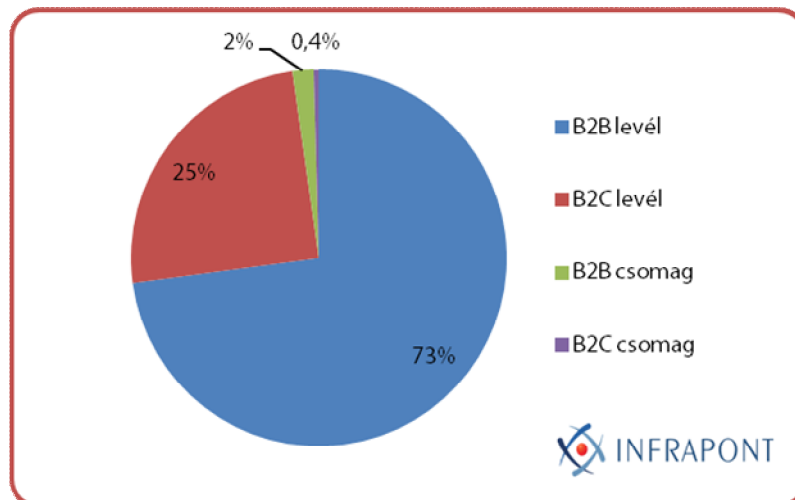
5.91. ábra: Lakossági küldeményfogadás a küldemény típusa szerint



¹⁷⁰ A C2C levél a személyes leveleket, képeslapokat és táviratokat tartalmazza, a B2C levél az összes számlalevelet, banki leveleket, reklámleveleket, biztosítási leveleket, állami leveleket, egyéb hivatalos leveleket, a csomagok pedig mind a belföldi mind a külföldi csomagokat tartalmazzák.

Az 5.92. ábra a kkv-k levél és csomagküldési szokásainak relatív megoszlását mutatja.¹⁷¹ Látható, hogy a csomagküldés volumene relatíve elhanyagolható, illetve hogy a B2B levélküldés relatíve háromszor nagyobb a B2C irányú levélküldésnél, ami szintén arra a korábbi megállapításra erősít rá, hogy a kkv-k relatíve nagyobb volumenben leveleznek egymással. Azt érdemes még megjegyezni, hogy a B2C irányába menő levelek valamivel kevesebb vállalat intenzív levélküldéséből adódnak össze a B2B irányú levelekhez képest. Ennek bizonyítéka a Függelék 8.97. ábrája, ahol azt látjuk, hogy a kiugró értékek figyelembevételével a lakosságnak küldött levelek relatív súlya nagyon megugrik.

5.92. ábra: A kkv-k küldeményfeladásának relatív megoszlása¹⁷²



¹⁷¹ Szintén a kiugró feladási értékek nélküli becslések alapján.

¹⁷² A B2B levél a vállalatoknak küldött leveleket, nyomtatványokat és reklámküldeményeket tartalmazza, míg a B2C ugyanezeket lakossági irányba, a B2B és B2C csomag mind a belföldi mind a külföldi csomagokat tartalmazza.

6. Szabályozási alternatívák vizsgálata a fogyasztási szokások és preferenciák tükrében

Ebben a részben az előzetesen összegyűjtött információk (a Magyar Postával és az NMHH-val folytatott interjú, valamint a nemzetközi szakirodalom feldolgozása), a nemzetközi tapasztalatok valamint empirikus kutatásunk eredményei alapján először szabályozási alternatívákat fogalmazunk meg a magyar egyetemes postai szabályozás átalakítására vonatkozóan, majd megvizsgáljuk ezen alternatívák bevezetésének hatásait az érintettek körében.

6.1. Szabályozási alternatívák a postai egyetemes szolgáltatás átalakítására

A nemzetközi példák alapján is látszik, hogy igen sok változtatási alternatíva merülhetne fel Magyarországon. A sok, elméletileg elképzelhető lehetőség közül a következő feltételeknek megfelelő alternatívákat tekintjük reális és így vizsgálandó opcióknak:

- EU-s szabályozásnak való megfelelés,
- igazodás a magyar fogyasztói igényekhez (a lakossági és a kkv szektor igényeit külön is figyelembe véve),
- egyetemes szolgáltató működési és fenntarthatósági szempontjai,
- a szabályozó hatóság szempontjai, javaslatai,
- igazodás a nemzetközi példákhoz,
- az alternatíva megvalósítása esetén várható hasznok és költségek az érintetteknel.

Az előbbi peremfeltételek minden szempontból való teljesítése általában nem lehetséges egyszerre. A feltételek sorrendje prioritást is jelent, tehát kérdéses helyzetekben az előbb szereplő feltételnek való megfelelés a fontosabb.

Itt jegyezzük meg azt is, hogy a magyar postai szabályozás jelenleg átalakítás előtt áll. Az eddig érvényben lévő 2003. évi CI. törvényt felváltó új jogszabály általunk ismert tervezetében¹⁷³ foglaltakat is kiemelten vesszük figyelembe. Fontos hangsúlyozni azt is, hogy olyan esetekben, amikor a fogyasztói preferenciák, és/vagy az egyetemes szolgáltató működési fenntarthatóságának szempontjai alapján fontosnak tűnik egy alternatíva felvetése, akkor indokolhatónak tartjuk olyan alternatívák vizsgálatát is, melyek a jelenlegi uniós szabályozástól eltérő szolgáltatási kör/minőségi szint bevezetését jelentenék. Ezen alternatívák vizsgálatából származó eredmények – egyáltalán nem mellékesen – hasznos inputok lehetnek az egyetemes szolgáltatás uniós szintű megváltoztatásával kapcsolatos munkában a magyar érdekeket képviselő küldöttség számára is.

¹⁷³ 2012. évi ... törvény a postai szolgáltatásokról (TERVEZET). 2012. március 14. letölthető: [http://www.kormany.hu/download/5/df/70000/NFM%204272%20\(postai%20szolg%C3%A1ltat%C3%A1sokr%C3%B3l%20sz%C3%B3l%C3%B3%20t%C3%B6rv%C3%A9ny%20tervezete\).pdf](http://www.kormany.hu/download/5/df/70000/NFM%204272%20(postai%20szolg%C3%A1ltat%C3%A1sokr%C3%B3l%20sz%C3%B3l%C3%B3%20t%C3%B6rv%C3%A9ny%20tervezete).pdf), 2012-06-06

A 4. fejezetben bemutattuk, hogy a szabályozási változások három dimenzióban jelentkeztek jellemzően Európában. Mindhárom dimenzióban megfogalmazzunk vizsgálandó, reális alternatívákat. Többletszolgáltatásként vállaltuk, hogy a nem egyetemes, kötelező postai szolgáltatások körére vonatkozó szabályozás módosításával kapcsolatban is megvizsgálunk alternatívákat, továbbá, hogy valamennyi vizsgált alternatíva esetében értékeljük a közvetlen és közvetett érintettekre gyakorolt hatások irányát.

A következőkben szabályozási alternatíváknak egy bővebb merítését tekintjük át, mert úgy gondoljuk, hogy a szabályozónak érdemes a szabályozási lehetőségeket minél szélesebb körben áttekinteni. Empirikus eredményeink alkalmasak arra, hogy a szabályozási lehetőségek szélesebb körére vonatkozóan tudjuk a várható hatásokat körvonalazni, ami fontos támpont lehet a szabályozó hatóság számára abban, hogy véleményt formáljon a lehetséges szabályozási alternatívák köréről.

A 6.2. táblázat foglalja össze a megfontolásra érdemes szabályozási alternatívákat illetve az érintettekre gyakorolt hatásokat. Pirossal jelöltük azokat a lehetőségeket, melyek jelenleg az uniós irányelvekkel ütköznek, azonban a hatások mérlegelése után a bevezetésük esetleg mégis megfontolásra érdemes lehet. A zölddel jelölt – a lakosságra és a kkv-kra vonatkozó – hatásokat empirikus eredményeinek támasztják alá.

6.1. táblázat: Szabályozási alternatívák és az érintettekre gyakorolt hatások

szabályozási alternatívák	érintettekre gyakorolt hatások					
	közvetlen érintettek			egyéb piaci érintettek		hatósági szabályozás és piacfelügyelet
	lakossági fogyasztók	kkv fogyasztók	egyetemes szolgáltató ¹	új belépők	más piaci szereplők, piaci verseny	
szolgáltatáskör változása						
o Egyetemes postacsomag súlyhatárának 10 kg-ra csökkentése	0	0/-	+	+	+	0
o Címzett reklámküldemények kivétele az egyetemes szolgáltatási körből	0	0	+	+	+	0
o Nyomtatványok kivétele az egyetemes körből	0/-	0/-	+	+	+	-
o Kötelező értéknyilvántartás minden egyetemes küldeményre (automatikus garanciavállalás a küldemények teljes értékére)	0/+	+	-	-	+	-
o Küldemények nyomon követésének bevétele az egyetemes szolgáltatási körbe	+	+	-	-	+	-
szolgáltatás idődimenziójának változása						
o Az egyetemes küldemények heti háromszori kézbesítése	-	-	+	+	+	0
o Elsőbbségi (J+1) levelek kivétele az egyetemes körből	0/-	0/-	+	+	+	0
o Garantált kézbesítési idejű (J+1) postacsomagok bevétele az egyetemes körbe	+	+	-	-		0
o Normál kézbesítési idejű (J+3) küldemények előírt kézbesítési idejének J+5-re való csökkentése	-	-	+	+	+	0

<i>szolgáltatás elérhetőségének változása</i>						
o A postahivatalokban a legforgalmasabb órákban is legfeljebb 5 perc a várakozási idő	+	0	-	0	0	0
o Postahivatalok bármely állandó lakóhelytől légvonalban mért távolsága legfeljebb 5 km a lakosság 95%-ának esetében, és legfeljebb 10km a lakosság 99,5%-a esetében	0	0	+	0	0	-
o Állandó postahivatal minden 600 főnél nagyobb lélekszámú településen	0	0	-	0	0	0
o Utcai levélgyűjtő szekrények megszüntetése azokon a területeken, ahol van állandó postahivatal	0	0	+	0	0	0
o Szombati nyitva tartás kötelezővé tétele minden postahivatalban és mobilposta esetében	0	0	-	0	0	0
o Egy kötelező nyitva tartási óra előírása a település/kerület legalább egy postahivatala számára minden hétköznap: vagy a kora reggeli (5-9:00 között) vagy az esti órákban (18-22:00 között)	0	0	-	0	0	0
o A mobilpostával ellátott településeken olyan felvételi pontok („pick-up” pontok) kijelölése, ahol bármikor át lehet venni a küldeményeket	+	0	0	0	0	0
o Mobilposta megszüntetése a kistelepüléseken, postai ügyekben a szomszédos nagyobb települések postahivatala áll csak rendelkezésre	-	0/-	+	0	0	0
o Egyetemes küldemények másodszeri házhoz kézbesítésének megszüntetése	0/-	0	+	0	0	0
o Egyetemes postacsomagok házhoz kézbesítésének megszüntetése, csak a kézbesítési pontokon lehet őket átvenni	0	-	+	+	+	0
o Egyetemes postacsomagok, az ajánlott levelek és a pénzküldemények házhoz kézbesítésének megszüntetése, csak a kézbesítési pontokon lehet őket átvenni	-	-	+	+	+	0
<i>egyéb, nem egyetemes, kötelező postai szolgáltatások szabályozásának változtatása</i>						
o Állami és önkormányzati ügyintézés	+	+	-	0	0	0
o Elektronikus ügyintézés	0	0	-	0	0	0
o Állami pénzkifizetések ügyintézése	0	0	-	0	0	0
o Sárga csekk szolgáltatás megszüntetése a postán	-	-	-	0	0	0
o Rózsaszín csekk szolgáltatás megszüntetése a postán	0	0	0	0	0	0

Megjegyzés:

- ¹ – Egyetemes szolgáltató működési és fenntarthatósági szempontjai (pl. költséghatékonyság)
- piros** – A jelenlegi uniós irányelvvvel ütköző
- zöld** – Empirikus eredményeinkkel alátámasztott hatások
- + pozitív hatás; - negatív hatás; 0 semleges hatás

6.2. Szabályozási alternatívák hatásai

A szabályozási alternatívák értékelése ebben a tanulmányban a hatások irányának megállapítására terjed ki. Az érintettek közül a lakosságra és a kkv-kra vonatkozó megállapításaink olyan robosztus eredményt jelentenek, melyek mögött empirikus eredményeinek is felsorakoznak. A többi érintettre vonatkozóan jelölt hatások szakértői várakozásunkat tükrözik. Ezen hatások pontos irányának meghatározása, illetve valamennyi érintettre vonatkozóan a hatások intenzitásának megmérése, továbbá az alternatívák kvantitatív összehasonlítása nagyobb adatigényt támasztana és mélyebb elemzést igényelne. Egy ilyen elemzés egy következő, kiegészítő hatástanulmány feladata lehetne.

A szabályozó hatóság számára azonban fontos szűrője lehet a lehetséges szabályozási alternatívák ilyen kvalitatív összehasonlítása is. Képet kapva az érintettek gyakorolt hatásai irányáról, könnyebb kiválasztani azokat a módosítási lehetőségeket, melyek megvalósítása a gyakorlatban is elképzelhető, továbbá egy ilyen áttekintés támogatja a szabályozó hatóság véleményformálását szabályozási kérdésekben, muníciót ad szakmai vitákban, a szabályozási koncepció kialakításában és az esetleges megvalósítási stratégia kidolgozásában.

A lakosságon és a kkv-kon túli érintettek vonatkozó hatásokkal kapcsolatos várakozásainkat a következők alapján alakítottuk ki. Az egyetemes szolgáltatóra (vagyis a Magyar Postára) gyakorolt hatásokat elsősorban a vállalat fenntartási és működési szempontjai alapján értelmezzük – leginkább a költséghatékonyság elvét szem előtt tartva. Amennyiben egy-egy változás hatására a Posta egyetemes szolgáltatásainak megszervezése egyszerűbbé válik, vagy esetleg elveszti kötelező jellegét, azt jellemzően úgy értelmezzük, hogy a Postának lehetősége nyílna az erőforrásait és a kapacitásait hatékonyabban megszervezni, ami pozitív hatásként érvényesülhet a vállalat működésében. Ezzel éppen ellenkező hatás várható azonban az egyetemes kötelezettségek bővülése és szigorodása esetén. A postai piacok új belépői számára pozitív hatású szabályozásmódosításnak tartjuk azokat, melyek nyomán ezeknek a szereplőknek lehetőségük nyílik belépni olyan postai piacokra, ahol eddig – az egyetemes szolgáltatás keretében – csak a Magyar Posta nyújtott szolgáltatásokat, vagy alacsonyabbá válnak bizonyos belépési korlátok. Ezzel ellentétes folyamatként negatív hatásúak azok az alternatívák, melyek kiszoríthatnak alternatív postai szolgáltatókat egy-egy postai piacról, vagy megnehezítik az új belépéseket. A piac működésére serkentőleg hathatnak és élénkíthetik a versenyt azok a szabályozásmódosítások, melyek magasabb szolgáltatási szintet és/vagy minőséget tesznek kötelezővé az egyetemes szolgáltatási körben. Az egyetemes szolgáltatások szintjének és/vagy minőségének csökkentése azonban a piaci verseny erősségét is mérsékelheti. A szabályozási hatóságra vonatkozóan jellemzően azokat az alternatívákat tekintjük negatív hatásúnak, melyek bevezetése nyomán a

hatósági és/vagy piacfelügyeleti munkák megszorodása várható, pozitív hatásúak pedig azok, melyek nyomán a munkaterhelés csökkenése várható.

A következőkben csak a lakosságra és a kkv-kra vonatkozó hatásokat fejtjük ki részletesebben szabályozási alternatívánként az empirikus eredményeinkre támaszkodva. A szabályozási alternatívákat – az összefoglaló táblázathoz hasonlóan – aszerint csoportosítottuk, hogy az egyetemes szolgáltatások főbb dimenziói közül, melyeket módosítanak. Több alternatíva esetén¹⁷⁴ a fogyasztói preferenciák intenzitásának erősségére vonatkozóan is vannak eredményeinek, melyek fontos inputjai a hatáselemzésnek. Ezeknek az eredményeknek az értelmezése során elsősorban az értékek egymáshoz viszonyított nagysága irányadó, emiatt itt összefoglaljuk a preferenciamérési eredményeink minimum, maximum értékeit, melyek a következőkben támpontul szolgálhatnak, amikor az egyes szabályozási alternatívák kapcsán a preferenciák intenzitását taglaljuk.

6.2. táblázat: Preferenciamérési eredményeink minimum és maximum értékei

	lakosság	min.	max.
pozitív értéket nyilvánítók aránya		1,5%	10,6%
a megkérdezettek által átlagosan bemondott érték		13 Ft	120 Ft
	kkv	min.	max.
pozitív értéket nyilvánítók aránya		3,4%	29,3%
a megkérdezettek által átlagosan bemondott érték		574 Ft	7 850 Ft

Csillaggal jelöltük azokat az alternatívákat, melyek jelenleg az EU-s irányelvekbe ütköznek. Ezekkel kapcsolatban fontos megjegyezni, hogy csak nagyon erős érvek mellett érdemes megfontolni azt, hogy a magyar szabályozás kezdeményezi-e az EU-nál a jelenleg érvényes irányelv módosítását annak érdekében, hogy az egyes módosítások bevezethetőek legyenek. Ehhez a fogyasztói körre gyakorolt hatások mellett mindenképpen fontos a többi érintettre gyakorolt hatásokat is kvantitatív eszközökkel elemezni. A fogyasztókra gyakorolt hatások irányának ismerete orientáló lehet abból a szempontból, hogy érdemes-e még több erőforrást áldozni az EU-s irányelvekbe ütköző szabályozási alternatívák teljes körű kvantitatív hatáselemzésére.

6.2.1. Szolgáltatáskör változása

	lakosság	kkv-k
<i>Egyetemes postacsomag súlyhatárának 10 kg-ra csökkentése</i>	0	0 / -

A lakossági csomagfeladók kicsit kevésbé elégedettek (átlagos elégedettség: 3,1) a csomagfeladás méret- és súlyhatáraival, mint a csomagfeladás körülményeivel átlagosan, a fontosság alapján azonban a legutolsó ez a szempont a csomagfeladás többi kritikus

¹⁷⁴ A kérdőíves kutatások jelenlegi keretei között nem volt lehetőségünk a preferenciák erősségét valamennyi szabályozási alternatívára vonatkozóan megmérni.

tényezője után. (Az érintett fogyasztói körnek csupán a 11%-a sorolta ezt a szempontot a két legfontosabb közé.) A preferenciák erősségét mérő kérdés (C2.1) alapján is azt az eredményt kaptuk, hogy a lakosságnak csupán az 5%-a számára bírna pozitív értékkel az, ha a súlyhatár nem csökkenne le a jelenlegi 20kg-ról 10 kg-ra. A lakossági fogyasztók átlagos értékelése is relatíve kicsi: átlagosan 23 Ft. Mindezek tükrében úgy értékeljük, hogy a lakossági fogyasztók körében általánosságban inkább semleges lenne az intézkedés hatása: senkit sem érne jelentősen nagy kár, ha a jelenlegi szolgáltatási szint csökkenne.

A kkv-k körében a postacsomagok feladási lehetőségeinek sokfélesége (méret- és súlyhatárok) jóval magasabb elégedettségnek örvend, mint a lakosság körében (3,5). A kkv-k 15%-a küldött az elmúlt egy évben 10-20 kg közötti súlyú csomagot, és 7%-uk 20kg felettit is. Arra a kérdésre, hogy mennyire tartják elfogadhatónak azt, hogy az eddigi 20 kg alatti csomagok helyett a továbbiakban csak a 10kg alatti csomagok tartozzanak az egyetemes szolgáltatási körbe (A16.1) a kkv-k 30%-a válaszolta azt, hogy egyáltalán nem, vagy inkább nem tartja elfogadhatónak a súlyhatár-csökkentést. Megvizsgálva a „ragaszkodók” körét, azt találtuk, hogy a kkv-k ezen köre jellemzően nem használ alternatív postai szolgáltatókat a csomagküldés terén. A preferenciák intenzitását mérő C2.1 kérdés ugyancsak ennek a szabályozásmódosításnak a hatását mérte: közepesen erős preferenciákra utalnak az eredményeink: közepesen magas (3322 Ft) átlagos értéket mondtak be a kkv-k, illetve a kkv-knak a 16,5%-a adott pozitív értékelést, ami közepesen nagy aránynak számít. Mindezek alapján az mondható, hogy a kkv-k kisebb része (kb. 20-30%-a) számára negatív lenne az alternatíva bevezetése, a többség számára azonban inkább semleges.

Címzett reklámküldemények kivétele az egyetemes körből	lakosság	kkv-k
	0	0

A címzett reklámküldemények kézbesítése inkább a vállalati szektor számára fontos postai szolgáltatás, a lakosság számára ez a szabályozásmódosítás semleges hatású lenne.

A kkv-k éves postai feladásainak majdnem 5,5%-át adják a címzett reklámküldemények. Arra a kérdésünkre (A9), hogy adnak-e rendszeresen ilyen küldeményeket marketing céllal, a kkv-k 2%-a válaszolt igennel. Mindezek alapján azt várhatjuk, hogy a kkv-k számára is inkább semleges lenne ezeknek a küldeményeknek az egyetemes körből való kikerülése.

Nyomtatványok kivétele az egyetemes körből	lakosság	kkv-k
	0 / -	0 / -

A lakosság 17% kap valamilyen rendszerességgel újságot, folyóiratot vagy magazint postán. Sajnos, a vonatkozó kérdés körültekintő megfogalmazása mellett sem lehetünk biztosak abban, hogy a válaszadók, csak azokat a nyomtatványokat adták meg, melyeket valóban a Magyar Posta kézbesít. Az emberek jellemzően azt gondolják, hogy minden küldeményt, ami a postaládájukba kerül, a Magyar Posta szállít ki, nincsenek tisztában azzal, hogy más vállalatok is kézbesíthetnek. Mivel van piaca ennek a szolgáltatásnak, kevés indok van arra, hogy egyetemes körben maradjon.

A nyomtatványok kézbesítésének megbízhatóságát aggregált szinten viszonylag jónak ítélték a válaszadók (átlagos elégedettség: 3,4), bár a mobilpostával rendelkezők kissé gyengébben értékelték ezt (3,1), ami arra utal, hogy a kisebb településeken előfordulnak problémák ezen a téren. Ez felhívja a figyelmet arra, hogy az egyetemes körből való kikerülés után bizonyos területeken akadózhat a nyomtatványok kézbesítése, vagyis egy kisebb – feltételezhetően inkább a periféria területeken élő – fogyasztói kör számára akadózhat a szolgáltatás megszervezése. A lakossági fogyasztóknak tehát eleve csak egy szűkebb rétegét érinti a kérdés, és azoknak is csak egy kisebb része az a csoport, akik számára nehézségeket okozhat a változás.

A kkv-k 7,5%-a vallotta azt, hogy rendszeresen ad fel saját készítésű nyomtatványokat (A9), ők viszonylag intenzíven is használják ezt a postai szolgáltatást. Vagyis a kkv-k egy kisebb rétege számára feltehetően negatív hatású lenne az alternatíva bevezetése, a többség számára azonban semleges.

Kötelező értéknilyvánítás minden egyetemes küldeményre <i>(automatikus garanciavállalás a küldemények teljes értékére)</i>	lakosság	kkv-k
	0 / +	+

Értéknilyvánítást a lakossági levélfeladók 4%-a, a lakossági csomagfeladók 20%-a veszi igénybe. Ezek az alacsony számok inkább a szolgáltatás ismeretlenségét jelzik, mintsem a valós fogyasztói igényeket. Az értéknilyvánítás egyetemes körben történő kötelezővé tétele a Magyar Posta számára is ösztönzést jelente, hogy a küldeménysérüléssel és eltűnéssel kapcsolatos statisztikáit javítsa. Az NMHH beszámolója szerint viszonylag sok a küldeménysérülés és eltűnés miatti kárigény a Magyar Postával szemben. A panaszok magas arányával kapcsolatos tapasztalatokat az eredményeinek is alátámasztják: A lakosság majd 8%-a jelezte, hogy volt komolyabb panasza az elmúlt egy évben a Magyar Posta szolgáltatásaival kapcsolatban.¹⁷⁵ A jelenlegi szabályozás mellett a küldeményfeladás díjának legfeljebb tizenötszöröse (plusz a feladás díja) igényelhető kártérítésként ilyen esetekben, ez azonban az esetek nagy részében nem ad teljes fedezetet a kárra. Mindezek alapján azt gondoljuk, hogy az alternatíva bevezetése a lakossági fogyasztók egy szűkebb rétege számára pozitív hatású lehetne, a többség számára azonban inkább közömbös maradna az intézkedés, hiszen a panaszosok köre – vagyis akik a már jelenleg is használókon kívül valós keresletet támaszthatnak az értéknilyvánítás szolgáltatása iránt – sem elég nagy ahhoz, hogy általános fogyasztói igényről beszélhessünk.

Értéknilyvánítást a kkv-k körében levelek esetén 18%-nyian, csomagok esetén pedig 15%-nyian használják. A kkv-k esetében azt lehet tudni, hogy a panaszok kezelésével a többi kritikus tényező átlagához képest átlagosan enyhén kevésbé elégedettek, miközben a többi kritikus tényező átlagához képest átlagosan enyhén fontosabbnak tartják ezt a dimenziót a kkv-k. A kártérítés mértékével való elégedettség általánosságban, a levélre és a csomagokra vonatkozóan is relatíve alacsony: 2,9, 2,5 és 3. Mindezek ezt jelzik, hogy a kkv-k által támasztott fogyasztói igények és a posta szolgáltatásai között van deficit a panaszok kezelése terén, melyekről lehet tudni, hogy a kkv-k 11%-át érintik.¹⁷⁶ A szabályozási

¹⁷⁵ Ezek 40%-a eltűnés volt.

¹⁷⁶ A panaszok 32,5%-a volt eltűnés.

módosítás bevezetésére vonatkozó preferenciakérdésünkre (C1.7) a legnagyobb arányban mondtak pozitív értéket a kkv-k (25%-nyian), és a harmadik legmagasabb értékelést (átlagosan 5687 Ft) adták arra vonatkozóan, hogy a szabályozási alternatíva bevezetésre kerüljön. Ezek alapján állítható, hogy a kkv-k viszonylag nagyobb része számára biztosan pozitív hatású lenne a módosítás. Mivel nem ismert, hogy a bevezetés mekkora költséget jelentene az egyetemes szolgáltatóknak, a kérdés további vizsgálatát javasoljuk.

Küldemények nyomon követésének biztosítása az egyetemes szolgáltatói körben	lakosság	kkv-k
	+	+

A küldemények nyomon követése jelenleg nem tartozik az elterjedt postai szolgáltatások közé – egyelőre a magyar piacon csak a gyors- és futárposta szolgáltatók közül nyújtják néhányan. Érdeemes megvizsgálni a fogyasztók körében a tértivevényes és a saját kézbe történő szolgáltatások elterjedtségét, hiszen ezek szintén olyan szolgáltatások, melyek a kézbesítés sikerességéről nyújtanak bizonyosságot, és így jó indikátorai lehetnek annak, hogy milyen mértékben vennék igénybe a fogyasztók a nyomon követést, ha ez a szolgáltatás is könnyebben elérhető lenne. Levelek esetén a lakosság körében 25%-nyi és 5%-nyi a tértivevényes és a saját kézbe történő kézbesítést igénybe vevők aránya, míg a kkv-k körében már 78% és 12%. Csomagok esetén a tértivevényes feladás¹⁷⁷ a lakosság körében 30%-os arányú, míg a kkv-k körében 13%-os.

Ezek alapján az valószínűsíthető, hogy mindkét fogyasztói csoportban jelentős igény mutatkozhat a nyomon követés használatára, de főleg a kkv-k számára lehetne vonzó a szolgáltatás, akik körében jellemzően gyakrabban adnak fel nagyobb értékben és/vagy tömegesen küldeményeket. A kkv-k körében felmértük a preferenciák intenzitását is erre a szabályozási alternatívára vonatkozóan (C1.8) és azt kaptuk, hogy viszonylag sokan (23%-nyian) pozitívan értékelnének egy ilyen módosítást, illetve átlagosan relatíve sokat (6745 Ft) is érne a kkv-knak egy ilyen változás. Mindezek alapján úgy ítéljük meg, hogy mindkét fogyasztói csoport számára kívánatos lenne ennek az alternatívának a bevezetése. Mivel azonban nem ismert, hogy a bevezetés mekkora költséget jelentene az egyetemes szolgáltatóknak, a kérdés további vizsgálatát javasoljuk.

6.2.2. A szolgáltatás idődimenziójának változása

Az egyetemes küldemények heti háromszori kézbesítése*	lakosság	kkv-k
	-	-

A lakosság és a kkv-k esetén is tapasztalható, hogy a kézbesítés gyorsasága a levélfeladás és a csomagfeladás esetén is enyhén alacsonyabb elégedettségnek örvend, mint ami a szempont fontossága alapján várható lenne. A kézbesítés gyorsasága a levél- és a csomagfeladás terén is a legfontosabb szempont lett a lakosság értékelése szerint és a

¹⁷⁷ Saját kézbe történő kézbesítés csomagokra nincs.

második legfontosabb a kkv-k értékelése szerint. A kézbesítési idő hosszán nyilvánvalóan rontana a heti ötszöri kézbesítés háromszorira csökkentése, így a lakosság körében feltehetően nőne az elégedetlenség mértéke az átállás nyomán.

Mind a lakosság, mind pedig a kkv-k körében megmértük a heti ötszöri kézbesítéssel kapcsolatos preferenciák intenzitását. A lakosság 7%-a számára pozitív értékkel bír (ami a lakosság körében relatíve magas aránynak számít a preferencianyilvánítás terén), sőt, a teljes sokaság körében átlagosan a legmagasabb értékkel (átlagosan 120 Ft) bír a heti ötszöri kézbesítés megőrzése (C2.6). A kkv-k körben viszonylag sokan, 23%-nyian értékelték pozitívan a szolgáltatás jelenlegi szintjének megtartását, azonban a kkv-k teljes sokaságára nézve mégis relatíve alacsony értékkel (átlagosan 2452 Ft) bír számukra ez az ügy. Az eredményeink a lakosság körében erős, a kkv-k körében gyengébb negatív hatást vetítenek előre.

A koncepció megvalósítása jelenleg az uniós keretekbe ütköző. A fogyasztókra gyakorolt várható hatások alapján nem tűnik indokolhatónak a szabályozásmódosítás bevezetése. Esetleg az egyetemes szolgáltató oldalán vagy a postai piacok működése terén prognosztizálható jelentős pozitív hatások alapján lehetne az alternatíva bevezetése indokoltan megfontolás tárgya. Ezeknek a hatásoknak a kimérése azonban további kvantitatív vizsgálatokat igényelne.

Elsőbbségi (J+1) levelek kivétele az egyetemes körből*	lakosság	kkv-k
	- / 0	- / 0

Egy ilyen módosításnak a következő eredményei lehetnek: az elsőbbségi feladás drágább lesz, nem lesz mindenhol elérhető, és/vagy eltérő áron lesz elérhető. Eredményeink alapján a lakosság 30%-a már a jelenlegi díjszabás mellett is inkább elégedetlenek a normál és az elsőbbségi levélfeladás árával. Felmérésünk szerint jelenleg a lakossági fogyasztók 35% használja ezt a szolgáltatást. Ebből arra is következtethetünk, hogy feltételezhetően nincsen olyan szélesebb réteg a lakosságon belül, akik a magas ár miatt nem tudják / akarják használni a szolgáltatást. Fontos megjegyezni azonban, hogy az árdimenziókkal kapcsolatos elégedettség valamennyi szolgáltatás terén a legalacsonyabb értékelést kapta mind a lakosság, mind pedig a kkv-k körében, ami véleményünk szerint inkább a fogyasztók erős érzékenységét jelzi, mint sem azt, hogy az árak számukra ténylegesen mennyire megfizethetőek. Emiatt azt gondoljuk, hogy az árak emelkedése nem érné el feltétlenül a fogyasztók fizetőképességének határát, mint ahogy az elégedetlenkedők aránya alapján esetleg feltételezni lehetne. Ha azt is figyelembe vesszük, hogy a lakosság számára mennyire fontos a normál és elsőbbségi levélfeladás ára, akkor azt látjuk, hogy ez a dimenzió nincs a legfontosabb kritikus tényezők között: az átlagos elégedettség tulajdonképpen magasabb, mint amit a fontossága alapján elvárnánk.

A kkv-k körében 41%-nyian vallották azt, hogy inkább elégedetlenek a normál és az elsőbbségi levélfeladás árával. Ez az eredmény a lakosságihoz képest valamivel kedvezőbb képet mutat, ha azt is figyelembe vesszük, hogy a kkv-k 80%-a adott fel az elmúlt egy évben elsőbbségi levelet.

Összességében azt mondhatjuk, hogy a szabályozási módosítás következtében várható árnövekedés az elsőbbségi levélkézbesítés terén a lakosságra és kkv-kra is negatívan hatna

abban az értelemben, hogy az elégedettség romlana, fontos azonban hangsúlyozni, hogy ez nem feltétlenül jelentené azt, hogy az árak már a megfizethetőség határán vannak.

A koncepció megvalósítása jelenleg az uniós keretekbe ütköző. A fogyasztókra gyakorolt várható hatások alapján véleményünk szerint, megfontolható lenne a szabályozásmódosítás. Az egyetemes szolgáltató oldalán vagy a postai piacok működése terén várható pozitív hatások tovább erősíthetik a bevezetés lehetőségét. Ezeknek a pozitív hatásoknak a kimérése további kvantitatív vizsgálatok feladata.

Garantált kézbesítési idejű (J+1) postacsomagok bevétele az egyetemes körbe	lakosság	kkv-k
	+	+

Az alternatíva megvalósítása várhatóan a következő következményekkel járna: a garantált kézbesítési idejű csomagfeladás ára mérséklődik, és mindenki számára elérhető lesz. Garantált kézbesítési idejű csomagot a lakosság 5%-a és a kkv-k 14%-a adott fel az elmúlt egy évben. A lakosság és a kkv-k esetében is azt tapasztalhatjuk, hogy a csomagfeladás árával a legkevésbé elégedettek a fogyasztók: a lakosság 41%, a kkv-k 21%-a vallotta azt, hogy inkább nem vagy egyáltalán nem elégedett a szolgáltatás árával. Ezek az arányok felvetik annak a lehetőségét, hogy mind a lakosság, mind pedig a kkv-k körében van egy olyan réteg – a lakosság esetében ez akár széles is lehet –, amely azért nem használja a szolgáltatást, mert nem akarja / tudja azt megfizetni.

A lakosság esetében a garantált kézbesítési idejű csomagfeladás árral való elégedetlenség valamivel komolyabb problémának tűnik azért is, mert a kritikus tényezők közül az árdimenziót jelölték a harmadik legfontosabb dimenzióknak a csomagfeladás terén, ami azt eredményezi, hogy a fontosságához képest jóval alacsonyabb az árral való elégedettség, mint ami elvárható lenne.

Mindezek alapján az mondható, hogy a szabályozásmódosítás következtében várható árcsökkenés a garantált kézbesítési idejű csomagkézbesítés terén a lakosság és kkv-k számára is pozitív lenne abban az értelemben, hogy az elégedettség várhatóan javulna, illetve az árcsökkenés hatására a szolgáltatás azon lakossági és kkv fogyasztók számára is elérhetővé válna, akik korábban nem tudták / akarták megfizetni a szolgáltatást – vagyis a forgalom kisebb növekedése is elképzelhető.

Normál kézbesítési idejű (J+3) küldemények előírt kézbesítési idejének J+5-re való csökkentése*	lakosság	kkv-k
	-	-

A heti háromszori kézbesítés alternatívájának értékelése során bemutattuk a kézbesítés gyorsaságával kapcsolatos fogyasztói preferenciákat. A kézbesítési idő lassulását várhatóan a lakosság és a kkv-k körében is az elégedetlenség növekedése követné, és jelentősen nőne a deficit a fogyasztói igények és az egyetemes szolgáltatások kínálata között olyan értelemben, hogy a postai szolgáltatások egyik legfontosabb dimenziójában romlana a szolgáltatás minősége.

A lakosság körében megmértük a preferencia intenzitását a normál küldemények háromnapos kézbesítésével kapcsolatban. A lakosság 8,3%-a számára bír pozitív értékkel, hogy a szabályozás változatlan maradjon, ami relatíve magas arány a lakosság preferencianyilvánítása terén. Továbbá a lakosság számára átlagosan 60 Ft-ot ér meg az ügy, ami közepesen erős értékelést jelent.

Várhatóan mind a lakosság, mind pedig a kkv-k körében erősen negatív hatású lenne az intézkedés.

A koncepció megvalósítása jelenleg az uniós keretekbe ütköző. Ennek kapcsán ugyanaz mondható el, mint a heti háromszori kézbesítésre való áttérés alternatívája esetén.

6.2.3. Szolgáltatás elérhetőségének változása

<i>A postahivatalokban a legforgalmasabb órákban is legfeljebb átlagosan 5 perces a várakozási idő</i>	lakosság	kkv-k
	+	0

A jelenlegi szabályozáshoz képest, mely 15 percben állapítja meg a maximális átlagos várakozási időt a csúcsidőszakban, jelentős szolgáltatás-minőségjavulást jelentene az alternatíva megvalósítása. Az állandó postával rendelkező lakosság számára magasan ez a dimenzió a legfontosabb a hozzáférés kritikus tényezői közül: az érintett fogyasztói csoport 52%-a számára a sorban állás ideje ott van a két legfontosabb szempont között. Ehhez képest az elégedettség terén ez a legkevesebbre (átlagosan 2,9) értékelt dimenzió, ami felhívja arra a figyelmet, hogy ezen a téren jelenleg jelentős deficit van a fogyasztói igények és az egyetemes szolgáltatás színvonala között.

A kkv-k körében kevésbé fontos tényező a sorban állás ideje: a hozzáférés kritikus tényezői közül csak az alsó harmadba sorolható. Fontos azonban megjegyezni, hogy a viszonylag alacsonyabb fontosság mellett is az elégedettséget tekintve alulértékelt dimenzióról van szó. A kkv-k körében megmértük a preferenciák intenzitását is a szabályozási alternatívával kapcsolatban. A kkv-k 19,5%-a értékelt pozitívan a változást, ami relatíve magas arányt jelent. Összesen átlagosan azonban csak 2394 Ft-ra értékelték az ügyet a kkv-k, ami gyenge preferenciára utal (C1.1).

Mindezek alapján úgy értékeljük, hogy a lakosság számára egyértelműen pozitív lenne a változás, míg a kkv-k számára inkább semleges.

<i>Postahivatalok bármely állandó lakóhelytől légvonalban mért távolsága legfeljebb 5 km a lakosság 95%-ának esetében, és legfeljebb 10km a lakosság 99,5%-a esetében</i>	lakosság	kkv-k
	0	0

Felmérésünk szerint a lakosság 95%-a számára a lakóhelyhez legközelebbi postahivatal 5km-en belül van, illetve lényegében a lakosság 100%-a számára 10 km-en belül – ebből a szempontból tehát az alternatíva nem jelentené a jelenlegi postahálózat lényegi szűkítését. Mivel azonban az a megfogalmazás az állandó postahivatalok létét a

településszerkezethez nem köti, csupán a lakóhelytől légvonalban mért távolsághoz, emiatt elképzelhető, hogy közeli települések esetén lehetőség nyílna egyes postahivatalok bezárására. Ennek a szabályozásmódosításnak tehát lehet egy olyan hatása, hogy a lakosság egy része számára távolabb kerül a legközelebbi postahivatal – bár többségüknek így is 5km belül marad. Az alternatíva értékeléséhez tehát azt érdemes figyelembe venni, hogy a fogyasztók mit gondolnak a posta elérési idejéről.

Az állandó postahivatallal rendelkezők számára ez a szempont a második legfontosabb a hozzáférés kritikus tényezői között. Az elégedettség ebben az esetben a szempont fontosságának megfelelő, illetve enyhén jobban értékelt ahhoz képest: az állandó postahivatallal rendelkezők átlagosan 3,4-re értékelik ezt a dimenziót, ami igen magas elégedettségre utal.

A kkv-k – a lakossággal ellentétben – a legkevésbé fontos hozzáférési szempontok közzé sorolták a postahivatal elérési idejét (az átlagos fontosság 2,7, ami relatíve alacsonynak számít). Az elégedettség tekintetében azonban az egyik legmagasabb értékelést kapta ez a dimenzió (átlagosan 3,6).

Az eredményeket úgy értékeljük, hogy mind a lakosság, mind pedig a kkv-k körében lenne tulajdonképpen lehetőség a szolgáltatási jelenlegi szintjének csökkentésére – a lakosság esetében kisebb, a kkv-k esetében nagyobb mértékben. Fontos azonban hangsúlyozni, hogy a lakossági fogyasztók elégedettsége csak abban az esetben nem szenvedne komolyabb visszaesést, ha a postai szolgáltatás – az elérési időt leszámítva – minden más hozzáférési és minőségi dimenzióban változatlan maradna. Abban az esetben, ha olyan településen kerülne sor a postahivatal bezárására, hol csak egyetlen postahivatal működött korábban, fontos lenne a postai ellátás mobilposta szolgáltatáson keresztül történő megszervezése az aktuális fogyasztói igényekhez illeszkedő módon történjen.

Állandó postahivatal minden 600 főnél nagyobb lélekszámú településen	lakosság	kkv-k
	0	0

A jelenlegi szabályozás minden 1000 főnél nagyobb lélekszámú településen teszi kötelezővé állandó postahivatal fenntartását. Az alternatíva tehát a hálózat sűrűségét növelné.

A mobilpostával ellátott lakosság körében a hozzáférés kritikus tényezői között rákérdeztünk az állandó posta fontosságára. Az érintett fogyasztói csoport csupán a középmezőnybe sorolta ennek a szempontnak a fontosságát, ami azt jelzi, hogy a postai szolgáltatás hozzáférési kérdéseiben közel sem az a legfontosabb kérdés hogy van-e állandó postahivatal vagy sem – a postai szolgáltatás akkor is, lehet a fogyasztók megelégedésére való akkor is, ha nincs állandó posta a településen. Az állandó postahivatalok számának bővítése a lakosság 3%-a számára bír pozitív értékkel, illetve a lakoságnak átlagosan 32 Ft-ot érne meg a módosítás bevezetése (C1.1). Ezek az értékek igen alacsony preferenciaintenzitásra utalnak.

A kkv-k körében lényegében nincs cég, melynek székhelye 1000 főnél kisebb lélekszámú településen lenne, így a hálózatsűrűség ilyen növelése őket nem érinti közvetlenül.

Mindezek alapján úgy értékeljük, hogy az alternatíva bevezetése iránt nem jelentkezik jelentős fogyasztói igény, vagyis a fogyasztók számára az intézkedés inkább semleges lenne.

Utcai levélgyűjtő szekrények megszüntetése azokon a területeken, ahol van állandó postahivatal	lakosság	kkv-k
	0	0

Az utcai levélszekrényeket a lakosság 83%-a egyáltalán nem használja,¹⁷⁸ a használók kétharmada pedig csupán évente egyszer vagy néhányszor. Az állandó postával rendelkező lakosság a hozzáférési dimenziók közül az utcai levélszekrény elérési idejét tekintik a legkevésbé fontosnak.

A kkv-kat megkérdeztük arról, hogy mennyit ér nekik a jelenlegi helyzet megtartása azzal szemben, hogy az állandó postával rendelkező településeken megszüntetnék az utcai levélszekrényeket. A kkv-k 18,6%-a számára pozitív értékkel bírna a jelenlegi helyzet fenntartása, bár a kkv-k összesen átlagosan csupán 2547 Ft-ra értékelték az ügyet (C2.5). Az látszik tehát, hogy a kkv- körében viszonylag sokaknak, azonban csak relatíve alacsony értékkel bírna a jelenlegi helyzet megtartása. Ez inkább gyenge preferenciákat mutat.

Ezek alapján a lakosság számára egyértelműen semleges, a kkv-k számára pedig szintén inkább semleges lenne az alternatíva megvalósítása.

Szombati nyitva tartás kötelezővé tétele minden postahivatalban és mobilposta esetében	lakosság	kkv-k
	0	0

Felmérésünk szerint a lakosság 3,5%-a esetében merül fel problémaként, hogy menne szombaton postára, de a legközelebbi postahivatal nincs nyitva ekkor, továbbá a lakosság 1,6%-a igényelné, hogy szombaton hosszabb ideig legyen nyitva a posta. Mindez azt jelzi, hogy a szombati nyitva tartás terén nem mutatkozik széles deficit a fogyasztói igények és a szolgáltatás jelenlegi szintje között.

Az állandó postahivatallal ellátott településen élő lakosság számára a hétfélig nyitva tartás – az utcai levélszekrény elérési idejét megelőzve – a második legkevésbé fontos hozzáférési szempont. Ehhez képest a szemponttal való elégedettség az elvártnál magasabb (átlagosan 3,1). A mobilpostával rendelkezők ugyancsak a legkevésbé fontos hozzáférési szempontok közé sorolták a mobilposta szombati kiszállását. Ezek az eredmények ugyancsak arra utalnak, hogy nincs erős, kielégítetlen fogyasztói igény a posták szombati nyitva tartásra. A preferenciamérő kérdés (C1.2) tanúsága szerint a lakosság majd 4,4%-a számára bír pozitív értékkel a szabályozási alternatíva. Továbbá a lakosság számára átlagosan 54 Ft-ot érne meg a változás. Vagyis a lakosság viszonylag kis része, gyenge preferenciát mutat az ügyben.

A kkv-k oldaláról sem várható a szombati nyitva tartással kapcsolatos jelentős fogyasztói igény.

¹⁷⁸ A nem használók aránya a mobilpostás lakosság körében is 67%-os.

Mindezek alapján úgy véljük, hogy szabályozási alternatíva a fogyasztók teljes körében inkább semleges hatású lenne.

<i>Egy kötelező nyitva tartási óra előírása a település/kerület legalább egy postahivatala számára minden hétköznap: vagy a kora reggeli (5-9:00 között) vagy az esti órákban (18-22:00 között)</i>	lakosság	kkv-k
	0	0

A teljes lakosság 1,5%-a számolt be arról, hogy olyan kora reggeli órában lenne alkalmas számára postára járni, amikor még nincs nyitva a legközelebbi hivatal. Az esti órákkal kapcsolatban nem lehet ilyen kielégítetlen igényt találni. A hétköznapi nyitva tartás terén sem mutatkozik tehát széles deficit a fogyasztói igények és a szolgáltatás jelenlegi szintje között.

Az állandó postahivatallal és a mobilpostával ellátott lakosság is jellemzően inkább elégedett vagy teljesen elégedett a posta hétköznapi nyitva tartásával (átlagosan 3,3). Az állandó postával rendelkezők esetében ez az elégedettség jóval magasabb, mint amit a szempont fontossága alapján elvárnánk, ugyanis ez a fogyasztói csoport a kevésbé fontos hozzáférési szempontok közé sorolta a hétköznapi nyitva tartást.

A kkv-k körében azt a szabályozási alternatívát értékeltettük, hogy mit szólnának ahhoz, ha a postahivataloknak a kora reggeli órákban is kötelezően nyitva kellene lenniük (C1.2). A kkv-k 8,4%-a számára bírna ez a változtatás pozitív értékkel, ami alacsony aránynak számít a kkv-k preferencianyilvánítása terén. A kkv-knak összesen átlagosan csupán 792 Ft-ot érne meg az alternatíva bevezetése. Mindez nagyon gyenge intenzitású preferenciára utal a kkv-k körében.

Összességében az várható, hogy a lakosság körében és a kkv-k körében is inkább semleges hatású maradna az intézkedés.

<i>A mobilpostával ellátott településeken olyan felvételi pontok („pick-up point”) kijelölése, ahol bármikor át lehet venni a küldeményeket</i>	lakosság	kkv-k
	+	0

A mobilposta esetében a szolgáltatás kritikus pontja, hogy a mobilposta mikor és milyen hosszú időn át érhető el. A felmérés eredményei szerint az érintett fogyasztói csoport inkább elégedett a mobilposta kijárásának időpontjával és kinn tartózkodásának hosszával (átlagosan 3,4-re és 3,3-ra értékelték ezeket a dimenziókat), kicsit kevésbé a kijárás gyakoriságával. Utóbbi arra utal, hogy napon belül szeretnének több kiszállást a fogyasztók, hiszen egyébként a mobilposta kötelezően minden nap kimegy az érintett településekre. A többszöri napon belüli kiszállás azért lehet fontos a fogyasztók számára, mert nagyobb választási lehetőséget biztosít abban, hogy mely napszakban végezzék el postai ügyeiket. A kiszállás gyakoriságát az érintett fogyasztói csoport a második

legfontosabb hozzáférési dimenzióknak tartja. A postai „pick-up” pontok lehetőséget adnának arra, hogy a mobilpostás településeken élők a nap hosszabb időszakban tudják átvenni küldeményeiket.

A pick-up pontok kialakításával kapcsolatos preferenciákat mérő kérdésre (C1.6) az érintett lakossági fogyasztói csoportból tulajdonképpen senki sem mondott be pozitív értéket. Az 5. fejezet vonatkozó részében leírtak alapján feltételezhetjük, hogy ez az eredmény alulbecsli a valós preferenciákat, azt azonban feltételezhetjük, hogy nem túl erős preferenciákról van szó.

Mivel a csak mobilpostával rendelkező településeken lényegében nem működnek kkv-k, ezért az alternatíva őket nem érinti.

Összességében úgy értékeljük, hogy az alternatíva megvalósításával kapcsolatban inkább pozitív fogadtatás feltételezhető az érintett fogyasztói csoportban.

Mobilposta megszüntetése a kistelepüléseken, postai ügyekben a szomszédos nagyobb települések postahivatala áll csak rendelkezésre	lakosság	kkv-k
	-	0/ -

A mobilposta megszüntetése jelenleg a lakosság 3%-át érinti – ennyi ember maradna a településen elérhető postai szolgáltatás nélkül, ha az alternatíva megvalósulna. Az érintettek körét megkérdezve a mobilposta elérhetőségével kapcsolatos preferenciáikról azt kaptuk, hogy lényegében senkinek sem ér pozitív összeget a mobilposta megtartása (C2.8).¹⁷⁹ Ahogy az előző alternatívánál is elmondtuk, ez az eredmény azonban feltehetően alulbecsli a valós preferenciákat. Ami állítható, hogy a vizsgált szabályozási alternatívával kapcsolatban valóban nem túl erősek a fogyasztói preferenciák.

Bár a csak mobilpostával ellátott településeken lényegében nem működnek kkv-k, ezért ez az alternatíva sem érinti őket közvetlenül, úgy véljük, hogy közvetett módon mégis érintettek a kkv-k is abban, hogy egy bizonyos lakossági réteg mennyire könnyen elérhető postai úton. Emiatt a mobilposták megszüntetésére vonatkozóan az ő preferenciáiknak is megmértük az erősségét (C2.4). A kkv-k 24,4%-a számára bírna pozitív értékkel a mobilposta szolgáltatás megtartása, ami magas arányt jelent. Továbbá a kkv-knak összesen átlagosan 1855 Ft-ot érne a jelenlegi helyzet fenntartása, ami azonban viszonylag gyenge értékelés. Ez az eredmény a kkv-k egy viszonylag széles rétegénél gyenge preferencia intenzitásra utal.

Összességében úgy véljük, hogy a szabályozási alternatíva bevezetése az érintett lakossági fogyasztó csoport és a kkv-k számára is negatív hatással járna, bár a kkv-k esetében ez a hatás szinte elhanyagolható lenne.

¹⁷⁹ A mintánkban összesen két mobilpostával rendelkező ember mondott be pozitív összeget – ráadásul viszonylag magasat. A kis esetszám miatt azonban az ezekből számolt átlagok azonban statisztikailag nem különböznek nullától.

Egyetemes küldemények másodszori házhoz kézbesítésének megszüntetése	lakosság	kkv-k
	- / 0	0

A személyes kézbesítés időpontjával inkább elégedett a lakosság (átlagosan 3,2-re értékelték ezt a dimenziót),¹⁸⁰ bár relatíve inkább az alacsonyabban értékelt szempontok közé tartozik ez a dimenzió a kézbesítés kritikus tényezői között.

Arra a kérdésre (C2.2), hogy mennyit érne meg nekik az, hogy az egyszeri kézbesítés helyett kétszeri próbálkozás történjen, a lakosság 5,4%-a mondott be pozitív összeget, összesen átlagosan pedig 54 Ft-ot mondtak be a lakossági fogyasztók. Vagyis a lakossági fogyasztók egy szűkebb rétege számára viszonylag magas értéke van a másodszori kézbesítésnek.

A kkv-k esetében, úgy véljük, ez a szabályozási alternatíva nem releváns.

Ezek alapján a lakossági fogyasztók egy kisebb részére negatív hatást gyakorolna az intézkedés megvalósítása, míg a többség, illetve a kkv-k számára semleges maradna az intézkedés.

Egyetemes postacsomagok házhoz kézbesítésének megszüntetése, csak a kézbesítési pontokon lehet őket átvenni	lakosság	kkv-k
	0	-

A lakosság körében azok 91%-a, akik postacsomagot kapnak, a postán veszik át a küldeményt, vagyis feltehetően a személyes kézbesítés időpontjában nincs otthon és nem tudja átvenni a csomagot.

Arra a kérdésre (C2.4), hogy mennyit érne meg nekik a csomagok személyes kézbesítése (ahelyett, hogy csak a postán lehet őket átvenni), a lakosság 6,6%-a mondott pozitív összeget, illetve a lakosság számára átlagosan összesen 45 Ft-ot érne ez az ügy. Mindez azt jelenti, hogy a lakosság egy viszonylag szélesebb rétege számára, viszonylag alacsony értékkel bír a csomagok házhoz szállítása.

A kkv-k számára ez a szabályozási alternatíva közvetlen és közvetett módon is érdekes lehet. A preferenciák intenzitását mérő kérdésre (C2.2) a kkv-k 24,2%-a mondott be pozitív összeget, ami nagy arányt jelent. Az egy kkv-ra jutó átlagos összeg pedig 7850 Ft, ami a legmagasabb értékelés volt a kkv-k részéről a vizsgálatunkban. Összességében tehát a kkv-k részéről erős preferenciákat látunk arra vonatkozóan, hogy a postacsomagok házhoz kézbesítése megmaradjon.

Ezek tükrében a lakossági fogyasztók számára közel semlegesnek mondható az alternatíva megvalósítása, míg a kkv-k számára erősen negatív hatású lenne.

¹⁸⁰ A mobilpostával rendelkezők kicsit jobban, mint az állandó postahivatallal rendelkezők

Egyetemes postacsomagok, az ajánlott levelek és a pénzküldemények házhoz kézbesítésének megszüntetése, csak a kézbesítési pontokon lehet őket átvenni

lakosság	kkv-k
-	-

Az eredményeink azt mutatják, hogy a postacsomagok mellett, az ajánlott levélküldemények döntő többségét is a postán veszi át a lakosság. A pénzküldemények esetén jóval kisebb ez az arány: a címzetteknek kb. csak a 30%-a megy a postára a küldeményért. Volument tekintve az ajánlott levelet és a pénzküldeményt kapók vannak a legtöbben: a lakosságnak kb. 40-45%-a kap ilyen küldeményeket. Bár a lakosság körében a csomag- és a levélküldemény esetében nem tűnik annyira fontosnak a személyes kézbesítés intézménye, a pénzküldemények esetén már sokkal inkább az. A személyes kézbesítés teljes megszüntetésére vonatkozó preferenciamérés (C2.5) eredménye, hogy a lakosság 10,6%-a számára pozitív értékkel bír a jelenlegi szolgáltatási szint megtartása, továbbá egy lakossági fogyasztó számára átlagosan 112 Ft-ot érne meg ez az ügy. A pozitív összeget bemondók arány a legmagasabb, az átlagos értékelés pedig a második legmagasabb a lakosság körében ezzel az alternatívával kapcsolatban, tehát nagyon erős preferenciának tűnik a személyes kézbesítés megőrzése.

Az előzőekben bemutatott, a postacsomagok házhoz kézbesítésével kapcsolatos preferenciák ebben az esetben is alkalmazhatóak az alternatíva kkv-kra gyakorolt hatásának értékelése során.

Mindezek fényében úgy véljük, az alternatíva megvalósítása erős negatív hatással lenne a lakossági fogyasztókra és a kkv-kra is.

6.2.4. Nem egyetemes, kötelező postai és nem postai szolgáltatások szabályozási alternatívái

A többletszolgáltatás keretében egyrészt azokat a szabályozási alternatívákat vizsgáljuk meg, melyek az új törvénytervezetben felmerülnek a nem egyetemes, kötelező postai szolgáltatások bővítésére, másrészt pedig a nem postai szolgáltatások körére vonatkozóan is megvizsgálunk két lehetséges alternatívát.

Nem egyetemes, kötelező postai szolgáltatások	lakosság	kkv-k
1. Állami és önkormányzati ügyintézés lehetősége a postán	+	+
2. Elektronikus ügyintézés lehetősége a postán	0	0
3. Állami pénzkifizetések ügyintézése a postán	0	0

Ezekre a szabályozási alternatívákra vonatkozóan is preferenciamérését végeztünk. A lakosság legnagyobb arányban az első alternatívára vonatkozóan mondott be pozitív összeget: 5%-nyian, a 2,9% és az 1,5% mögött (az alternatívák sorrendjében). Az egy lakossági fogyasztóra jutó átlagos érték is az első alternatíva esetében a legmagasabb: 59 Ft, a 35 Ft és a 13 Ft után (az alternatívák sorrendjében). Mindezek alapján megállapítható, hogy a lakosság egy jelentős része számára közepesen sokat érne, ha a postán államigazgatási és önkormányzati ügyeket is lehetne intézni. Ehhez képest az elektronikus közigazgatási eljárásokban vállalt postai szerepvállalás felvetése sokkal kevesebb fogyasztónak keltette fel az érdeklődését, az állami pénzkifizetésekkel kapcsolatos ügyintézésben való segédkezés pedig még kevesebbet: mindkét esetben a lakosságnak csak egy igen szűk rétege számára érne viszonylag alacsony értéket az új postai szolgáltatások bevezetése.

A kkv lekérdezés kereteibe már nem fért bele az ezekkel az alternatívákkal kapcsolatos preferenciamérés, a kkv-k egyéb kérdésekre adott reakciói alapján azonban valószínűleg nem tévedünk, ha azt feltételezzük, hogy a kkv-k a lakossághoz hasonló preferenciákat mutatnának.

Mindezek alapján azt gondoljuk, hogy az államigazgatási és az önkormányzati ügyintézés lehetősége pozitív fogadtatásra találna a fogyasztók körében, a másik két lehetőség azonban semleges hatású maradna.

Nem egyetemes, kötelező nem postai szolgáltatások	lakosság	kkv-k
Sárga csekk szolgáltatás megszüntetése a postán	-	-
Rózsaszín csekk szolgáltatás megszüntetése a postán	0	0

A sárga csekket a lakosság 70%-a nélkülözhetetlennek tartja, csupán 16%-nyian állítják azt, hogy meglennének a sárga csekk nélkül, illetve hogy tulajdonképpen feleslegesnek tartják azt. Ezzel szemben a rózsaszín csekk kapcsán már csak 10%-nyian mondták, hogy nélkülözhetetlen a szolgáltatás, a lakosság 65%-a azonban könnyen meg lenne a szolgáltatás nélkül, illetve lényegében feleslegesnek tartja azt.

A preferenciák intenzitásának mérése a postai készpénzátutalási szolgáltatások kapcsán hozta a legmarkánsabb eredményt (C2.7):¹⁸¹ a lakosság 9,8%-a számára pozitív értékkel bírna, ha ezek a szolgáltatások továbbra is megmaradnának a postán, illetve egy lakossági fogyasztó számára átlagosan 98 Ft-ot érne ezeknek a szolgáltatásoknak a megőrzése. Vagyis a lakosság viszonylag széles rétege számára, relatíve magas összeget érne meg csekkek megmaradás. Fontos azonban hangsúlyozni, hogy az erős preferenciák megfogalmazása döntően a sárga csekkre vonatkozhat.

A kkv-k 45%-a használt sárga csekket az elmúlt egy évben, míg rózsaszín csekket csupán 15%-uk. A használat intenzitása is jelentősen eltér: rózsaszín csekket a használók döntő többsége csak évente egyszer vagy néhányszor használ, míg sárga csekket havi vagy heti rendszerességgel.

A kkv-k körében is elvégeztük a postai készpénzátutalási szolgáltatásokra vonatkozó preferenciamérést (C2.6). A kkv-k 29,3%-a számára bír pozitív hatással a szolgáltatások megtartása, ami a kkv-k preferenciamérése során a legmagasabb arányt jelenti. Ezen túl egy kkv számára átlagosan 3011 Ft-ot érne meg ez az ügy, ami már azonban csak közepesen magas értékelést jelent. Összességében azonban az mondható, hogy a kkv-k egy viszonylag széles rétege számára közepesen magas értékkel bírna a szolgáltatások megtartása. A kkv-k esetében is azt feltételezhetjük, hogy ez az inkább erős preferencianyilvánítás inkább a sárga csekk megtartásának szól.

Ezen eredmények alapján úgy véljük, hogy a sárga csekk szolgáltatás megszüntetése negatív hatással lenne a fogyasztókra – különösen erősen negatívan hatna a lakossági fogyasztókra. A rózsaszín csekk megszüntetése ezzel szemben feltehetően semleges lenne a lakosság és a kkv-k körében is.

¹⁸¹ A sárga csekk és a rózsaszín csekk megszüntetésének lehetőségét egy kérdésben tettük fel a lekérdezés szűkös keretei miatt.

7. Javaslatok a szabályozó számára

Empirikus kutatásunk eredményei alapján összességében az látszik, hogy a fogyasztók általában inkább elégedettek a Magyar Posta szolgáltatásaival. Nem lehet azonosítani olyan területet a hozzáférés, a szolgáltatások köre és szintje területén, ahol a fogyasztói igények komolyabb szabályozói beavatkozást indokolnának: azt lehet mondani, hogy a fogyasztók döntő többsége megtalálja az igényeinek megfelelő postai szolgáltatást az egyetemes szolgáltatási palettán és hozzá is fér azokhoz.

Komolyabb változtatási igény a kézbesítés megbízhatósága terén merül fel, ugyanis viszonylag nagyszámú azok köre, akinek volt már komolyabb panasa (legnagyobb részben a küldemények eltűnése miatt) a Posta szolgáltatásaival kapcsolatban. A küldeménytovábbítási rendszer működésének komolyabb felülvizsgálata és a minőségbiztosítási elemek erősítése indokolt. Fogyasztói igény van a szolgáltatás egyéb minőségi jellemzőinek javítására. Így a sorban állás idejének csökkentése, illetve a küldemény kézbesítés gyorsaságának növelése pozitív fogadtatásra találna. Mindezek az eredmények felhívják a figyelmet arra, hogy az egyetemes szolgáltatási körbe tartozó szolgáltatások szabályozása során a jogalkotónak indokolt lenne kitérnie a szolgáltatás legfontosabb minőségi paramétereinek meghatározására és ellenőrzésére is. Ilyen fontos minőségi mutató például a kézbesítés megbízhatósága és gyorsasága.

Mivel az eredmények alapján a postai szolgáltatások árával való elégedettség viszonylag alacsony, ezért a jövőben is fontos annak biztosítása, hogy az egyetemes szolgáltatási körbe tartozó szolgáltatások a szolgáltatások megszervezésének valós költségeihez igazodjon.

A postai szolgáltatások szabályozása során a postai szolgáltatások egyetemes elérhetőségének és megfizethetőségének elvét azokban az esetekben is fontos szem előtt tartani, amikor a jogalkotó az „egyetemes szolgáltatást helyettesítő postai szolgáltatások” kategória keretében lehetőséget ad az egyetemes szolgáltatóval való egyedi szerződéskötésre. Ezzel a lehetőséggel jellemzően a nagy intézményi és vállalati fogyasztók élnek, vagyis éppen azok, akik a lakossági fogyasztók által kapott levelek döntő többségét feladják (és nem melleleg, akik a postai forgalom legnagyobb volumeneit generálják, mind a csomag-, mind pedig a levélfeladás terén). Bár a felvétel tekintetében indokolt a megkülönböztetés, ám az nem lenne szerencsés, ha e levelek postai eljuttatásának körülményei is az egyetemes szolgáltatás kézbesítési körülményeitől eltérő módon az egyedi szerződések keretében kerülnének meghatározásra.

Az általánosabb javaslatok megfogalmazása után a következőkben a bevezethetőségük szerint három csoportba soroljuk az előző fejezetben értékelt egyetemes szolgáltatási körre vonatkozó szabályozási alternatívákat. (Pirossal jelöltük azokat, amelyek a jelenlegi uniós irányelvekkel ütköznek.)

- **Bevezetésre javasolt**

- *szolgáltatási kör változása*
 - Egyetemes postacsomag súlyhatárának 10 kg-ra csökkentése
 - Címzett reklámküldemények kivétele az egyetemes szolgáltatási körből
- *szolgáltatás idődimenziójának változása*
 - Garantált kézbesítési idejű (J+1) csomagok bevétele az egyetemes körbe
- *szolgáltatás elérhetőségének változása*
 - A postahivatalokban a legforgalmasabb órákban is legfeljebb átlagosan 5 perc a várakozási idő (legalábbis az ehhez való közelítés)
 - Postahivatalok bármely állandó lakóhelytől légvonalban mért távolsága legfeljebb 5 km a lakosság 95%-ának esetében, és legfeljebb 10km a lakosság 99,5%-a esetében (amennyiben az intézkedés nyomán bezárásra kerülő postahivatalok helyett a kistelepüléseken az aktuális fogyasztói igényekhez illeszkedő mobilposta szolgáltatás kerülne bevezetésre)
 - Utcai levélgyűjtő szekrények megszüntetése azokon a területeken, ahol van állandó postahivatal
 - A mobilpostával ellátott településeken olyan felvételi pontok („pick-up pontok”) kijelölése, ahol bármikor át lehet venni a küldeményeket

- **Bevezetésre nem javasolt**

- *szolgáltatás idődimenziójának változása*
 - **Az egyetemes küldemények heti háromszori kézbesítése**
 - **Elsőbbségi (J+1) levelek kivétele az egyetemes körből**
 - **Normál kézbesítési idejű (J+3) küldemények előírt kézbesítési idejének J+5-re való csökkentése**
- *szolgáltatás elérhetőségének változása*
 - Állandó postahivatal minden 600 főnél nagyobb lélekszámú településen
 - Szombati nyitva tartás kötelezővé tétele minden postahivatalban és mobilposta esetében
 - Egy kötelező nyitva tartási óra előírása a település/kerület legalább egy postahivatala számára minden hétköznapi: vagy a kora reggeli (5-9:00 között) vagy az esti órákban (18-22:00 között)
 - Mobilposta megszüntetése a kistelepüléseken, postai ügyekben a szomszédos nagyobb települések postahivatala áll csak rendelkezésre
 - Egyetemes postacsomagok, az ajánlott levelek és a pénzküldemények házhöz kézbesítésének megszüntetése, csak a kézbesítési pontokon lehet őket átvenni

- **Megfontolásra és további vizsgálatokra javasolt**

- *szolgáltatáskör változása*
 - Az értéknylvánítás bevétele az egyetemes szolgáltatási körbe (automatikus garanciavállalás a küldemények teljes értékére)
 - Küldemények nyomon követésének bevétele az egyetemes szolgáltatási körbe
 - Nyomtatványok kivétele az egyetemes körből
- *szolgáltatás elérhetőségének változása*
 - Egyetemes küldemények másodszori házhoz kézbesítésének megszüntetése
 - Egyetemes postacsomagok házhoz kézbesítésének megszüntetése, csak a kézbesítési pontokon lehet őket átvenni

A nem egyetemes, kötelező postai és nem postai szolgáltatási körben a fogyasztói igényekkel találkozó felvetés, hogy a postahivatalokban állami és az önkormányzati ügyekkel kapcsolatos ügyintézés is folyjon. Így ezt az alternatívát bevezetésre javasoljuk.

Érdekes módon viszont nem mutatkozik igény arra, hogy a postahivatalok segítséget nyújtsanak az elektronikus közigazgatási eljárások lebonyolításában, illetve, hogy az állami pénzkifizetésekkel kapcsolatos ügyintézés is el lehessen végezni a postán. Ezeket a szabályozásmódosításokat a fogyasztói igények alapján nem tűnik indokoltnak bevezetni.

Posta sárga csekk szolgáltatására markáns fogyasztói igény mutatkozik. Ennek a szolgáltatásnak a kivezetése egyelőre elképzelhetetlen. Ennek fő oka, hogy az alternatív pénzzutalási módok egyelőre még nagyon kevésbé elterjedtek a magyar lakosság körében.

A rózsaszín csekk szolgáltatás ezzel szemben már kifutó félben lévő szolgáltatásnak tűnik, kivezetése indokolt.

8. Függelék

8.1. Lakossági adatfelvételhez tartozó táblázatok

8.1.1. Egyetemes postai szolgáltatások elérése

8.1. táblázat: Nyitva tartásra vonatkozó preferenciák (n=1000)

	Hétköznap		Szombat	
Nyitás	7 előtti nyitás	15	7 előtti nyitás	2
	9 előtti nyitás	6	9 előtti nyitás	0
	11 előtti nyitás	0	11 előtti nyitás	0
Zárás	2 utáni zárás	0	2 utáni zárás	2
	4 utáni zárás	0	4 utáni zárás	6
	6 utáni zárás	0	6 utáni zárás	8
	8 utáni zárás	1	egyáltalán szombati nyitva tartás (n=306)	34

8.2. táblázat: Hivatali nyitva tartások leíró statisztikái településtípus szerint (n=1000)

Hétköznap	átlag	Szórás	95%-os konfidenciaintervallum	
Budapest	9,806757	0,2494111	9,316898	10,29662
Megyeszékhely	8,610593	0,2596745	8,100576	9,12061
Város	9,102561	0,1223015	8,862354	9,342769
Község	7,078594	0,177673	6,729633	7,427555
Szombat				
Budapest	5,013209	0,4344279	4,158441	5,867977
Megyeszékhely	3,008699	0,4421246	2,138787	3,878611
Város	3,432359	0,2133549	3,012568	3,85215
Község	3,696817	0,4127376	2,884726	4,508908

A regressziós táblák a településtípus, az ESOMAR státuszmutató, az internethasználat, a háztartásban élők száma, a családi jövedelem és az aktivitás alapján készültek.

A **településtípus** a Budapest, megyeszékhely, város és község felosztásban szerepel. A táblázatokban a viszonyítási alap Budapest, tehát ehhez képest nő vagy csökken az egyes településtípusok átlaga.

Az **ESOMAR** státuszmutató egy társadalomtudományokban használt 5 fokú mutató, ami életvitel szerint képez öt társadalmi csoportot. Ezek:

A: a háztartás főkeresője önálló vagy alkalmazott értelmiségi (felsőfokú végzettséggel) magasan képzett menedzser; középvezető vagy más menedzser viszonylag sok (hat vagy több) beosztottal; átlagnál magasabb iskolai végzettségű vagyoni javakkal jól ellátott inaktív

B: a háztartás főkeresője magasan képzett alsó és középszintű vezető hatnál több beosztottal; középvezető; más menedzser hatnál kevesebb beosztottal, munkafelügyelő; felsőfokú végzettségű hat, vagy hatnál több alkalmazottat foglalkoztató vállalkozó, legalább középfokú iskolai végzettséggel és átlagos vagy átlagnál jobb vagyoni helyzetben lévő inaktív

(Az A és B státuszkategória a médiatervezésben megszokott módon egy változóban kerül megjelenítésre.)

C1: a háztartás főkeresője középfokú végzettségű középvezető, vagy más menedzser; középfokú végzettséggel rendelkező vállalkozás tulajdonosa, aki legalább hat alkalmazottal dolgozik; középfokú végzettségű mezőgazdasági vállalkozó

C2: a háztartás főkeresője irodai alkalmazott; érettségizett szakmunkás, munkafelügyelő; vállalkozás, vagy üzletrész tulajdonos öt vagy kevesebb alkalmazottal, alacsony iskolai végzettségű anyagi javakkal átlagosan ellátott inaktív, illetve középfokú végzettségű vagyoni helyzetét tekintve átlag alatti inaktív

DE: a háztartás főkeresője szakmunkás, képzetlen munkás, alacsony iskolai végzettségű hatnál kevesebb alkalmazottat foglalkoztató vállalkozó, mezőgazdasági termelő¹⁸²

Az **internethasználat** egy általunk képzett változó, mely öt kategóriát tartalmaz: nincs internet elérhetőség, soha nem használ internetet, ritkán (kevesebb, mint hetente) használ internetet, hetente többször használ internetet, majdnem minden nap használ.

A **háztartásban élők száma** egy négy kategóriás változó: egyedül élő, ketten, hárman vagy négyen illetve négyenél többen élnek egy háztartásban.

A **családi jövedelem** egy öt kategóriás változó: 60 ezer alatt, 60-110 ezer között, 110-200 ezer között, 200-300 ezer között, 300 ezer felett.

Az **aktivitás** egy öt kategóriás változó: aktív kereső, tanuló, munkanélküli, inaktív, nyugdíjas vagy rokkant nyugdíjas.

¹⁸² Szonda-Ipsos

8.1.2. Egyetemes postai szolgáltatások használata

8.3. táblázat: Aktivitás szerinti postahasználat

	levelet, képeslapot feladni	csomagot feladni	pénzt feladni	táviratot feladni	telefonálni, faxolni	levelet átvenni	csomagot átvenni	pénz küldeményt átvenni	bélyeget, borítékot stb. vásárolni	egyéb ügyet intézni
tanuló	0.242**	0.0467	0.422***	-0.0175	0.106***	0.254*	-0.0729	0.185**	0.131	0.135
	(0.100)	(0.0910)	(0.130)	(0.0682)	(0.0262)	(0.133)	(0.110)	(0.0790)	(0.112)	(0.110)
munkanélküli	0.111	0.0198	0.00951	0.0181	-0.0488	0.163	-0.0731	-0.221**	0.0907	0.00434
	(0.0988)	(0.0626)	(0.125)	(0.0407)	(0.0567)	(0.114)	(0.0779)	(0.110)	(0.0837)	(0.0926)
inaktív	-0.0965	-0.0278	0.141	-0.0795	0.0429	-0.0472	-0.0327	-0.0548	-0.202	0.0620
	(0.108)	(0.104)	(0.177)	(0.0865)	(0.0672)	(0.179)	(0.104)	(0.116)	(0.155)	(0.139)
nyugdíjas, rokkant nyugdíjas	0.0927	0.129***	-0.0389	0.0406	0.0459	0.235***	0.138***	-0.0248	0.168***	0.149**
	(0.0676)	(0.0421)	(0.0920)	(0.0282)	(0.0321)	(0.0707)	(0.0416)	(0.0589)	(0.0554)	(0.0601)
konstans	3.162***	3.721***	2.969***	3.912***	3.894***	3.154***	3.728***	3.642***	3.364***	3.538***
	(0.0434)	(0.0299)	(0.0538)	(0.0232)	(0.0262)	(0.0456)	(0.0307)	(0.0342)	(0.0383)	(0.0406)
megfigyelések száma	807	802	811	797	800	803	801	801	802	789
R-négyzet	0.010	0.013	0.011	0.007	0.009	0.019	0.021	0.016	0.021	0.010

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatók; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli ¹⁸³

¹⁸³ A függőváltozó kódolása: 1- hetente, 2 – havonta, 3- néhányszor az elmúlt évben, 4 – soha. Ez alapján tehát a pozitív együtttható az átlagnál ritkább használatot, a negatív a gyakoribbat jelöli.

8.4. táblázat: Internethasználat szerinti postahasználat

	levelet, képeslapot feladni	csomagot feladni	pénzt feladni	táviratot feladni	telefonálni faxolni	levelet átvenni	csomagot átvenni	pénz küldeményt átvenni	bélyeget, borítékot stb. vásárolni	egyéb ügyet intézni
soha	-0.151	0.0718	-0.0233	-0.00307	-0.0364	-0.0558	-0.0383	-0.104	-0.168	-0.0100
	(0.107)	(0.0602)	(0.185)	(0.0442)	(0.0565)	(0.134)	(0.0683)	(0.120)	(0.106)	(0.124)
ritkábban, mint hetente	-0.126	-0.0434	-0.0957	-0.0955	-0.0754	-0.183*	-0.0921	-0.00471	-0.111	0.00927
	(0.107)	(0.0632)	(0.144)	(0.0626)	(0.0673)	(0.106)	(0.0669)	(0.0845)	(0.0894)	(0.0864)
hetente többször	0.0139	-0.0449	0.0525	-0.0505	0.0287	-0.257**	-0.106	0.00560	-0.279***	-0.176**
	(0.0848)	(0.0605)	(0.119)	(0.0533)	(0.0444)	(0.102)	(0.0650)	(0.0875)	(0.0797)	(0.0887)
majdnem mindennap	-0.153**	-0.134***	0.0443	0.00294	-0.0162	-0.280***	-0.197***	0.00839	-0.154**	-0.0831
	(0.0709)	(0.0488)	(0.0919)	(0.0317)	(0.0371)	(0.0775)	(0.0503)	(0.0647)	(0.0625)	(0.0658)
konstans	3.287***	3.817***	2.977***	3.937***	3.922***	3.411***	3.853***	3.617***	3.531***	3.644***
	(0.0514)	(0.0362)	(0.0698)	(0.0273)	(0.0286)	(0.0541)	(0.0340)	(0.0505)	(0.0453)	(0.0482)
megfigyelések száma	793	788	797	783	786	789	787	787	788	775
R-négyzet	0.010	0.017	0.002	0.009	0.005	0.023	0.025	0.001	0.020	0.008

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatók; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli.¹⁸⁴

¹⁸⁴ A függőváltozó kódolása: 1- hetente, 2 – havonta, 3- néhányszor az elmúlt évben, 4 – soha. Ez alapján tehát a pozitív együttható az átlagnál ritkább használatot, a negatív a gyakoribbat jelöli.

8.5. táblázat: Csomagküldés a családi jövedelmi kategóriák szerint

	személyes csomag belföldre	személyes csomag külföldre	szervezetnek vállalatnak küldött csomag belföldre	szervezetnek vállalatnak küldött csomag külföldre
60-110 ezer	0.0785*	-0.00750	-0.00825	-0.00825
	(0.0471)	(0.0396)	(0.0298)	(0.0298)
110-200 ezer	0.0514	-0.0285	-0.00538	-0.000146
	(0.0391)	(0.0350)	(0.0282)	(0.0288)
200-300 ezer	0.154***	-0.0161	0.0197	0.00665
	(0.0490)	(0.0374)	(0.0325)	(0.0312)
300+	0.123*	-0.0549*	0.0516	-0.0265
	(0.0696)	(0.0329)	(0.0472)	(0.0262)
konstans	0.0462	0.0549*	0.0265	0.0265
	(0.0326)	(0.0329)	(0.0262)	(0.0262)
megfigyelések száma	577	577	577	577
R-négyzet	0.019	0.005	0.010	0.003

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatók; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli.¹⁸⁵

¹⁸⁵ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú csomagot, 0 – ha nem kapott.

8.6. táblázat: Csomagküldés az ESOMAR mutatók szerint

	személyes csomag belföldre	személyes csomag külföldre	szervezetnek vállalatnak küldött csomag belföldre	szervezetnek vállalatnak küldött csomag külföldre
B	-0.0467	-0.0444	0.0378	-0.0274
	(0.0729)	(0.0377)	(0.0452)	(0.0368)
C1	-0.109*	-0.0470	-0.00906	-0.0443*
	(0.0562)	(0.0310)	(0.0286)	(0.0265)
C2	-0.0978**	-0.0384	-0.0109	-0.0328
	(0.0472)	(0.0278)	(0.0237)	(0.0260)
DE	-0.144***	-0.0565**	-0.0308	-0.0464*
	(0.0443)	(0.0260)	(0.0211)	(0.0242)
konstans	0.224***	0.0731***	0.0433**	0.0561**
	(0.0421)	(0.0250)	(0.0203)	(0.0237)
megfigyelések száma	995	995	995	995
R-négyzet	0.021	0.011	0.011	0.011

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatók; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli.¹⁸⁶

¹⁸⁶ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú csomagot, 0 – ha nem kapott.

8.7. táblázat: Csomagküldés internethasználat szerint

	személyes csomag belföldre	személyes csomag külföldre	szervezetnek vállalatnak küldött csomag belföldre	szervezetnek vállalatnak küldött csomag külföldre
soha	-0.0186	0.0163	-0.00203	0.0250
	(0.0310)	(0.0277)	(0.0120)	(0.0271)
ritkábban, mint hetente	0.0560	0.0429	0.0325	0.0232
	(0.0372)	(0.0269)	(0.0235)	(0.0207)
hetente többször	0.101**	-0.00216	0.0191	0.0198
	(0.0393)	(0.0143)	(0.0187)	(0.0185)
majdnem minden nap	0.112***	0.0159	0.0247**	0.0101
	(0.0261)	(0.0136)	(0.0123)	(0.0104)
konstans	0.0607***	0.0187**	0.0121*	0.0100
	(0.0147)	(0.00822)	(0.00650)	(0.00614)
megfigyelések száma	983	983	983	983
R-négyzet	0.028	0.006	0.006	0.004

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli.¹⁸⁷

¹⁸⁷ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha feladott adott típusú csomagot, 0 – ha nem adott fel.

8.8. táblázat: Levélfogadás aktivitás szerint

	személyes/ magánlevél	képeslap/ levelezőlap	távirat	újság, magazin, folyóirat
tanuló	-0.143**	-0.235***	-0.0375	-0.0789*
	(0.0659)	(0.0611)	(0.0264)	(0.0412)
munkanélküli	-0.0239	-0.0881	-0.00462	-0.00528
	(0.0554)	(0.0582)	(0.0287)	(0.0428)
inaktív	-0.0630	-0.00403	0.00915	0.0640
	(0.0853)	(0.0870)	(0.0512)	(0.0694)
nyugdíjas, rokkant nyugdíjas	-0.126***	0.00940	0.000726	-0.0136
	(0.0394)	(0.0407)	(0.0215)	(0.0297)
konstans	0.692***	0.506***	0.0780***	0.178***
	(0.0231)	(0.0252)	(0.0130)	(0.0186)
megfigyelések száma	999	999	999	999
R-négyzet	0.016	0.018	0.002	0.005

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatók; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli ¹⁸⁸

¹⁸⁸ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú levelet, 0 – ha nem kapott.

8.9. táblázat: Levélfogadás a családi jövedelem szerint

	személyes/ magánlevél	képeslap/ levelezőlap	távirat	újság, magazin, folyóirat
60-110 ezer	0.157	0.150	0.0664***	0.0508
	(0.100)	(0.0983)	(0.0254)	(0.0539)
110-200 ezer	0.106	0.145	0.103***	0.120**
	(0.0955)	(0.0917)	(0.0206)	(0.0506)
200-300 ezer	0.184*	0.246**	0.0566**	0.167***
	(0.0987)	(0.0959)	(0.0228)	(0.0583)
300+	0.237**	0.254**	0.0900*	0.172**
	(0.112)	(0.118)	(0.0475)	(0.0813)
konstans	0.525***	0.352***	0	0.0769*
	(0.0890)	(0.0845)		(0.0427)
megfigyelések száma	577	577	577	577
R-négyzet	0.014	0.017	0.012	0.018

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatók; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli ¹⁸⁹

¹⁸⁹ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú levelet, 0 – ha nem kapott.

8.10. táblázat: Levélfogadás településtípus szerint

	személyes/ magánlevél	képeslap/ levelezőlap	távirat	újság, magazin, folyóirat
megyeszékhely	0.112**	0.125**	0.0267	0.122***
	(0.0554)	(0.0574)	(0.0266)	(0.0418)
város	0.0420	-0.0235	0.0262	0.0358
	(0.0508)	(0.0508)	(0.0243)	(0.0320)
község	0.0454	-0.00364	0.0295	0.0789**
	(0.0511)	(0.0516)	(0.0249)	(0.0342)
konstans	0.588***	0.467***	0.0526***	0.111***
	(0.0413)	(0.0411)	(0.0182)	(0.0245)
megfigyelések száma	1,000	1,000	1,000	1,000
R-négyzet	0.005	0.011	0.002	0.012

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli¹⁹⁰

8.11. táblázat: Levélfogadás az ESOMAR mutató szerint

	személyes/ magánlevél	képeslap/ levelezőlap	távirat	újság, magazin, folyóirat
B	-0.135	-0.0588	0.0207	-0.0355
	(0.0828)	(0.0914)	(0.0507)	(0.0792)
C1	-0.200***	-0.0920	-0.0533*	-0.160***
	(0.0699)	(0.0774)	(0.0303)	(0.0569)
C2	-0.183***	-0.0864	0.0218	-0.0797
	(0.0503)	(0.0587)	(0.0328)	(0.0512)
DE	-0.197***	-0.162***	-0.00560	-0.133***
	(0.0460)	(0.0548)	(0.0296)	(0.0477)
konstans	0.805***	0.596***	0.0768***	0.272***
	(0.0387)	(0.0487)	(0.0266)	(0.0446)
megfigyelések száma	995	995	995	995
R-négyzet	0.016	0.012	0.006	0.016

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli¹⁹¹

¹⁹⁰ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú levelet, 0 – ha nem kapott.

¹⁹¹ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú levelet, 0 – ha nem kapott.

8.12. táblázat: Levélfogadás az internethasználat szerint

	személyes/ magánlevél	képeslap/ levelezőlap	távirat	újság, magazin, folyóirat
soha	0.107	0.0812	-	-0.0242
	(0.0700)	(0.0756)	0.000944	(0.0467)
ritkábban, mint hetente	0.138**	0.241***	0.0531	0.0964*
	(0.0599)	(0.0620)	(0.0397)	(0.0511)
hetente többször	0.180***	0.154***	0.0558	0.0840*
	(0.0503)	(0.0561)	(0.0356)	(0.0449)
majdnem minden nap	0.0605	0.0364	-0.0151	0.0376
	(0.0408)	(0.0412)	(0.0191)	(0.0289)
konstans	0.575***	0.423***	0.0687***	0.137***
	(0.0300)	(0.0297)	(0.0149)	(0.0201)
megfigyelések száma	983	983	983	983
R-négyzet	0.016	0.023	0.010	0.009

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli¹⁹²

8.13. táblázat: Elektronikus levelek fogadása az internethasználat és az ESOMAR mutatók szerint

	személyes/ magánlevél	képeslap/ levelezőlap		személyes/ magánlevél	képeslap/ levelezőlap
soha	-0.0457	-0.0457	B	-0.126	-0.126
	(0.0460)	(0.0460)		(0.0901)	(0.0901)
ritkábban, mint hetente	0.293***	0.293***	C1	-0.225***	-0.225***
	(0.0587)	(0.0587)		(0.0761)	(0.0761)
hetente többször	0.529***	0.529***	C2	-0.126**	-0.126**
	(0.0496)	(0.0496)		(0.0576)	(0.0576)
majdnem minden nap	0.550***	0.550***	DE	-0.339***	-0.339***
	(0.0338)	(0.0338)		(0.0528)	(0.0528)
konstans	0.135***	0.135***	konstans	0.648***	0.648***
	(0.0205)	(0.0205)		(0.0474)	(0.0474)
megfigyelések száma	983	983		995	995
R-négyzet	0.283	0.283		0.063	0.063

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli¹⁹³

¹⁹² A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú levelet, 0 – ha nem kapott.

¹⁹³ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú levelet, 0 – ha nem kapott.

8.14. táblázat: Elektronikus levelek fogadása a családi jövedelem és az aktivitás szerint

	személyes/ magánlevél	képeslap/ levelezőlap		személyes/ magánlevél	képeslap/ levelezőlap
60-110 ezer	0.0329	0.0329	tanuló	0.0966	0.0966
	(0.0766)	(0.0766)		(0.0649)	(0.0649)
110-200 ezer	0.177**	0.177**	munkanélküli	-0.155***	-0.155***
	(0.0722)	(0.0722)		(0.0570)	(0.0570)
200-300 ezer	0.401***	0.401***	inaktív	-0.177**	-0.177**
	(0.0782)	(0.0782)		(0.0829)	(0.0829)
300+	0.616***	0.616***	nyugdíjas, rokkant nyugdíjas	-0.335***	-0.335***
	(0.0888)	(0.0888)		(0.0355)	(0.0355)
konstans	0.202***	0.202***	konstans	0.541***	0.541***
	(0.0636)	(0.0636)		(0.0252)	(0.0252)
megfigyelések száma	577	577		999	999
R-négyzet	0.124	0.124		0.102	0.102

Megjegyzés: - a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli ¹⁹⁴

8.15. táblázat: Elektronikus levelek fogadása településtípus szerint

	személyes/ magánlevél	képeslap/ levelezőlap
megyeszékhely	-0.140**	-0.140**
	(0.0577)	(0.0577)
város	-0.149***	-0.149***
	(0.0508)	(0.0508)
község	-0.186***	-0.186***
	(0.0512)	(0.0512)
konstans	0.551***	0.551***
	(0.0415)	(0.0415)
megfigyelések száma	1,000	1,000
R-négyzet	0.017	0.017

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli ¹⁹⁵

¹⁹⁴ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú levelet, 0 – ha nem kapott.

¹⁹⁵ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú levelet, 0 – ha nem kapott.

8.16. táblázat: Csomagok fogadása aktivitás szerint

	személyes csomag belföldről	személyes csomag külföldről	cégtől kapott csomag belföldről	cégtől kapott csomag külföldről
tanuló	-0.0914**	0.00882	-0.00138	-0.00486
	(0.0388)	(0.0242)	(0.0410)	(0.0158)
munkanélküli	-0.0346	-0.0253***	-0.00307	-0.0140*
	(0.0409)	(0.00968)	(0.0338)	(0.00831)
inaktív	-0.0132	-0.0306***	-0.0223	-0.00463
	(0.0600)	(0.00809)	(0.0379)	(0.0161)
nyugdíjas, rokkant nyugdíjas	-0.0937***	-0.0158	-0.0421**	-0.00109
	(0.0263)	(0.0107)	(0.0204)	(0.0111)
konstans	0.181***	0.0306***	0.0986***	0.0195***
	(0.0195)	(0.00809)	(0.0144)	(0.00621)
megfigyelések száma	999	999	999	999
R-négyzet	0.015	0.006	0.005	0.001

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli ¹⁹⁶

8.17. táblázat: Csomagok fogadása a család jövedelme szerint

	személyes csomag belföldről	személyes csomag külföldről	cégtől kapott csomag belföldről	cégtől kapott csomag külföldről
60-110 ezer	0.0636**	-0.0148	0.0426*	0.0112
	(0.0314)	(0.0292)	(0.0237)	(0.0155)
110-200 ezer	0.116***	-0.0206	0.0519***	0.000195
	(0.0299)	(0.0275)	(0.0193)	(0.0117)
200-300 ezer	0.262***	0.00153	0.164***	0.0387*
	(0.0459)	(0.0313)	(0.0362)	(0.0224)
300+	0.332***	0.0371	0.227***	0.0640
	(0.0827)	(0.0512)	(0.0715)	(0.0449)
konstans	0.0227	0.0362	0.00936	0.00936
	(0.0164)	(0.0263)	(0.00943)	(0.00943)
megfigyelések száma	577	577	577	577
R-négyzet	0.064	0.009	0.050	0.016

¹⁹⁶ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú csomagot, 0 – ha nem kapott.

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli ¹⁹⁷

8.18. táblázat: Csomagok fogadása az internethasználat szerint

	személyes csomag belföldről	személyes csomag külföldről	cégtől kapott csomag belföldről	cégtől kapott csomag külföldről
soha	0.0345 (0.0411)	-0.00738* (0.00442)	0.0294 (0.0329)	0.00387 (0.00810)
ritkábban, mint hetente	0.106** (0.0439)	0.0108 (0.0141)	0.0720** (0.0335)	0.0487* (0.0267)
hetente többször	0.120*** (0.0404)	0.0119 (0.0151)	0.131*** (0.0371)	0.0213 (0.0158)
majdnem minden nap	0.145*** (0.0274)	0.0343*** (0.0115)	0.0930*** (0.0203)	0.0182** (0.00821)
konstans	0.0637*** (0.0142)	0.00738* (0.00442)	0.0261*** (0.00916)	0.00344 (0.00344)
megfigyelések száma	983	983	983	983
R-négyzet	0.035	0.012	0.031	0.012

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli ¹⁹⁸

¹⁹⁷ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú csomagot, 0 – ha nem kapott.

¹⁹⁸ A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott adott típusú csomagot, 0 – ha nem kapott.

8.19. táblázat: Gyors- és futárposta használat az internethasználat illetve településtípus függvényében

	feladás gyors- és futárpostával	fogadás gyors- és futárpostával		feladás gyors- és futárpostával	fogadás gyors- és futárpostával
soha	-0.0196**	0.00330	Megyeszékhely	-0.0302	-0.0485*
	(0.00777)	(0.0235)		(0.0264)	(0.0292)
ritkábban, mint hetente	0.0267	0.0322	Város	-0.0516**	-0.0290
	(0.0261)	(0.0231)		(0.0221)	(0.0268)
hetente többször	0.0188	0.0539**	Község	-0.0430*	-0.0327
	(0.0200)	(0.0258)		(0.0238)	(0.0278)
majdnem minden nap	0.0460***	0.118***			
	(0.0162)	(0.0211)			
konstans	0.0196**	0.0228***		0.0758***	0.105***
	(0.00777)	(0.00819)		(0.0204)	(0.0226)
megfigyelések száma	983	983		1,000	1,000
R-négyzet	0.013	0.040		0.009	0.003

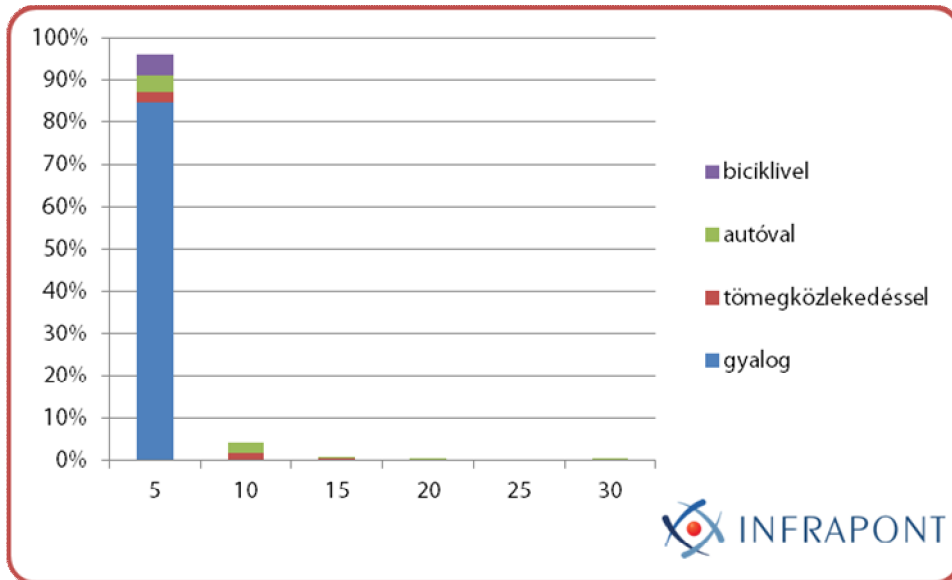
Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatók; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli. ¹⁹⁹

199 A függő változók minden esetben kétértékű változók: 1- ha kapott vagy adott fel küldeményt gyors- vagy futárpostával, 0 – ha nem.

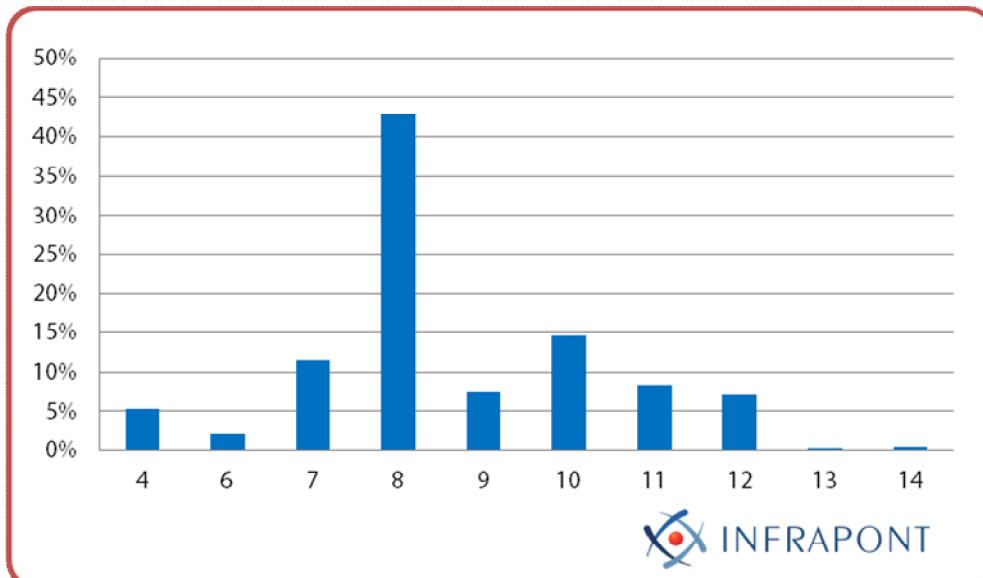
8.2. Lakossági adatfelvételhez tartozó ábrák

8.2.1. Postai szolgáltatások elérhetősége és elégedettség

8.1. ábra: Postahivatalok elérhetősége – kilométerben (n=978)²⁰⁰

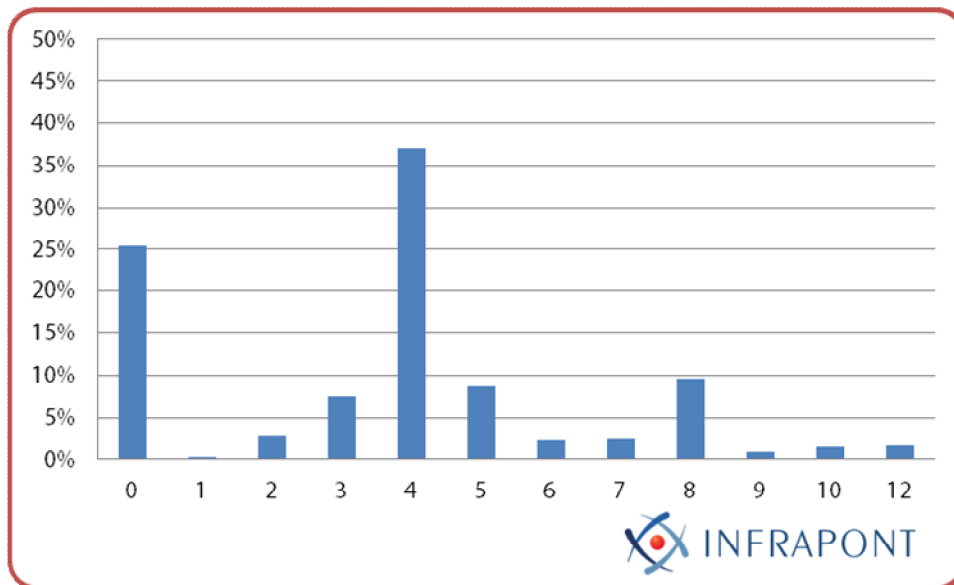


8.2. ábra: Postahivatalok nyitva tartásának hossza – hétköznaponként (a válaszadók százalékában)

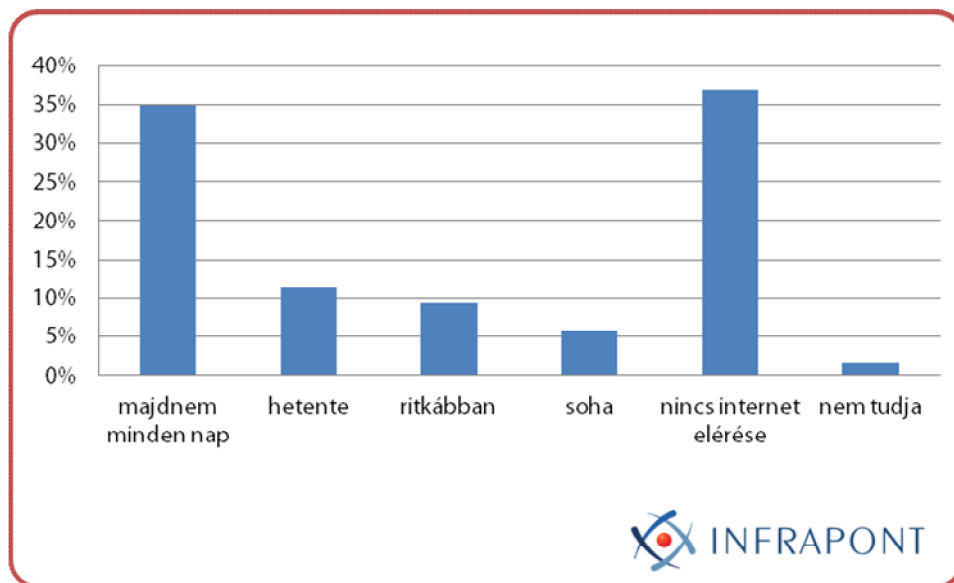


²⁰⁰ A kilométerben használt közlekedési sebességek: gyalogos esetén 4km/óra, tömegközlekedés esetén 25km/óra, autó esetén 40km/óra, bicikli esetén 10km/óra.

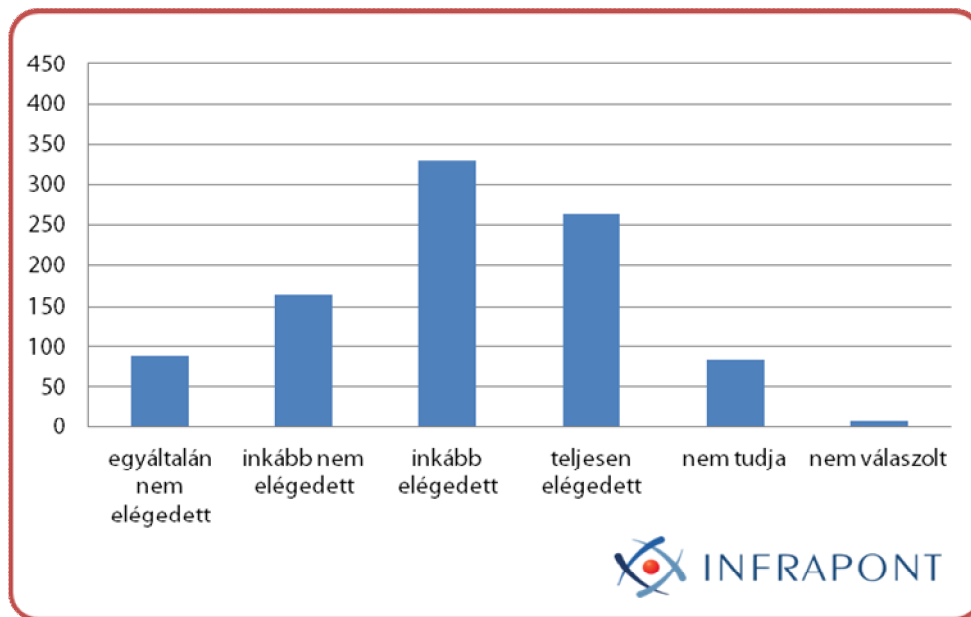
8.3. ábra: Postahivatalok nyitva tartásának hossza – hétvégén (a válaszadók százalékában)



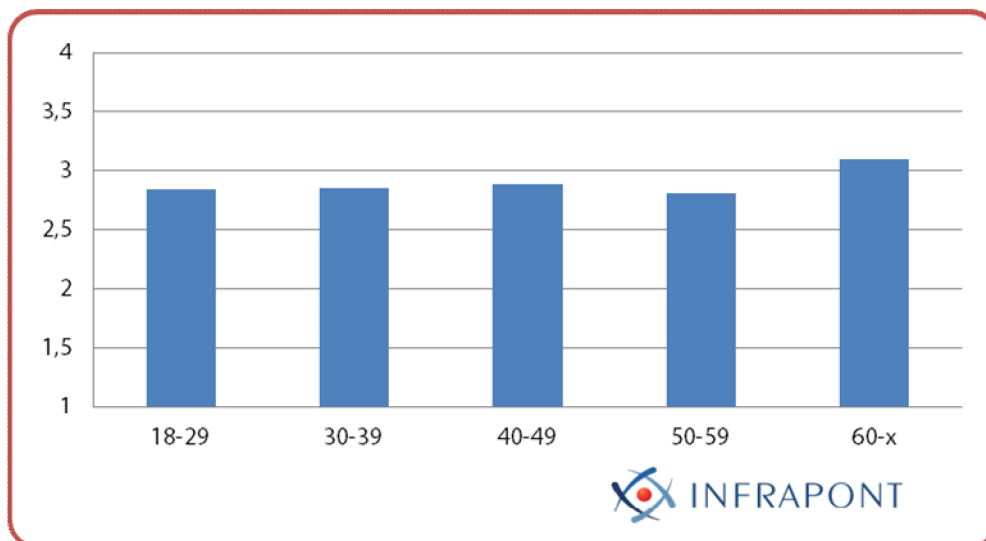
8.4. ábra: Internethasználat gyakorisága (n=1000)



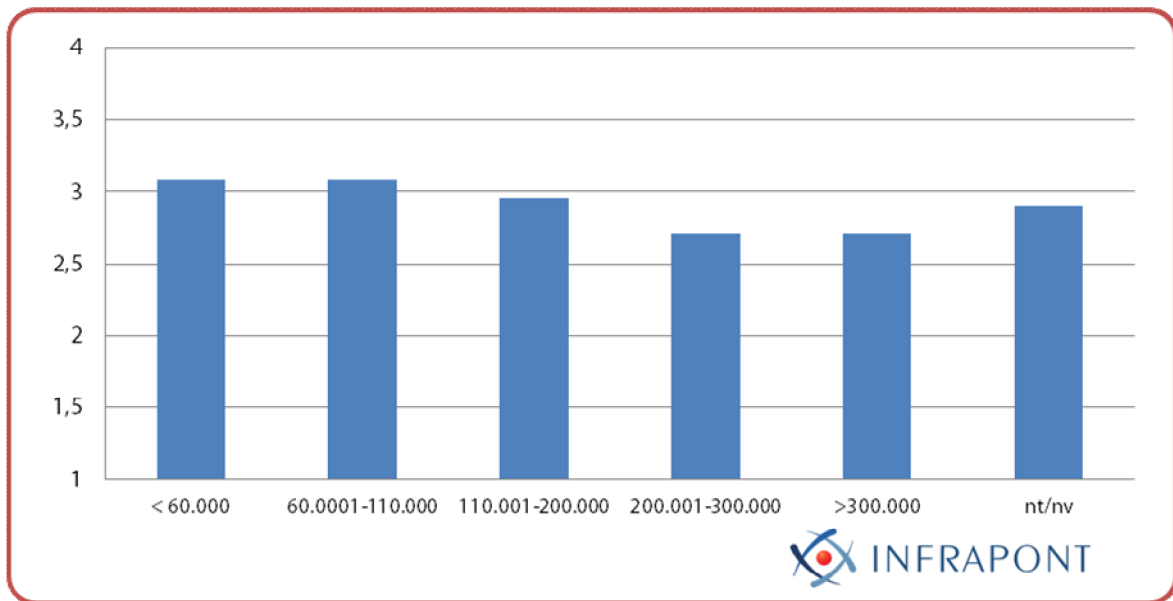
8.5. ábra: Sorban állás ideje – elégedettség (n=935)



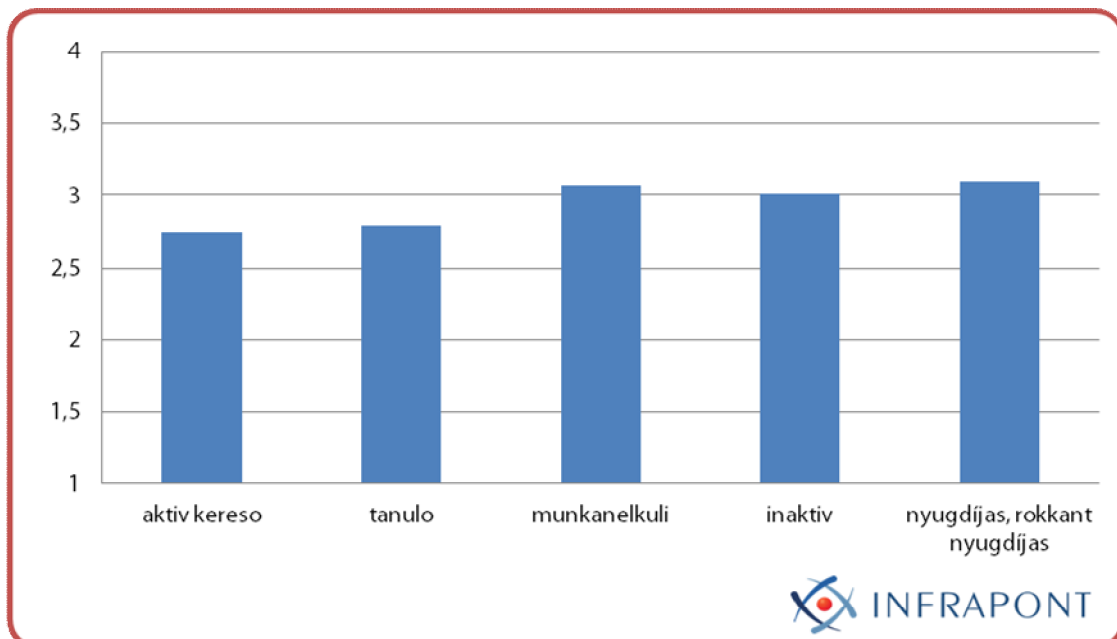
8.6. ábra: Sorban állás – elégedettség a kor szerint



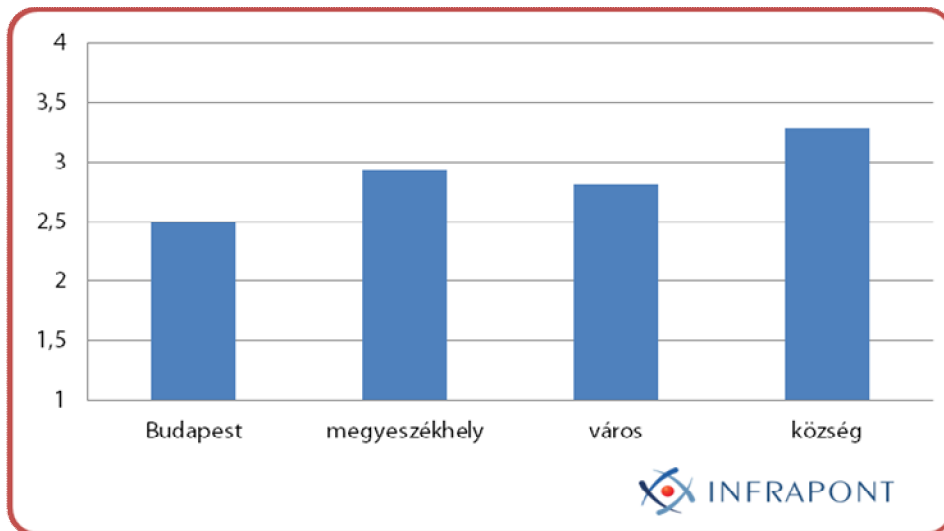
8.7. ábra: Sorban állás – elégedettség a háztartás jövedelme szerint



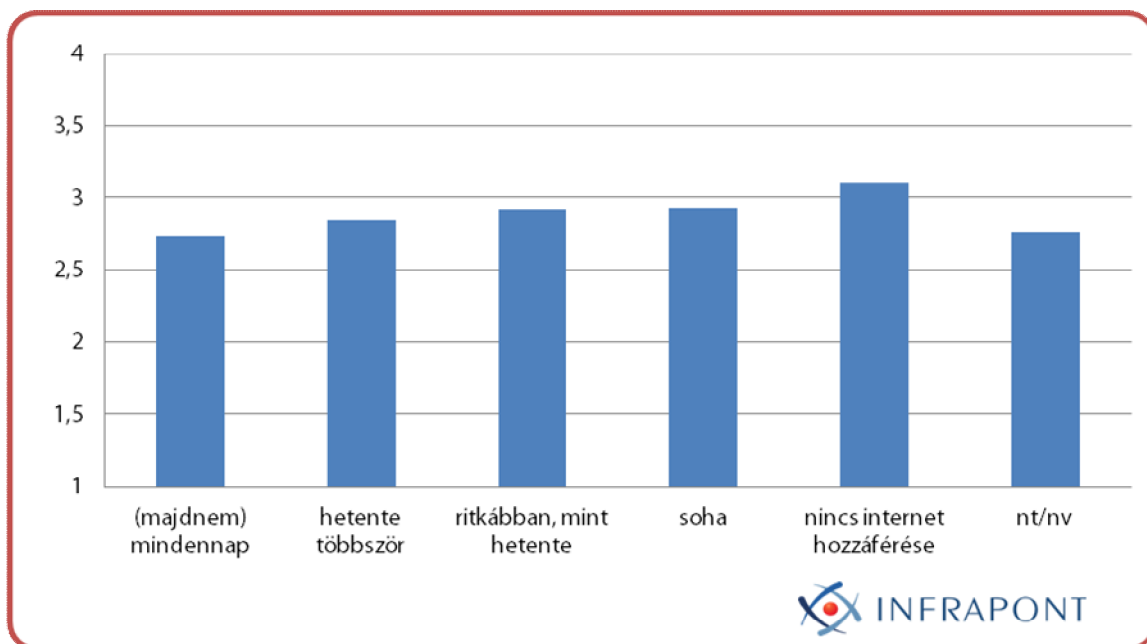
8.8. ábra: Sorban állás – elégedettség a státusz szerint



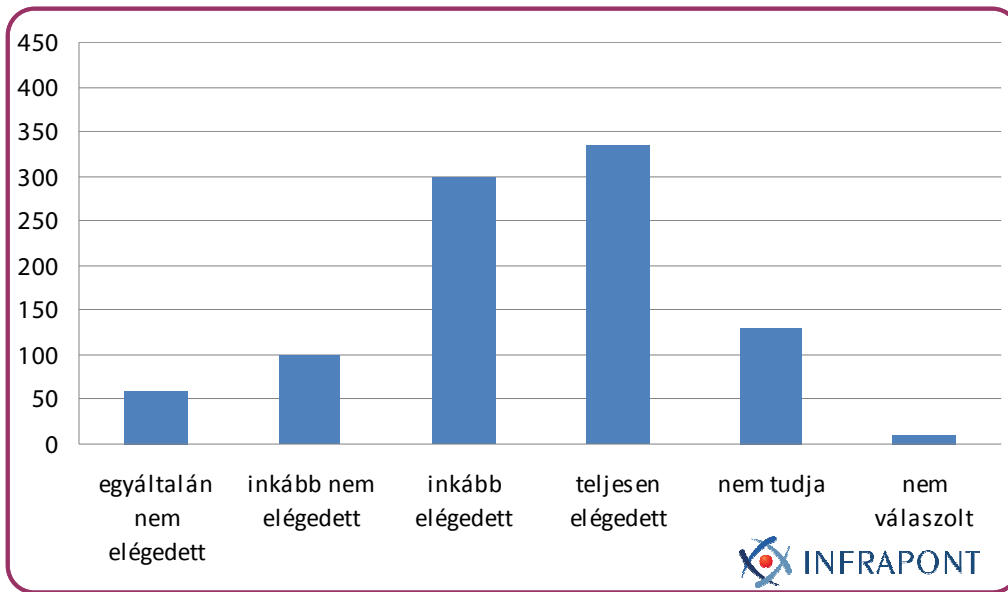
8.9. ábra: Sorban állás – elégedettség a település típusa szerint



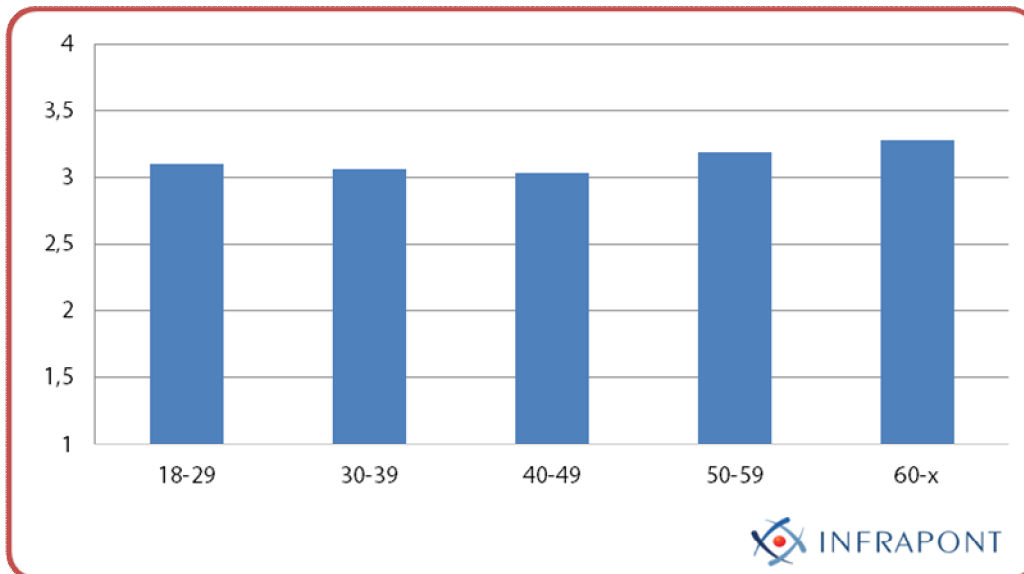
8.10. ábra: Sorban állás – elégedettség az internethasználat gyakorisága szerint



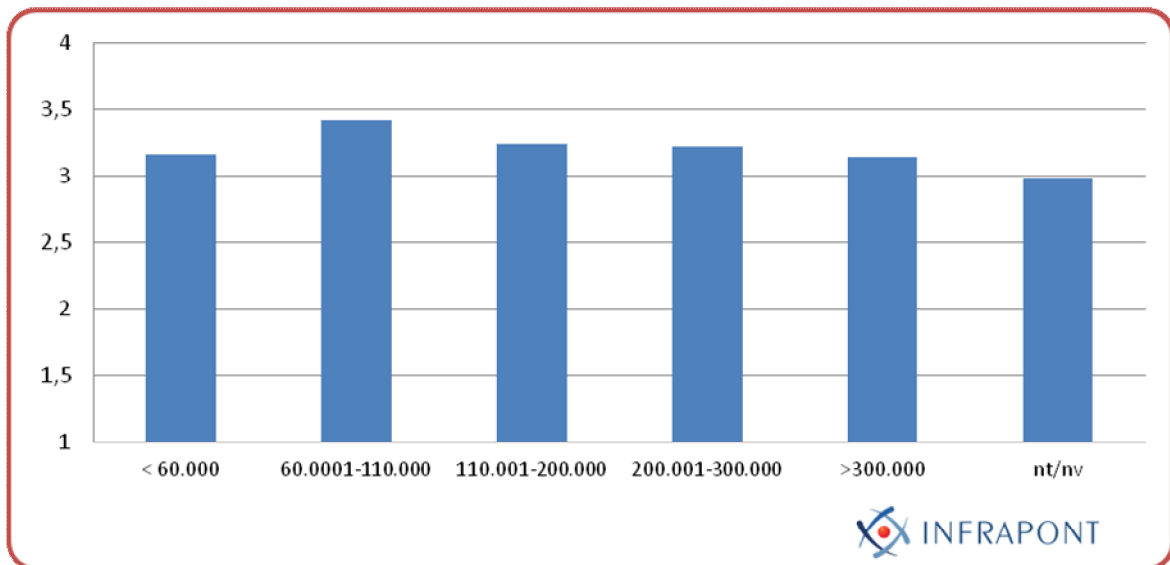
8.11. ábra: Hétvégi nyitva tartás – elégedettség (n=935)



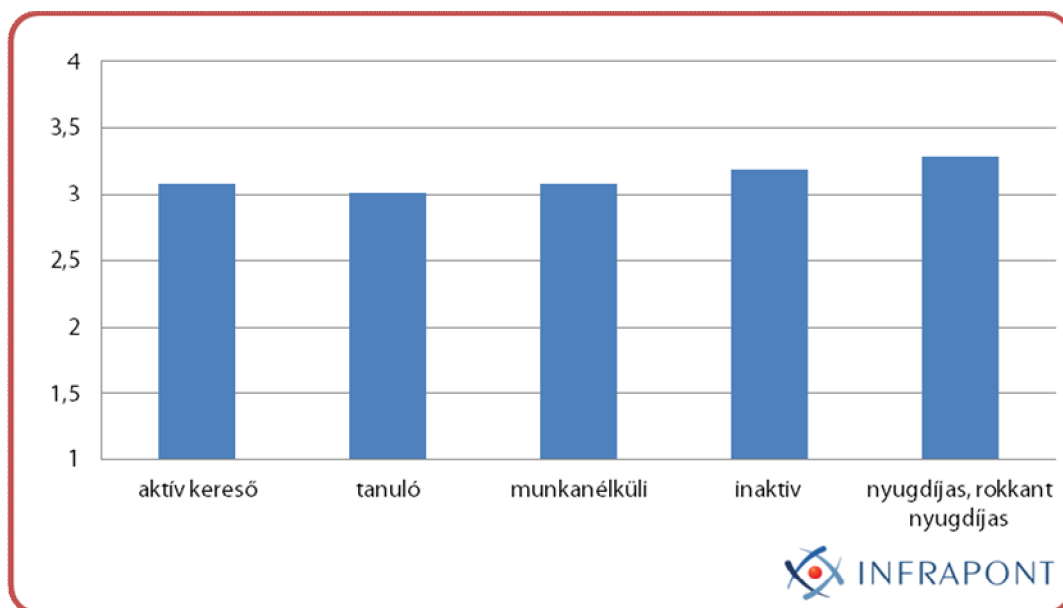
8.12. ábra: Hétvégi nyitva tartás – elégedettség kor szerint



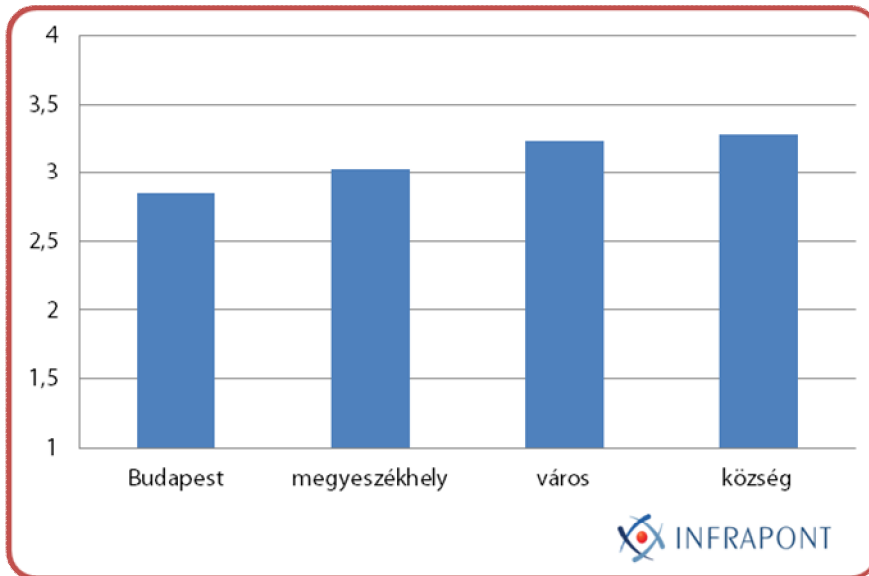
8.13. ábra: Hétvégi nyitva tartás – elégedettség a háztartás jövedelme szerint



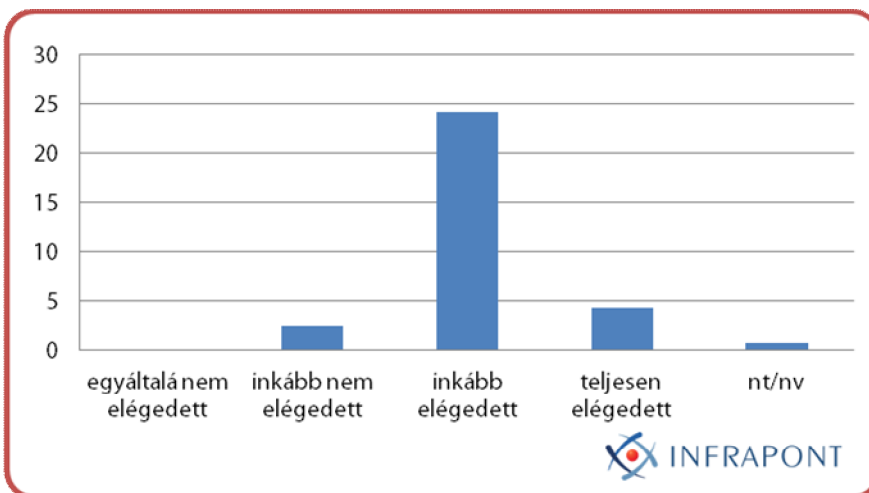
8.14. ábra: Hétvégi nyitva tartás – elégedettség státusz szerint



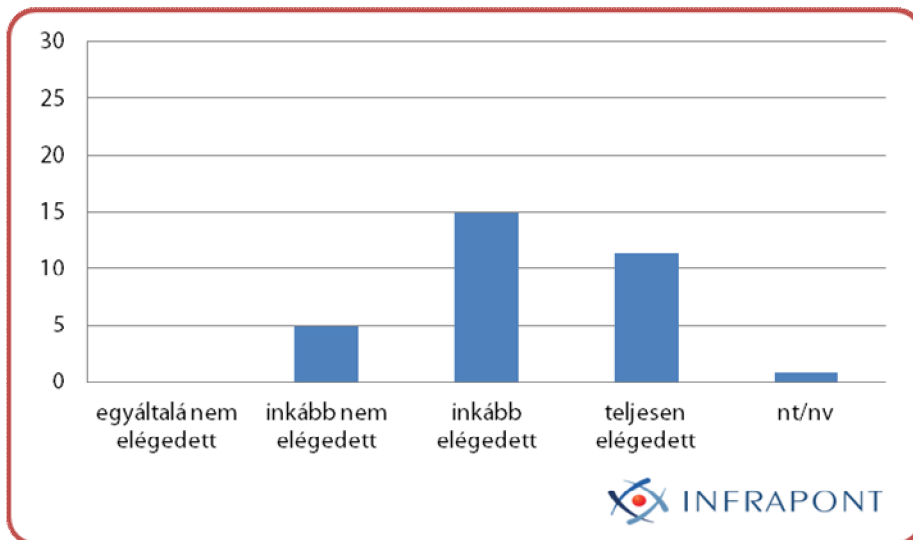
8.15. ábra: Hétvégi nyitva tartás – elégedettség településtípus szerint



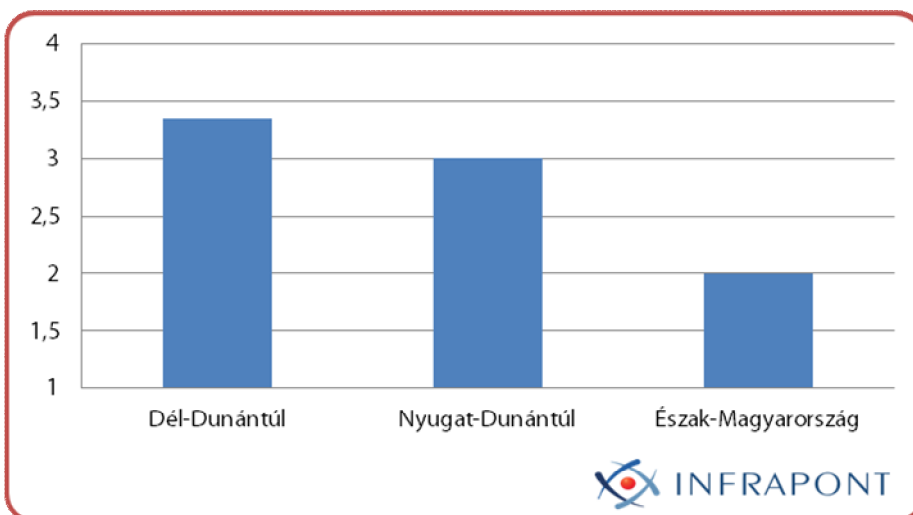
8.16. ábra: Mobilpostán elérhető szolgáltatások köre – elégedettség (n=32)



8.17. ábra: Mobilposta kijárásának gyakorisága – elégedettség (n=32)

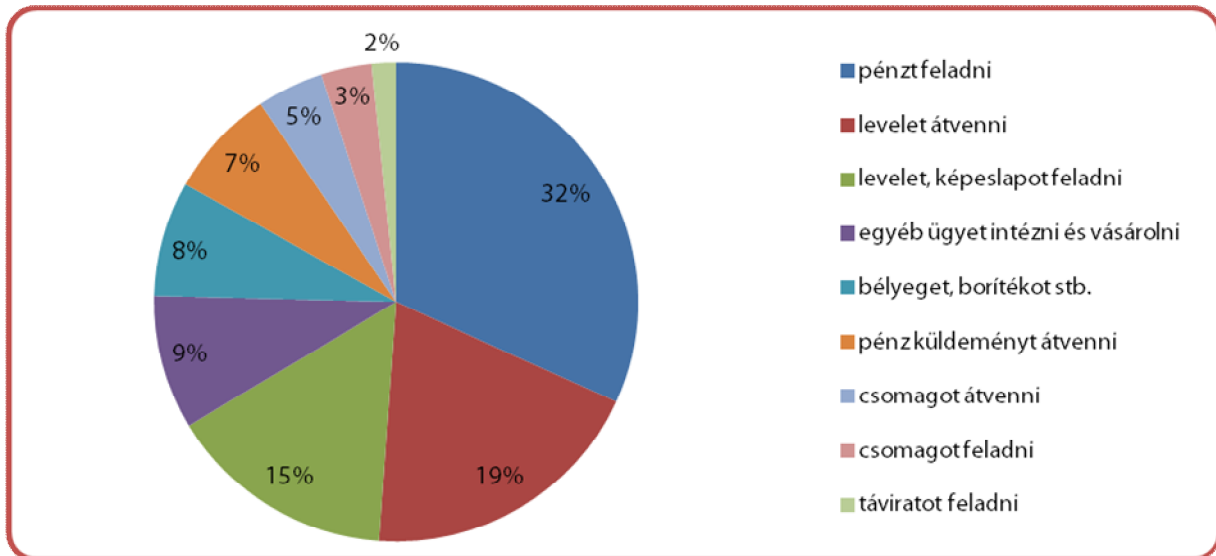


8.18. ábra: Kijárás gyakorisága – elégedettség régiók szerint

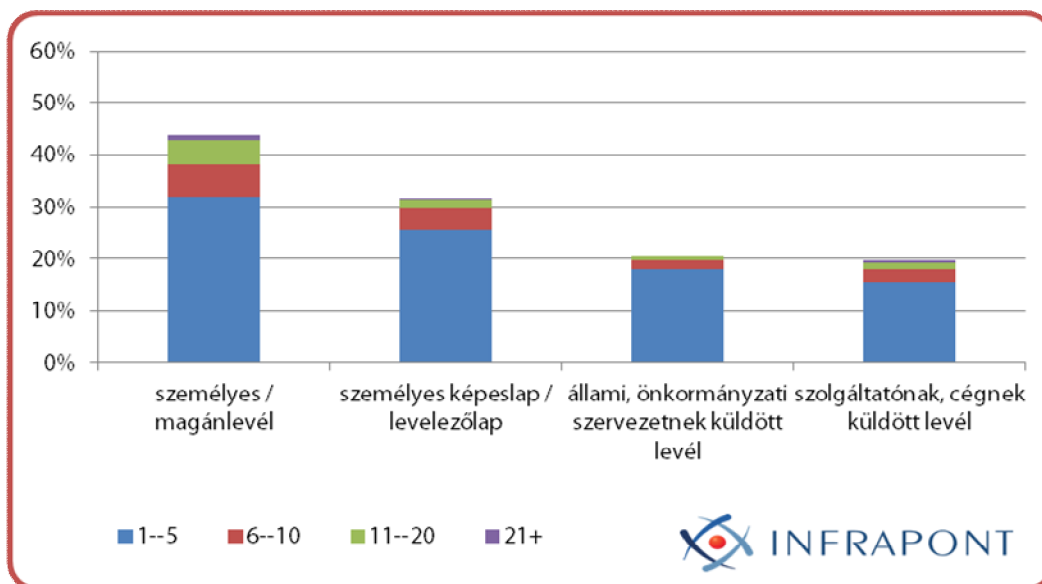


8.2.2. Postai szolgáltatások és helyettesítőik használata

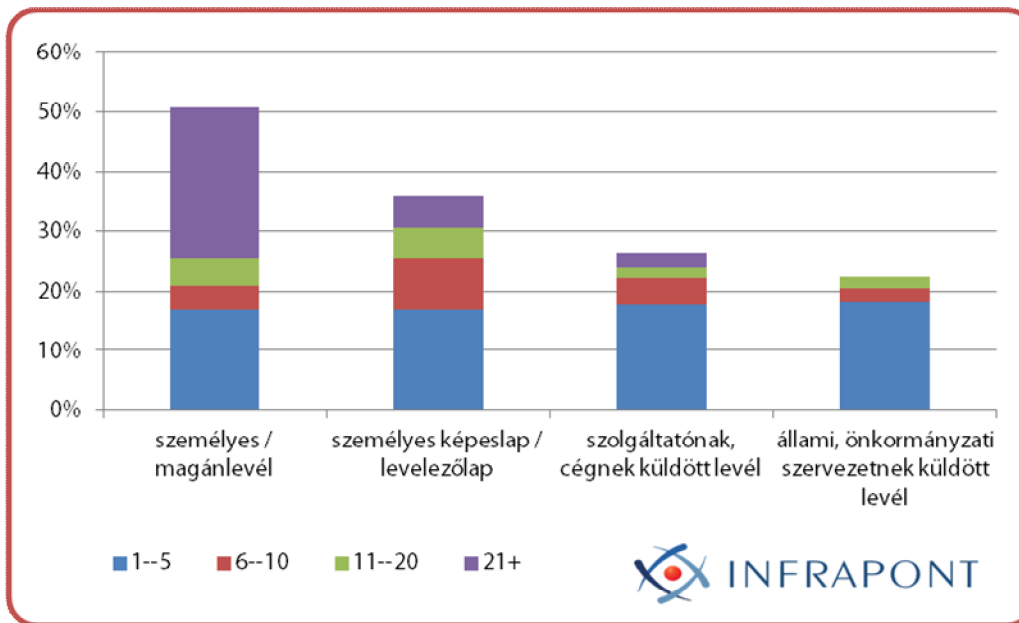
8.19. ábra: Hány alkalommal jártak a postán az egyes ügyekben évente? – relatív megoszlás



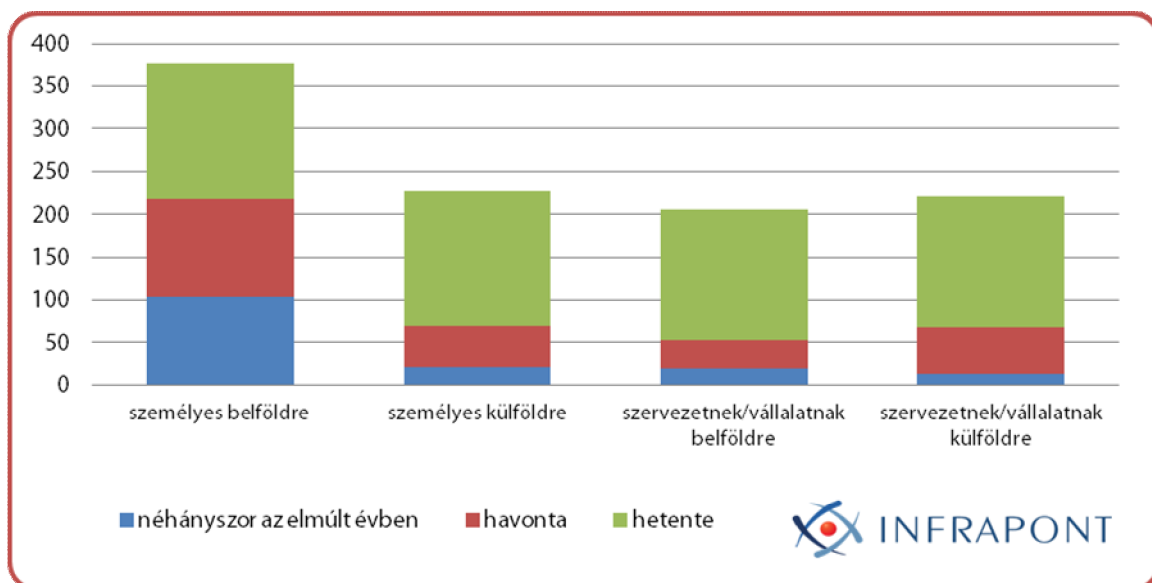
8.20. ábra: A posta, mint platform relatív használata (n=1000)



8.21. ábra: Az elektronikus platform relatív használata (n=1000)²⁰¹



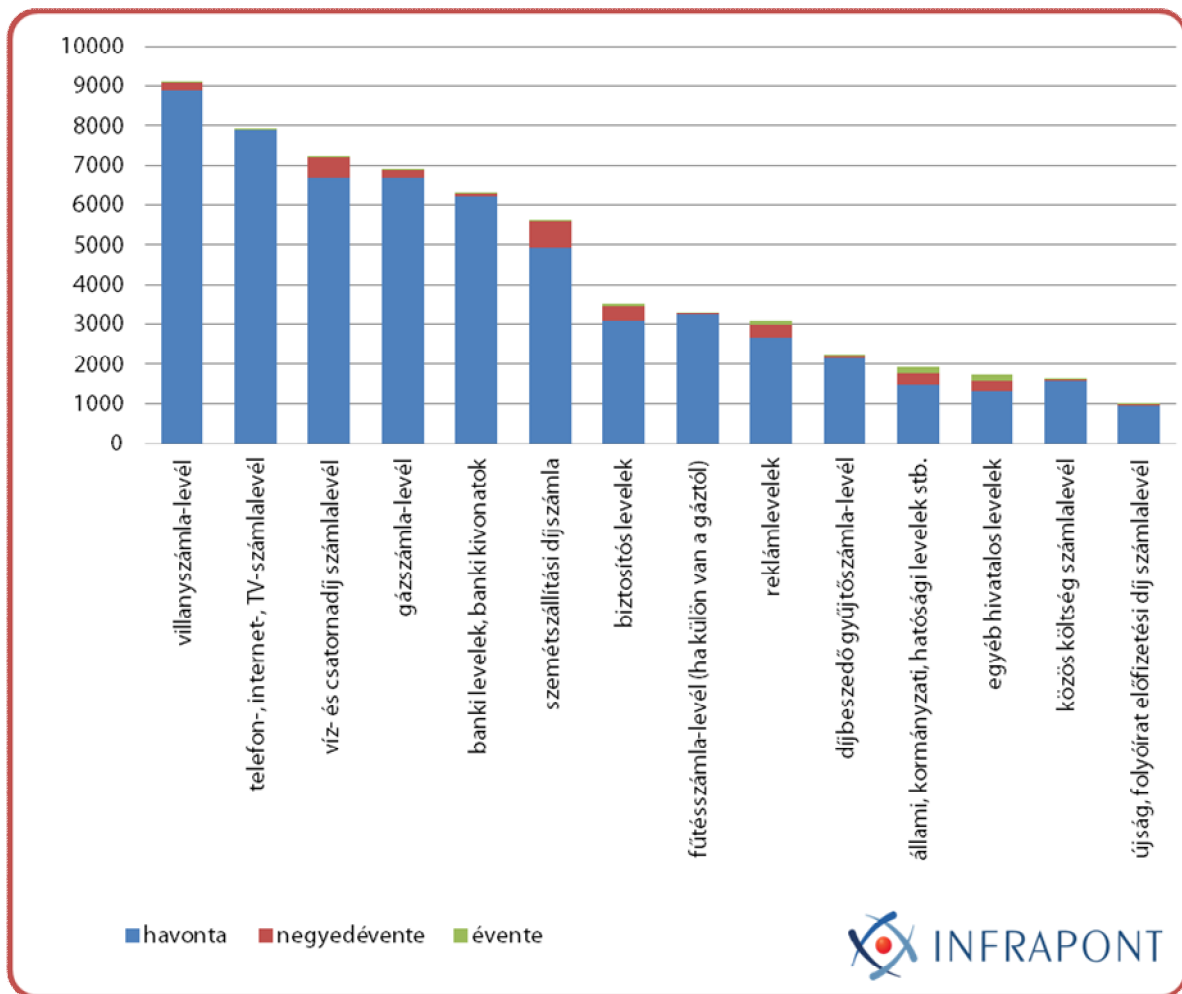
8.22. ábra: Csomagküldés éves szinten²⁰²



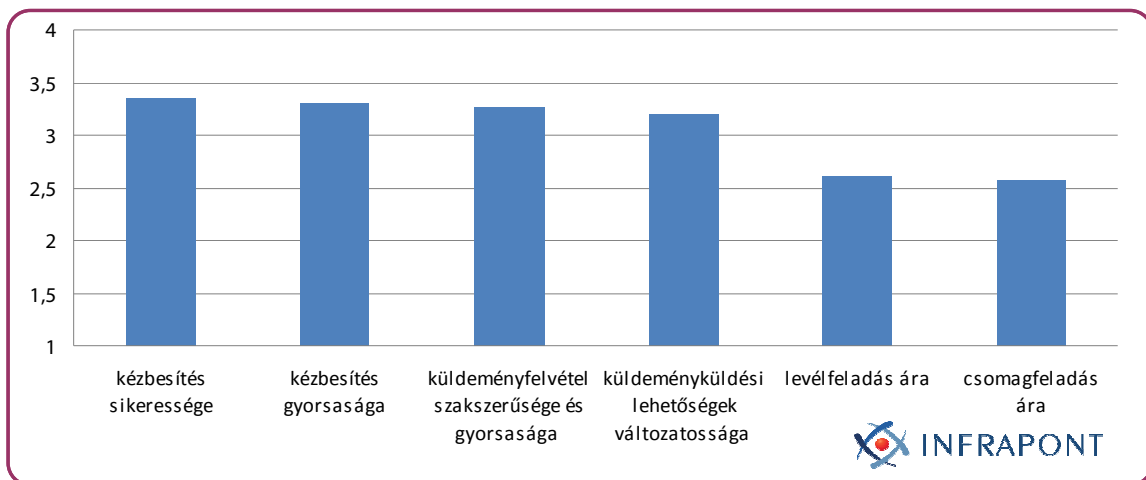
²⁰¹ Az ábrán látható százalékok az elektronikus levélküldés és az internethez hozzáférők hányadosaként adódnak. Az internethez hozzáférőkbe beleszámoltunk mindenkit, akinek otthon, a munkahelyén, az iskolájában, az ismerősénél, rokonánál, nyilvános vagy egyéb helyen van hozzáférése – ami összesen 631 embert jelent az 1000 fős mintában.

²⁰² Az éves becsléshez használt súlyok: néhányszor az évben -1, havonta -12, hetente – 52.

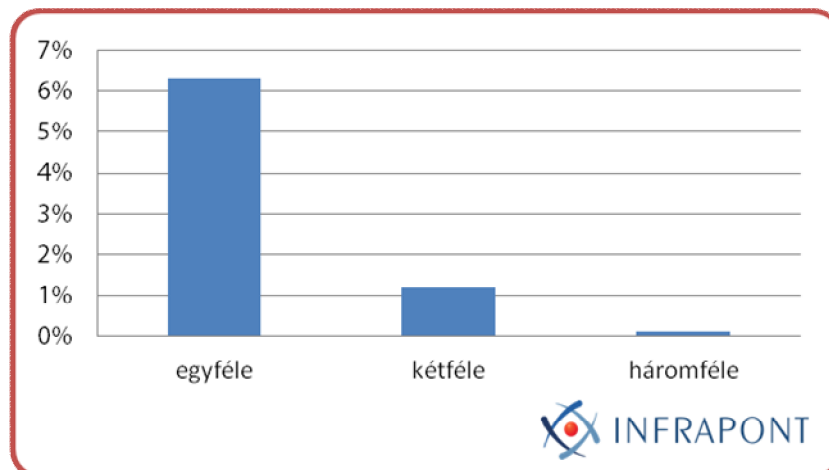
8.23. ábra: Küldeményfogadás – nem magánlevél postán (éves becslés; n=1000)



8.24. ábra: Gyors- és futárposta használat a Magyar Postát is használók körében – elégedettség (n=80)



8.25. ábra: Panaszt megfogalmazók eloszlása (n=76)



8.3. Kkv adatfelvételhez tartozó kiegészítő táblázatok

8.3.1. Egyetemes szolgáltatások használata

8.26. táblázat: Csomagok feladása – korrelációk

Belföld	Vállalat alkalmazottainak létszáma	Megfigyelések száma	Vállalat árbevétele	Megfigyelések száma
lakosságnak havonta	0,0276	150	0,0383	152
lakosságnak évente	0,5484	14	-0,1522	14
üzleti partnernek havonta	0,2723	132	0,1937	133
üzleti partnernek évente	-0,0435	31	-0,1453	31
Külföld				
lakosságnak havonta	0,0988	160	0,1532	162
lakosságnak évente	0,4082	5	-0,1336	5
üzleti partnernek havonta	0,181	151	0,239	153
üzleti partnernek évente	0,0882	14	-0,2035	14

8.27. táblázat: Csomagok fogadása – korrelációk

Belföldről	Vállalat alkalmazottainak létszáma	Megfigyelések száma	Vállalat árbevétele	Megfigyelések száma
lakosságtól havonta	-0,7116	8	-0,6019	8
lakosságtól évente	0,0166	275	-0,0385	280
üzleti partnertől havonta	-0,0451	45	-0,0462	46
üzleti partnertől évente	0,1683	235	0,1713	238
Külföldről				
lakosságtól havonta	-	-	-	-
lakosságtól évente	-0,0961	283	-0,094	288
üzleti partnertől havonta	0,6325	6	0	6
üzleti partnertől évente	0,0532	276	0,0502	281

8.28. táblázat: A postai költségeket magyarázó tényezők

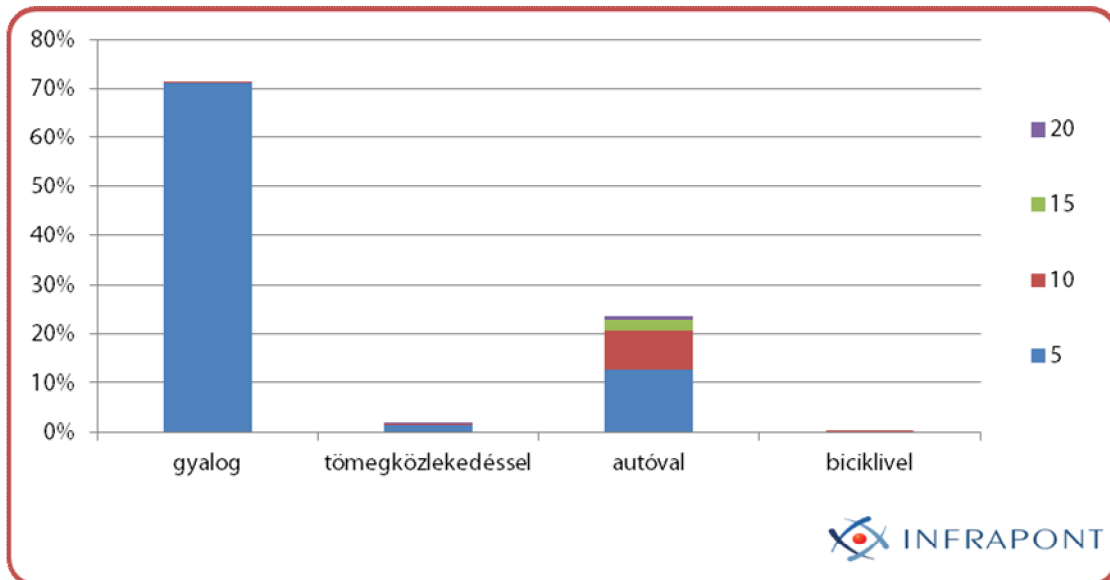
	Posta költség
levelezőlap, képeslap feladás	-0.198 (0.717)
levél feladás	0.742 (2.320)
címzett reklámküldemény feladás	3.411 ^{***} (1.194)
nyomtatvány feladás	0.646 (0.894)
csomagfeladás	1.123* (0.678)
pénz feladás	-1.443** (0.703)
levél átvétel	0.543 (0.955)
csomag átvétel	0.443 (0.765)
pénz átvétel	1.821 ^{***} (0.687)
bélyeg, boríték, képeslap, levelezőlap, postai egységdoboz stb.	0.678 (0.668)
egyéb ügyintézés	0.198 (0.903)
konstans	6.078** (2.455)
megfigyelések száma	257
R-négyzet	0.127

Megjegyzés: a zárójelben a sztenderd hibák találhatóak; a *** az 1%-os, a ** az 5%-os, a * a 10%-os szignifikanciaszintet jelöli.

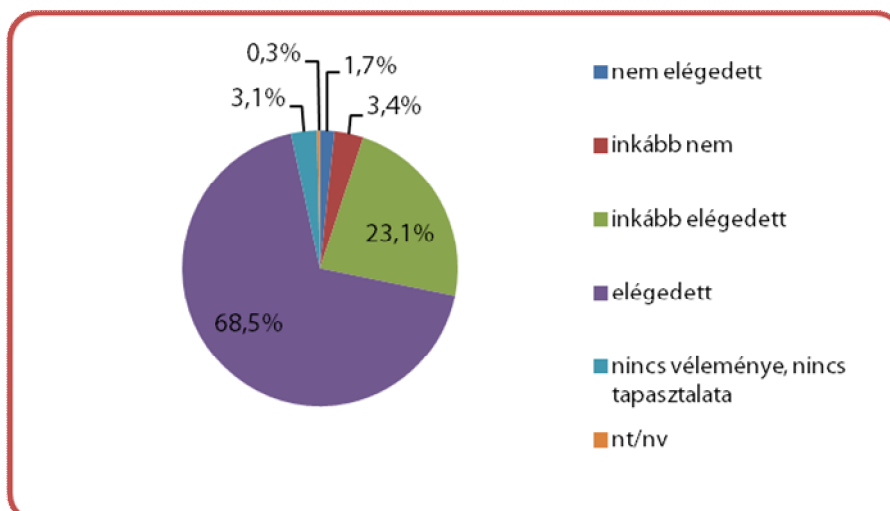
8.4. Kkv adatfelvételhez tartozó kiegészítő ábrák

8.4.1. Egyetemes postai szolgáltatások elérése és elégedettség

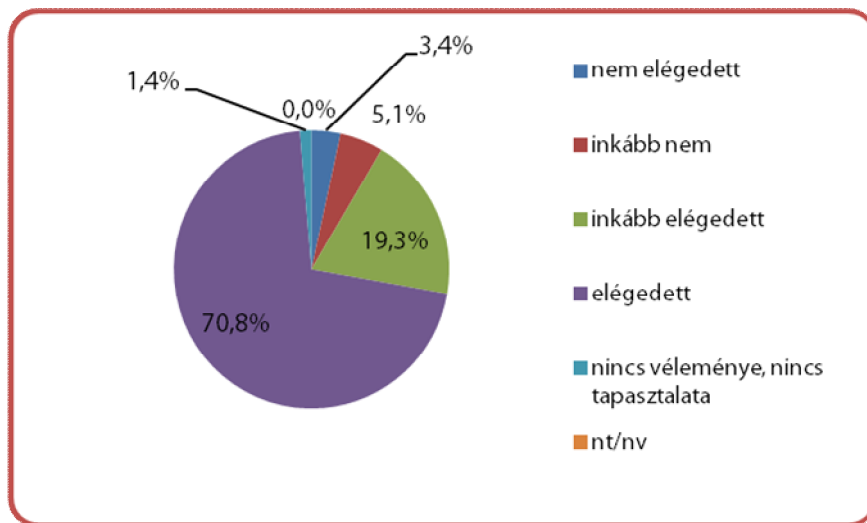
8.29. ábra: Postahivatalok elérhetősége – kilométerben (n=295)



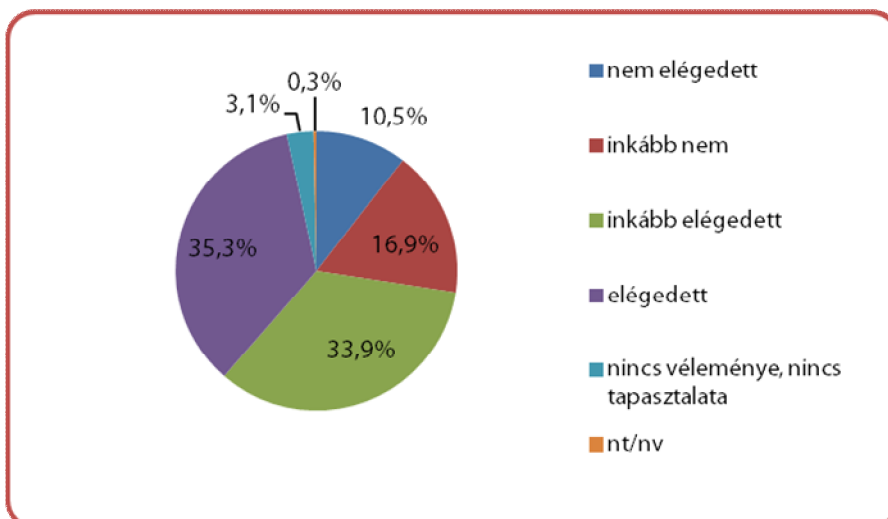
8.30. ábra: A „postahivatal távolságával” való elégedettség (n=295)



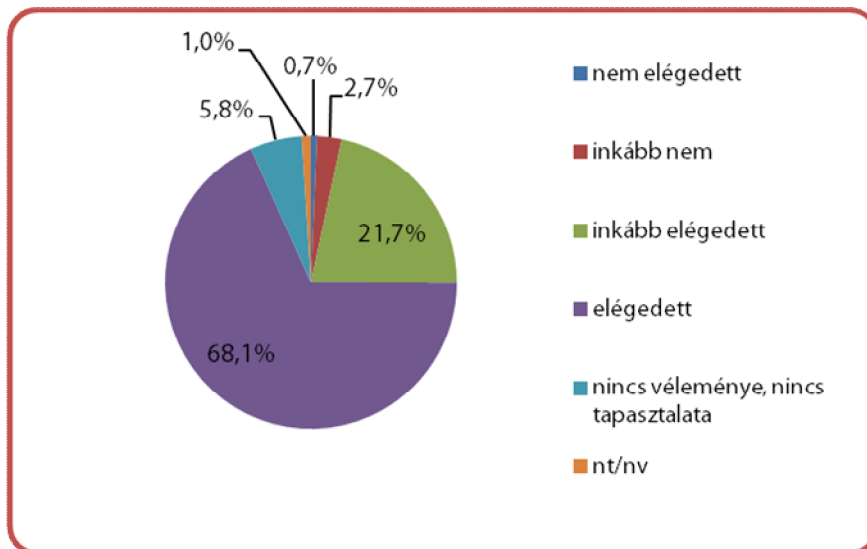
8.31. ábra: A „posta hétköznapi nyitva tartásával” való elégedettség (n=295)



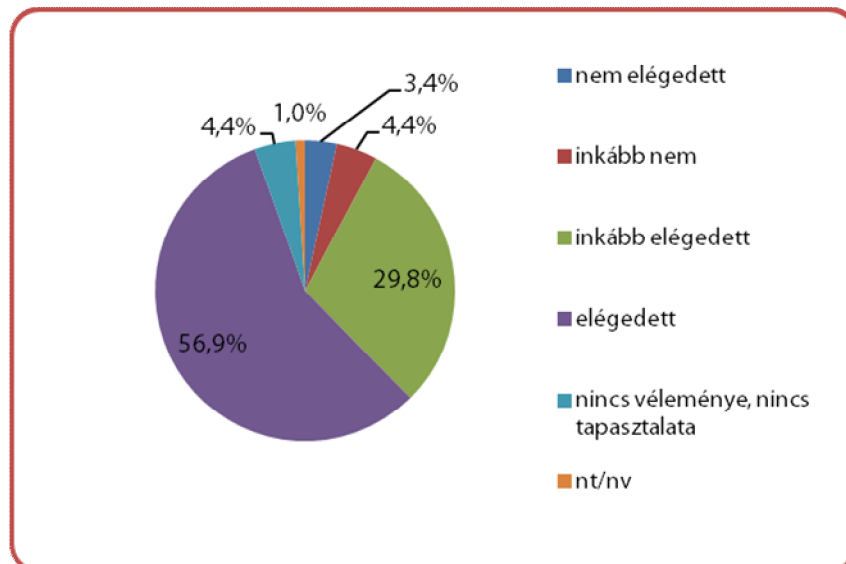
8.32. ábra: A „sorban állás idejével” való elégedettség (n=295)



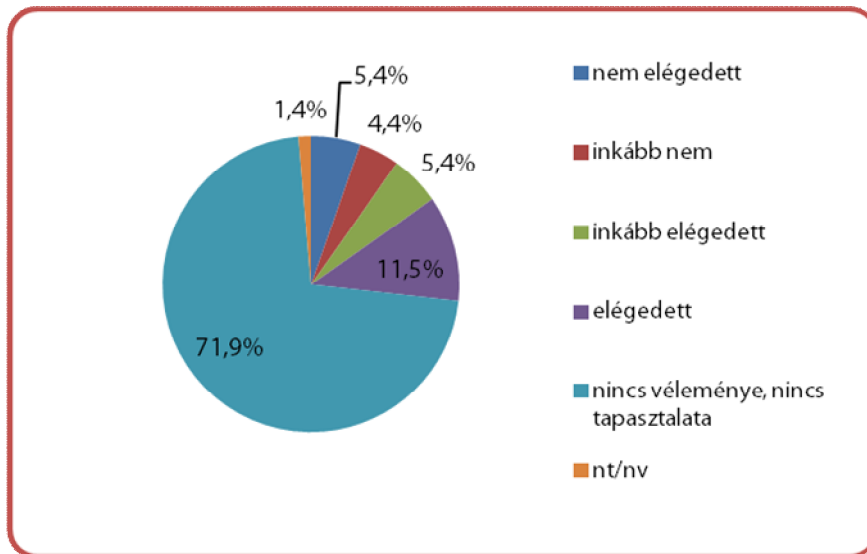
8.33. ábra: A „kézbesítés gyakoriságával” való elégedettség (n=295)



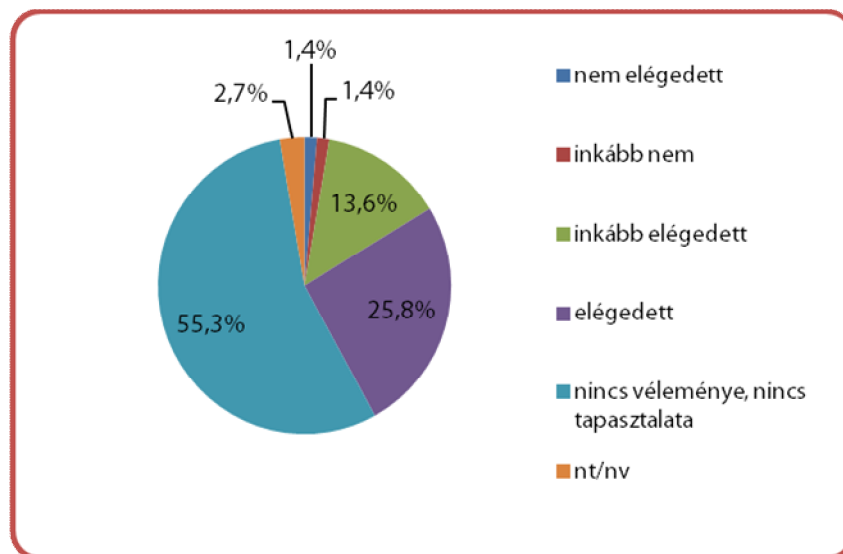
8.34. ábra: A „kézbesítés gyorsasága” való elégedettség (n=295)



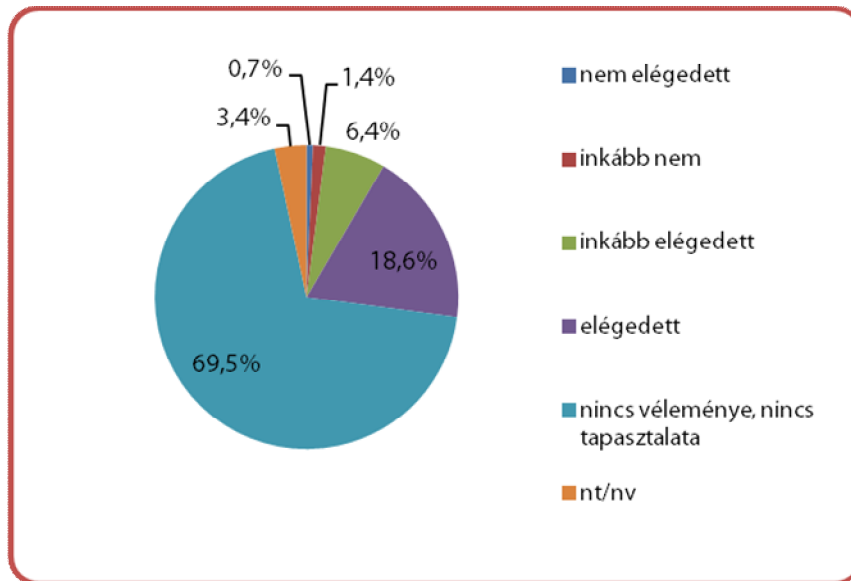
8.35. ábra: A „küldemény eltűnése, késedelmes kézbesítése vagy sérülése esetén a kártérítés mértékével” való elégedettség (n=295)



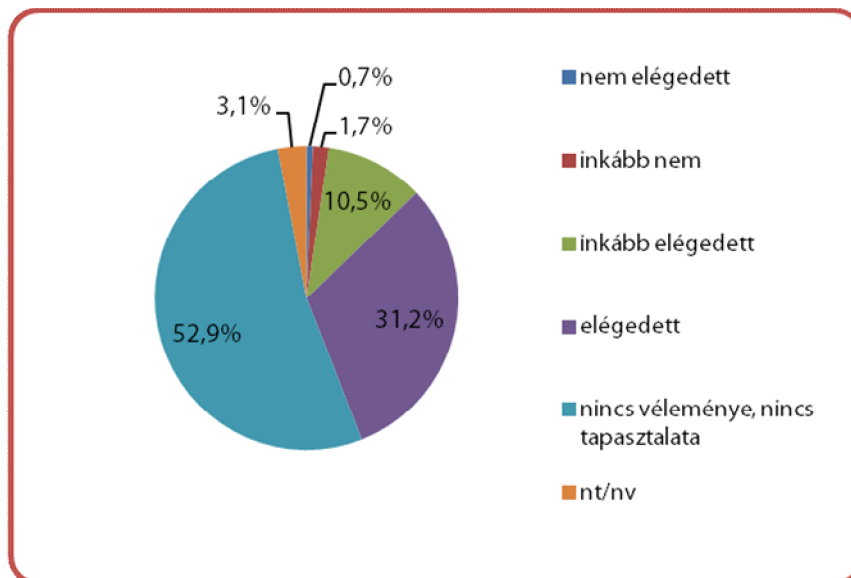
8.36. ábra: Az „egyedi ügyfélkezelés, a Magyar Posta rendelkezésre állásával (pl. egyedi szerződéskötés esetén)” való elégedettség (n=295)



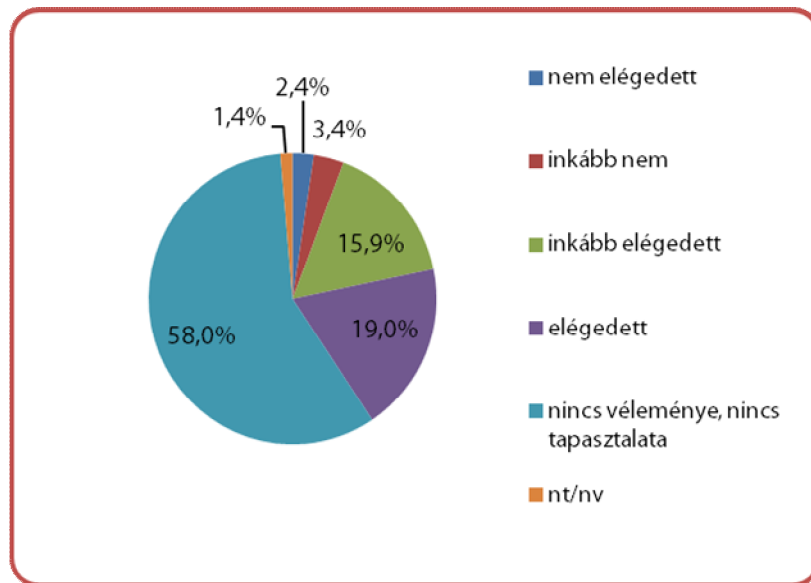
8.37. ábra: Az „egyedi szerződés tartalmával (speciális igények kiszolgálásával)” való elégedettség (n=295)



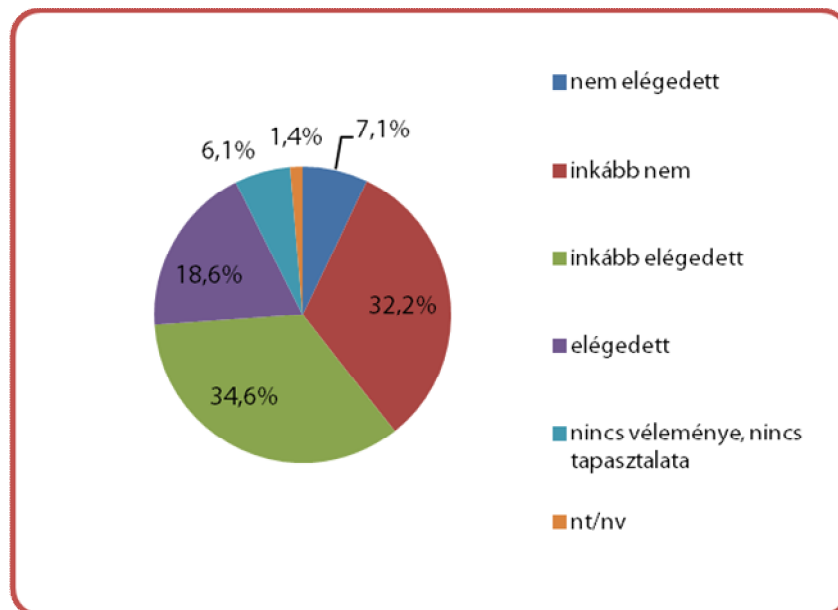
8.38. ábra: A „szerződéskötéssel, a számlázással kapcsolatos ügyintézésel” való elégedettség (n=295)



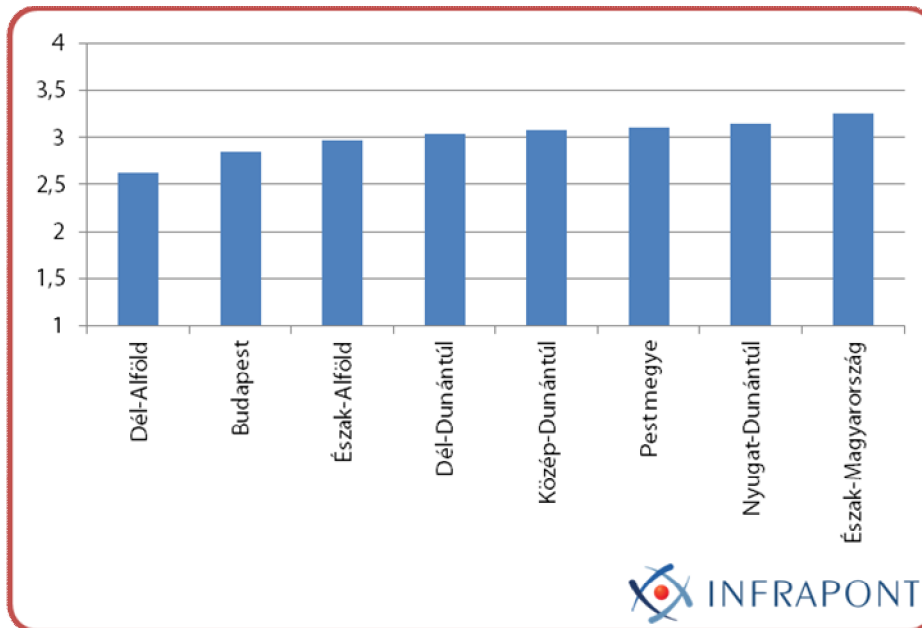
8.39. ábra: A „panaszok kezelésével” való elégedettség (n=295)



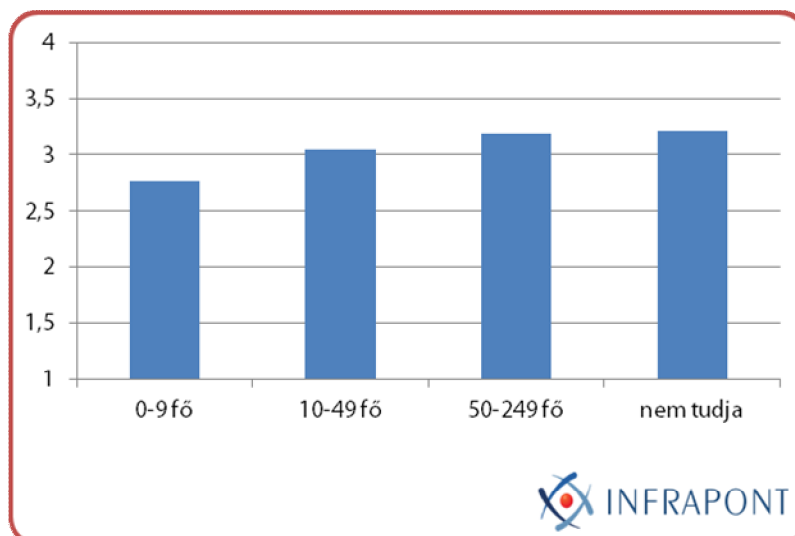
8.40. ábra: A „postai szolgáltatások ár/érték arányával” való elégedettség (n=295)



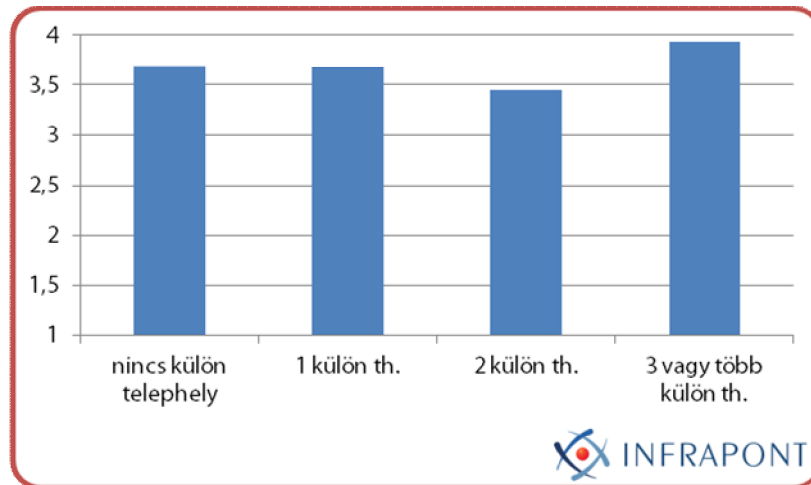
8.41. ábra: A „sorban állás idejével” való elégedettség átlaga a kkv székhelyének elhelyezkedése szerint (n=285)



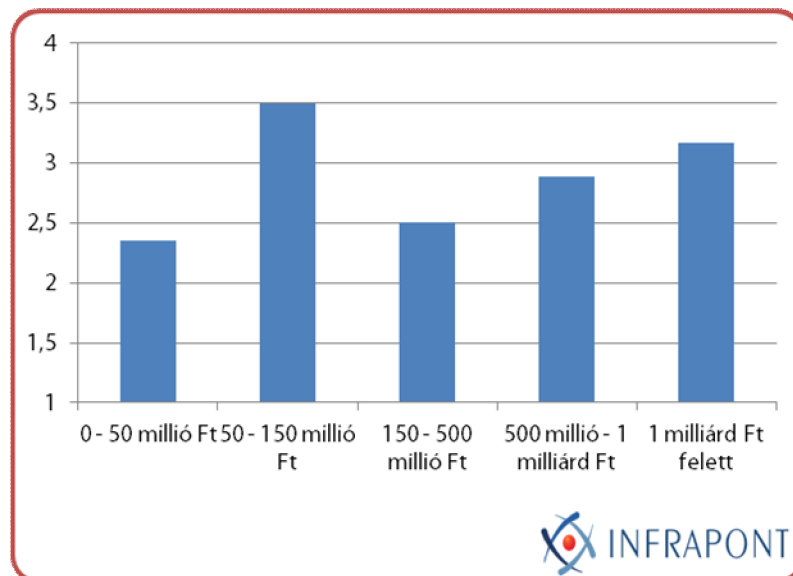
8.42. ábra: A „sorban állás idejével” való elégedettség átlaga a kkv alkalmazottainak száma szerint (n=285)



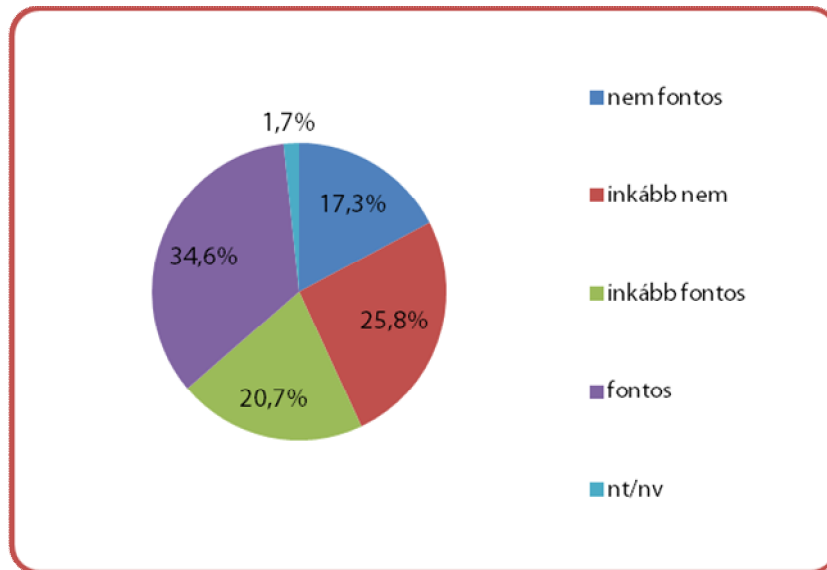
8.43. ábra: A „kézbesítés gyakoriságával” való elégedettség átlaga a kkv telephelyeinek száma szerint (n=275)



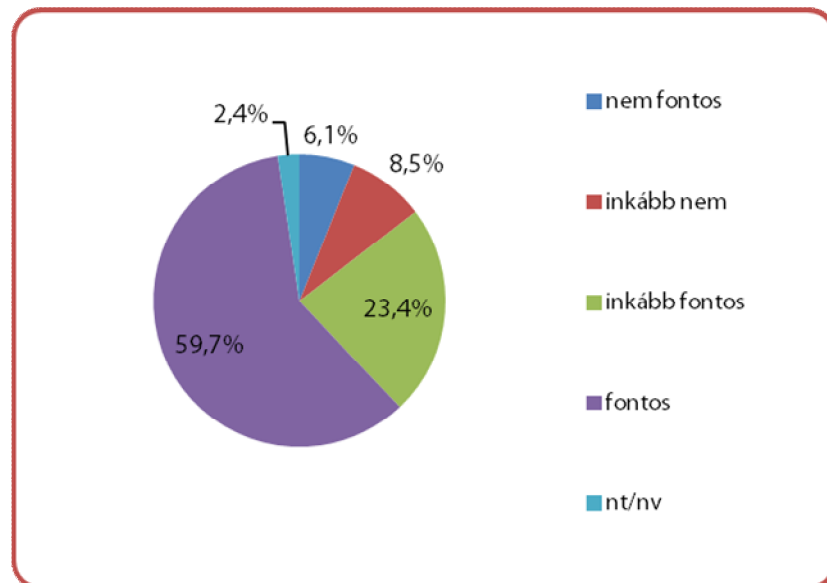
8.44. ábra: A „küldemény eltűnése, késedelmes kézbesítése vagy sérülése esetén a kártérítés mértékével” való elégedettség átlaga a kkv éves árbevétele szerint (n=79)



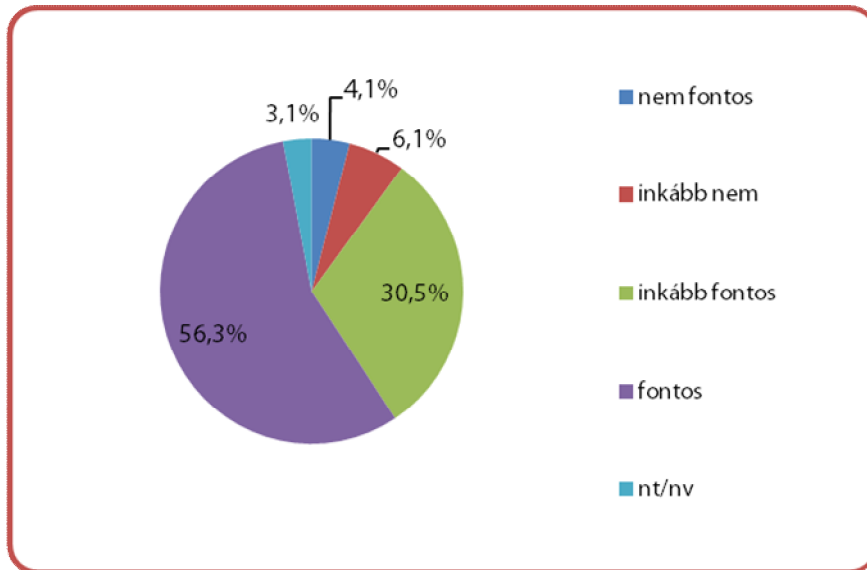
8.45. ábra: A „postahivatal távolsága vagy a mobilposta kiszállási pontjának távolsága” fontossága (n=295)



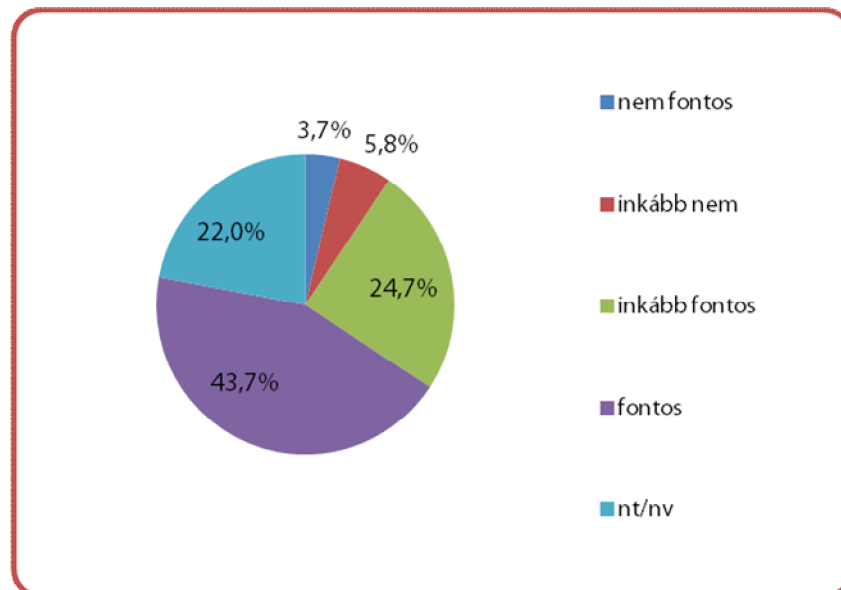
8.46. ábra: A „sorban állás ideje a postán” fontossága (n=295)



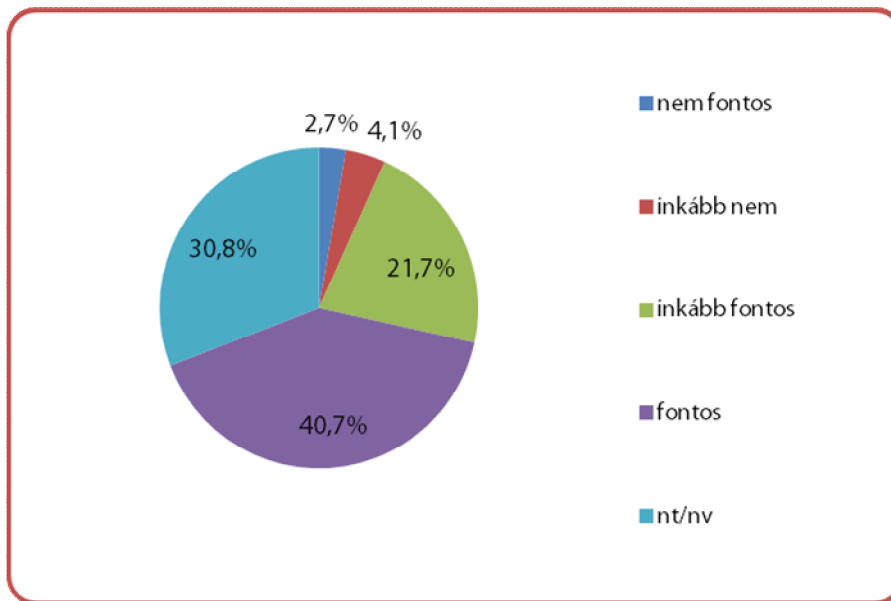
8.47. ábra: A „küldeményfelvétel adminisztrációjának gyorsasága” fontossága (n=295)



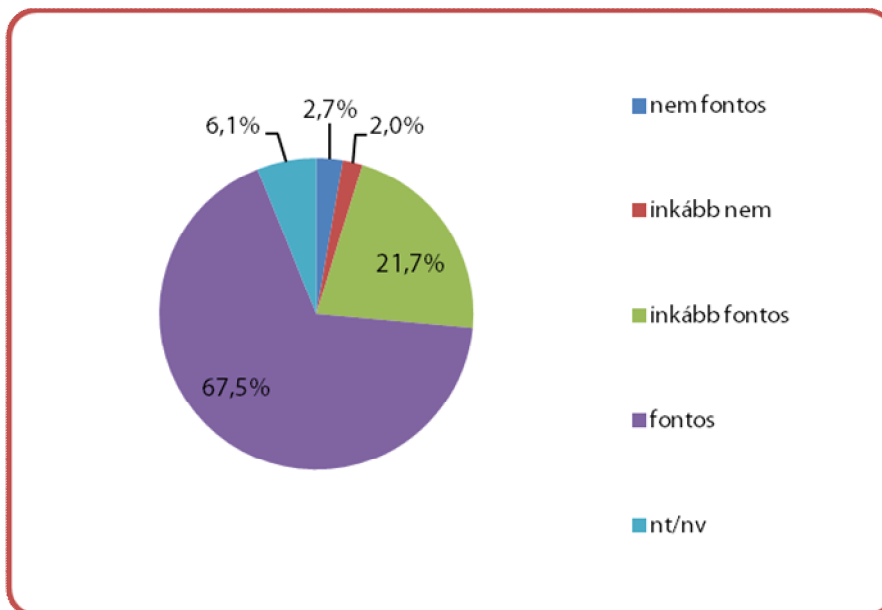
8.48. ábra: A „szerződéskötéssel, számlázással kapcsolatos ügyintézés gördülékenysége” fontossága (n=295)



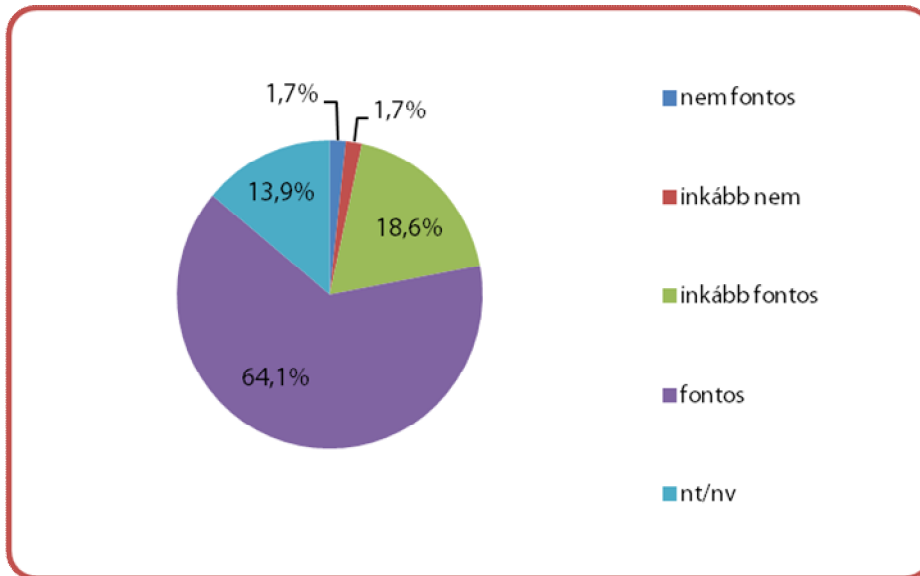
8.49. ábra: Az „a panaszkezeléssel kapcsolatos ügyintézés gyorsasága” fontossága (n=295)



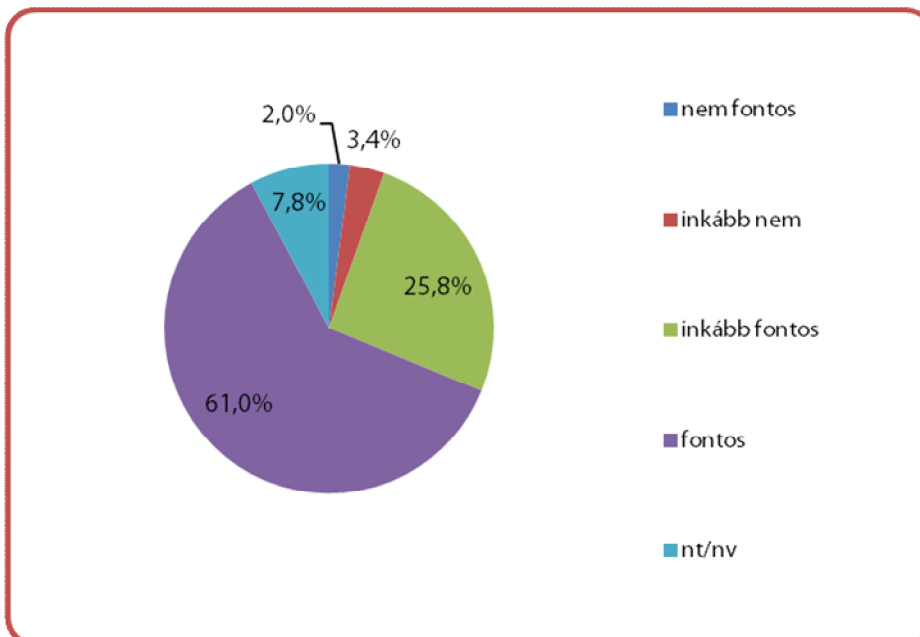
8.50. ábra: Az „a küldemény kézbesítés gyorsasága” fontossága (n=295)



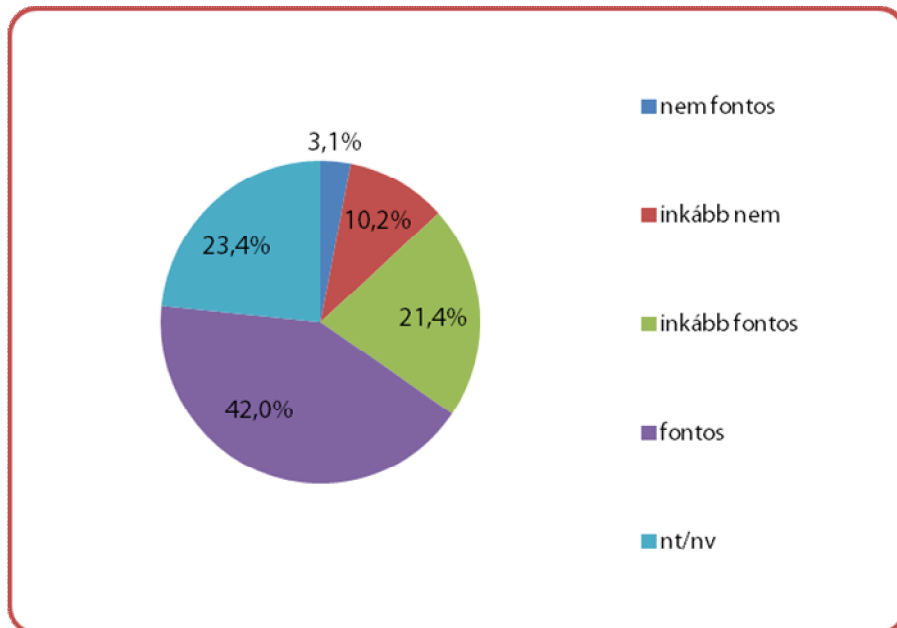
8.51. ábra: Az „a sikertelen kézbesítés aránya, a kézbesítés megbízhatósága” fontossága (n=295)



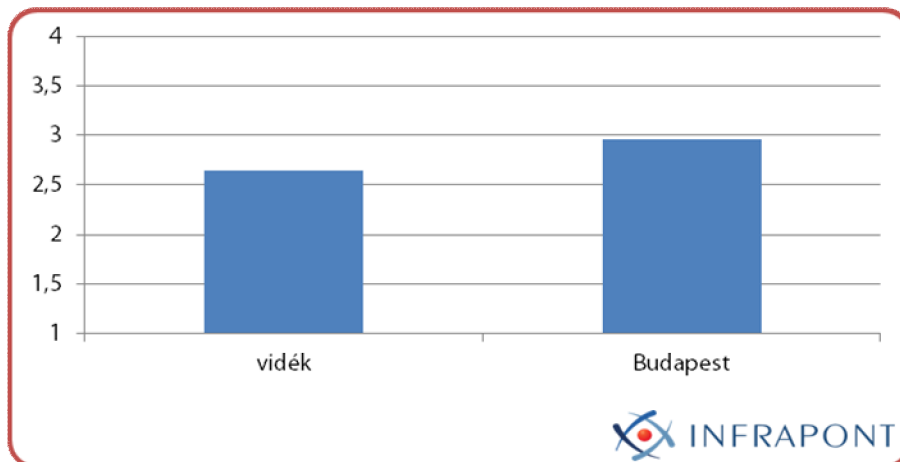
8.52. ábra: Az „a kézbesítés gyakorisága” fontossága (n=295)



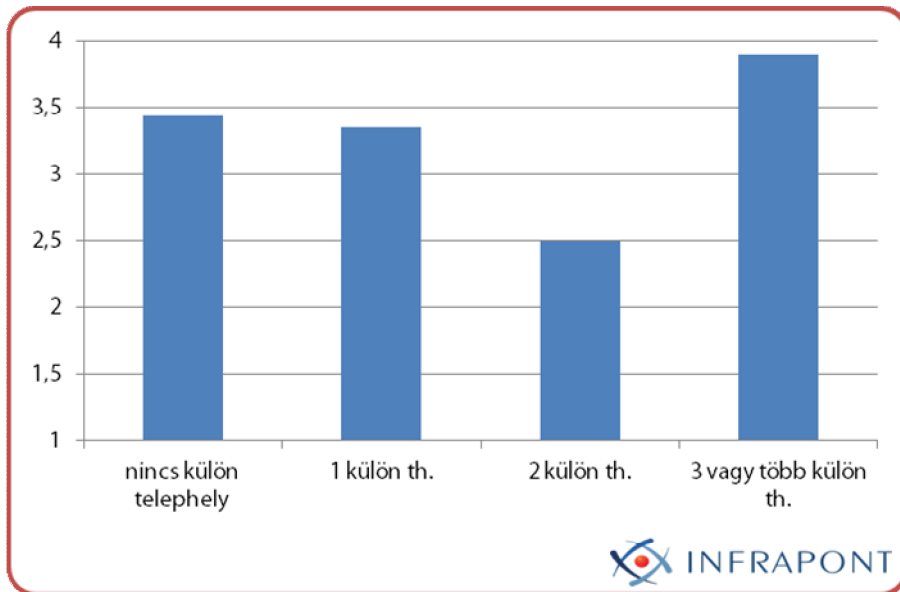
8.53. ábra: Az „a posta speciális igények kiszolgálásával kapcsolatos rugalmassága” fontossága (n=295)



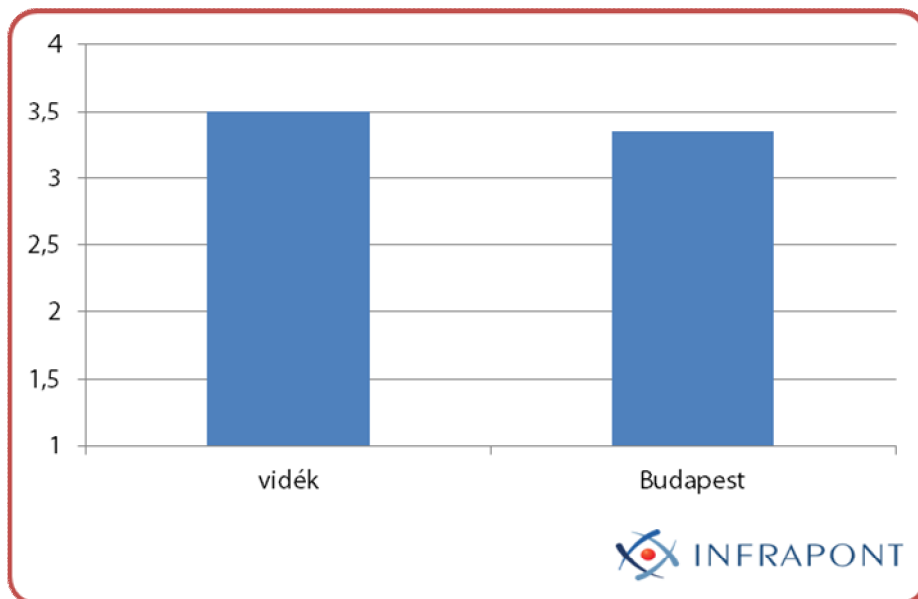
8.54. ábra: Az „postahivatal távolsága vagy a mobilposta kiszállási pontjának távolsága” fontosságának átlaga a kkv székhelyének elhelyezkedése szerint (n=290)



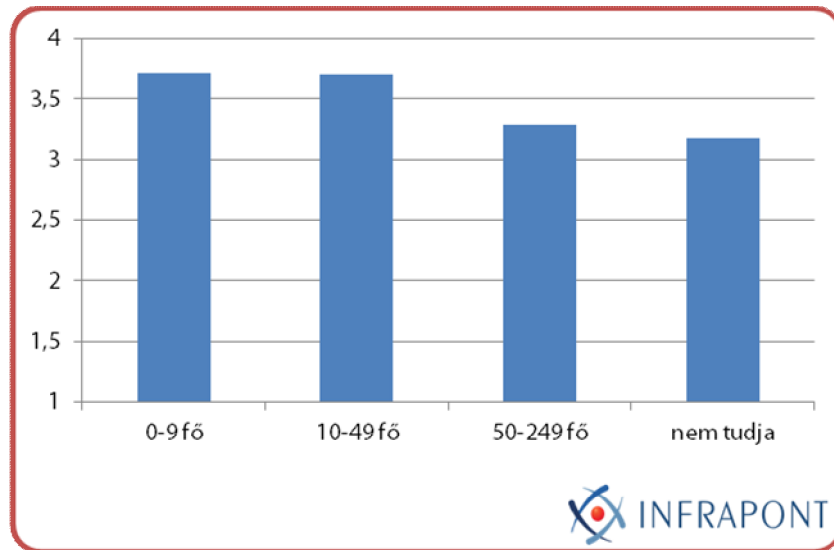
8.55. ábra: Az „szerződéskötéssel, számlázással kapcsolatos ügyintézés gördülékenysége” fontosságának átlaga a kkv telephelyeinek száma szerint (n=230)



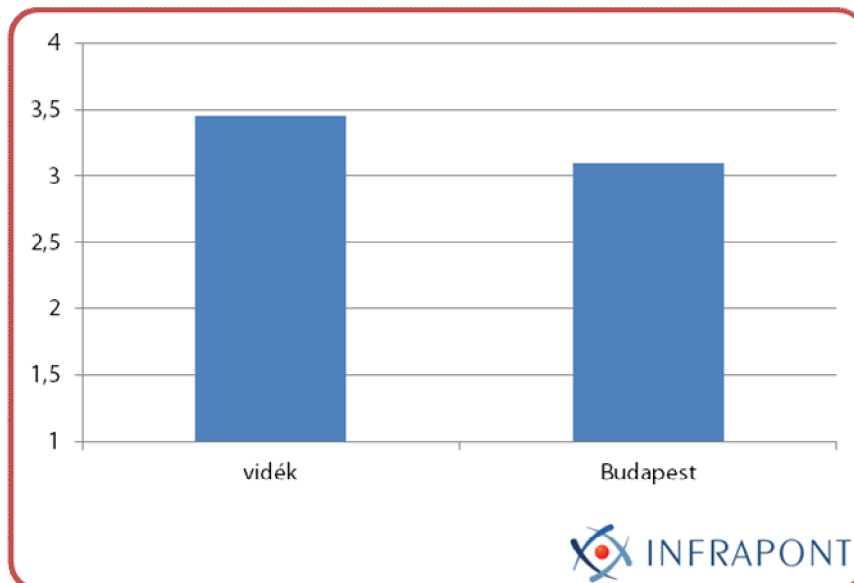
8.56. ábra: Az „panaszkezeléssel kapcsolatos ügyintézés gyorsasága” fontosságának átlaga a kkv székhelyének elhelyezkedése szerint (n=204)



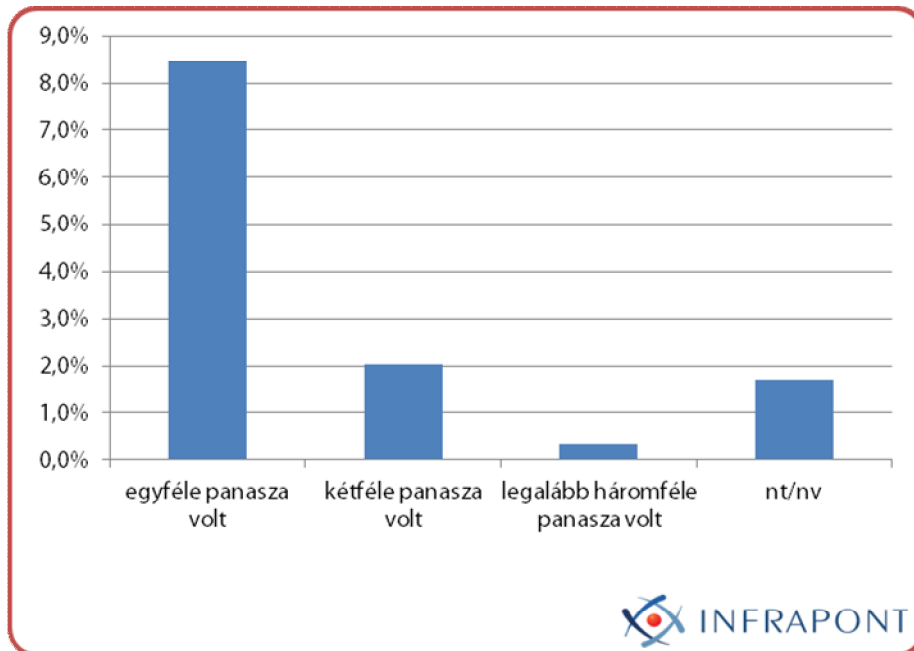
8.57. ábra: Az „küldemény kézbesítés gyorsasága” fontosságának átlaga a kkv alkalmazottainak száma szerint (n=277)



8.58. ábra: Az „posta speciális igények kiszolgálásával kapcsolatos rugalmassága” fontosságának átlaga a kkv székhelyének elhelyezkedése szerint (n=226)

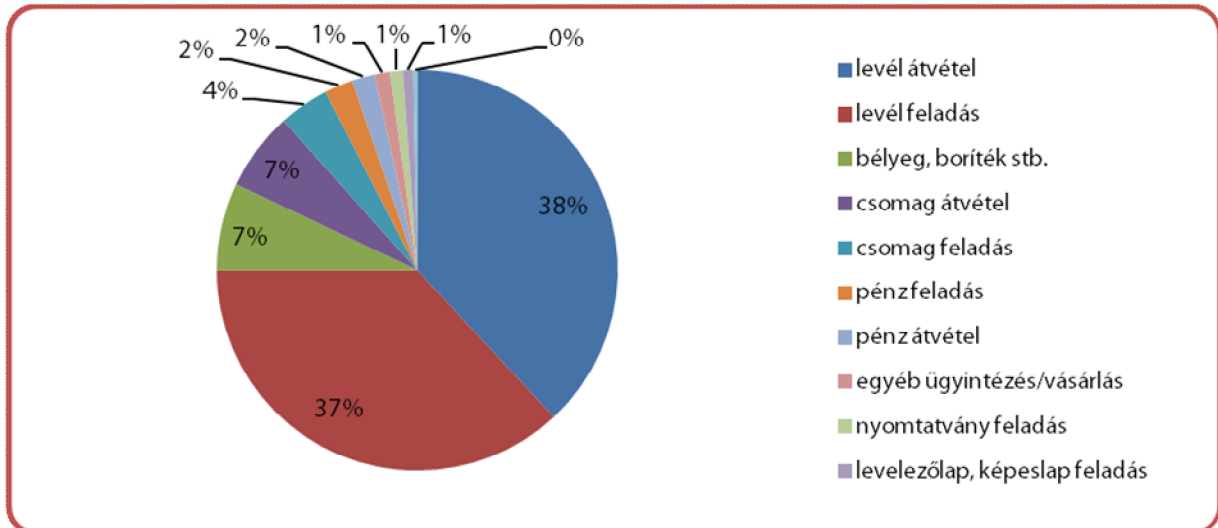


8.59. ábra: Az Magyar Posta szolgáltatásaira vonatkozó komolyabb panaszok számának relatív gyakorisága (n=295)

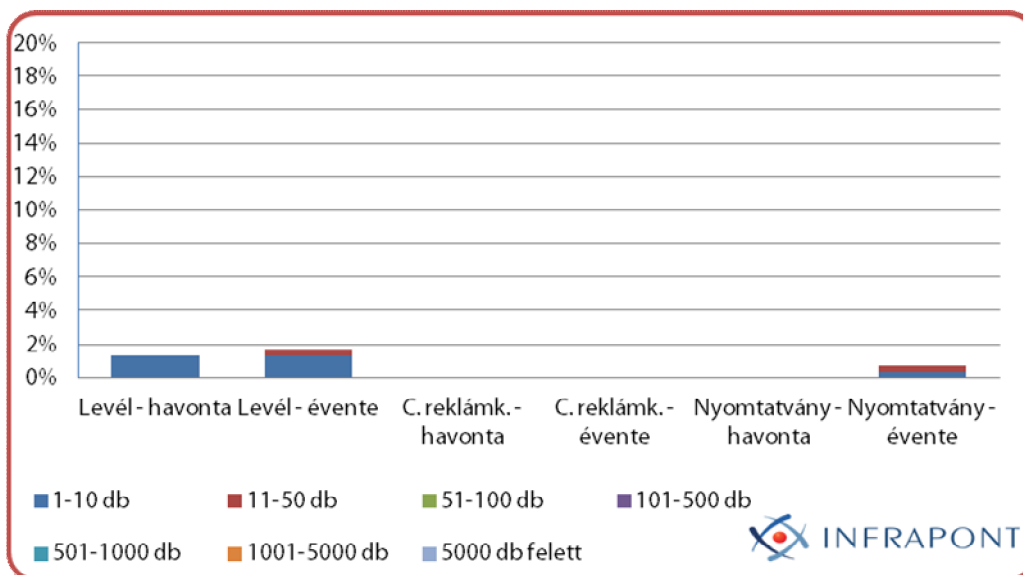


8.4.2. Egyetemes szolgáltatások használata és elégedettség

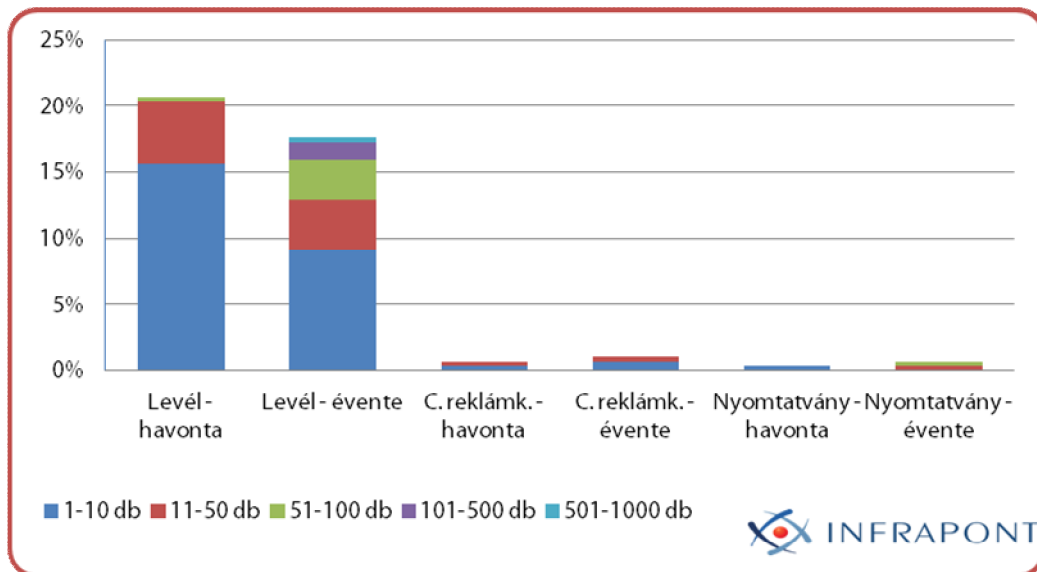
8.60. ábra: A kkv-k postalátogatásának relatív megoszlása a becsült éves ügyintézési gyakoriságok alapján



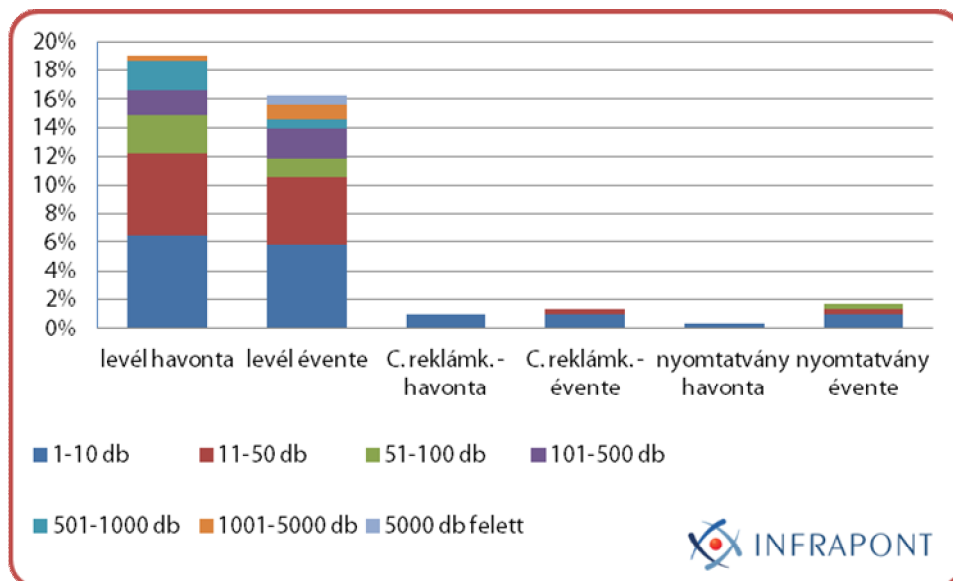
8.61. ábra: Lakosságnak küldött levelek – külföld



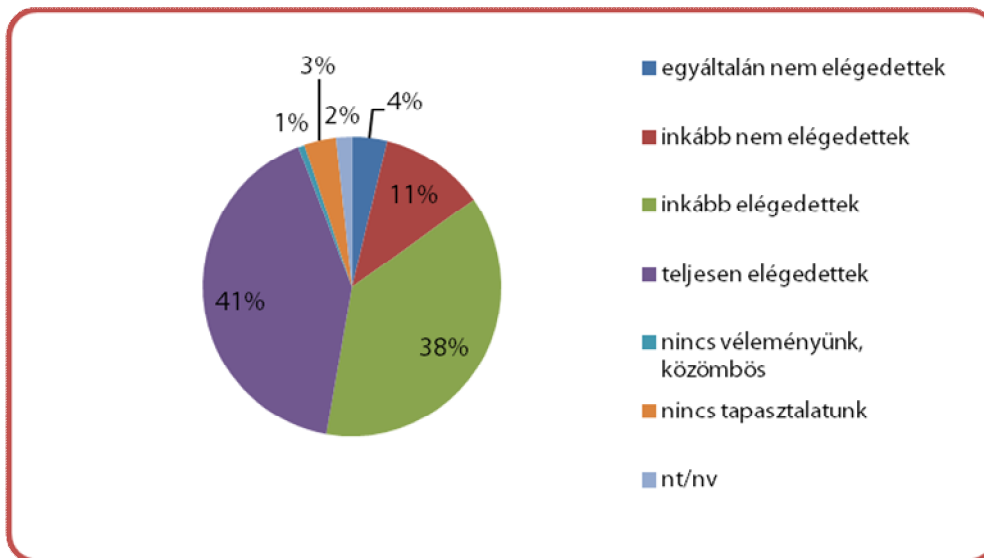
8.62. ábra: Üzleti partnereknek küldött levelek – külföld



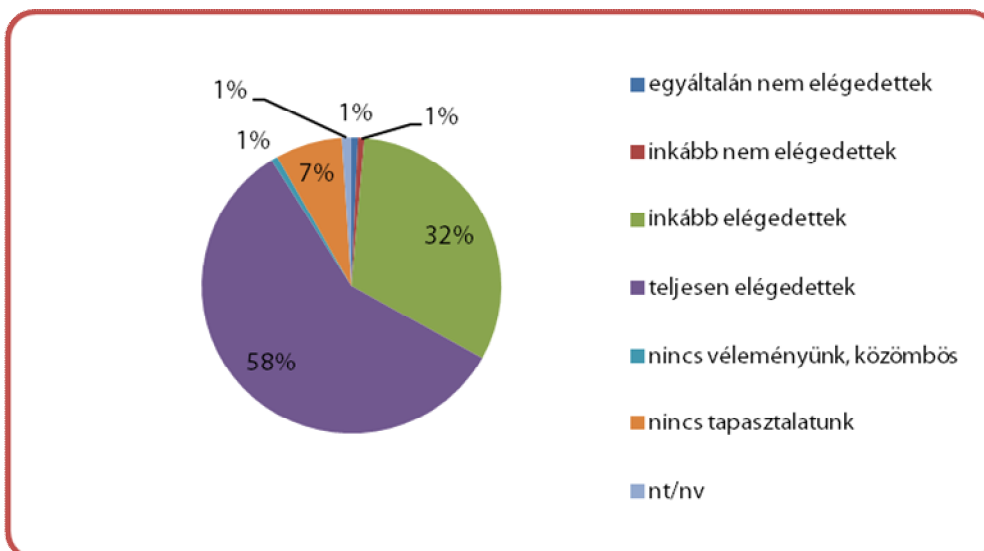
8.63. ábra: Üzleti partnereknek küldött levelek elektronikusan – külföld



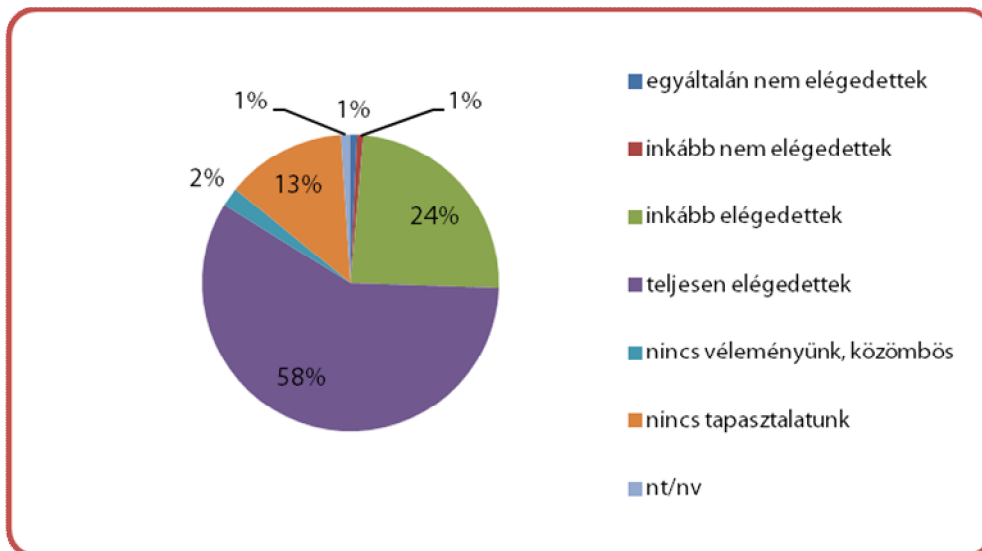
8.64. ábra: Kézbesítés gyorsasága - elégedettség (n=273)



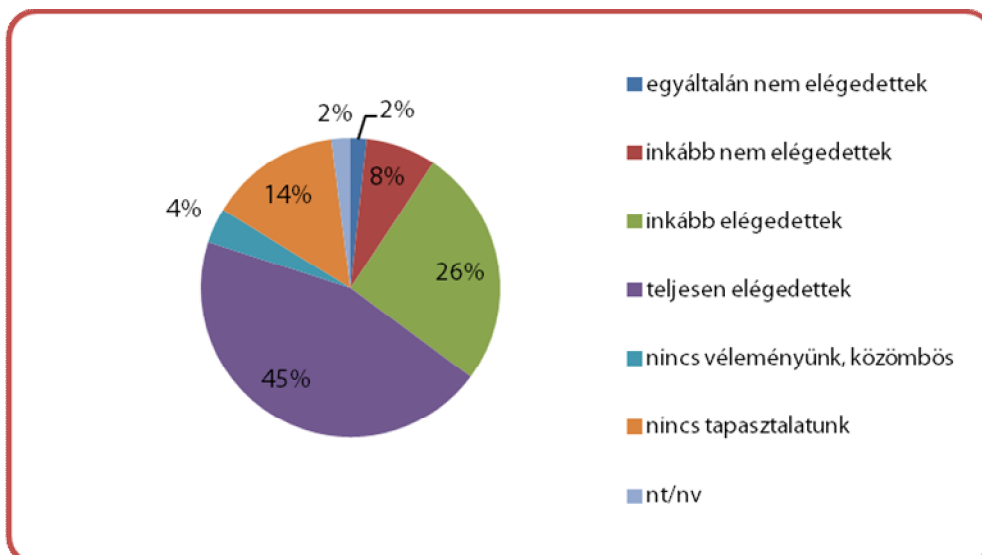
8.65. ábra: Sérülésmentes kézbesítés - elégedettség (n=264)



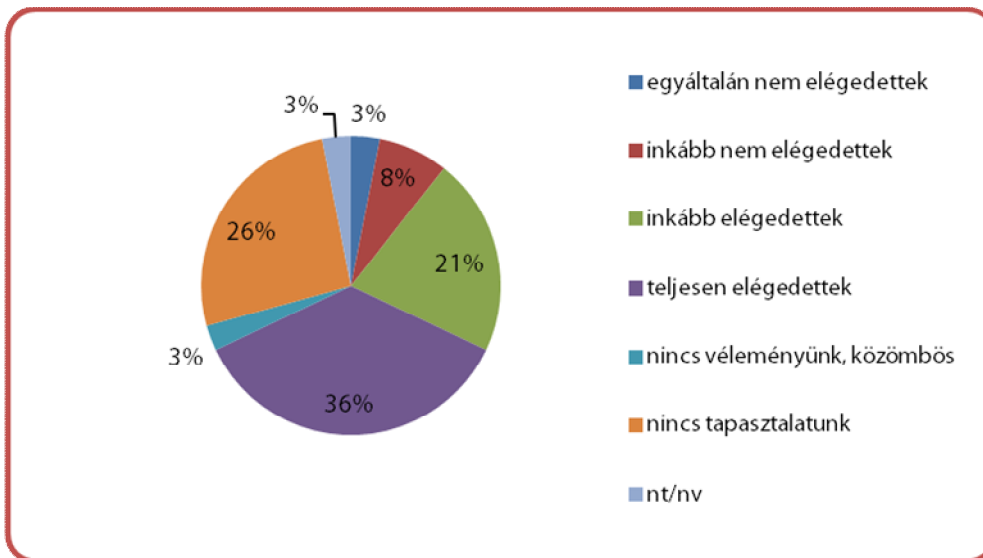
8.66. ábra: Személyes kézbesítés - elégedettség (n=243)



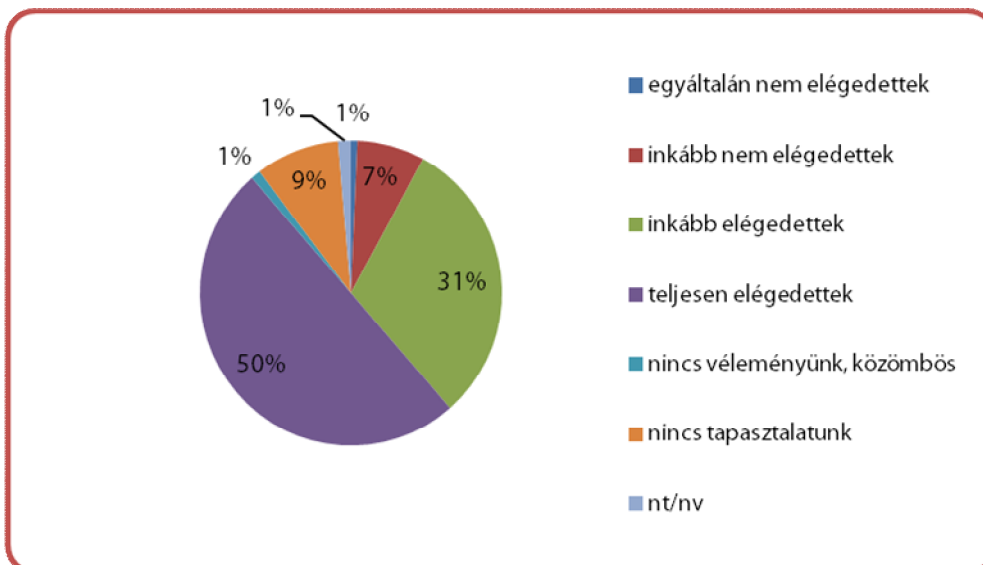
8.67. ábra: Küldeményfeladás sokfélesége - elégedettség (n=232)



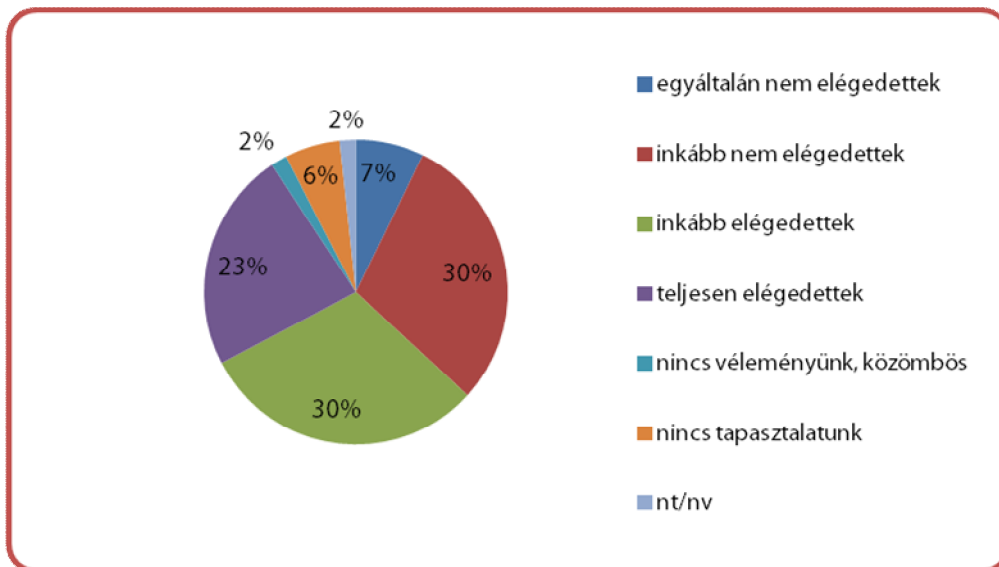
8.68. ábra: Küldemények nyomon követhetősége - elégedettség (n=197)



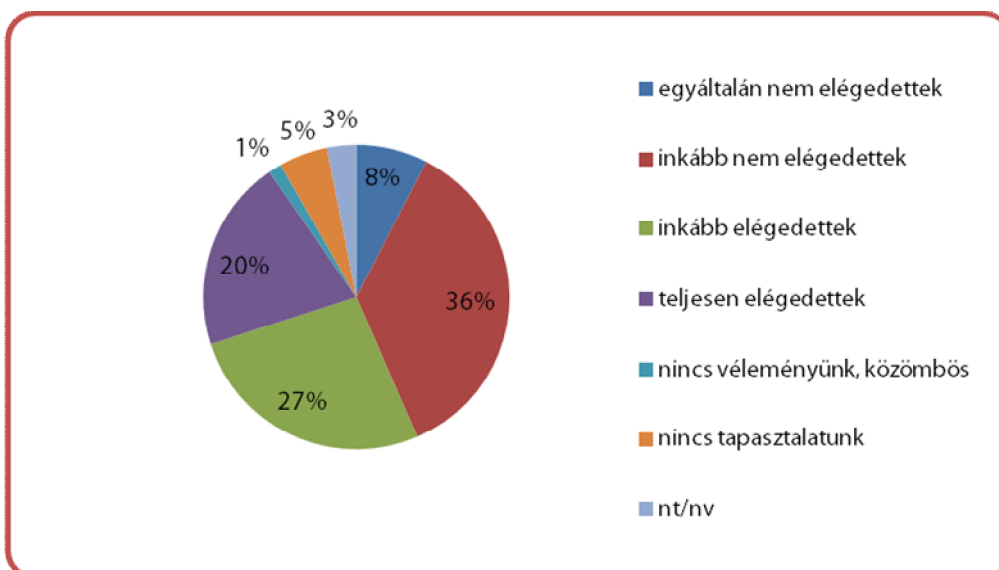
8.69. ábra: Küldeményfelvétel szakszerűsége, gyorsasága - elégedettség (n=257)



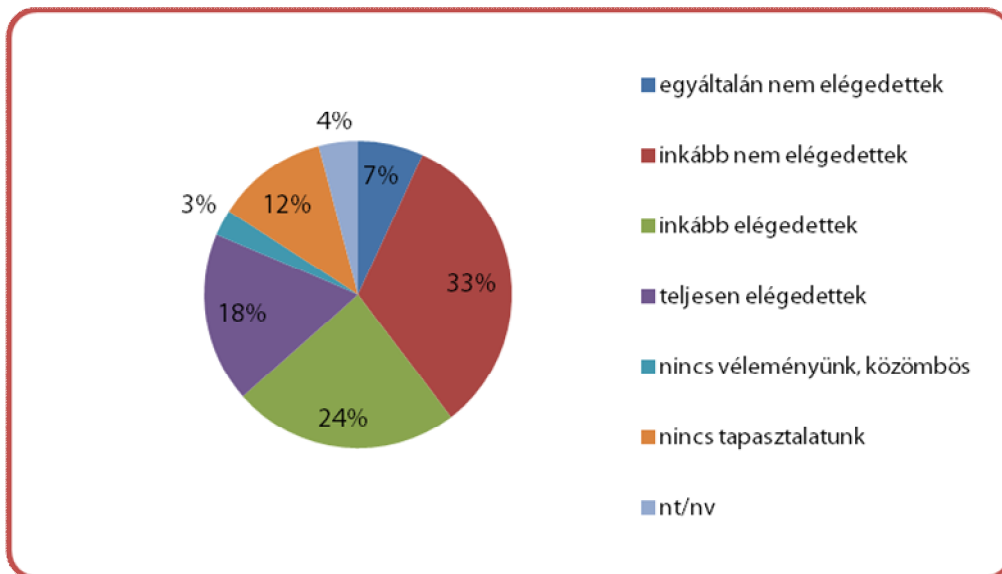
8.70. ábra: Normál és elsőbbségi levél ára - elégedettség (n=263)



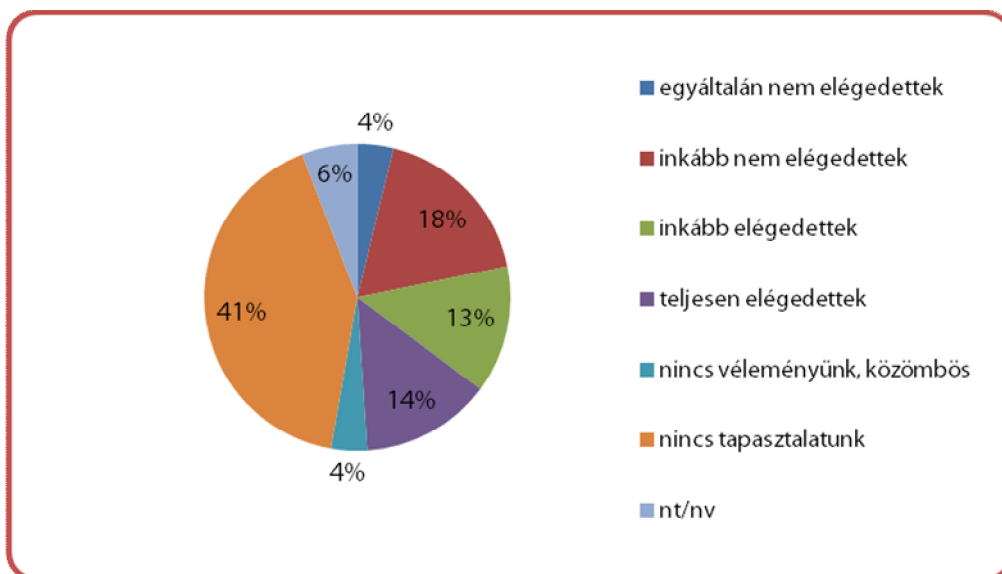
8.71. ábra: Ajánlott levél ára - elégedettség (n=262)



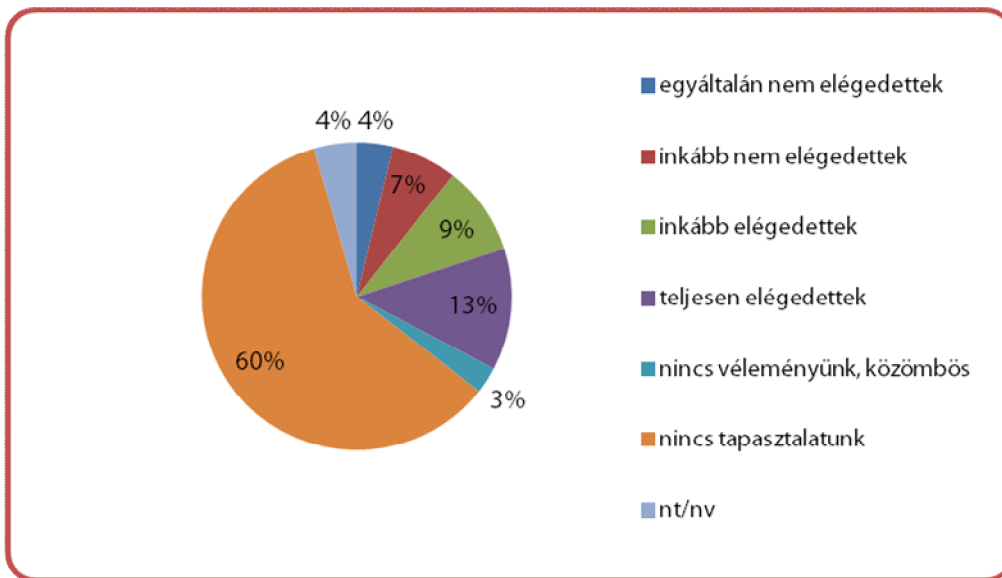
8.72. ábra: Tértivevényes levél ára - elégedettség (n=236)



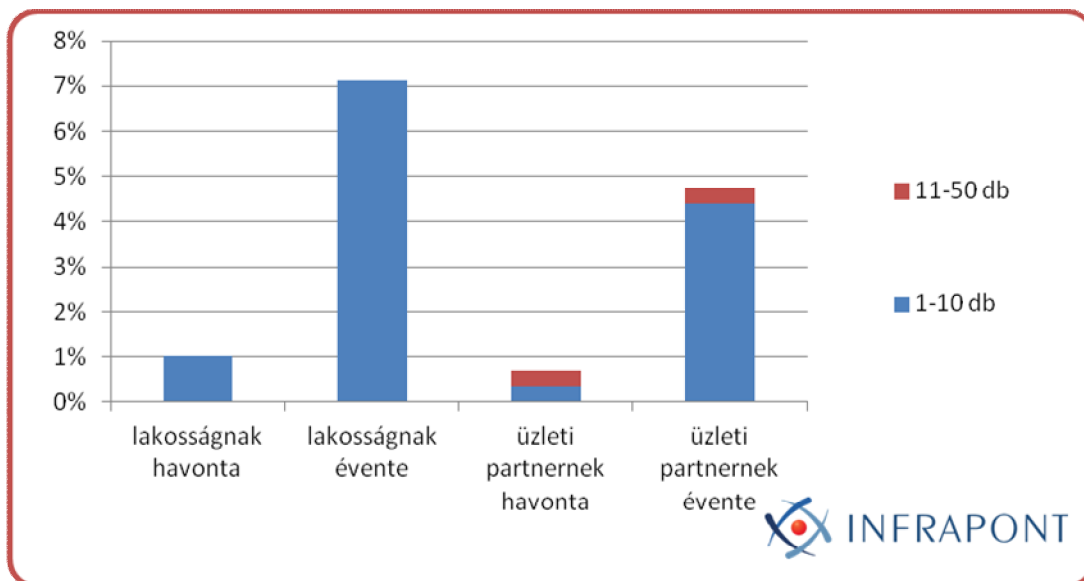
8.73. ábra: Értéknnyilvánításos levél ára - elégedettség (n=142)



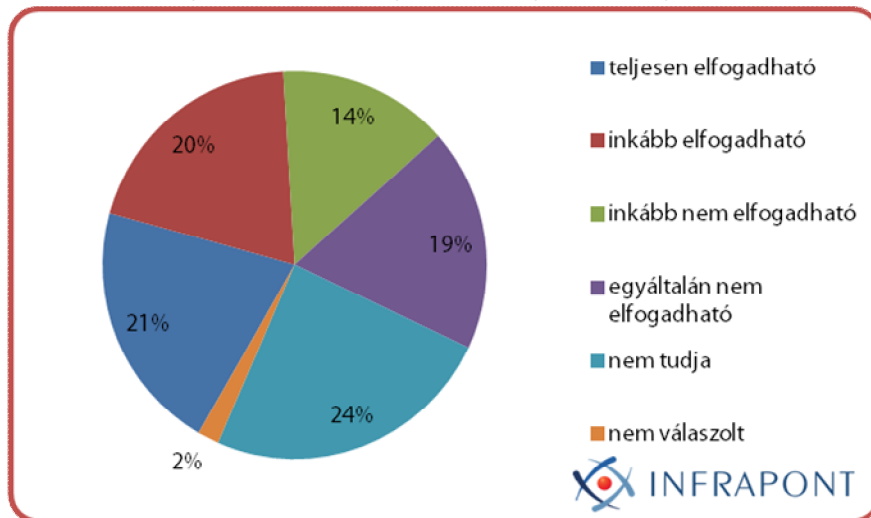
8.74. ábra: Kedvezmények mértéke - elégedettség (n=95)



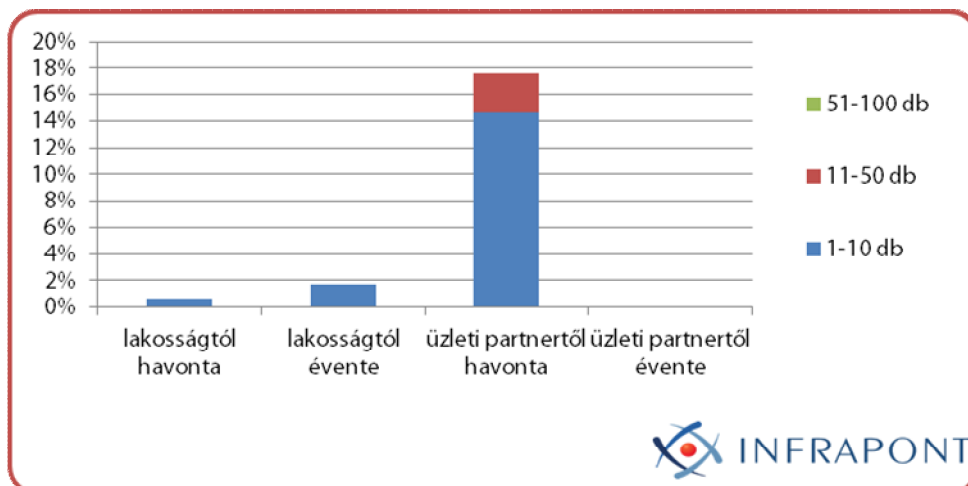
8.75. ábra: Csomagfeladás – külföld



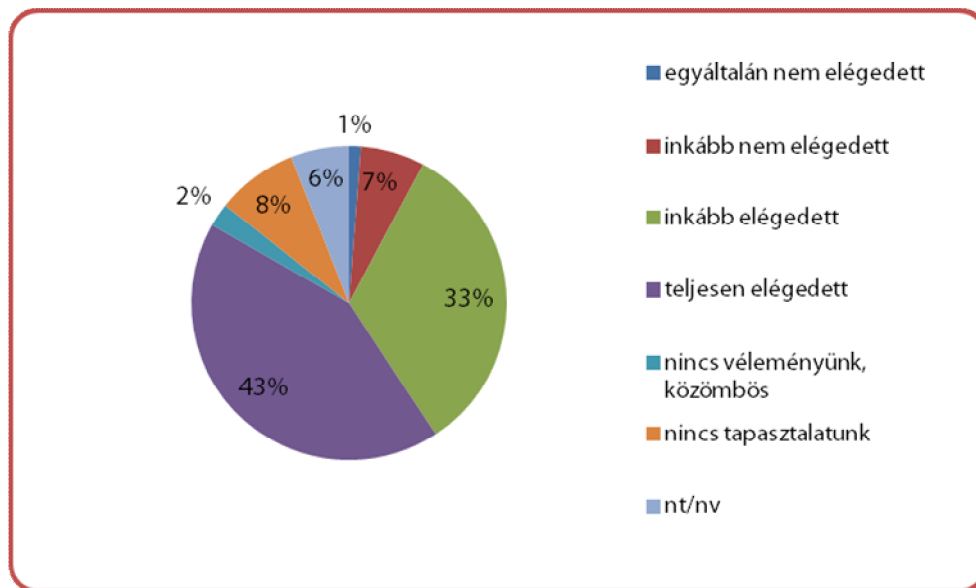
8.76. ábra: Elfogadható-e a 20 kg-os csomaghatár 10kg-ra csökkentése?



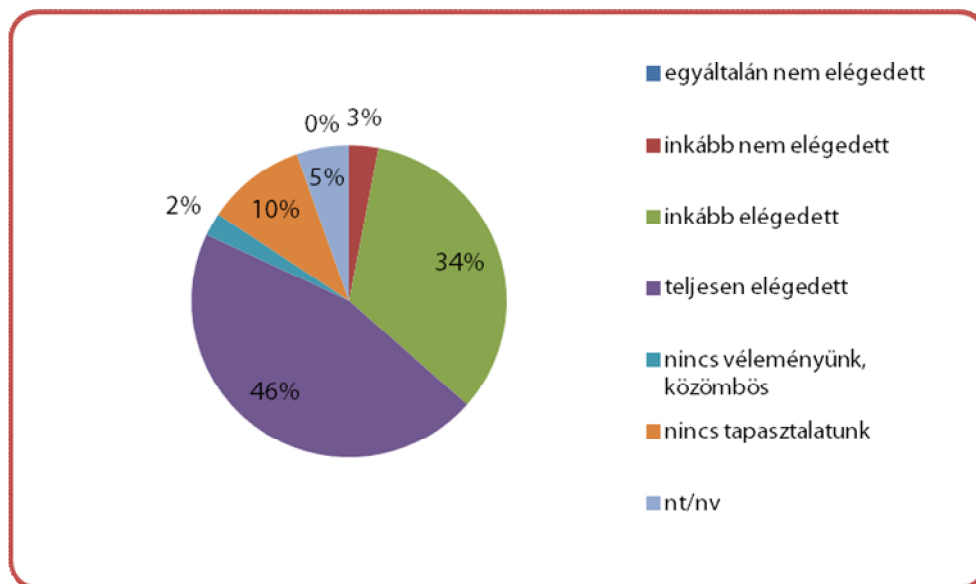
8.77. ábra: Csomagok fogadása – külföldről



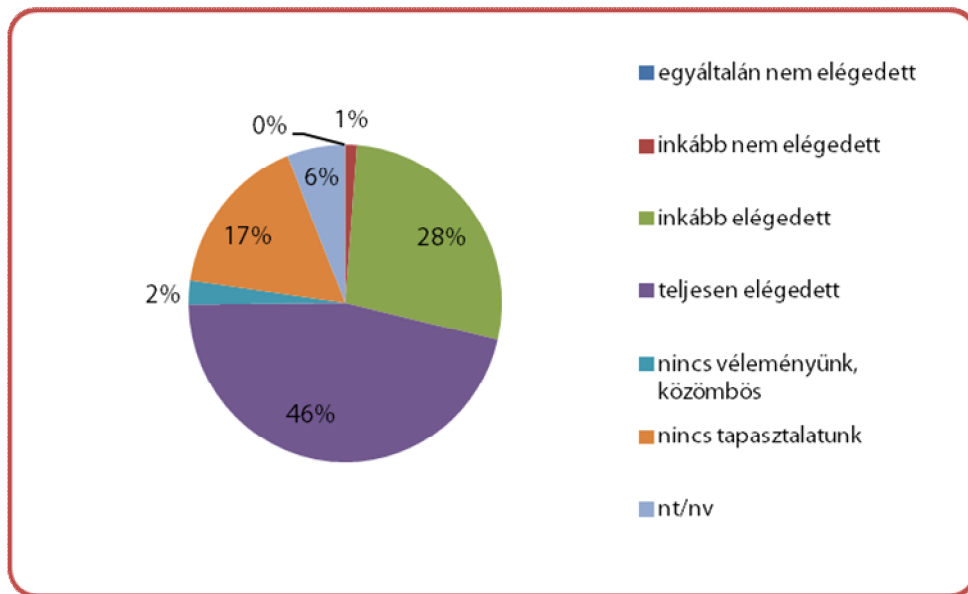
8.78. ábra: Kézbesítés gyorsasága - elégedettség (n=139)



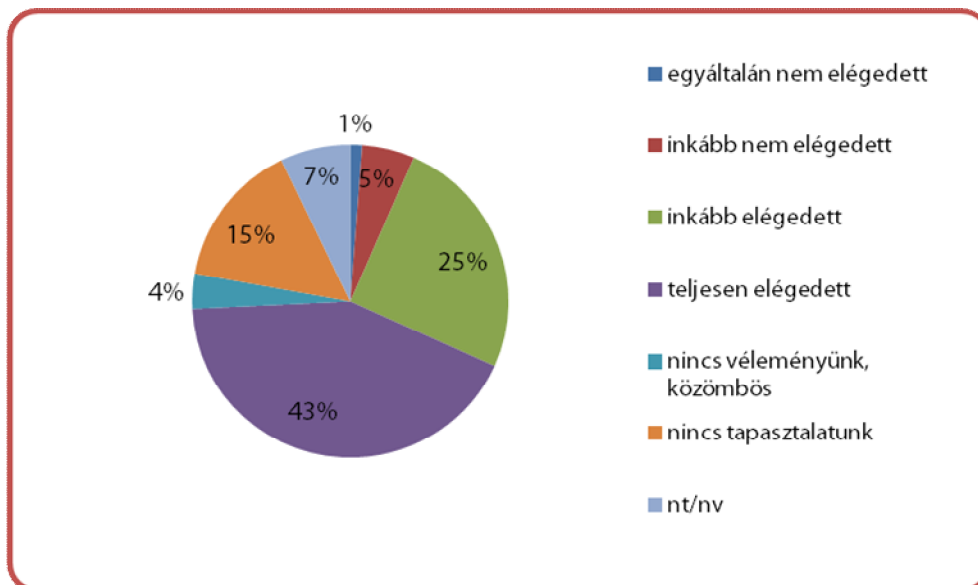
8.79. ábra: Sérülésmentes kézbesítés - elégedettség (n=137)



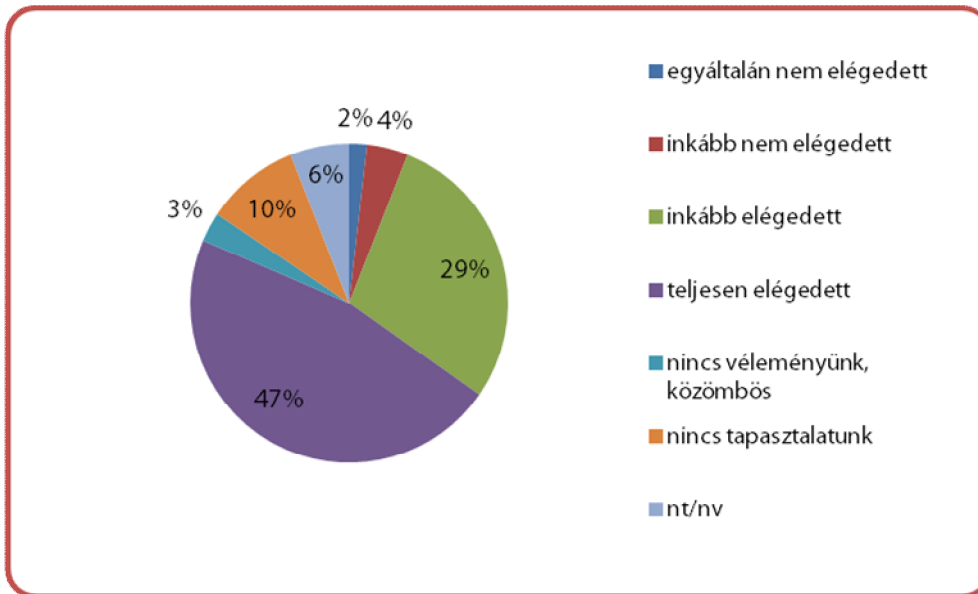
8.80. ábra: Személyes kézbesítés - elégedettség (n=125)



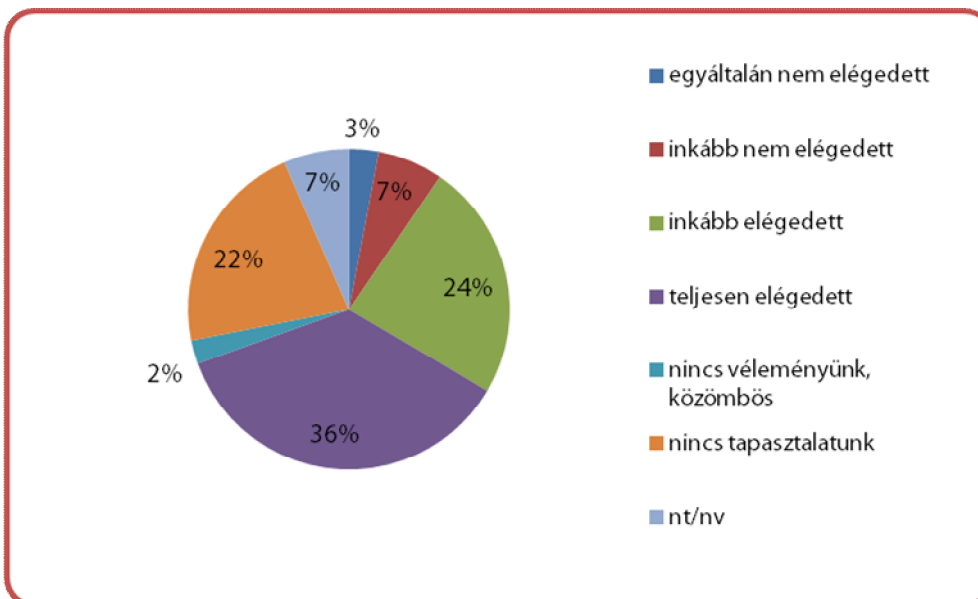
8.81. ábra: Küldeményfeladás sokfélesége - elégedettség (n=124)



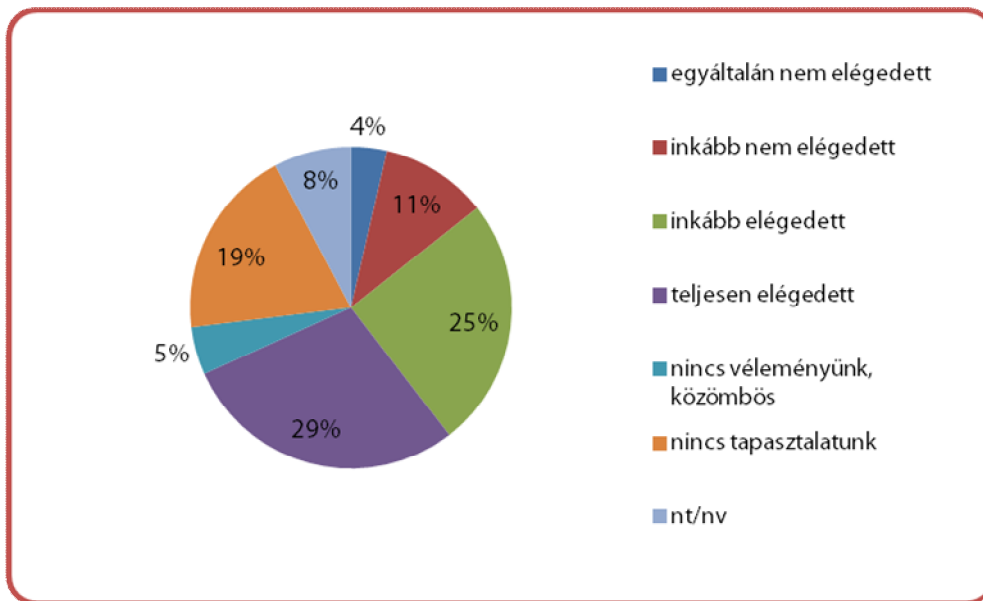
8.82. ábra: Küldeményfelvétel szakszerűsége, gyorsasága - elégedettség (n=136)



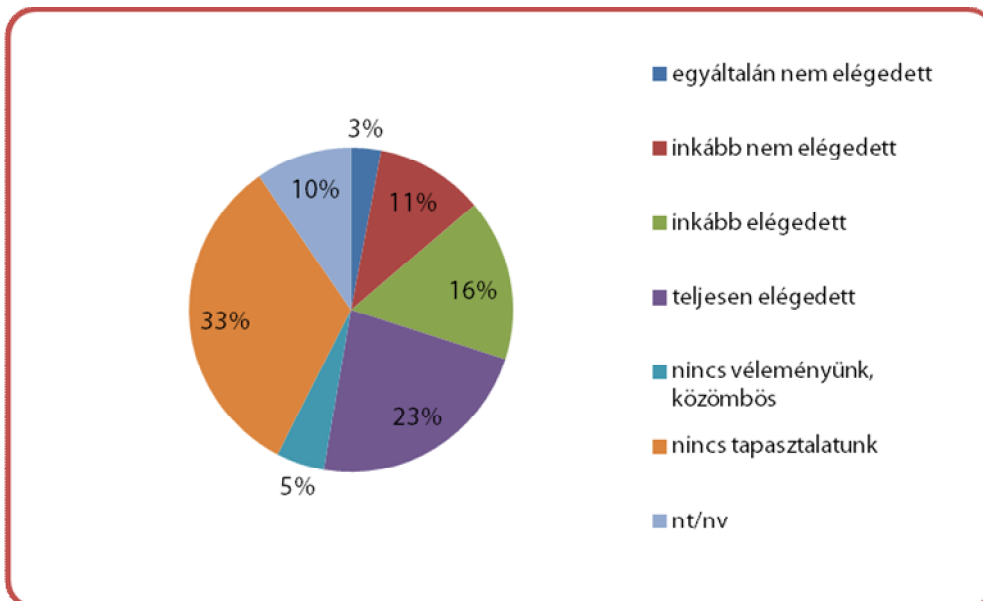
8.83. ábra: Küldemények nyomon követhetősége - elégedettség (n=116)



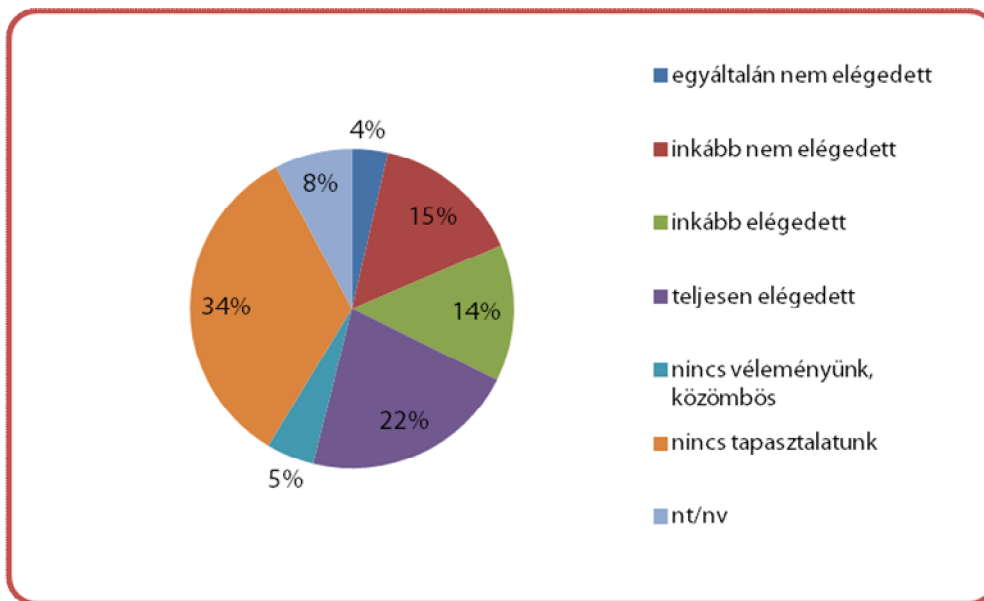
8.84. ábra: Standard súlyú és méretű csomag ára - elégedettség (n=114)



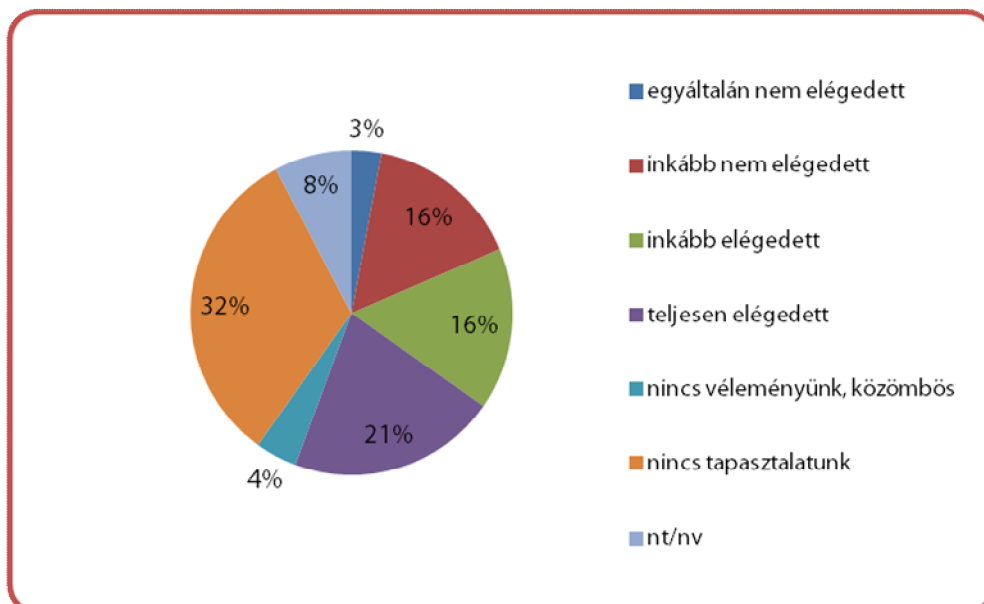
8.85. ábra: Standardnál nagyobb súlyú vagy méretű csomag ára - elégedettség (n=88)



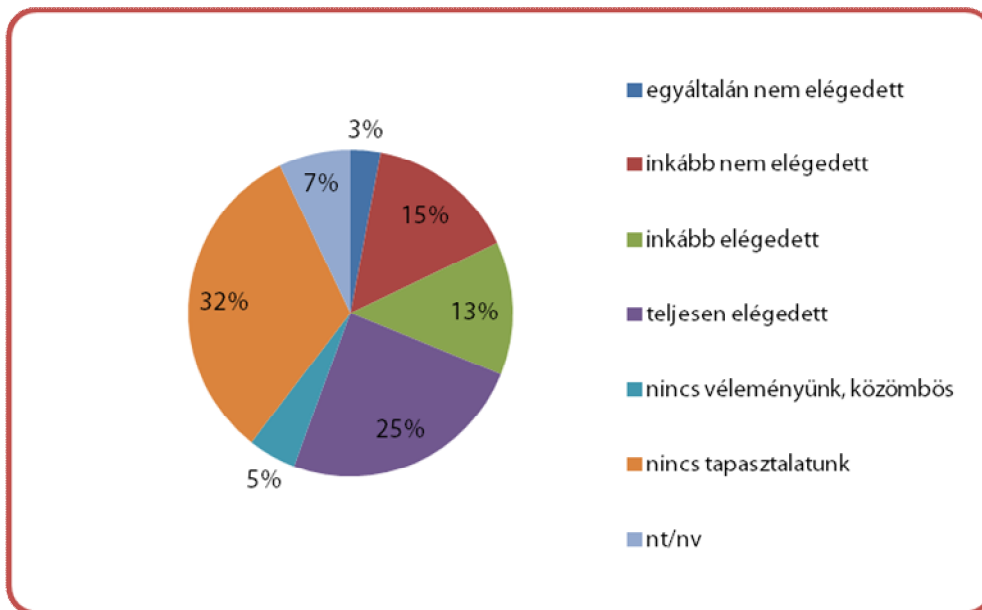
8.86. ábra: Tértivevényes csomag ára - elégedettség (n=90)



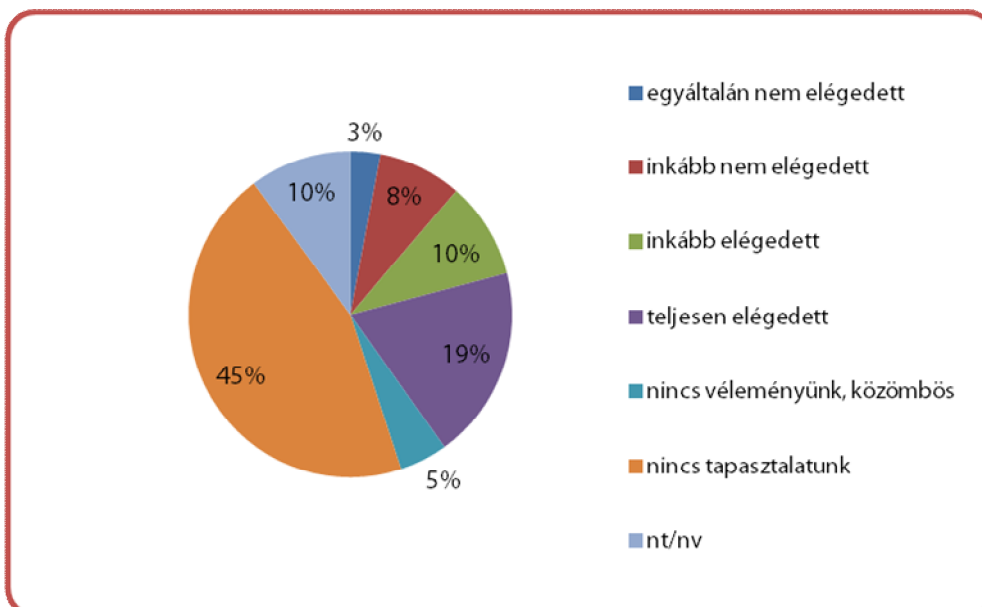
8.87. ábra: Értéknyilvánításos csomag ára - elégedettség (n=93)



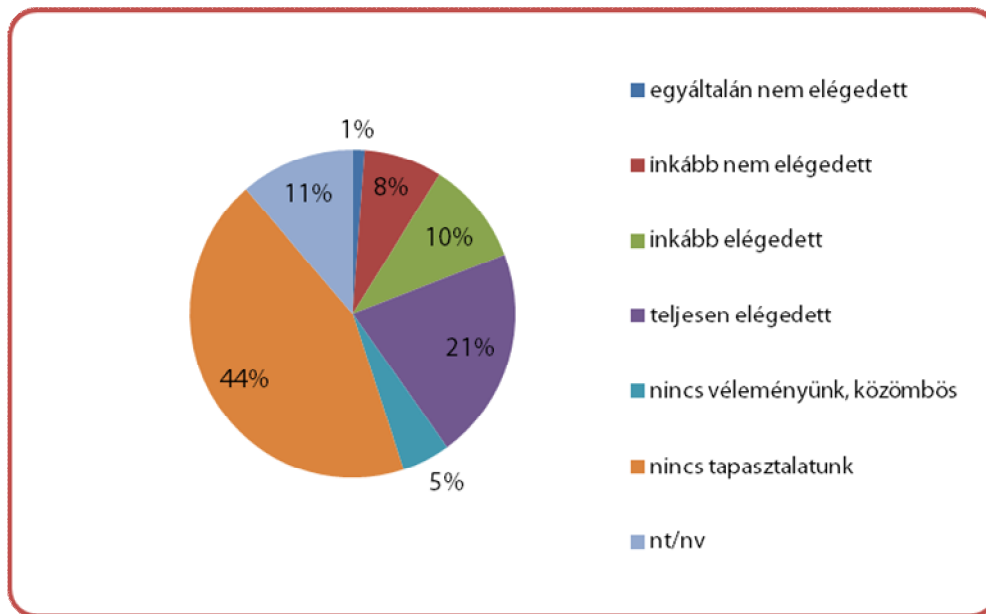
8.88. ábra: Utánvételes csomag ára- elégedettség (n=93)



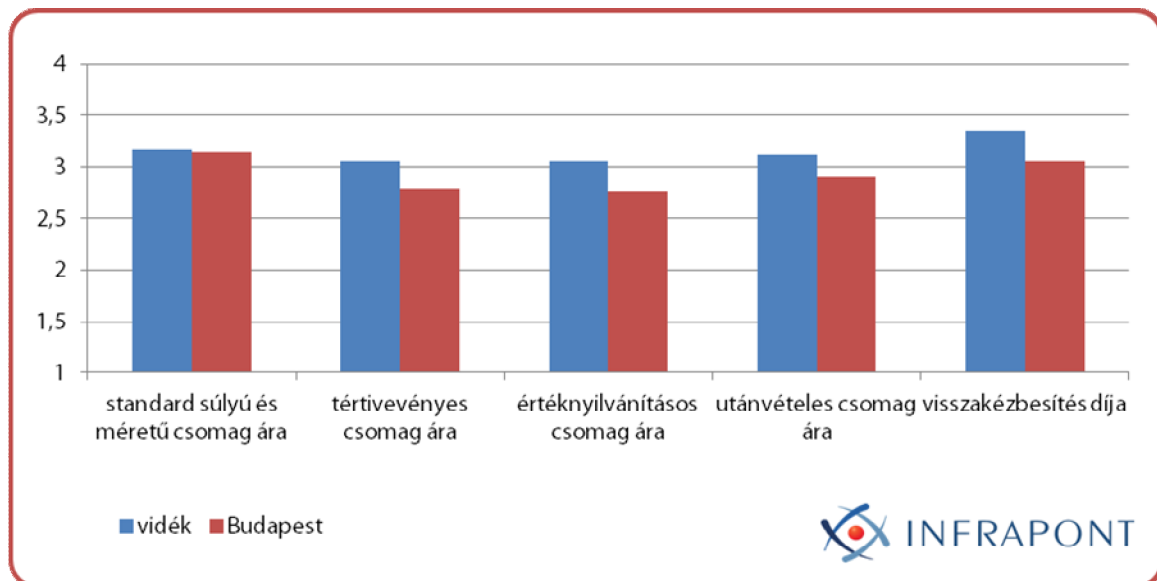
8.89. ábra: Kedvezmények mértéke - elégedettség (n=67)



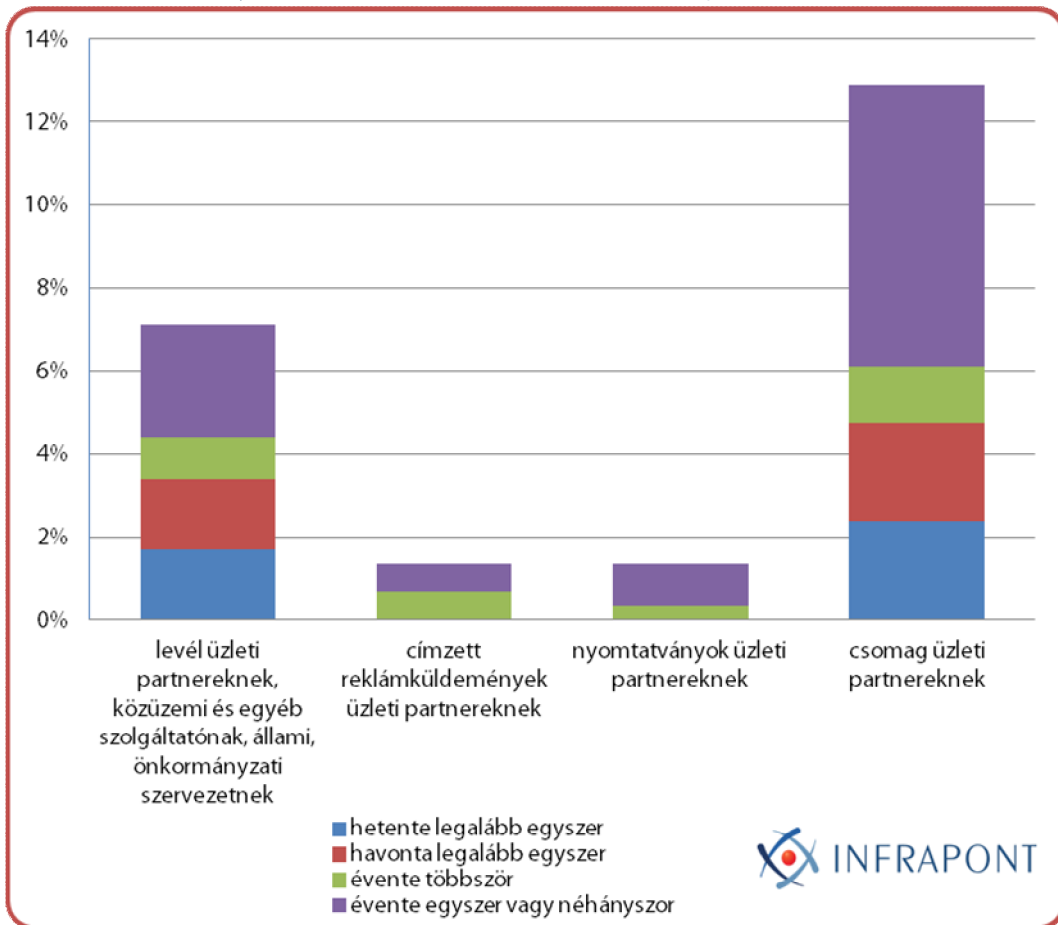
8.90. ábra: Visszakézésítés díja (n=67)



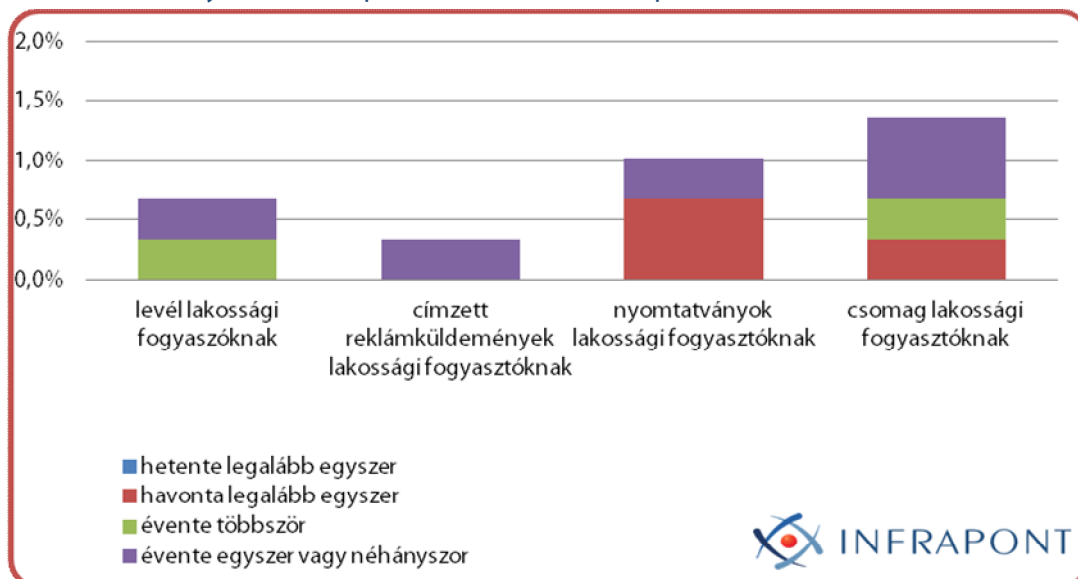
8.91. ábra: Árral kapcsolatos dimenziókkal való elégedettség a székhely elhelyezkedése szerint



8.92. ábra: Gyors- és futárposta használat – lakosságnak külföldre (N=295)

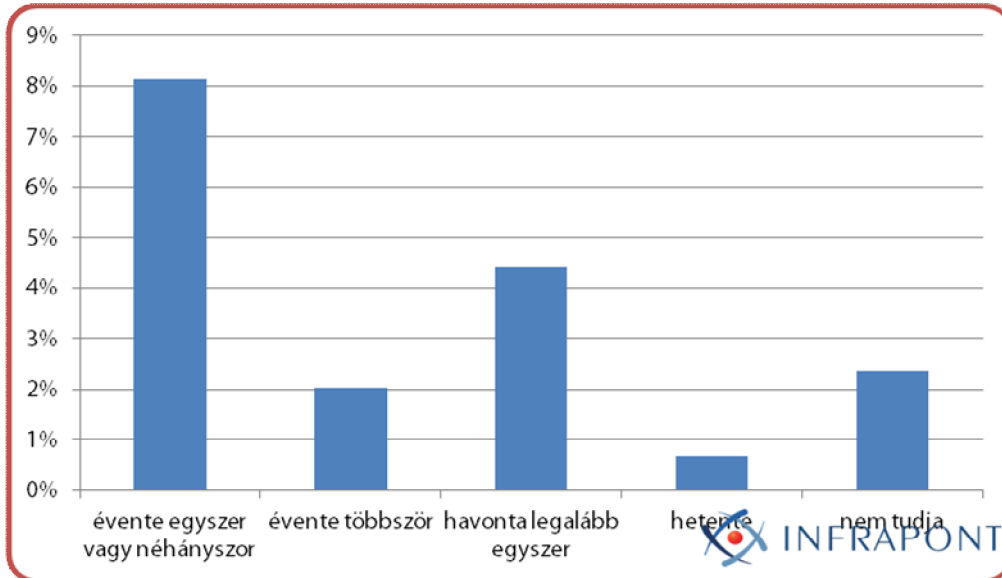


8.93. ábra: Gyors- és futárposta használat – üzleti partnereknek külföldre (N=295)

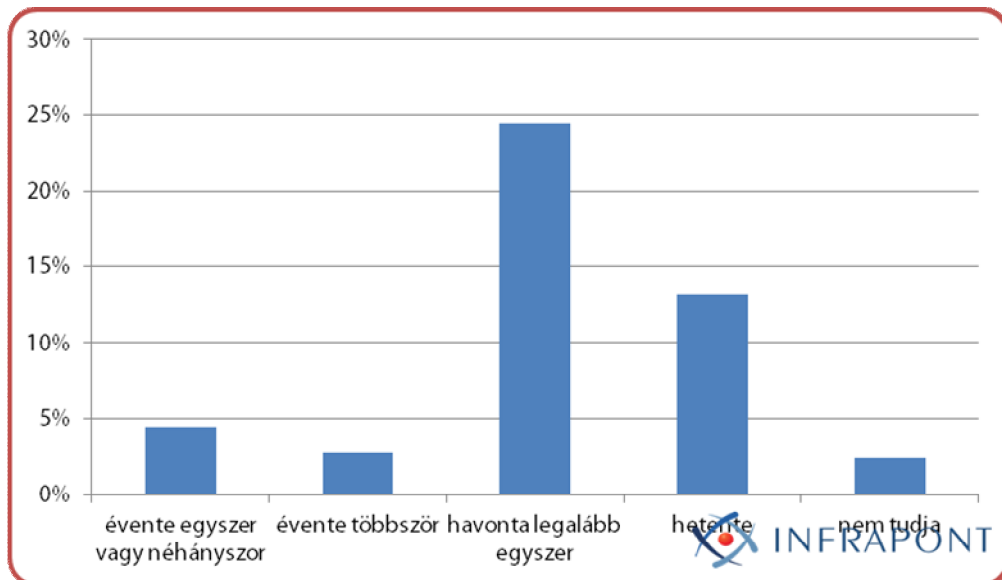


8.4.3. Pénzügyi szolgáltatások használata

8.94. ábra: A kkv-k rózsaszín csekk használata (n=295)

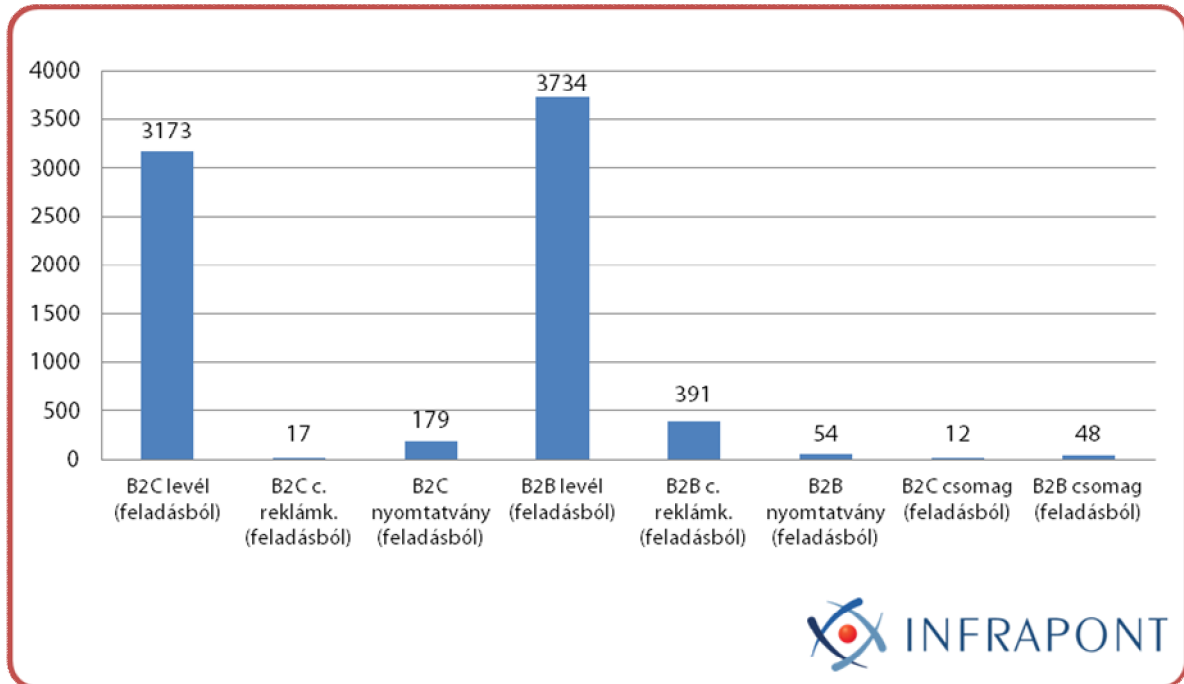


8.95. ábra: A kkv-k sárga csekk használata (n=295)

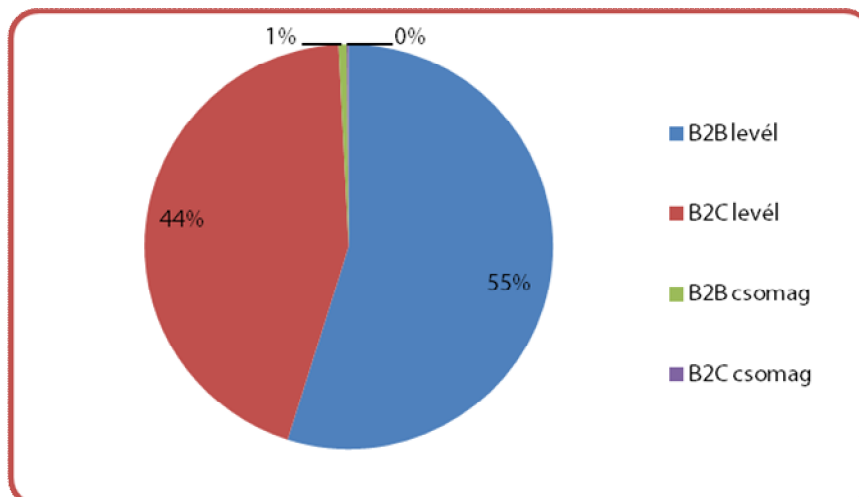


8.5. Az aggregált postai forgalom fő irányai ábrák

8.96. ábra: Egy vállalatra jutó küldeményfeladások és fogadások B2C és B2B szerinti megosztásban²⁰³



8.97. ábra: Vállalati küldeményfeladás relatív megoszlása²⁰⁴



²⁰³ A kiugró feladási értékekkel rendelkező vállalatokkal együtt becsült értékek alapján.

²⁰⁴ A kiugró feladási értékekkel rendelkező vállalatokkal együtt becsült értékek alapján.