

Användares behov av posttjänster



Rapportnummer
PTS-ER-2016:7

Diarienummer
15-1576

ISSN
1650-9862

Författare
AB Stelacon: Carolina Liljenstolpe

PTS: Pär Lindberg

Post- och telestyrelsen
Box 5398
102 49 Stockholm

08-678 55 00
pts@pts.se
www.pts.se

Förord

För närvarande genomgår den svenska postmarknaden stora förändringar. Kanske har utvecklingen aldrig tidigare skett så snabbt och så genomgripande. Några av de trender och händelser som uppmärksammas under senare tid och som sannolikt kommer att vara lika aktuella under de närmaste åren är:

- Digitalisering och dess konsekvenser för postmarknaden – det fysiska meddelandets roll i en digital framtid;
- E-handels utveckling och dess koppling till brev- och pakettjänster;
- Skillnaden mellan å ena sidan regioner där service och utbud ökar och å andra sidan regioner där det finns stora utmaningar för att tillgodose de behov av postservice som allmänhet och företag har;
- Reglering och regleringsbehov på en postmarknad i förändring.¹

För att på bästa sätt anpassa Post- och telestyrelsens, PTS, verksamhet till dessa pågående förändringar behöver myndigheten ha aktuell kunskap om postanvändarnas behov av posttjänster. Mot bakgrund av de stora och snabba förändringar som pågår är det särskilt viktigt att få kännedom om användarnas framtida behov.

PTS har därför gett undersökningsföretaget Stelacon i uppdrag att undersöka användarnas, såväl privatpersoners som mindre företags, behov av och uppfattningar om en framtida funktionell posttjänst. Undersökningen har utgått från egenskaper hos posttjänsten som är viktiga när försändelser tas emot och skickas, såsom platsen för utdelning, antal utdelningsdagar i veckan, tidpunkt på dagen då utdelning sker, att brev kan delas ut dagen efter att de postats (övernattbefordran), samt servicenätets funktionalitet.

När det gäller de posttjänster intervjupersonerna använder idag eller har behov av i framtiden har frågorna, när det varit relevant, inte bara avsett PostNords brev- och pakettjänster utan även omfattat de tjänster som konkurrerande distributörer erbjuder.

Undersökningen syftar till att utreda vad användare har för uppfattning om sitt behov av posttjänster idag och i framtiden. Vidare undersöks hur användare prioriterar mellan olika egenskaper hos posttjänsterna. Undersökningens resultat kommer tillsammans med annan information bland annat utgöra underlag för PTS analys av hur den framtida samhällsomfattande posttjänsten bör vara utformad.

Denna rapport inleds med en kort sammanfattning av rapportens viktigaste resultat samt PTS kommentarer till dem. Därefter följer i bilagan Stelacons redovisning av undersökningen och dess fullständiga resultat.

Sten Selander
Chef för postavdelningen

¹ Se PTS rapport Svensk Postmarknad 2015, PTS-ER- 2015:3.

Innehåll

Förord	3
1 Om undersökningen och dess resultat i korthet	6
1.1 Undersökningens resultat och slutsatser	6
2 PTS kommentarer till några av undersökningens resultat	9
2.1 Alla prioriterar inte övernattbefordran	9
2.2 Olika behov i olika delar av landet	9
2.3 Framtidens posttjänster	10
2.4 Förändrade behov och förutsättningar ställer krav på förändrad reglering	11
2.4.1 <i>Övernattbefordran</i>	11
2.4.2 <i>Framtida lösningar för varuförsändelser</i>	12
2.4.3 <i>Personer i olika åldrar har olika behov</i>	12
BILAGD STELACON-RAPPORT	14

1 Om undersökningen och dess resultat i korthet

PTS har gett undersökningsföretaget Stelacon i uppdrag att undersöka privatpersoners och mindre företags behov av och uppfattningar om en framtida funktionell posttjänst. Undersökningen har utgått från egenskaper hos posttjänsten som är viktiga när försändelser tas emot och skickas, såsom platsen för utdelning, frekvens och tidpunkter för utdelning, övernattbefordran samt servicenätets funktionalitet.

Stelacon har genomfört två olika enkätundersökningar, en riktad till privatpersoner och en riktad till mindre företag i glesbygd². Att vi valt att särskilt undersöka dessa företag beror främst på att de kan antas ha särskilda utmaningar när det gäller att få sina behov av posttjänster tillgodosedda, bland annat då de ofta är belägna förhållandevis långt från PostNords och andra distributionsföretags ombudsnet.

Undersökningens utformning medför att vissa resultat är osäkra till följd av ett litet antal svarande. Det gäller framför allt företagsundersökningen. Det hindrar inte att många resultat ändå är intressanta, men att det kan krävas kompletterande och fördjupade undersökningar för att verifiera och tolka dem rätt.

1.1 Undersökningens resultat och slutsatser

Stelacon har sammanfattat undersökningens resultat bland annat i nedanstående åtta fetmarkerade slutsatser (se kapitel 5 i Stelacons resultatrapport). I redovisningen nedan refererar PTS kortfattat resultaten bakom slutsatserna.

- 1. Placering av postlådor fungerar bra för användare.** De flesta användare är idag nöjda med postlådors placering och vill inte ha några förändringar från hur utdelning sker idag.
- 2. Utdelning fem vardagar i veckan är betydelsefullt för många, men närheten till platsen är viktigast.** De flesta användare, både företag och privatpersoner, värdesätter i första hand att platsen för utdelning fungerar och i andra hand frekvensen för utdelning. De flesta användare vill ha utdelning fem vardagar i veckan, men resultaten visar att många anser att även färre utdelningsdagar i veckan kan fungera.

² Se mer om hur undersökningarna genomförts i bilagd rapport från Stelacon, avsnitt 1.2 Metod.

-
- 3. Utdelningstiden är inte avgörande och privatpersoner och företag har olika preferenser.** Vilken utdelningstid man föredrar skiljer mellan privatpersoner och företag. Privatpersoner har i allmänhet inget emot att få posten under sen eftermiddag. Företag vill däremot ha tidig utdelning och anser att utdelning bör ske senast mitt på dagen. Det gäller även för äldre privatpersoner. Om posten delas ut senare än vad man angett som behov så tyder resultaten på att det ofta inte leder till några mer omfattande negativa konsekvenser.
 - 4. Inte alla brev behöver komma fram dagen efter de postats.** Privatpersoner i allmänhet föredrar att de gula brevlådorna bör vara lokaliserade där andra ärenden utförs, till exempel i köpcentrum. Äldre användare, som ofta skickar fler brev, föredrar dock i högra grad lokalisering nära bostaden. När användare skickar brev ska befordran vara snabb, men snabbhet behöver inte alltid betyda att försändelsen ska komma fram över en natt. Övernattbefordran värderas inte lika högt som ett stabilt pris. Övernattbefordran har större betydelse för äldre och respondenter i områden med sämre tillgänglighet.
 - 5. Servicenätet fungerar bra idag.** För de flesta användare fungerar de befintliga service-/ombudsneten med manuell service bra när det gäller att skicka och ta emot försändelser med varor. 79 procent av privatpersonerna svarar att de är mycket eller ganska nöjda med lokaliseringen av ombudet där man vanligen hämtar ut paket eller brev med varor. När det gäller företagen tycker 72 procent att det fungerar mycket eller ganska bra att ta emot försändelser med varor. När företag ska skicka sådana försändelser anger 54 procent att det fungerar ganska eller mycket bra. Privatpersoner i områden med sämre tillgänglighet värderar i hög utsträckning ”att det ska vara möjligt att utföra andra typer av ärenden på platsen”. I områden med bättre tillgänglighet värderas snarare närheten till ombudet från bostaden.
 - 6. Intresse för digital postlåda och automatiska paketstationer återspeglar ålder och nivå av tillgänglighet.** Det finns idag ett intresse bland privatpersoner för digitala postlådor, men intresset ligger främst hos användare i yngre åldrar upp till 45 år. Automatiska paketstationer som ersätter dagens ombud är också betydligt intressantare för yngre personer.
 - 7. Kvinnor och män har ofta samma preferenser.** Kvinnor tenderar dock att värdera valfriheten i något högre utsträckning än män, exempelvis valfriheten att själv få bestämma plats på postlådans

placering och valfriheten att själv få välja ombud.

- 8. Rättighet till service i samtliga delar av landet.** Det finns resultat som kan tyda på att posttjänster ofta betraktas som en rättighet, att alla användare har rätt till samma servicenivå oavsett var i landet man befinner sig. Om servicenivån försämras på vissa platser kan känslan av utanförskap förstärkas. Resultaten visar att det finns en förväntan om att den service som erbjuds på mindre tillgängliga platser ska motsvara den på övriga platser.

Sammanfattningsvis konstaterar Stelacon att fungerande posttjänster är viktiga för både privatpersoner och företag, trots att användarvanor och kommunikationsmönster har förändrats över tid. Man konstaterar också att privatpersoner och mindre företag i glesbygd i många fall har liknande behov av posttjänster och också liknande önskemål om hur den framtida postservicen ska vara utformad.

2 PTS kommentarer till några av undersökningens resultat

Resultaten från denna undersökning bekräftar i flera fall vad som utvisats av de tidigare undersökningar som gjorts. Det gäller bland annat placering av postlådor och inställningen till ombuds nätet samt att det är färre än hälften av privatpersonerna som anser sig vara beroende av att få post 5 dagar i veckan³.

I denna undersökning har det också varit möjligt att ta låta intervjupersonerna svara på frågor där olika egenskaper hos posttjänster ställs mot varandra. Dessa resultat kan utgöra ett särskilt viktigt underlag, bland annat när det gäller att utforma en reglering av postmarknaden som möter framtidens utmaningar och som säkerställer en posttjänst som fortsatt motsvarar samhällets behov.

2.1 Alla prioriterar inte övernattbefordran

Resultaten visar att när privatpersoner skickar brev värderar man ett stabilt pris framför befordran övernatt.

Likaså finns indikationer på att privatpersoner som skickar brev mer frekvent, i högre utsträckning är villiga att betala extra för övernattbefordran. Det kan därför finnas utrymme för en prisdifferentiering av porto för övernattbefordran.

Inte heller företag prioriterar alltid utdelning nästa dag högst när brev skickas. När företag skickar brev är det mindre än hälften som allra högst prioriterar att brev ska komma fram snabbt. Av de som prioriterar snabbhet är det endast ungefär en tredjedel som anger att deras verksamhet är i behov av att utdelning sker en dag efter att brevet postats. För övriga företag räcker det att utdelning sker efter två eller tre dagar.

2.2 Olika behov i olika delar av landet

I undersökningen används så kallade tillgänglighetsindex för att särskilja resultaten för områden med god tillgänglighet till service (städer och större tätorter) från områden med sämre tillgänglighet till service (lands och glesbygd)⁴.

Undersökningen visar att det finns skillnader mellan stad och landsbygd och kanske framför allt mellan stad och mer utpräglad glesbygd. Skillnaderna avser

³ Se bl a Befolkningens användning av posttjänster 2016, PTS-ER 2016:6.

⁴ Tillgänglighetsindex är framtaget av Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys). Se vidare i den bilagda resultatredovisningen från Stelacon.

både hur man uppfattar dagens posttjänster och vilka behov man prioriterar när det gäller framtida posttjänster.

Dessa geografiskt betingade skillnader utgör en betydande utmaning när det gäller hur de framtida posttjänsterna bör utformas och regleras. Exempelvis är det för boende och verksamma i områden med sämre tillgänglighet viktigare att försändelserna delas ut ofta, medan boende i andra områden prioriterar att platsen för utdelning fungerar. Mot den bakgrunden kan man möjligtvis överväga om det är ändamålsenligt att tjänster och reglering i framtiden utformas på samma sätt i hela landet.⁵

Ytterligare ett exempel där resultaten tyder på att behoven ser olika ut i olika delar av landet är när intervjupersonerna ska göra avvägning mellan att ha ombud placerade nära hemmet eller samordnad med annan service. I områden med hög tillgänglighet till service framstår närhet till hemmet som viktigt, t ex när man ska hämta varor som beställts genom e-handel. I områden med sämre tillgänglighet prioriterar användaren istället samordning med annan service. Detta kan bero på att det annars kan bli förhållandevis komplicerat att utföra vardagsärenden då det i dessa delar av landet, med ett begränsat befolkningsunderlag, är i det närmaste ofrånkomligt med betydande avstånd mellan olika serviceställen.

Vikten av att service i lands- och glesbygd, inklusive post- och paket tjänster, så långt möjligt samordnas är också något som har lyfts fram i flera olika sammanhang, bland annat i utredningen Service i glesbygd och i de regionala serviceprogrammen⁷.

2.3 Framtidens posttjänster

Ett par resultat som också är intressanta gäller utformning av tjänster som motsvarar framtidens behov. Här är det särskilt viktigt med det intresse som finns, framför allt i yngre användargrupper, för posttjänster via säkra digitala brevlådor samt för automatiska paketstationer. Dessa lösningar har stor potential när det gäller att utforma nya tjänster som motsvarar de behov som finns såväl i stad, landsbygd och glesbygd. Mot bakgrund av att såväl fysiska brev som personlig ombudsservice fortfarande prioriteras högt, inte minst av äldre användare, kommer det sannolikt ligga långt fram i framtiden innan samhällets behov till övervägande delen kan tillgodoses genom dessa tjänster.

⁵ I Nya Zeeland öppnades i oktober 2013 en möjlighet för New Zealand Post att i städer och tätorter övergå till tredagarsutdelning. Se PTS rapport Service och Konkurrens 2014, PTS-ER 2014:2, sid 11.

⁶ Service i glesbygd, SOU 2015:35.

⁷ Se mer om regionala serviceprogram på Tillväxtverkets [hemsida](#).

När det gäller att utforma framtida posttjänster är det också intressant att notera att privatpersoner har en viss betalningsvilja när det gäller kostnader för postlåda eller fastighetsbox som möjliggör mottagning av paket och större brev. Under senare tid har flera olika aktörer testat och etablerat olika paketstationer i eller nära serviceställen eller fastigheter. Det har också etablerats nya innovativa distributionslösningar som exempelvis företaget DHL:s MyWays och de tjänster som företaget Urb-it tillhandahåller.⁸ Mot bakgrund av det kommersiella intresse som finns samt postmottagarnas, om än begränsade, betalningsvilja reser sig bland annat frågor om hur en utveckling av flexibla lösningar som möjliggör leverans av försändelser med varor ännu närmare till kunderna, bör främjas och regleras.

2.4 Förändrade behov och förutsättningar ställer krav på förändrad reglering

Mot bakgrund av pågående översyn av postlagstiftningen vill PTS, utan anspråk på att vara heltäckande, särskilt lyfta fram tre områden där de resultat och slutsatser som kan dras av den genomförda undersökningen av postanvändarnas behov kan ge viktiga underlag till den framtida regleringen på postområdet.

2.4.1 Övernattbefordran

Enligt regeringens direktiv till den pågående postlagsöversynen ska utredaren senast den 31 mars 2016 presentera förslag angående bland annat övernattbefordran.⁹

Som tidigare nämnts tyder resultaten från de undersökningar som Stelacon genomfört att postanvändarna prioriterar andra egenskaper hos posttjänsterna högre än övernattbefordran, till exempel stabila priser och 5-dagarsutdelning. Det kan därför vara motiverat att förändra detta krav i en framtida postlag.

Samtidigt visar dock undersökningen på att det finns användare för vilka övernattbefordran fortfarande är en mycket viktig egenskap. Ett exempel på det är att i områden med mycket låg tillgänglighet prioriteras befordran övernatt högre än i andra delar av landet. Resultaten tyder också på att det finns en viss beredskap hos postanvändarna att betala mer för en snabb tjänst, när de har behov av att brev kommer fram nästkommande vardag. Vid utformningen av förändrade krav vad gäller övernattbefordran behöver man väga samman dessa olika intressen och även beakta internationella krav på befordringstider.

⁸ Se t ex PTS rapport Svensk postmarknad 2015, PTS-ER 2015:3. sid 33.

⁹ Se Dir. 2015:87samt tilläggsdirektiv 2015:124.

2.4.2 Framtida lösningar för varuförsändelser

Den ökade e-handeln ställer särskilda krav på hur utdelning av försändelser med inköpta varor ska ske, detta oavsett om de betraktas som brev (dvs postförsändelser mindre än 2 kilo) eller paket. Att platsen och formen för utdelning och utlämning av brev och paket fungerar väl är viktigt för såväl privatpersoner som mindre glesbygdsföretag, vilket tydligt framgår av undersökningen.

Resultaten visar också att det hos privatpersoner finns en betalningsvilja för att ha en större postlåda samt att det särskilt hos yngre postanvändare finns ett intresse för de paketstationer som nu etableras.

En etablering av större postlådor, automatiska paketstationer och andra nya distributionslösningar kan erbjuda många positiva lösningar för såväl privatpersoner som företag i både tätbebyggda områden och i mer glesbefolkade områden av landet. Men utvecklingen innebär också utmaningar. Det kan bland annat krävas en utvecklad samverkan mellan berörda kommersiella aktörer och myndigheter för att skapa förutsättningar som gör att dessa lösningar kan etableras i en takt, en form och på platser som skapar mest nytta för användare och samhälle.

Undersökningens resultat tyder på att behovet av nya distributionslösningar skiftare mellan olika delar av landet. I större städer och andra områden med god tillgänglighet till service tyder resultaten på att mottagarna framför allt efterfrågar större postlådor och andra lösningar som möjliggör leverans nära bostaden.

I mer glesbefolkade delar av landet betonar mottagarna istället i högre grad vikten av att postservice lokaliseras till serviceställen eller orter där annan service finns. För att kunna uppnå detta behöver bland annat posttjänster vara en integrerad del av det arbete som bland andra länsstyrelser, regioner och kommuner utför inom ramen för de regionala serviceprogrammen.

2.4.3 Personer i olika åldrar har olika behov

De skillnader i behov och prioriteringar mellan personer i olika åldrar som undersökningen visar på innebär en särskild utmaning när det gäller att skapa förutsättningar för framtida posttjänster som motsvarar användarnas behov.

Undersökningen visar bland annat att äldre skickar fler brev, har större behov av utdelning fem vardagar per vecka och utdelning övernatt samt vill ha utdelning vid en tidigare tidpunkt på dagen. De prioriterar också i högre grad än andra grupper att ombud är placerade nära - och är i mindre utsträckning

intresserade av framtida distributionsformer som automatiserade paketstationer och säkra digitala brevlådor.

Samtidigt som den framtida postregleringen bör utgå från, och vid behov skapa förutsättningar för, att postanvändarna i högre grad utnyttjar digitala och andra framtida distributionslösningar behöver man också säkerställa att äldre och andra grupper som fortsatt kan ha behov av fysiska förändelser inte får en försämrad tillgång till posttjänster. Ett utvecklat arbete för att möjliggöra digitala och andra post- och distributionstjänster som är tillgängliga för alla kan därför vara en viktig faktor för att skapa förutsättningar för posttjänster som motsvarar samhällets behov i ett digitaliserat samhälle.

BILAGD STELACON-RAPPORT

Användares behov av
posttjänster

Mars 2016

Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	4
1. Inledning.....	6
1.1. Syfte.....	6
1.2. Metod.....	6
1.3. Rapportens disposition	7
2. Genomförande av undersökningen.....	8
2.1. Tillgänglighetsindex ger ett mått på nivå av service.....	8
2.2. Bortfallsredovisning för privatpersoner.....	10
2.3. Hur representativa är privatpersonerna i undersökningen?.....	10
2.4. Bortfallsredovisning för företag.....	13
2.5. Hur representativa är företagen i undersökningen?.....	13
2.6. Resultatens tillförlitlighet reduceras vid nedbruten analys.....	15
3. Resultat – Användares behov av posttjänster	16
3.1. Platsen där brev tas emot	16
3.1.1. Olika utdelningsformer för olika nivåer av tillgänglighet.....	16
3.1.2. Användare är nöjda med postlådans placering idag och tycker att det fungerar bra att ta emot post.....	17
3.1.3. Upplevd funktionalitet beror av utdelningsform.....	19
3.1.4. Få privatpersoner vill betala för valfriheten att själv bestämma placering av postlådan.....	20
3.1.5. Intresset för digital post hos privatpersoner varierar med ålder	22
3.2. Antal utdelningsdagar och tidpunkt för utdelning.....	24
3.2.1. Privatpersoner och företag behöver utdelning av brev tre till fem vardagar i veckan.....	24
3.2.2. Det kan bli negativa konsekvenser om antal utdelningsdagar är färre än vad som det finns behov av.....	25
3.2.3. Privatpersoner har låg betalningsvilja för extra utdelning av brev ...	28
3.2.4. Föredragen tidpunkt för utdelning av post skiljer sig åt mellan privatpersoner och företag	30
3.2.5. Oftast är konsekvenserna av senare tidpunkt för utdelning inte så omfattande.....	31
3.3. Skicka brev.....	33
3.3.1. Brev skickas oftare av äldre personer och av företag med fler anställda	33
3.3.2. Brev postas mestadels på gul brevlåda och dessa bör vara lokaliserade där andra ärenden utförs.....	35
3.4. Befordringshastighet på brev som skickas.....	37
3.4.1. Brev som skickas ska komma fram snabbt men detta betyder inte alltid över en natt	37
3.4.2. Det finns positiv betalningsvilja för övernattnsbefordran.....	39

3.4.3.	När brev inte kommer fram så snabbt som det behövs blir det vissa konsekvenser för företag	40
3.5.	Skicka och ta emot försändelser med varor	41
3.5.1.	Servicenätet upplevs som bra av de allra flesta privatpersoner och företag	41
3.5.2.	Hur servicenätet upplevs beror av avstånd och vilken typ av service som erbjuds	42
3.6.	Olika preferenser för servicenät	44
3.6.1.	Det finns intresse för automatiska paketstationer som ersätter postombudets funktion, framför allt hos yngre användare	46
4.	Prioritering av posttjänster inför framtiden	47
4.1.	När brev tas emot	48
4.1.1.	När brev tas emot är det oftast mest viktigt att platsen passar och i andra hand kommer utdelningsfrekvens	48
4.1.2.	Scenarioanalys med privatpersoner visar på skillnader i värdering mellan olika områden av tillgänglighet	50
4.2.	Skicka brev och befordringshastighet	53
4.2.1.	Privatpersoner vill inte ha prisförändringar och företag vill ha snabbhet	53
4.2.2.	Scenarioanalys med privatpersoner visar att stabilt pris oftare prioriteras och föredras framför utdelning varje dag och flera gula brevlådor	56
4.3.	Skicka och ta emot försändelser med varor	57
4.3.1.	Viktigt att platsen anpassas efter behov	57
4.3.2.	Privatpersoner vill ofta ha möjlighet att själv få välja ombud samt få manuell service	61
4.4.	Privatpersoner kan tänka sig att betala för vissa tjänster	63
5.	Slutsatser	65
5.1.	Placering av postlådor fungerar bra för användare	65
5.2.	Utdelning fem vardagar i veckan är betydelsefullt för många men närheten till platsen är viktigast	65
5.3.	Utdelningstiden är inte avgörande och privatpersoner och företag har olika preferenser	65
5.4.	Inte alla brev behöver komma fram vardagen därpå	65
5.5.	Servicenätet fungerar bra idag	66
5.6.	Intresse för digital postlåda och automatiska paketstationer återspeglar ålder och nivå av tillgänglighet	66
5.7.	Kvinnor och män har ofta samma preferenser	66
5.8.	Rättighet till service i samtliga delar av landet	66
6.	Bilaga 1: Enkät privatpersoner	67
7.	Bilaga 2: Enkät företag	89

Sammanfattning

Fungerande posttjänster är viktigt för att individer och verksamheter ska kunna vara bosatta och verka i hela landet. I denna rapport redogörs för privatpersoners och företags behov av posttjänster i olika delar av landet. Utifrån resultaten som redovisas i rapporten kan bland annat konstateras att:

- De flesta användare, privatpersoner och företag, är nöjda med postlådnans placering idag. De flesta vill dock inte att placeringen förändras,
- Digitala postlådor för exempelvis myndighetspost till privatpersoner, är ett intressant alternativ för många. Flera privatpersoner kan tänka sig digital kommunikation som ett alternativ ibland, men vill inte att digital kommunikation ersätter samtlig fysisk post. Det är förväntat att digital kommunikation efterfrågas ännu mer i framtiden eftersom intresset är större hos yngre personer,
- Både mottagare och avsändare föredrar frekvent utdelning av post. Frekvent behöver dock inte alltid innebära varje vardag, utan ibland kan utdelning tre eller fyra vardagar per vecka vara tillräckligt för att fylla behoven,
- Företag föredrar oftast en tidigare tidpunkt på dagen för utdelning än privatpersoner. Tidpunkten för utdelning är dock inte lika viktig som antal utdelningsdagar.
- Äldre personer och företag med fler anställda skickar brev mer frekvent än andra grupper av användare. Oftast skickas enstaka brev via gul brevlåda. Många privatpersoner föredrar att gula brevlådor är placerade där andra ärenden utförs, till exempel i köpcentrum,
- Många användare anser sig ha behov av att brev kommer fram till mottagaren snabbt när brev skickas, gärna övernatt. Men om brev kommer fram till mottagaren efter två till tre dagar ger det inte så omfattande negativa konsekvenser,
- Det finns positiv betalningsvilja för övernattningsbefordran. Därför finns det utrymme för en prisdifferentiering av porto med avseende på befordringstid.
- För de flesta användare fungerar det befintliga servicenätet bra för att skicka och ta emot försändelser med varor. Privatpersoner i områden med bättre tillgänglighet anser ofta att lokalisering i närheten är viktig, medan personer i områden med sämre tillgänglighet ofta värdesätter att ombud ligger i anslutning till annan service,
- En majoritet av företagen i undersökningen tar emot försändelser med varor via PostNord, men när försändelser ska skickas används lika ofta andra distributörer,
- Hos privatpersoner finns ett visst intresse för automatiska paketstationer som ersätter dagens ombud. Dock kan intresset förväntas öka i framtiden eftersom yngre personer oftast är mer positivt inställda till automatisk service.

För att kunna utforma framtidens posttjänster så att de anpassas efter användares behov, behövs information om prioriteringar efter hur tjänsterna värderas. Utifrån resultaten i denna rapport kan det bland annat konstateras att användare oftast värderar postlådans lokalisering framför utdelningsfrekvens när brev tas emot. När brev skickas värderar privatpersoner främst ett stabilt pris framför befordran övernatt.

Företag värderar snabbhet framför frekvens för utdelning till mottagaren, platsen för avlämning och tidpunkten för tömning när brev skickas. Merparten (193 stycken) anger att de brukar skicka brev i verksamheten och utav dessa prioriterar 76 stycken att brev ska komma fram så snabbt som det behövs. Ungefär en tredjedel av företagen som har prioriterat

snabbhet behöver utdelning efter en dag och två tredjedelar utdelning efter två respektive tre dagar.

Privatpersoner har främst behov av närhet till servicepunkten eller ombudet när försändelser med varor skickas och tas emot och ofta föredras manuell service och ett brett omkringliggande serviceutbud i andra hand.

Företag har främst behov av att platsen där försändelser med varor tas emot fungerar och föredrar en snabb befordringstid när försändelser med varor skickas.

I rapporten konstateras att privatpersoners prioriteringar ibland är beroende av närheten till tätort baserad på så kallat tillgänglighetsindex. Privatpersoner i områden med sämre tillgänglighet tenderar mer att värdera frekvens, när brev skickas eller tas emot, än i områden med bättre tillgänglighet. I områden med bättre tillgänglighet läggs generellt en högre vikt på egenskaper som exempelvis närhet till postlåda eller servicepunkt.

Rapporten bygger på resultat från två undersökningar med privatpersoner respektive företag. Stelacon har genomfört undersökningarna och sammanställt resultaten på uppdrag av Post och telestyrelsen.

1. Inledning

Postbranschen genomgår omfattande förändringar i form av allt lägre brevvolymer till förmån för skickade försändelser med varor. Med anledning av de förändrade yttre förutsättningarna är postlagstiftningen under översyn (Direktiv 2015:87). En särskild utredare har fått i uppdrag att se över lagstiftningen och bedöma om den nuvarande motsvarar rådande och framtida behov i ett digitaliserat samhälle. Utifrån utredningen kan det komma att implementeras vissa förändringar i ställda krav mot den postoperatör som innehar den samhällsomfattande posttjänsten. Bland annat är postförordningens (2010:1049) reglering av övernattbefordran (6 §) och prisreglering av enstaka brev (9 §) under överseende.

Post- och telestyrelsen (PTS) har inlett ett arbete för att ta fram förslag på hur den samhällsomfattande posttjänstens omfattning och innehåll bör se ut i framtiden för att vara anpassade till samhällets behov. Målsättningen med arbetet är att användare ska ha tillgång till posttjänster som är anpassad efter behov av kvalitet och servicenivå.

Post och telestyrelsen vill därför få ökad kunskap om privatpersoners och småföretagares behov av- och uppfattningar om- hur posttjänster ska vara utformade i framtiden. Föreliggande rapport utgör ett underlag inför myndighetens vidare hantering av frågan kring hur posttjänster ska vara utformade i framtiden.

1.1. Syfte

Stelacon har fått i uppdrag av Post och telestyrelsen att undersöka användarnas behov av och uppfattningar om en framtida funktionell posttjänst.

I posttjänster innefattas den service som förekommer i samband med utdelning och insamling av brev samt när försändelser med varor skickas och tas emot. I undersökningen har PTS utgått ifrån att egenskaper såsom platsen för utdelning av brev, frekvens och tidpunkter för utdelning, övernattbefordran och servicenätets funktionalitet är de mest relevanta serviceaspekter när posttjänster diskuteras.

Undersökningen syftar till att utreda vad användare har för behov av posttjänster idag och i framtiden. Vidare undersöks hur användare prioriterar mellan olika egenskaper hos posttjänsterna. Undersökningens resultat kommer tillsammans med annan information bland annat utgöra underlag för PTS analys av hur det framtida utbudet av posttjänster bör vara utformat.

1.2. Metod

Användares behov kartläggs med hjälp av två olika undersökningar, riktade mot segmenten privatpersoner och företag i glesbygd med 0, 1-4 och 5-9 anställda. För att få en bild över hur servicenivån påverkar användarnas upplevelse och behov av posttjänster rekryteras respondenter från hela landet i områden med olika servicenivåer. Servicenivå mäts utifrån en femgradig skala av tillgänglighetsindex, där *Mycket hög tillgänglighet* avser områden med högst nivå på service och där *Mycket låg tillgänglighet* avser en mycket låg servicenivå¹ I

¹ För en mer utförlig beskrivning av metodik, se 2.1

undersökningen med privatpersoner ingår totalt ca. 2 100 respondenter. Rekrytering av urvalet har gjorts slumpmässigt, men kontrollerats för tillgänglighetsindex. För att säkerställa resultatens representativitet viktas resultat efter respondentens ålder.

I undersökningen med företag ingår 200 verksamheter, där hälften utgör företag i områden med *Låg tillgänglighet* och andra hälften är företag i områden med *Mycket låg tillgänglighet*. Urvalet är stratifierat med avseende på tillgänglighetsindex och antal anställda (0, 1-4 och 5-9 anställda). Resultat inom företagssegmentet viktas med avseende på antal anställda inom respektive indexregion och med avseende på antal företag mellan indexområdena.

Undersökningen med privatpersoner genomfördes med webbenkät under maj 2015. Frågeunderlaget utgjordes mestadels av frågor med fasta svarsalternativ och för att förtydliga innebörden av vissa posttjänster och nuvarande postlagstiftning gjordes även förtydliganden med illustrationer och faktarutor (Bilaga 1).

Undersökningen med företag genomfördes med telefonintervjuer under september 2015. Undersökningen utgjordes mestadels av fasta svarsalternativ, men utgick också utifrån de posttjänster som verksamheten nyttjar idag. Enkätens omfång och innehåll anpassades till stor del av verksamhetens inriktning och behov (Bilaga 2).

1.3. Rapportens disposition

Rapporten inleds med en presentation av genomförande av undersökningarna med privatpersoner och företag: rekrytering av respondenter, bortfallsredovisning, bortfallsanalys och om resultatens tillförlitlighet. Efterföljande kapitel innehåller redovisning av resultat om hur posttjänster värderas idag samt prioriteras inför framtiden. Resultatredovisningen utgår från olika typer av brev- och pakettjänster; med avseende på platsen för att ta emot försändelser, frekvenser och tidpunkter för att ta emot försändelser, skicka försändelser, övernattsbefordran och servicenätets funktionalitet.

2. Genomförande av undersökningen

För att undersöka hur användare med tillgång till olika nivåer av service uppfattar sitt behov och värderar posttjänster, tillämpas stratifiering utifrån en metod med indexerad tillgänglighet, eller tillgänglighetsindex, i urvalsdragningen. I detta kapitel ges en kort bakgrundsbeskrivning till tillgänglighetsindex. Sedan redovisas bortfallet i undersökningarna samt respondenternas representativitet med avseende på totalpopulationen; hela Sveriges befolkning eller företag i områden med tillgänglighetsindex *Låg* eller *Mycket låg*. Resultatens tillförlitlighet redovisas i mer generella termer, med exempel på storleksordning av felmarginaler i de fall där antal respondenter är få.

2.1. Tillgänglighetsindex ger ett mått på nivå av service

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser (Tillväxtanalys) har inom ramen för sin analysplattform för geografisk analys (GIS-analys) Pinpoint Sweden (PiPoS) tagit fram en indelning av Sverige utifrån geografisk tillgänglighet. Metoden bygger på indexerad tillgänglighet till olika tätortsstorlekar. Tillgänglighetsindexet väger samman närhet till tätort och respektive tätorts storlek. Tillgänglighetsindex har en indelning i fem kategorier utifrån grad av tillgänglighet till olika stora tätorter² (

Tabell 1):

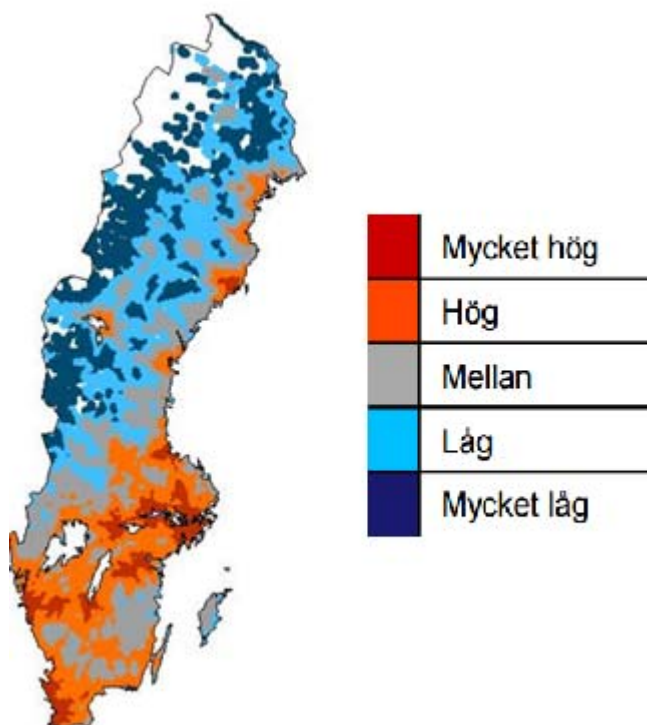
Tabell 1: Befolkningsfördelning per nivå av indexerad tillgänglighet, från Mycket hög till Mycket låg tillgänglighet.

Grad av tillgänglighet	Befolkning 2008	Andel av befolkning
Mycket hög	4984084	54,0
Hög	2858427	31,0
Mellan	1190613	12,9
Låg	158801	1,7
Mycket låg	32411	0,4

Tillgänglighetsindex ger en bild av Sverige, där den geografiska spridningen av befolkningen har fått styra. Modellen är framtagen i syfte att identifiera områden med liknande förutsättningar vad gäller tillgänglighet, exempelvis kan ett område i norra Sverige ha samma nivå på tillgänglighet som i mellersta eller södra delarna i landet (se Figur 1).

² Tillväxtanalys WP/PM 2010:10

Figur 1: Genom tillgänglighetsindex kan områden med liknande förutsättningar identifieras.



För att undersöka om användare med olika förutsättningar har olika behov och önskemål av de framtida posttjänsterna används tillgänglighetsindex i urvalsdragning inom både privatperson- och företagssegmentet.

Segmentet privatpersoner besvarar undersökningen via webbenkät och rekryteras via Norstats webbpanel, som totalt sett innehåller ca. 93 000 respondenter. I en slumpmässig urvalsdragning säkerställs en jämn fördelning med avseende på respondentens kön och ålder. Stratifiering av urvalet görs med avseende på samtliga fem nivåer av tillgänglighetsindex.

Urvalet av företag är stratifierat och baseras SCBs företagsregister med avseende på bransch/verksamhetens inriktning (SNI 2007)³, företagsstorlek (0, 1-4 och 5-9 anställda) samt med avseende på *Lågt* och *Mycket lågt tillgänglighetsindex*. Segmentet med företag besvarar undersökningen via telefonintervjuer.

³ http://www.scb.se/sv_/Dokumentation/Klassifikationer-och-standarder/Standard-for-svensk-naringsgrensindelning-SNI/

2.2. Bortfallsredovisning för privatpersoner

Vanligen är svarsfrekvensen i panelens webbenkäter ca. 35 procent. I undersökningen mot privatpersoner uppgår svarsfrekvensen till 44 procent (Tabell 2):

Tabell 2: Bortfallsredovisning för webbenkät med privatpersoner.

Antal skickade inbjudningar	5 743
Fel i e-post adress	27
Ej svar	3 215
Utgick på grund av uppfylld kvot	225
Utgick på grund av ofullständigt besvarad enkät	149
Antal intervjuer	2 127
Svarsfrekvens	44 %

2.3. Hur representativa är privatpersonerna i undersökningen?

Andel privatpersoner tillhörande respektive område av tillgänglighetsindex motsvarar i stort rikets verkliga fördelning av befolkning och därför genomförs ingen viktning av resultat på totalnivå. Andel respondenter inom segmenten *Låg* och *Mycket låg tillgänglighet* är överrepresenterade relativt verklig fördelning på grund av kvotering och därför genomförs viktning på totalnivå. Kvotering (minst 65 respondenter i varje område) är nödvändig i den nedbrutna resultatredovisningen per tillgänglighetsindex (Tabell 3):

Tabell 3: Respondenter (privatpersoner) och rikets population med avseende på tillgänglighetsindex.

Tillgänglighetsindex	Antal respondenter	Andel respondenter (%)	Andel i riket ⁴
Mycket hög tillgänglighet	1115	52,4	54,0
Hög	603	28,4	31,0
Mellan	217	10,2	12,9
Låg	127	5,9	1,7
Mycket låg tillgänglighet	65	3,1	0,4
Totalt	2127	100	100

Analys görs i vissa fall med avseende på respondentens kön. Andel kvinnor och män i undersökningen motsvarar i stort rikets verkliga fördelning (Tabell 4). Eftersom

⁴ Tillväxtanalys WP/PM 2010:10

undersökningens fördelning mellan kvinnor och män ungefär motsvarar rikets fördelning görs ingen viktning av resultat med avseende på kön.

Tabell 4: Respondentens kön med avseende på rikets verkliga fördelning

Kön	Andel respondenter		Andel i riket ⁵	
	Man	Kvinna	Man	Kvinna
Procent (%)	49	51	50	50

Vissa resultat i undersökningen uppvisar skillnader som varierar med respondentens ålder (bland annat på frågeställningarna om attityder till digitala brevlådor och om hur ofta brev skickas). Eftersom det finns skevheter i åldersfördelningen i undersökningen, bland annat är respondenter i segmentet mellan 65-74 år överrepresenterade och respondenter under 24 år underrepresenterade, genomförs viktning med avseende på verklig åldersfördelning i riket enligt nedanstående gruppering:

Tabell 5: Åldersfördelning av respondenterna visar vissa skevheter i åldersfördelning bland respondenterna. Därför genomförs viktning av resultat med avseende på respondentens ålder.

	Antal respondenter	Andel respondenter	Andel i riket ⁶
24 år och under	130	6,1	11,6
25-34	270	12,7	16,5
35-44	299	14,1	16,3
45-54	366	17,2	16,8
55-64	359	16,9	14,8
65-74	550	25,9	14,0
75 år och över	153	7,2	9,9
Total	2 127	100	100

Klassificering av utbildningsnivå i undersökningen motsvarar inte indelning enligt SCB:s statistik om utbildning. Nedan i Tabell 6 visas respondenternas fördelning med avseende på utbildningsnivå. En relativt hög andel (13 respektive 38 procent) av respondenterna i undersökningen har eftergymnasial utbildning. Enligt nationell statistik från SCB uppgår andel av befolkningen med eftergymnasial utbildning till 33 procent⁷.

⁵ SCB Befolkningsstatistik 2015

⁶ SCB Befolkningsstatistik 2015

⁷ SCB Forskning och utbildning 2014

Tabell 6: Utbildningsnivå hos respondenter i undersökningen med privatpersoner

Klassificering i panel	Andel respondenter (%)
Grundskola/Realskola	12
Gymnasium	31
Folkhögskola	3
Högskola/Universitet, 60 poäng (40 poäng, gamla systemet) eller mindre	13
Högskola/Universitet, mer än 60 poäng (40 poäng, gamla systemet)	38
Annat	3
Totalt	100

För hushållsinkomst motsvarar inte klassificering i Norstats panel SCB:s statistik om hushållens ekonomi. Enligt SCB:s statistik uppgår genomsnittlig disponibel inkomst per hushåll och år till 356 700 SEK⁸. I Tabell 7 redovisas inkomstfördelningen per hushåll för privatpersoner i undersökningen. Medianinkomsten för respondenterna i undersökningen ligger mellan 400 001 till 500 000 SEK per år och hushåll:

Tabell 7. Inkomstfördelning för privatpersoner i undersökningen.

Hushållets inkomst (SEK)	Andel respondenter (%)
Upp till 100 000	2
100 001-200 000	6
200 001-300 000	12
300 001-400 000	15
400 001-500 000	12
500 001-600 000	9
600 001-700 000	10
700 001-800 000	7
800 001-900 000	4
900 001-1 000 000	2
1 000 001 eller mer	3
Vet ej/vill ej svara	17

⁸ SCB Hushållens ekonomi 2014

Utifrån ovanstående presentationer framkommer att det förekommer skevheter i undersökningen; respondenterna i undersökningen har något högre inkomstnivå och högre utbildningsnivå än riket i genomsnitt. När resultat från enskilda frågeställningar i attitydfrågor analyseras mot inkomstgrupp respektive utbildningsnivå framkommer dock inga systematiska skillnader som kan förklaras av olika nivåer av variablerna. Viktning av resultat görs därför utifrån ett antagande om att privatpersoners behov och värdering av dagens och framtida posttjänster beror mer av respondentens ålder än av variabler som inkomst eller utbildningsnivå.

2.4. Bortfallsredovisning för företag

Tidsåtgången för telefonintervjuerna var i genomsnitt ca. 20 minuter och intervjulängden orsakade ett relativt omfattande bortfall av respondenter. Totalt uppgår svarsfrekvensen till 13 procent (Tabell 8). Den låga svarsfrekvensen speglar troligtvis också att målgruppen i sig (företagare) är svårnådd. En så låg svarsfrekvens påverkar resultatens generaliserbarhet och för att motverka skevheter genomförs viktning av resultat på totalnivå, både med avseende på företagsstorlek och område av tillgänglighetsindex.

Tabell 8: Bortfallsredovisning för telefonundersökning med företag.

Antal nummer	1543
Ej svar vid påringning	818
Fel nummer	68
Utgick på grund av tidsåtgången	457
Antal intervjuer	200
Svarsfrekvens	13 %

2.5. Hur representativa är företagen i undersökningen?

I den stratifierade urvalsdragningen från SCB:s företagsregister var målsättningen att erhålla jämn fördelning (med ca. 30 respondenter i varje kategori) med avseende på företagsstorlek och tillgänglighetsindex. Då urvalsunderlaget är litet totalt sett i områden med *Låg* och *mycket låg tillgänglighet* har det inte varit möjligt att erhålla exakt lika stora andelar inom respektive stratum. Antal respondenter per företagskategori och indexområde presenteras i Tabell 9:

Tabell 9: Respondenter (företag) med avseende på tillgänglighetsindex och antal anställda.

Tillgänglighetsindex	0 anställda	1-4 anställda	5-9 anställda
Låg tillgänglighet	26	27	47
Mycket låg tillgänglighet	31	37	32
Totalt	57	64	79

Urvalsdragningen genomfördes från en population bestående av de tio största branscherna inom respektive tillgänglighetsindex (med avseende på antalet företag per område). Respondenterna i företagsundersökningen har inriktning av verksamheten enligt Tabell 10. Till höger om andel respondenter visas verklig branschavdelning med de tio största branscherna inom respektive tillgänglighetsindex:

Tabell 10: Respondenter och verklig population (10 största branscherna) indelade efter branschavdelning enligt SNI 2007.

Branschavdelning enligt SNI 2007	Låg tillgänglighet		Mycket låg tillgänglighet	
	Andel respondenter (%)	Andel för 10 största branscherna (%)	Andel respondenter (%)	Andel för 10 största branscherna (%)
A Jordbruk, skogsbruk och fiske	27	58	24	53
C Tillverkning	11	4	5	4
F Byggverksamhet	14	7	10	8
G Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar	15	6	25	6
H Transport och magasinering	13	2	7	2
I Hotell- och restaurangverksamhet	6	2	7	4
L Fastighetsverksamhet	0	4	12	5
M Verksamhet inom juridik, ekonomi, vetenskap och teknik	10	5	1	4
R Kultur, nöje och fritid	4	3	5	4
S Annan serviceverksamhet	1	3	3	3
Totalt	100	100	100	100

Branschavdelning hos respondenterna överensstämmer inte med den verkliga fördelningen och detta antas bero dels på den stratifierade urvalsdragningen med avseende på antal anställda och dels möjligen av det relativt höga bortfallet i undersökningen. Sett till antal respondenter är bortfallet särskilt stort för branscher inom avdelning A: Jordbruk, skogsbruk och fiske. Här ges ingen fullständig konsekvensbeskrivning om vad bortfallet inom denna grupp medför för resultaten i stort. Men det som kan sägas är att behoven av posttjänster möjligen är av en mer sporadisk karaktär inom denna grupp av företagare. När posttjänster används kan det säkerligen finnas behov av en specifik servicenivå, på grund av exempelvis provsvar eller andra känsliga innehåll.

För att uppnå representativitet viktas företagen först med avseende på antal anställda inom respektive område av tillgänglighetsindex enligt Tabell 11. Företag från respektive storleksklass viktas alltså samman till ett värde som representerar samtliga företag (med 0 till 9 anställda) inom ett och samma tillgänglighetsindex. För att få ett sammanvägt resultat för tillgänglighetsindex Låg och Mycket låg används de relativa vikterna 68 procent (för *Låg tillgänglighet*) och 32 procent (för *Mycket låg tillgänglighet*). Vikterna motsvarar verkliga

fördelningen av företag med 0-9 anställda i områden med *Låg* respektive *Mycket låg tillgänglighet*⁹.

Tabell 11: Resultat i företagsundersökningen viktas med avseende på antal anställda inom respektive tillgänglighetsindex.

Tillgänglighetsindex	0 anställda (%)	1-4 anställda (%)	5-9 anställda (%)	Totalt
Låg tillgänglighet (68 %)	84	13	3	100
Mycket låg tillgänglighet (32 %)	84	13	3	100
Totalt (100 %)				100

2.6. Resultatens tillförlitlighet reduceras vid nedbruten analys

I både privatpersons- och företagsundersökningen redovisas resultat med avseende på tillgänglighetsindex. Därför bör det nämnas något om slumpmässiga fel i urvalet och vad det får för implikationer i tolkning av resultaten.

Fel på grund av slumpen påverkar tillförlitligheten i resultaten från privatpersonsundersökning främst vid *Låg* och *Mycket låg tillgänglighet*: Detta för att antal respondenter är relativt få jämfört med resterande segment (till exempel övriga tillgänglighetsindex, ålder och kön). Ju färre respondenter, ju högre är felmarginalen. I områden med *Mycket låg tillgänglighet* kan felmarginalen i många fall vara runt 10 procentenheter. I flera fall går det, trots felmarginaler, ändå att urskilja tendenser för hur områden med olika nivåer av tillgänglighet skiljer sig från varandra. I vissa fall medför dock osäkerheter i skattningar att det inte går att dra slutsatser och då hänvisas till för få respondenter.

Liksom för undersökning med privatpersoner förekommer slumpmässiga fel i företagsundersökningen vilket ger lägre tillförlitlighet i vissa resultat. I företagsundersökningen är felmarginalerna generellt högre än undersökningen med privatpersoner, eftersom undersökningen innehåller färre respondenter. I de fall där resultaten bryts ner per tillgänglighetsindex och antal anställda är antalet respondenter ungefär 30 och ibland ännu lägre, beroende på att samtliga inte nyttjar en specifik posttjänst. Felmarginalerna kan då vara så höga som 20 procentenheter och därför bör de nedbrutna resultaten per företagsstorlek genomgående tolkas med försiktighet. Felmarginaler för resultat redovisade totalt per tillgänglighetsindex är ca. 8-10 procentenheter och på total nivå är felmarginaler ca 5-7 procentenheter. I de fall där basen utgör långt under 200 respondenter (ca. 100 respondenter) redovisas resultaten endast på totalnivå.

⁹ För att erhålla resultat på totalnivå viktas företag med 0, 1-4 respektive 5-9 anställda samman enligt följande: Total företag = $0,68(0,84*\text{resultat för 0 anställda lågt tillgänglighetsindex} + 0,13*\text{resultat för 1-4 anställda lågt tillgänglighetsindex} + 0,03*\text{resultat för 5-9 anställda lågt tillgänglighetsindex}) + 0,32(0,84*\text{resultat för 0 anställda mycket lågt tillgänglighetsindex} + 0,13*\text{resultat för 1-4 anställda mycket lågt tillgänglighetsindex} + 0,03*\text{resultat för 5-9 anställda mycket lågt tillgänglighetsindex})$

3. Resultat – Användares behov av posttjänster

I denna del av rapporten presenteras resultat från undersökningarna med privatpersoner och företag inom olika områden av tillgänglighetsindex. Samtliga områden (från *Mycket hög* till *Mycket låg tillgänglighet*) finns representerade bland privatpersoner. Företagen representerar områden med *Mycket låg* och *Låg tillgänglighet*.

Presentationen utgår från brev- och pakettjänster med avseende på platsen där försändelser tas emot, hur försändelser skickas, användarnas förväntningar på frekvens och tidpunkter för utdelning av brev samt inlämning och utlämning av försändelser med varor.

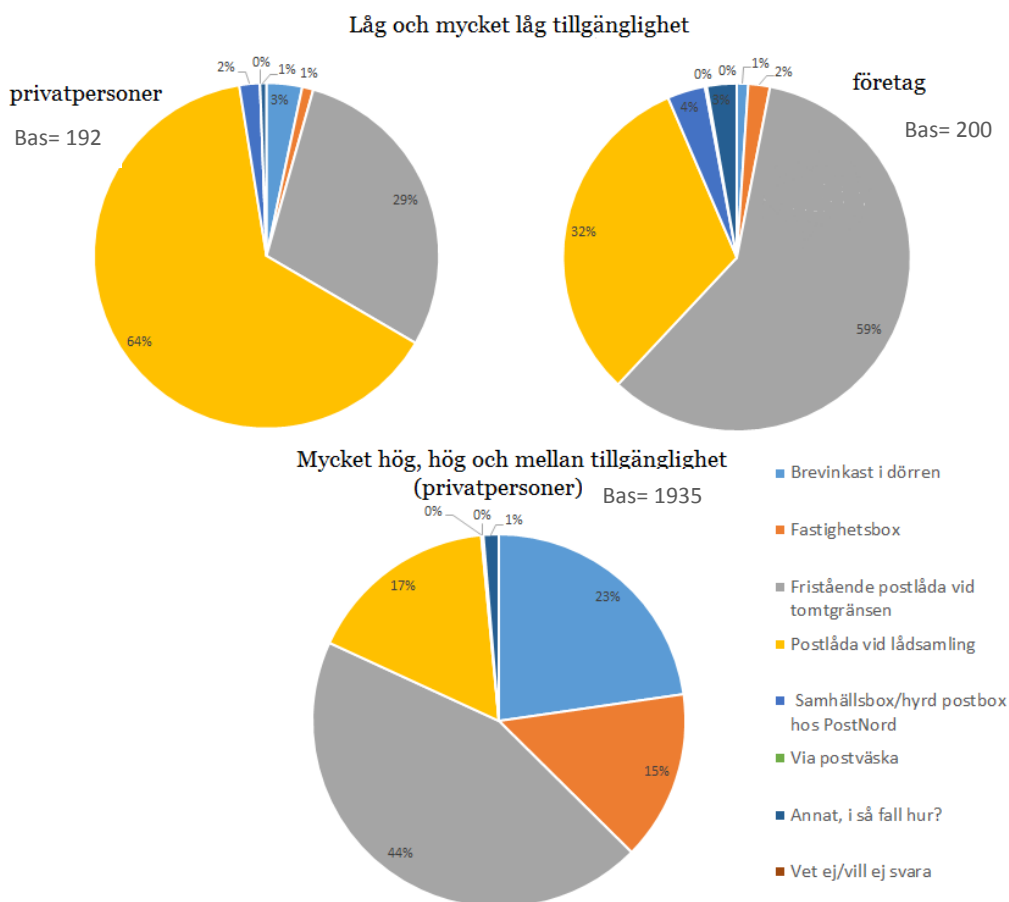
3.1. Platsen där brev tas emot

Det företag som ansvarar för den samhällsomfattande posttjänsten kan, inom de ramar som framgår av PTS allmänna råd om utdelning av post (PTSFS 2008:6) besluta om *var* och *hur* postmottagare ska placera postlådan. I tätbebyggda områden placeras postlådan oftast vid tomtgräns eller i flerbostadshus i fastighetsbox eller i brevinkast. I mer glest befolkade områden är det däremot mer vanligt med utdelning i lådsamlingar samt undantagsvis även samhällsbox eller postväska.

3.1.1. Olika utdelningsformer för olika nivåer av tillgänglighet

Både privatpersoner och företag tillfrågades om *"Hur delas brev ut som är adresserade till dig?"* Respondenternas svar visar att utdelningsformen varierar mellan tillgänglighetsindex och om användaren är privatperson eller företag (Se Figur 2):

Figur 2: "Hur delas brev ut som är adresserade till dig?" (Fråga 1, Bilaga 1 & Fråga 5, Bilaga 2)



Majoriteten av privatpersonerna i områden med *Mycket hög, Hög och Mellan tillgänglighet* tar ofta emot post i fristående postlåda vid tomtgränsen. I dessa områden är det också relativt vanligt förekommande med brevinkast, fastighetsbox och lådsamlingar. För företag i områden med *Låg* och *Mycket låg tillgänglighet* är mottagande i fristående postlåda vid tomtgränsen mycket vanligt. För privatpersoner i områden med *Låg* och *Mycket låg tillgänglighet* är lådsamling den mest vanligt förekommande formen av mottagande.

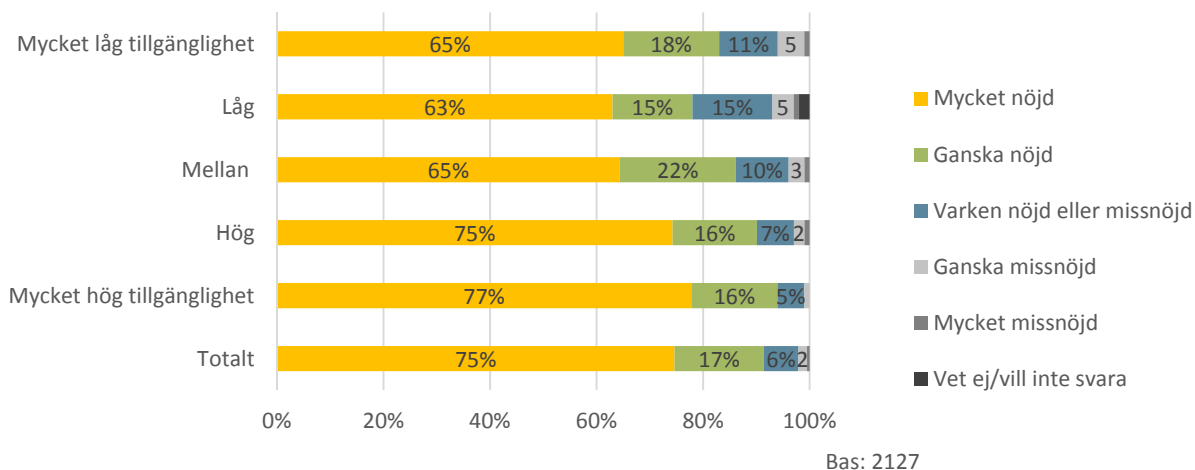
Postmottagare som har refererar till alternativet "Annat" har exempelvis postlådan monterad på fastighetens yttervägg eller har gemensamt brevinkast med andra i fastigheten.

3.1.2. Användare är nöjda med postlådans placering idag och tycker att det fungerar bra att ta emot post

Privatpersoner tillfrågades om "Hur nöjd är du med lokaliseringen av den plats där du idag tar emot brev?". Resultatet visar att ca. 90 procent är *Mycket nöjda* eller *Ganska nöjda* med hur postlådan är placerad (se Figur 3). Tillgänglighetsindex visas på den lodräta axeln och procentuell andel av svar på den horisontella axeln. Resultaten antyder att nöjdhet avtar med sämre nivåer av tillgänglighet; privatpersoner i områden med *Mellan, Låg* och *Mycket låg tillgänglighet* är mindre nöjda med placeringen än resterande områden. Analys av nöjdheten i relation till avstånd från ytterdörr till postlåda ("Ungefär hur långt avstånd har du från ytterdörr till platsen där du hämtar dina brev?") visar att längre avstånd också medför lägre

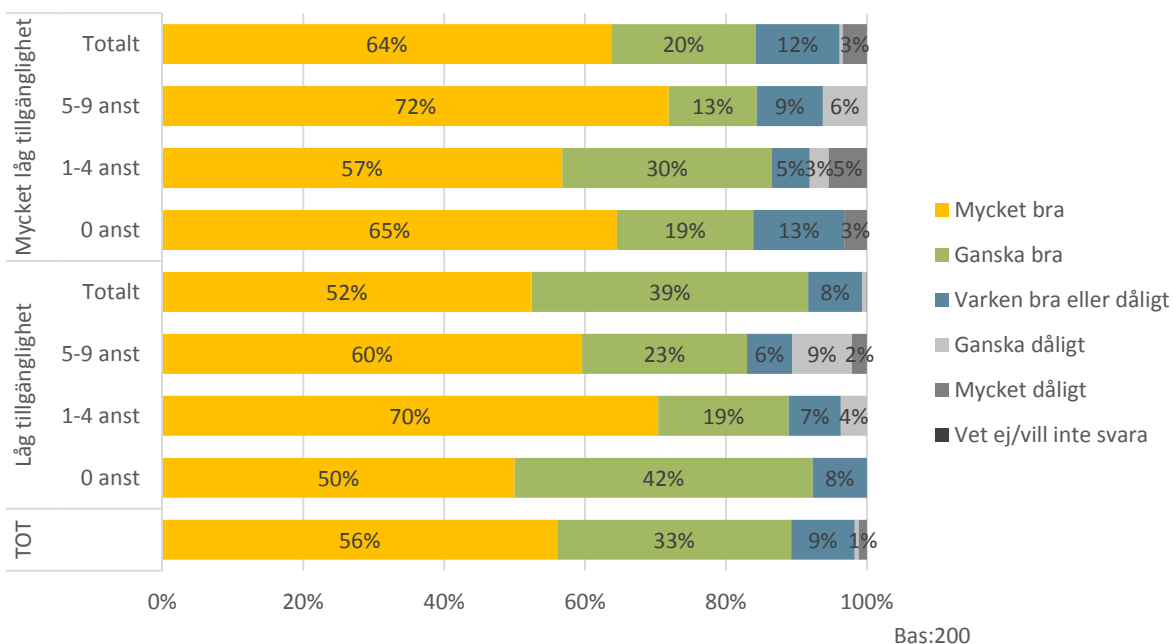
nöjdhet. Troligtvis återspeglar ovanstående resultatet med nöjdhet per tillgänglighetsindex, att respondenter i områden med sämre tillgänglighet generellt har längre avstånd till postlådan och därmed är mer missnöjda.

Figur 3: "Hur nöjd är du med lokaliseringen av den plats där du tar emot dina brev?" (Fråga 3, Bilaga 1)



Företag tillfrågades inte om nöjdhet med postlådans placering, utan istället "Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att ta emot brev?". Av företagen, anser ca 90 procent att det fungerar "Mycket bra" eller "Ganska bra" att ta emot brev (Figur 4):

Figur 4: "Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att ta emot brev?" (Fråga 7, Bilaga 2)



Resultaten antyder inga skillnader i nöjdhet mellan företag av olika storlek eller lokalisering med avseende på tillgänglighetsindex. De företag som anser att det fungerar "Varken bra eller dåligt", "Ganska dåligt" och "Mycket dåligt" tillfrågades om *vad* som skulle behöva förändras för att det ska fungera "Mycket bra" eller "Ganska bra". Svar på frågan är bland annat att de vill ha närmare till postlådan, att postlådan borde vara placerad vid ytterdörren, att det görs färre felsorteringar eller att tidpunkten för utdelning bör vara mer regelbunden.

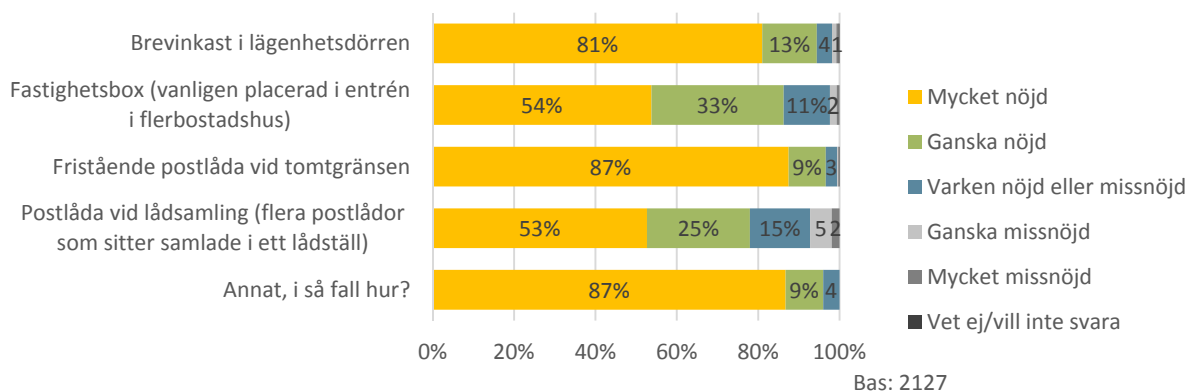
3.1.3. Upplevd funktionalitet beror av utdelningsform

Tidigare har konstaterats att användare, både privatpersoner och företag, har olika utdelningsform (se Figur 2). För att avgöra hur utdelningsformen påverkar nöjdhet och upplevd funktionalitet görs en kompletterande analys där respondenternas utdelningsform relateras till nöjdhet (privatpersoner) eller funktionalitet (företag). Vid en sådan analys kan det konstateras att det finns olikheter mellan hur postmottagare upplever mottagande av brev baserat på utdelningsform.

Privatpersoner och grad av nöjdhet

Nedan presenteras relationen mellan utdelningsformen och grad av nöjdhet för privatpersoner. (Figur 5). Privatpersoner som tar emot brev via postväska och samhällsbox utelämnas från presentationen nedan, eftersom det är för få respondenter med utdelningsformerna (färre än tio respondenter).

Figur 5: "Hur nöjd är du med lokaliseringen av den plats där du tar emot dina brev?" analyseras mot "Hur delas brev ut som är adresserade till dig?" (Fråga 1 & 3, Bilaga 1)



Privatpersoner med utdelning via brevinkast i dörren eller vid tomtgräns är mest nöjda med hur posten delas ut. Mottagare med postlåda vid lådsamling eller med fastighetsbox är minst nöjda.

Privatpersoner som är mindre nöjda med platsen (*Varken nöjd eller missnöjd, Ganska missnöjd, Mycket missnöjd*) tillfrågades om anledningen. Till stor del verkar en nyligen förändrad utdelningsform hos privatpersonerna (respondenter som tidigare haft utdelning i brevinkast) och för litet utrymme i postfacken vara vanliga anledningar till missnöje.

Företag och upplevd funktionalitet

Företagens utdelningsform relateras också till upplevd funktionalitet genom att "Hur delas brev ut som är adresserade till verksamheten?" analyseras mot "Generellt sett, hur väl anser

du att det fungerar för verksamheten att ta emot brev?” (Fråga 5 & 7, Bilaga 2). Antal företag med ”Brevinkast i dörren på verksamhetsstället”, ”Fastighetsbox”, ”I hyrd postbox hos PostNord” och ”Via postväska” är få (11 eller färre företag i respektive kategori) varför resultaten från dessa mottagare inte presenteras i diagram. Flertalet företag (99 respektive 58 av totalt 200 företag) som besvarat frågeställningarna har dock utdelning i ”Fristående postlåda vid tomtgränsen” eller i ”Postlåda vid lådsamling” (Figur 6). Andelar som anser att det fungerar *Mycket bra* och *Ganska bra* motsvarar ungefär resultaten från privatpersoners nöjdhet med samma utdelningsformer.

Figur 6: ”Hur delas brev ut som är adresserade till verksamheten?” analyseras mot ”Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att ta emot brev?” (Fråga 5 & 7, Bilaga 2)

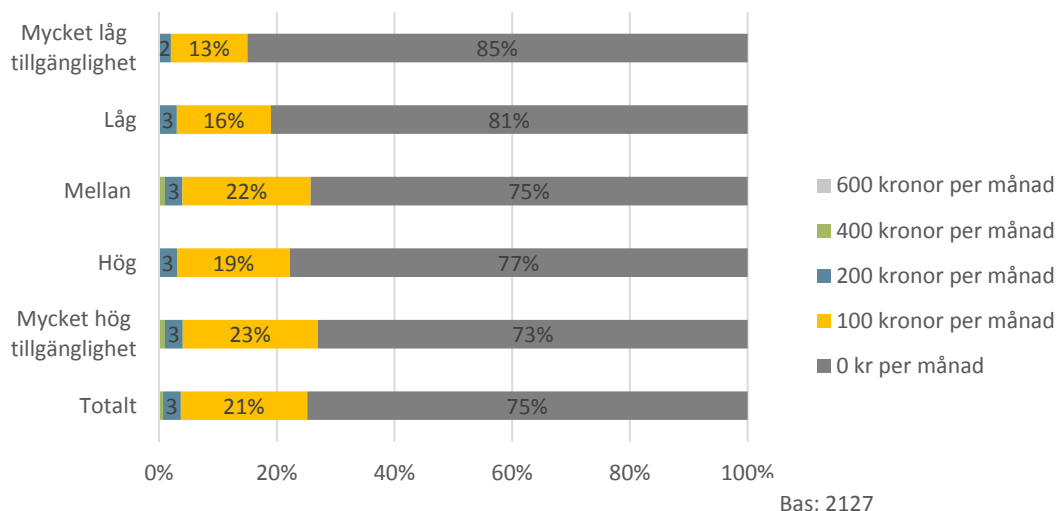


De företag som tycker det fungerar mindre bra (*Varken bra eller dåligt*, *ganska dåligt* och *Mycket dåligt*) tillfrågades om vad som kan göras bättre. Företagen anser att postlådor vid tomtgränsen ibland fungerar mindre bra på grund av felsorteringar och att postlådon är placerade på för långt avstånd från verksamheten. Det framkommer också att företagen generellt ser förändringar i utdelningsformen som något negativt. Ofta anses utdelningen fungera väl idag och de vill helst inte ha några förändringar.

3.1.4. Få privatpersoner vill betala för valfriheten att själv bestämma placering av postlådan

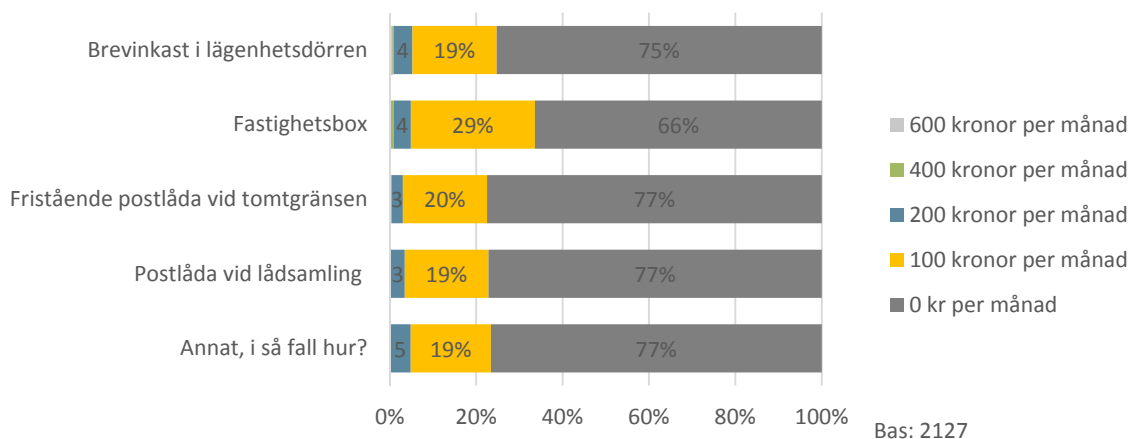
Privatpersonerna tillfrågades i undersökningen om betalningsvilja för möjligheten att själv få bestämma var den egna postlådan ska vara placerad. Överlag kan konstateras att det finns ett lågt intresse för att betala för valfriheten och majoriteten av respondenterna med positiv betalningsvilja är villiga att som mest betala 100 kronor per månad (se Figur 7). Andel med positiv betalningsvilja tenderar att minska med sämre nivåer av tillgänglighet, men resultatet är behäftat med osäkerhet på grund av statistisk felmarginal.

Figur 7: "Hur mycket skulle du som mest kunna tänka dig att betala per månad för att få brev utdelade till en plats som du själv har valt?" (Fråga 4a, Bilaga 1).



Ovanstående resultat påvisar alltså inget starkt samband mellan betalningsvilja för valfrihet och tillgänglighetsindex. I ovanstående avsnitt 3.1.3 konstateras att utdelningsformen i hög grad påverkar nöjdheten bland privatpersoner och en relevant fråga är därför om betalningsviljan för valfrihet är högre hos de respondenter som är mindre nöjda med postlådans placering. Därför redovisas också sambandet mellan utdelningsform i relation till betalningsvilja för valfrihet (Figur 8). De privatpersoner som har utdelning via postväska och samhällsbox medtas inte i redovisningen eftersom underlaget är för litet.

Figur 8: "Hur mycket skulle du som mest kunna tänka dig att betala per månad för att få brev utdelade till en plats som du själv har valt?" analyseras mot "Hur delas brev ut som är adresserade till dig?" (Fråga 4a & 1, Bilaga 1).

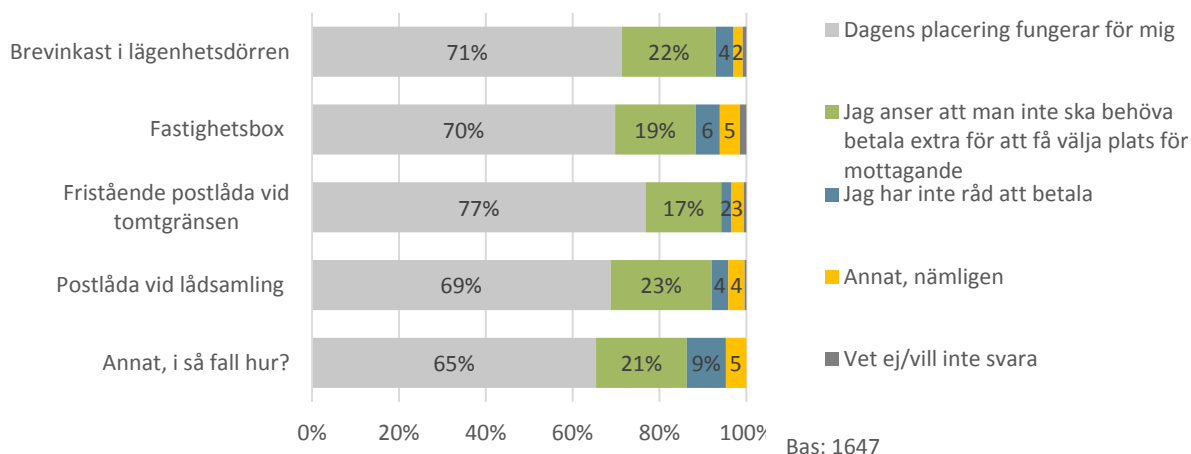


Utifrån ovanstående resultat kan konstateras privatpersoner med fastighetsbox har en något högre betalningsvilja än personer med exempelvis brevinkast.

Vad beror då det generella ointresset bland privatpersoner för valfriheten att själv få bestämma brevlådans placering på? Respondenter som har 0 kronor i betalningsvilja

tillfrågades av orsaken till varför det inte är intressant att betala mer. Respondenter med utdelningsform postväska och samhällsbox utelämnas även från denna redovisning. Resultaten visar att de flesta inte är villiga att betala eftersom de anser att dagens placering ändå fungerar (Figur 9).

Figur 9: "Vad är den främsta förklaringen till att det inte är intressant för dig att betala extra för att flytta platsen där du tar emot brev?" (Fråga 4b. Bilaga 1).



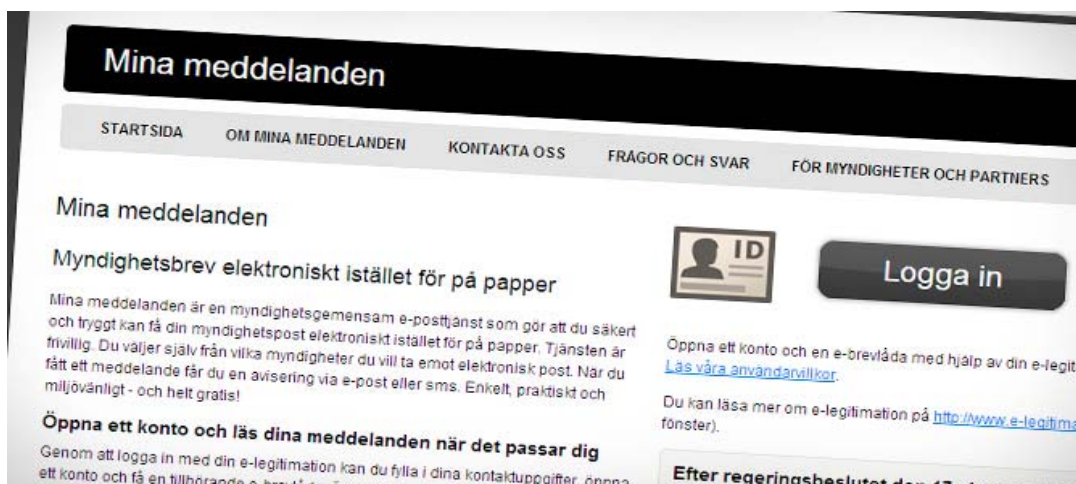
3.1.5. Intresset för digital post hos privatpersoner varierar med ålder

Ett alternativ till att få post utdelad till den fysiska postadressen är digitala postlådor. Det blir allt vanligare att företag och myndigheter ger kunder och medborgare möjlighet att kommunicera digitalt, med hjälp av så kallad "digital postlåda" (

Figur 10). Genom användning av digital brevlåda ersätts viss fysisk post med digital post.

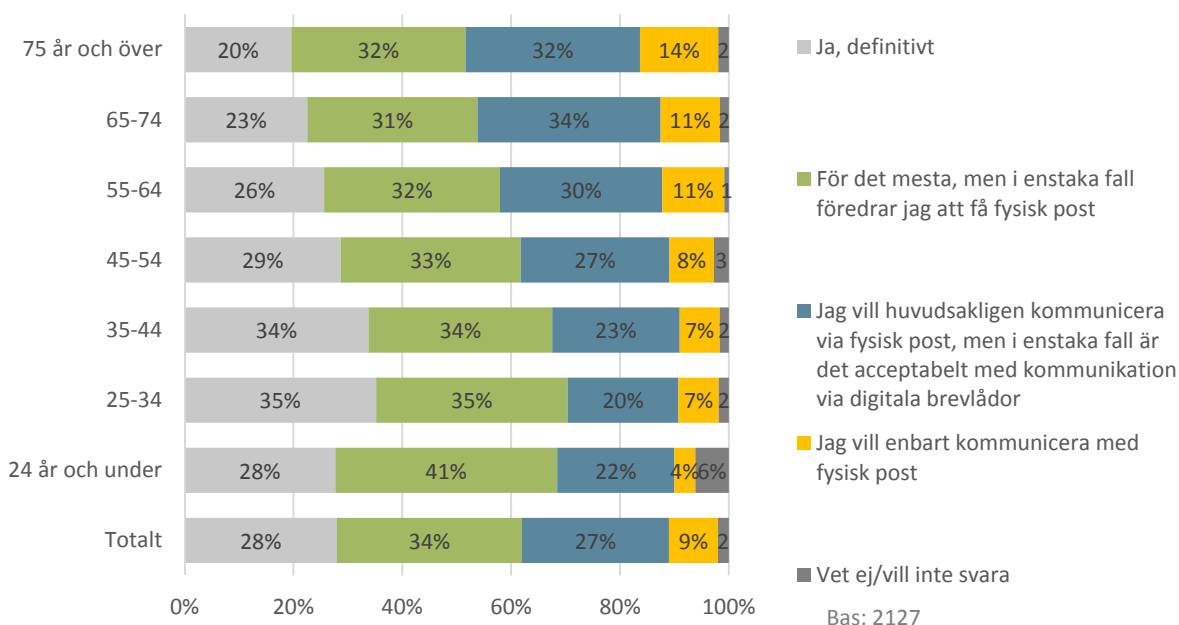
Privatpersoner som använder digital postlåda, kan med hjälp av Bank-ID kopplat till personnummer, logga in och kommunicera med myndigheter och företag via exempelvis "Mina meddelanden" eller "Min myndighetspost".

Figur 10: Genom digital postlåda kan privatpersoner kommunicera digitalt med exempelvis myndigheter.



Efterfrågan av digital post återspeglas troligen av individens teknikintresse eller att användaren i överhuvudtaget har en dator. Privatpersonerna tillfrågas om de kan tänka sig en "digital brevlåda" som ersätter viss fysisk post från myndigheter och företag: "Skulle du kunna tänka dig att använda säkra digitala brevlådor som helt eller delvis ersätter fysisk post innehållande skriftliga meddelanden från myndigheter och företag?". När svaret på denna fråga relateras till respondentens ålder att intresse för digital post varierar med ålder. (Figur 11):

Figur 11: "Skulle du kunna tänka dig att använda säkra digitala brevlådor som helt eller delvis ersätter fysisk post innehållande skriftliga meddelanden från myndigheter och företag?" analyseras mot respondentens ålder (Fråga 10, Bilaga 1).



Digital brevlåda är som mest intressant bland respondenter i åldrarna 25 till 44 år och som lägst inom gruppen med respondenter som är 75 år och äldre. Inom samtliga ålderskategorier återfinns ungefär en tredjedel som till viss del kan tänka sig digital post, men som ändå föredrar fysisk post.

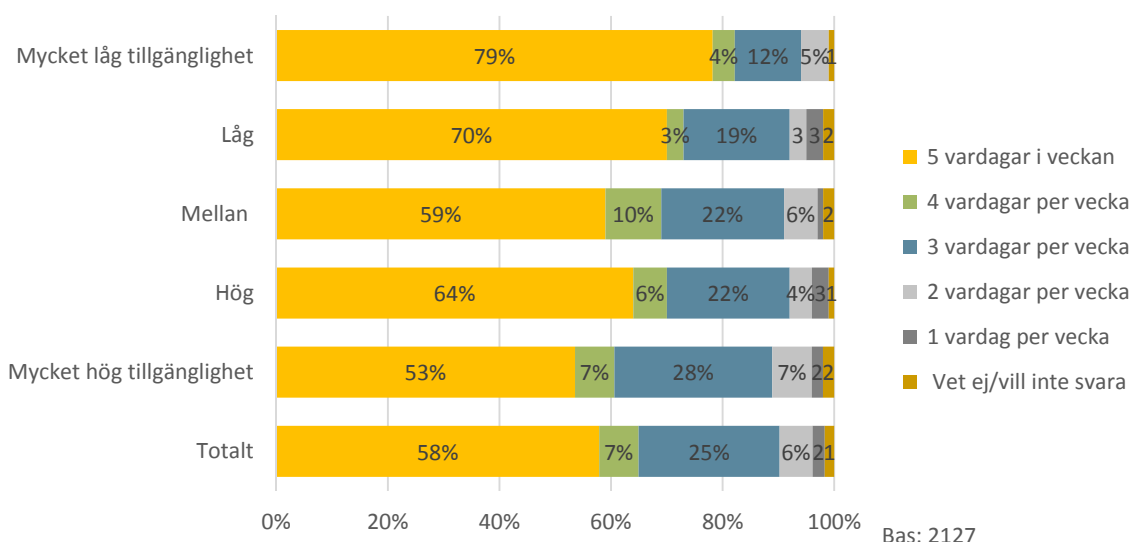
3.2. Antal utdelningsdagar och tidpunkt för utdelning

I denna del presenteras vad användare har för behov av frekvens för utdelning och senaste tidpunkt för utdelning. Vidare undersöks vad konsekvenserna blir om utdelningen inte motsvarar behoven. Enligt den svenska postlagstiftningen ska postförsändelser upp till 20 kg insamlas och delas ut varje arbetsdag och minst fem dagar i veckan i hela landet. I Sverige finns det ca. 900 postmottagare som inte får sin post utdelad fem dagar i veckan. Postmottagarna återfinns framför allt i glesbygdsområden, i Norrlands inland och i skärgårdarna och det är kostnadsskäl som medger undantag från femdagarsregeln. Försändelser på dessa platser delas vanligen ut en till fyra dagar i veckan av lantbrevbärare eller genom så kallad postväska. Exakt tidpunkt beror av brevbärens linjedragning. Enligt PostNords interna riktlinjer ska utdelning i normalfallet inte ske efter klockan 17.

3.2.1. Privatpersoner och företag behöver utdelning av brev tre till fem vardagar i veckan

Privatpersoner tillfrågades om "hur ofta anser du dig ha behov av utdelning i din postlåda?". I Figur 12 visas hur ofta privatpersoner anser sig behöva postutdelning. En majoritet (58 procent) föredrar utdelning fem dagar i veckan, men resultaten indikerar att respondenter i områden med sämre tillgänglighet i större utsträckning har behov av utdelning fem vardagar i veckan än respondenter i områden med bättre tillgänglighet. När resultaten relateras till respondentens ålder framkommer att behovet av utdelning fem vardagar per vecka är högre hos äldre personer. Bland de respondenter som är 65 år och äldre anser ca. 70 procent att de har behov av utdelning varje vardag. I åldersgruppen under 35 år anser ca. 50 procent att de har behov av utdelning varje vardag. Nedanstående resultat visas per tillgänglighetsindex samt viktat med avseende på respondentens ålder.

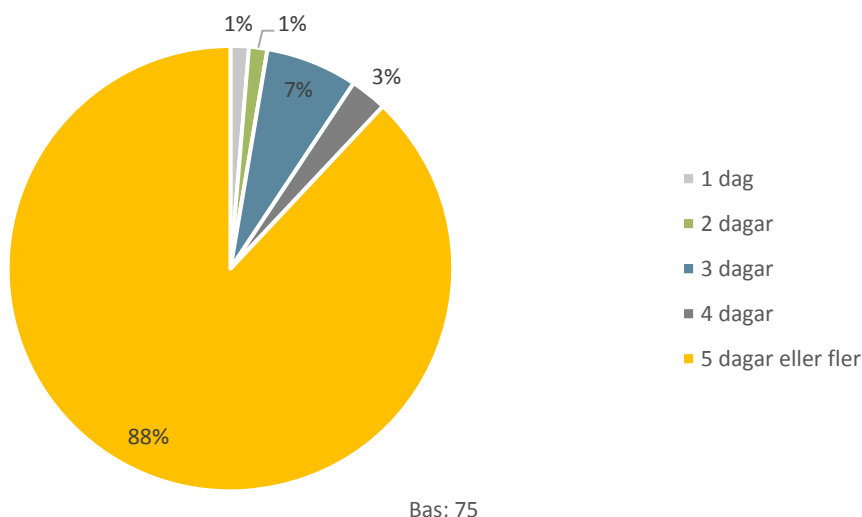
Figur 12: "Hur ofta anser du dig ha behov av utdelning i din postlåda?" (Fråga 5, Bilaga 1).



Samtliga 200 företag har fått välj mellan tre alternativ efter vad som anses vara viktigast för verksamheten när brev tas emot: *Brev ska tas emot "vid en tidpunkt som passar verksamheten", "på en plats som passar verksamheten", "så många dagar i veckan som vi behöver"* (Figur 44). De respondenter som valt det senare alternativet "så många dagar i veckan som vi behöver" har fått besvara frågan om *hur* många dagar i veckan som post

behöver delas ut. Totalt sett utgör gruppen som föredrar frekvens en andel om ca 38 procent av respondenterna. Resultatet i Figur 13 visar att merparten av företagen (88 procent) som föredrar frekvens anser sig ha behov av utdelning fem eller fler dagar per vecka. Flertalet har angett fem dagar i veckan och några har angett upp till 7 dagar per vecka. I figuren presenteras oviktade resultat på totalnivå:

Figur 13: "Hur många dagar i veckan behöver brev delas ut?" (Fråga 23 b, Bilaga 2)

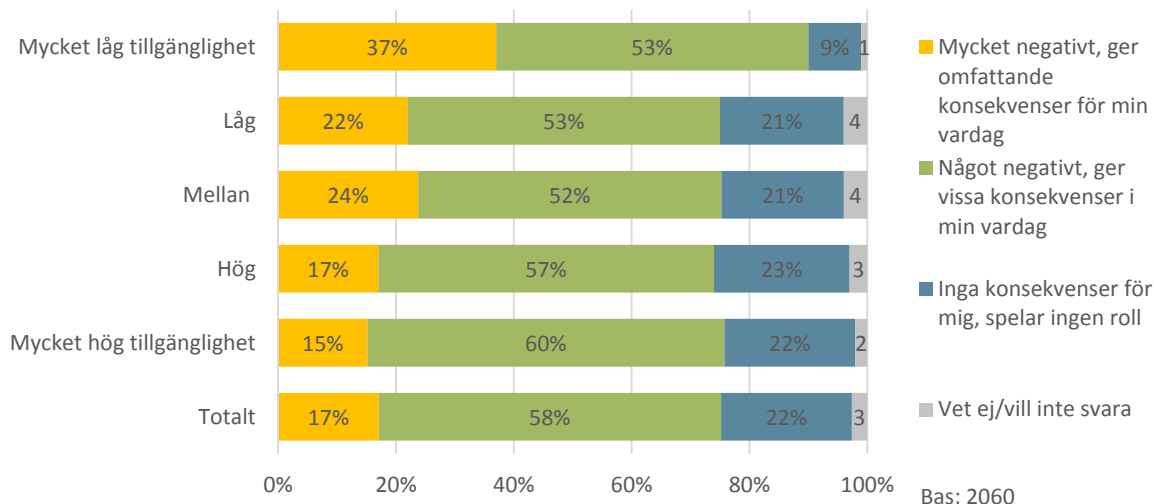


Många privatpersoner och företag, anser alltså att de behöver postutdelning fem vardagar i veckan. Men resultaten visar också att det finns respondenter som kan tänka sig utdelning färre dagar i veckan.

3.2.2. Det kan bli negativa konsekvenser om antal utdelningsdagar är färre än vad som det finns behov av

Privatpersonerna tillfrågades om konsekvenserna ifall antal utdelningsdagar reduceras utifrån behovet. Om frekvensen av utdelningen förändras i framtiden, så att antalet utdelningsdagar i veckan blir en dag mindre än behovet är konsekvenserna "Något negativa" för ungefär hälften av privatpersonerna (Figur 14).

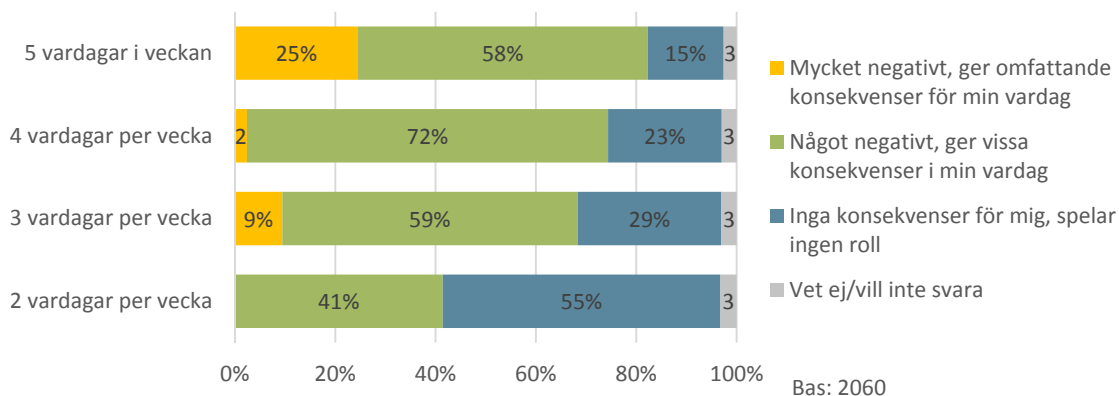
Figur 14: Vad blir konsekvenserna om post till dig delas ut en dag mindre i veckan än vad ditt behov är- "Om posten istället för y dagar i veckan delas ut x dagar i veckan – vad får det för konsekvenser för dig i din vardag?" (Fråga 6, Bilaga 1).



Privatpersonerna anser ofta att reducerad postutdelning med en dag utifrån behovet ger "Något negativa konsekvenser". Resultaten indikerar att andelen som har angett "Mycket negativa konsekvenser" är högre i områden med *Mycket låg tillgänglighet*, men då resultatet har en felmarginal som uppgår till 12 procentenheter är tillförlitligheten låg. Drygt en femtedel av respondenterna i resterande områden anser inte att minskat antal utdelningsdagar skulle innebära några negativa konsekvenser alls. Resultaten för respektive område är viktade med avseende på ålder eftersom ålder till viss del påverkar hur omfattande konsekvenserna anses vara. I åldersgruppen 55-64 år anser 18 procent att konsekvenserna är "Mycket negativa" medan i åldersgruppen 24-30 år är motsvarande andel 3 procent. Bland de respondenter som har angett "Något negativt" återfinns ingen skillnad i åldersfördelning, men av de som har angett att det ger "Inga konsekvenser" är de yngre respondenterna övervägande. Motsvarande analys med avseende på kön indikerar inga stora skillnader mellan hur kvinnor och män resonerar kring konsekvenser. Män tenderar möjligen att i något högre utsträckning (17 procent jämfört med motsvarande 12 procent för kvinnor) anse att det är "Mycket negativt" med reducerad postutdelning. En högre andel kvinnor (47 procent jämfört med 45 procent för män) anser att det är "Något negativt" med reducerad postutdelning.

En intressant aspekt är hurvida konsekvenserna av reducerat antal utdelningsdagar skiljer sig med avseende på angivet behov av antal utdelningsdagar. Utifrån nedanstående redovisning framkommer att den största andelen som anser att det är "Mycket negativt" anser sig ha behov av utdelning fem vardagar i veckan:

Figur 15: "Hur ofta anser du att du har behov av utdelning i din postlåda?" analyseras mot "Om posten istället för y dagar i veckan delas ut x dagar i veckan – vad får det för konsekvenser för dig i din vardag?" (Fråga 5 & 6, Bilaga 1).

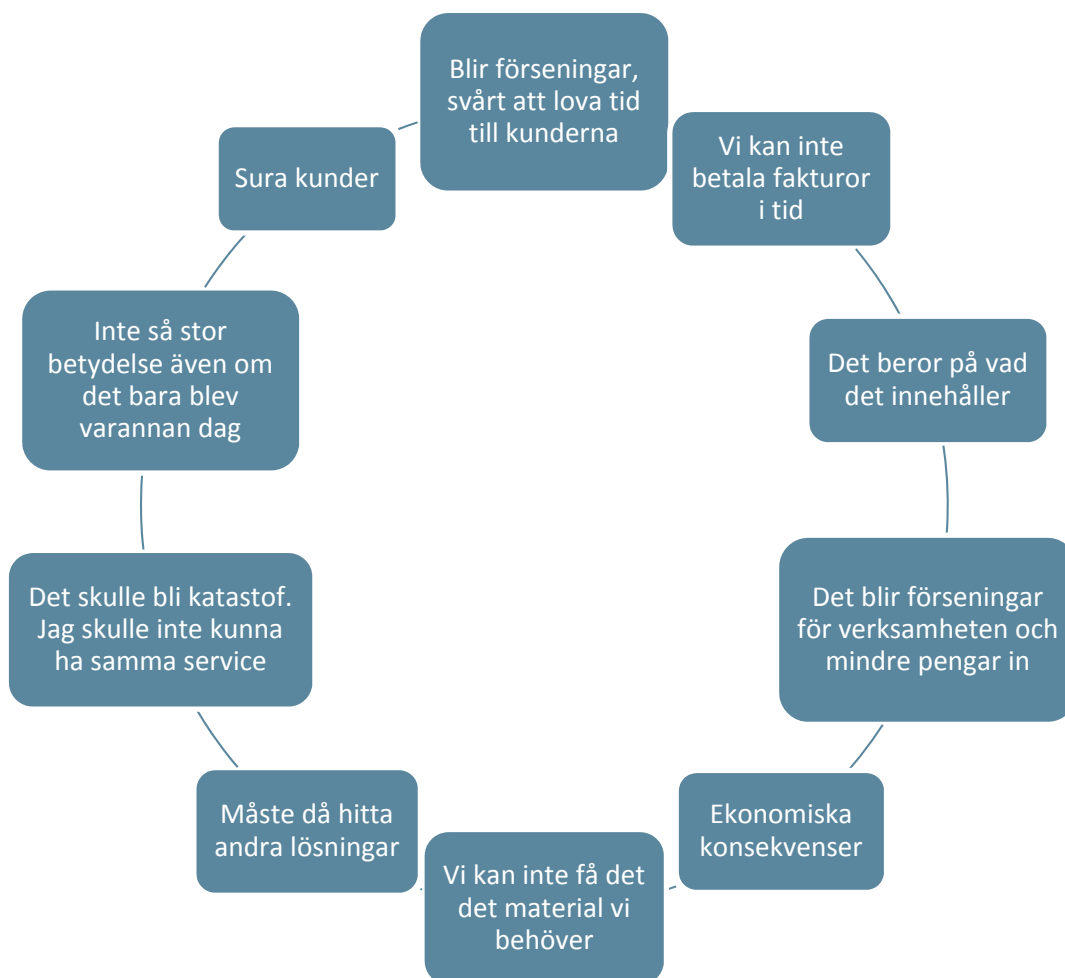


Utifrån ovanstående resultat kan konstateras att det är allvarigare att få en dags reducerad utdelningsfrekvens när behovet är utdelning fem vardagar i veckan än när behovet exempelvis är 3 vardagar per vecka.

I motiveringar från privatpersonerna om vad de negativa konsekvenserna är, framhålls bland annat frekvent internet-handel och befordran av post med känsligt innehåll som vanliga anledningar till att mottagare anser att post måste delas ut frekvent. Vissa respondenter framhåller också rättviseaspekten och att antal utdelningsdagar därför måste vara samma oavsett var i landet man befinner sig. Det befaras att postmottagare på landsbygden i högre utsträckning skulle drabbas av reducerad utdelning än postmottagare i större tätorter.

De 39 procent av företagen som högst värderar alternativet att "Brev ska tas emot så många dagar i veckan som vi behöver", tillfrågas om behov av antal utdelningsdagar (se Figur 13) och dessutom om vad konsekvenserna blir när antalet dagar inte motsvarar behovet. I fritextsvar beskrivs att företagen ofta är beroende av utdelningsdagar då de väntar försändelser till verksamheten. Företagen som beskriver negativa konsekvenser återfinns inom bland annat byggbranschen. Vid utebliven leverans uppger företagen att kunderna blir missnöjda och det orsakar negativa ekonomiska konsekvenser. Några företag anger att konsekvenserna beror av vad väntad försändelse innehåller (Figur 16):

Figur 16: "Hur många dagar i veckan behöver brev delas ut- Vad blir konsekvenserna om inte posttjänsten kan tillhandahålla detta?" (Fråga 22c, Bilaga 2).

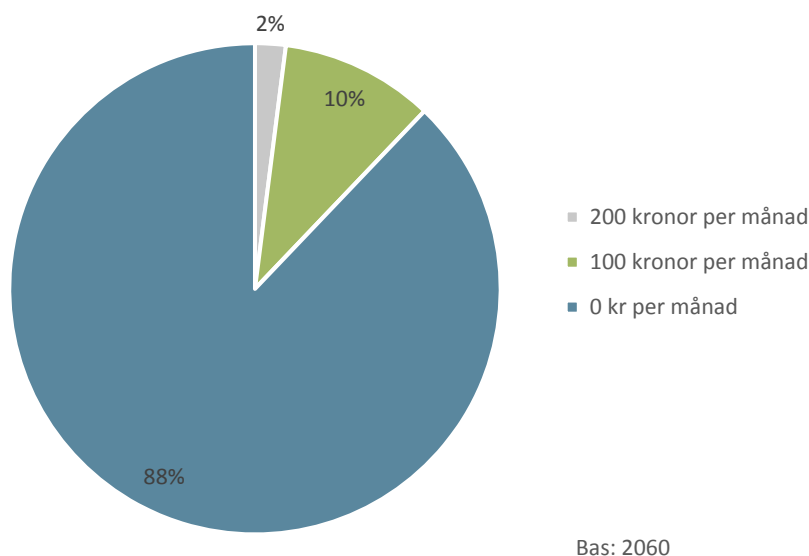


3.2.3. Privatpersoner har låg betalningsvilja för extra utdelning av brev

Privatpersoner tillfrågades om betalningsviljan för att få posten utdelad så många dagar i veckan som de anser att det behövs. Resultatet visar att det överlag finns ett lågt intresse hos privatpersoner att betala för att få posten utdelad efter behov. Endast 10 procent anger 100 kronor i betalningsvilja och det finns heller inga skillnader mellan betalningsvilja i olika områden av tillgänglighet. Därför visas resultaten på totalnivå i Figur 17:

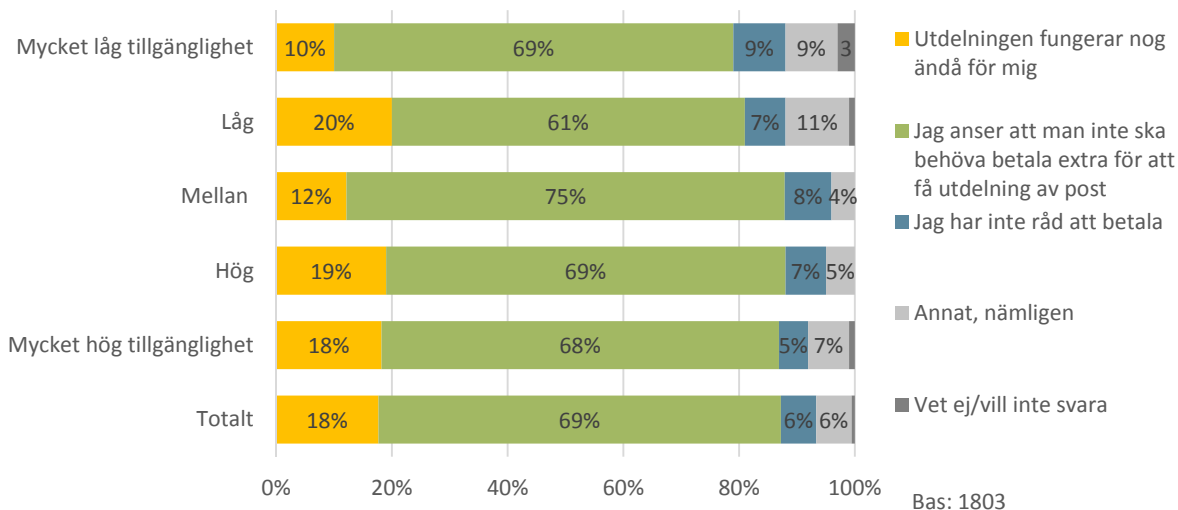
Figur 17: Betalningsvilja för att få post utdelad så ofta som det anses behövs: "Om samtliga hushåll i Sverige i framtiden får utdelning i postlådan x dagar i veckan – hur

mycket skulle du kunna tänka dig att betala per månad för tjänsten att få posten utdelad y dagar i veckan?" (Fråga 6b, Bilaga 1).



Vid utebliven betalningsvilja tillfrågades respondenterna om varför det inte är intressant att betala för tjänsten. I Figur 18 visas att de allra flesta respondenter vidhåller att man inte ska behöva betala extra för utdelning av post.

Figur 18: "Varför är det inte intressant för dig att betala extra för tjänsten?" (Fråga 6c, Bilaga 1).

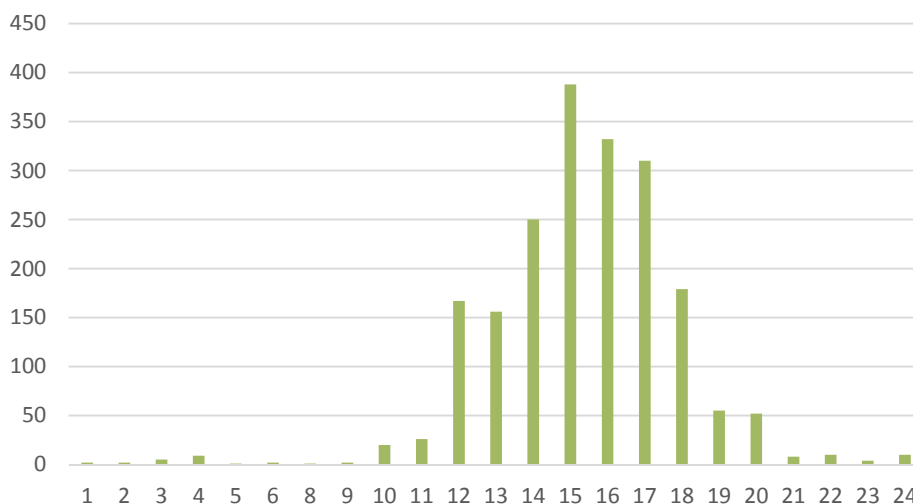


Det finns inga geografiska skillnader i privatpersoners betalningsvilja för utdelning så många dagar som motsvarar behovet. Utifrån svar i fritext av de respondenter som anger "Annat, nämligen" framkommer att utdelningen anses vara betald för i och med att portot är betalt och att det ska täcka servicen för utdelningen. Många respondenter vidhåller också att utdelningen av post ska finansieras via skatten och därmed också ska betraktas som en rättighet.

3.2.4. Föredragen tidpunkt för utdelning av post skiljer sig åt mellan privatpersoner och företag

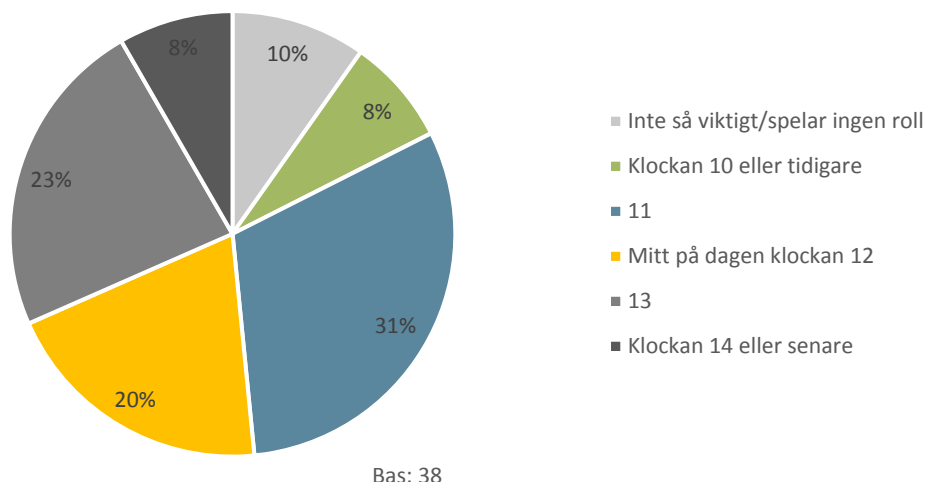
Vid vilken tidpunkt har postmottagare behov av att få utdelning i postlådan? Privatpersoner tillfrågades om "när på dygnet anser du att du senast behöver få posten?" Utifrån Figur 19 kan konstateras att privatpersoner oftast anser att de senast behöver få utdelning under sen eftermiddag. De största andelarna av respondenterna anger tidpunkter mellan klockan 15 och 16 för utdelning. En relativt stor andel av privatpersonerna anger ännu senare tidpunkter ända fram till klockan 24. Sett till respondentens ålder kan det konstateras att ju äldre användaren är, ju tidigare utdelningstidpunkt. Bland de respondenter som anger att utdelning kan göras senare än klockan 18, är en övervägande andel under 35 år.

Figur 19: "När på dygnet anser du att du senast behöver få posten (obs ej dagstidningar) utdelad?(Fråga 8, Bilaga 1).



Resultaten indikerar att företag föredrar tidigare utdelning av post än privatpersoner. Enligt Figur 44 anser 19 procent av företagen att tidpunkten för utdelning är viktigast när brev tas emot (*de har angett att "Vid en tidpunkt som passar verksamheten" är viktigare än "På en plats som passar verksamheten" och "Så många dagar veckan som vi behöver"*). Företagen tillfrågades om tidpunkten som brev senast behöver delas ut. Flertalet anser att utdelning bör göras någon gång under förmiddagen eller mitt på dagen senast klockan 13. Eftersom antal företag som besvarat frågan är få, basen är 38 svarande, görs ingen uppdelning med avseende på antal anställda eller tillgänglighetsindex (Figur 20):

Figur 20: "När på dagen behöver brev senast delas ut"(Fråga 22 b, Bilaga 2)

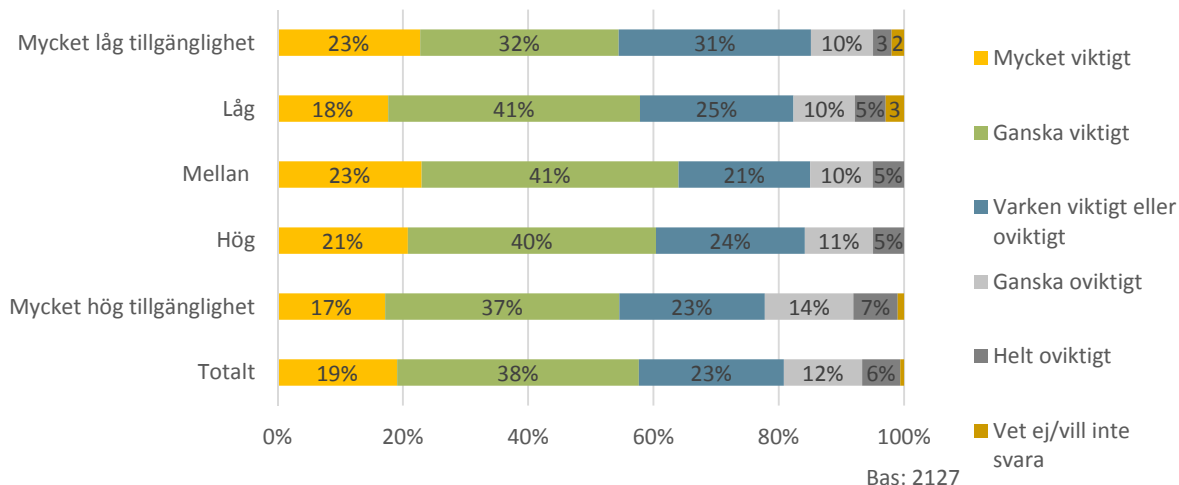


3.2.5. Oftast är konsekvenserna av senare tidpunkt för utdelning inte så omfattande

Hur viktigt är det för privatpersoner med tidpunkten för utdelning av post? "Generellt sett, hur viktigt anser du det vara att det finns en senaste tidpunkt på dagen när post ska vara utdelad till mottagare". Bland privatpersoner finns det delade meningar om betydelsen av tidpunkt för utdelning: Som visas i

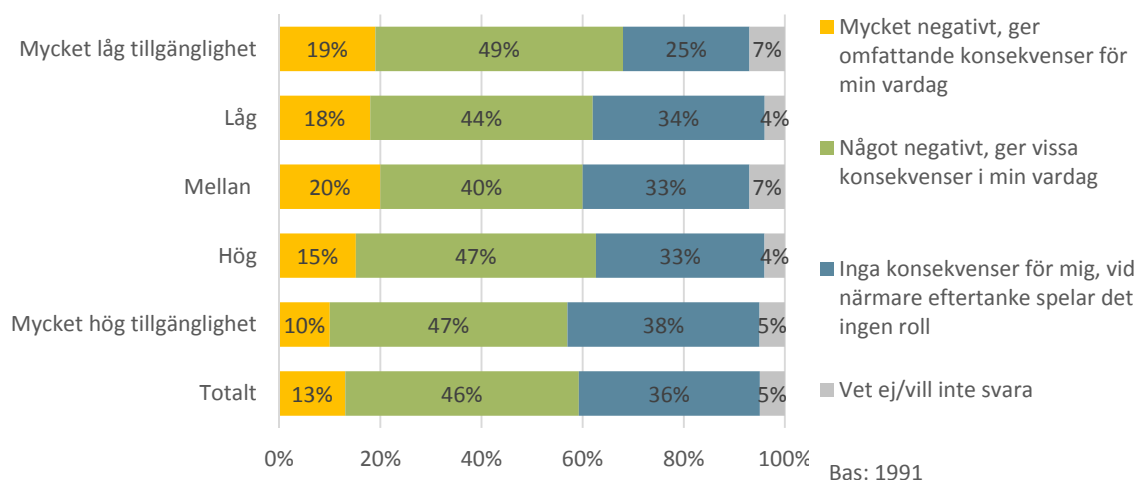
Figur 21 anser många respondenter att det är "Ganska viktigt" eller till och med "Varken oviktigt eller viktigt". Det finns inga stora skillnader mellan olika områden av tillgänglighetsindex. Respondenter i *Mycket låg tillgänglighet* tenderar att välja "Ganska oviktigt" i högre omfattning, men eftersom felmarginalen är drygt 11 procentenheter är detta resultat inte tillförlitligt.

Figur 21: "Generellt sett, hur viktigt anser du det vara att det finns en senaste tidpunkt på dagen när post ska vara utdelad till mottagare?" (Fråga 7, Bilaga 1).



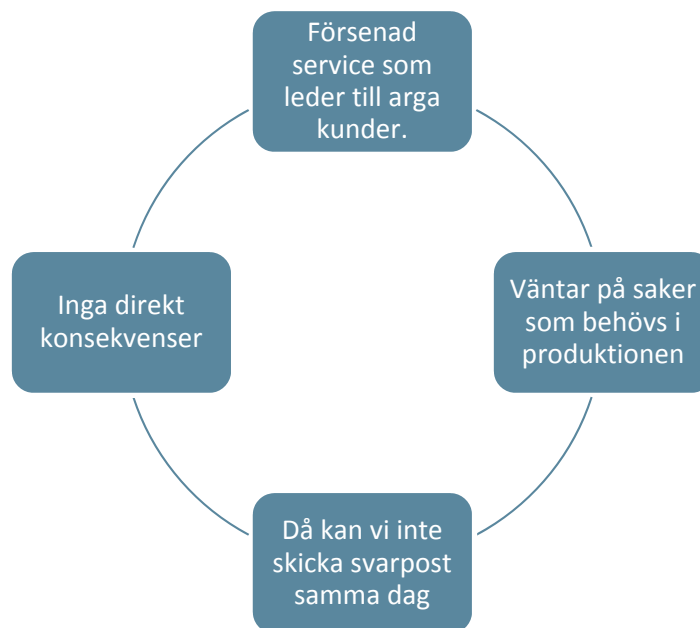
Konsekvenserna av en senarelagd utdelning än vad som föredras, ger något negativa konsekvenser eller inga konsekvenser för privatpersoner (Figur 22). Enligt svar i fritext om vad de något negativa konsekvenserna är, framkommer att man vill hinna hämta ut försändelser med varor innan stängning eller nå myndigheter efter det att post har delats ut. Flera uttrycker också viss oro för att utdelning vid för sena tidpunkter kan orsaka störande ljud.

Figur 22: "Om posten istället delas ut klockan (valt klockslag +5 timmar) – vad får det för konsekvenser för dig i din vardag?" (Fråga 8a, Bilaga 1).



Företagen (38 stycken) som anser att tidpunkten för utdelning är viktigast (se Figur 44) framhåller i fritextsvar att de vill ha möjlighet skicka svarspost samma dag eller att de väntar på leveranser som behövs i verksamheten. Flera företag anser dock att en senare tidpunkt än behovet ofta inte medför några konsekvenser alls.

Figur 23: "När på dagen behöver brev senast delas ut- Vad blir konsekvenserna om inte posttjänsten kan tillhandahålla detta?" (Fråga 22c, Bilaga 2).



3.3. Skicka brev

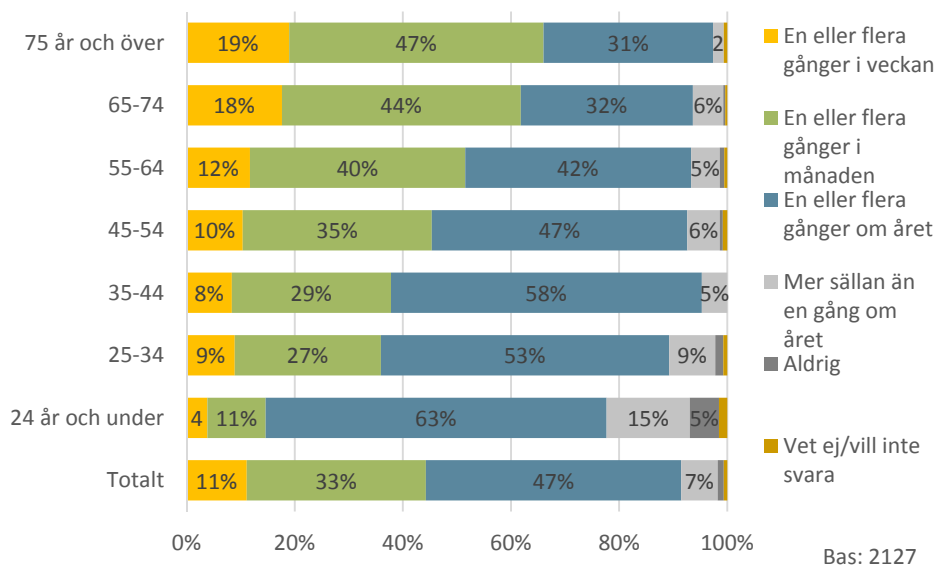
I detta kapitel redogörs för vilka användare som har behov att skicka brev och vilka behov som finns i anslutning till att skicka brev. Inom den samhällsomfattande posttjänsten tillhandahålls ett rikstäckande insamlingsnät för brev. Enligt postlagen ska det också ges möjlighet att skicka enstaka brevöversändelser till enhetliga priser.

3.3.1. Brev skickas oftare av äldre personer och av företag med fler anställda

Resultat från undersökningen med privatpersoner och företag visar att frekvensen av hur ofta respondenter skickar brev, inte varierar mellan olika områden av tillgänglighetsindex. Det verkar därför inte finnas någon geografisk indelning efter olika användare av brevtjänster. Mer intressant är istället att analysera frekvensen av skickade brev i relation till respondentens ålder eller företagets storlek. I nedanstående figurer presenteras privatpersonernas nyttjande av tjänsterna utifrån ålder samt företagets nyttjande utifrån antal anställda.

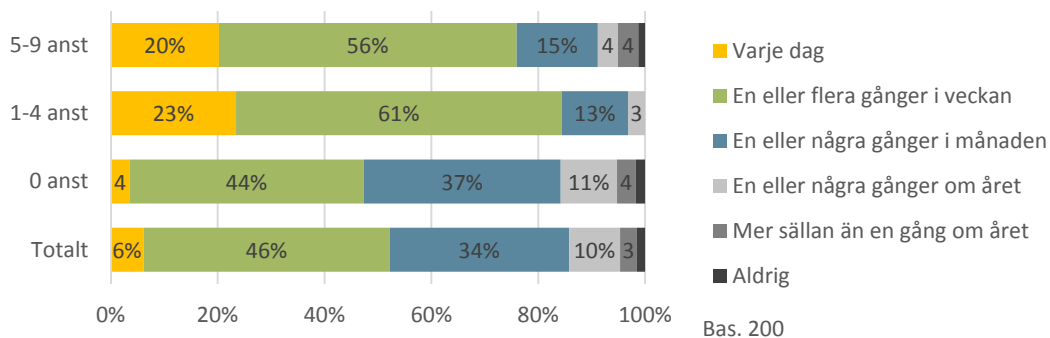
De flesta privatpersoner uppger att de skickar brev en eller flera gånger i månaden eller om året. Det visas också att ju högre ålder på respondenten, desto mer frekvent skickas brev (Figur 24)

Figur 24: "Ungefär hur ofta skickar du brev?" (Fråga 12, Bilaga 1).



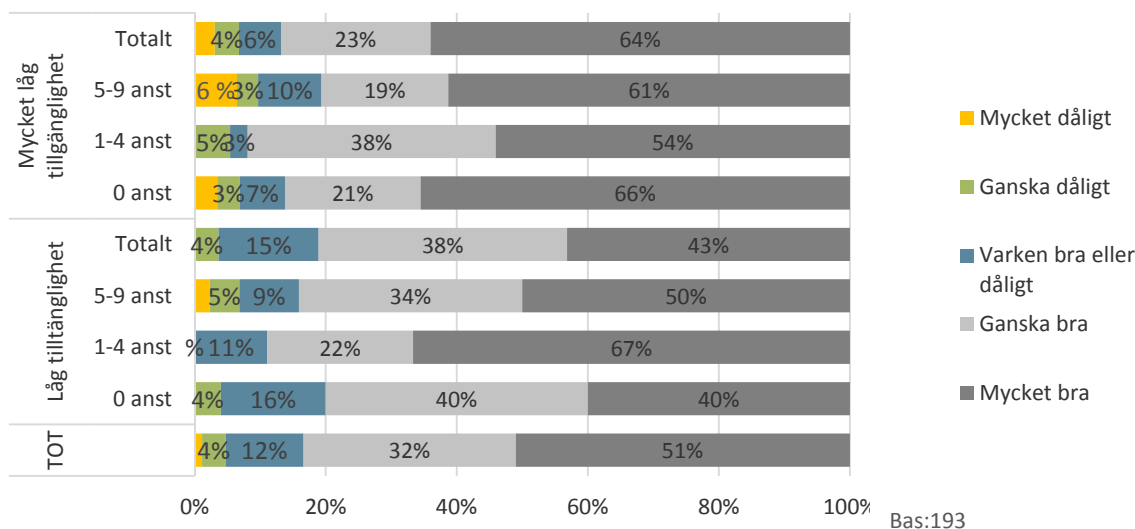
Resultat från undersökningen med företag antyder att företag med 1-4 och 5-9 anställda skickar brev något mer frekvent än företag med 0 anställda och att många skickar brev en eller flera gånger i veckan. Företag med 0 anställda skickar oftast brev några gånger i veckan eller i månaden. Det finns inga större skillnader i hur brev skickas mellan *Lågt* och *Mycket lågt* tillgänglighetsindex. Utifrån den totala sammanräkningen i Figur 25 har resultatet per företagsstorlek viktats efter verklig förekomst i områden med *Låg* och *Mycket låg* tillgänglighet.

Figur 25: "Hur ofta skickar verksamheten inrikes brev?" (Fråga 8, Bilaga 1).



I företagsundersökningen tillfrågades respondenterna om hur de anser att det fungerar att skicka inrikes brev. De flesta företag (ca. 80 procent) uppger att de anser att det fungerar "Mycket bra" eller "Ganska bra" att skicka inrikes brev. Det finns inga större skillnader i upplevd funktionalitet med avseende på företagsstorlek eller tillgänglighetsindex (Figur 26)

Figur 26: "Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att skicka inrikes brev?" (Fråga 11, Bilaga 2).



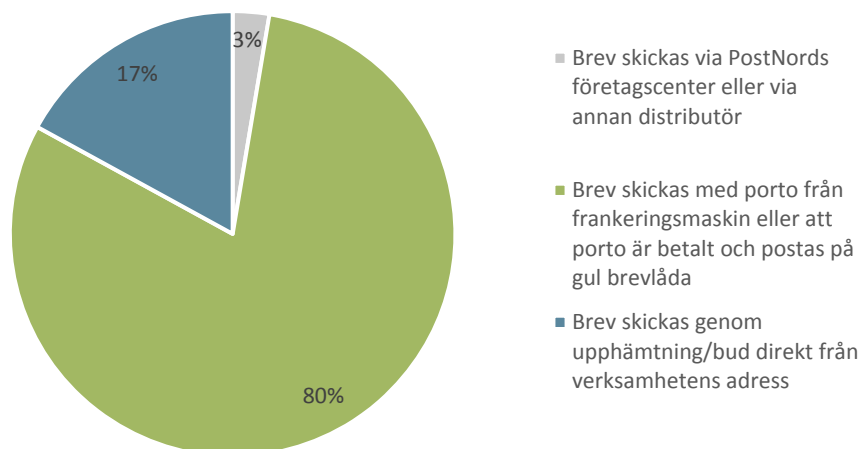
De respondenter som svarar "Varken bra eller dåligt", "Ganska dåligt" eller "Mycket dåligt" tillfrågades om: "Vad skulle enligt dig behöva förändras för att posttjänsten att skicka inrikes brev ska fungera "Mycket bra" eller "Ganska bra"? I fritextsvar refereras bland annat till att det borde finnas fler gula brevlådor, att gula brevlådor borde tömmas oftare eller på annan tid än vad som görs i dagsläget.

3.3.2. Brev postas mestadels på gul brevlåda och dessa bör vara lokaliserade där andra ärenden utförs

Företagen tillfrågades om hur verksamheten vanligen skickar inrikes brev. De allra flesta användare, både privatpersoner och företag, skickar vanligen inrikes brev genom att posta försändelsen på gul brevlåda. Företagen i undersökningen tillhör områden med Låg och Mycket låg tillgänglighet och därför skickar många via lantbrevbäringen och med upphämtning direkt från verksamhetens adress i samband med utdelning (15 procent). De flesta företag (137 stycken eller ca. 60 procent) frankerar brev via porto betalt eller frankeringsmaskin och postar på gul brevlåda.

Vid analys av resultat framkommer att det inte finns några större skillnader mellan hur företag av olika storlekar eller mellan områden av tillgänglighetsindex skickar brev. Därför visas resultatet av hur brev postas på totalnivå: (Figur 27).

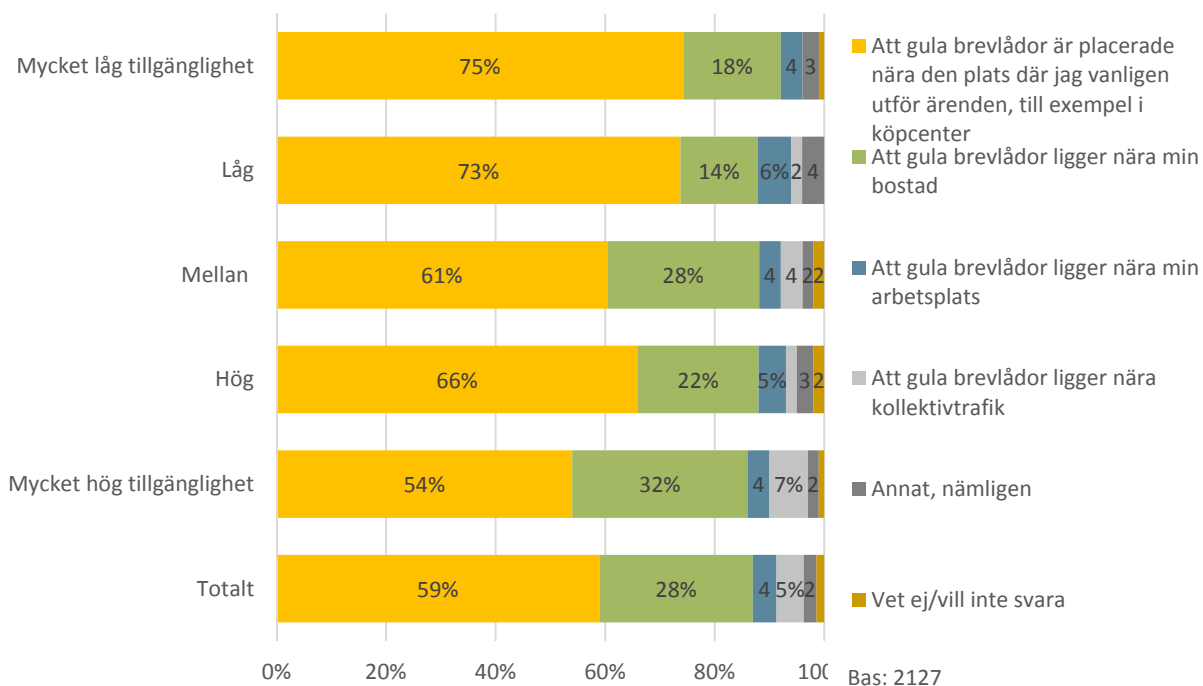
Figur 27: "Hur skickar verksamheten vanligen inrikes brev?"(Fråga 9, Bilaga 2).



Bas: 193

Privatpersonerna tillfrågades om vilken plats som bäst lämpar sig för placering av gul brevlåda. De flesta respondenter föredrar att gula brevlådorna ska vara lokaliserade i områden där andra ärenden utförs, till exempel i köpcentrum. Äldre personer (> 75 år) vill oftare ha lokalisering nära bostaden, medan en övervägande andel av yngre respondenter föredrar lokalisering där andra ärenden utförs. Kvinnor och män föredrar samma typ av lokalisering. Det finns olikheter bland privatpersoner med avseende på tillgänglighetsindex: I områden med Mycket god tillgänglighet tenderar respondenter att i högre utsträckning föredra lokalisering i nära anslutning till bostaden och i områden med Låg och Mycket låg tillgänglighet föredras lokalisering nära den plats där andra ärenden utförs (Figur 28):

Figur 28 "Vilket påstående om gula brevlådor (som brev postas i) är mest viktigt för dig och dina behov?" (Fråga 15, Bilaga 1)



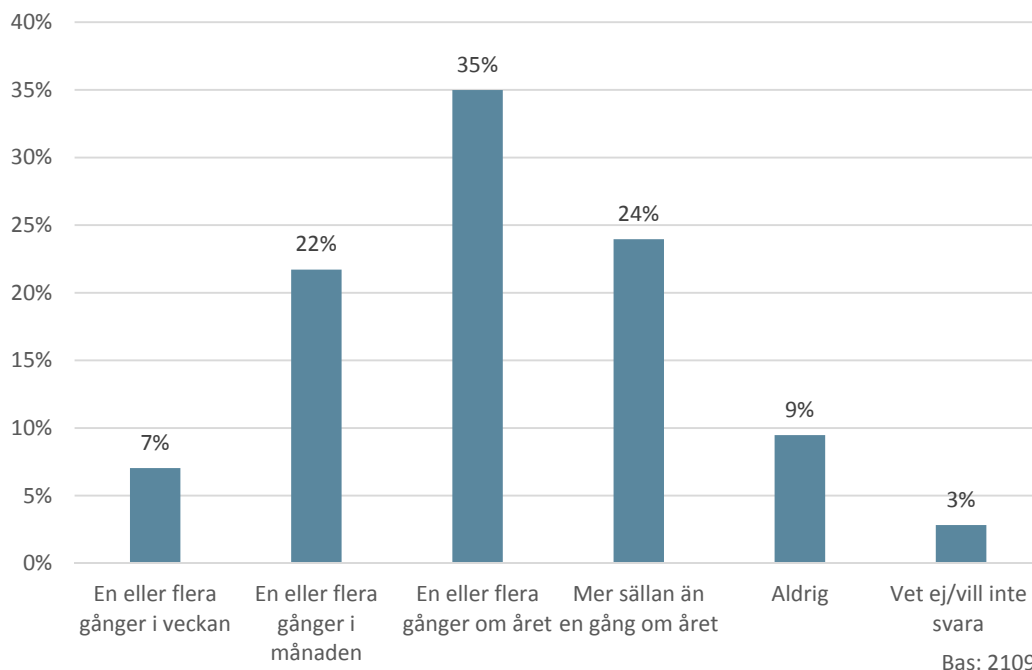
3.4. Befordringshastighet på brev som skickas

Samtliga brev som skickas har rimligen inte lika stort värde eller betydelse för avsändare eller mottagare. Kanske måste inte alla brev som skickas komma fram till mottagaren dagen därpå. I detta kapitel undersöks om, när och varför brev som skickas behöver komma fram över natt. Enligt postförordningen ska minst 85 procent av brev som lämnats in för övernattbefordran, före angiven senaste inlämningstid, delas ut inom hela landet påföljande arbetsdag, oavsett var i landet de har lämnats in. Minst 97 procent av breven ska ha delats ut inom tre påföljande arbetsdagar.

3.4.1. Brev som skickas ska komma fram snabbt men detta betyder inte alltid över en natt

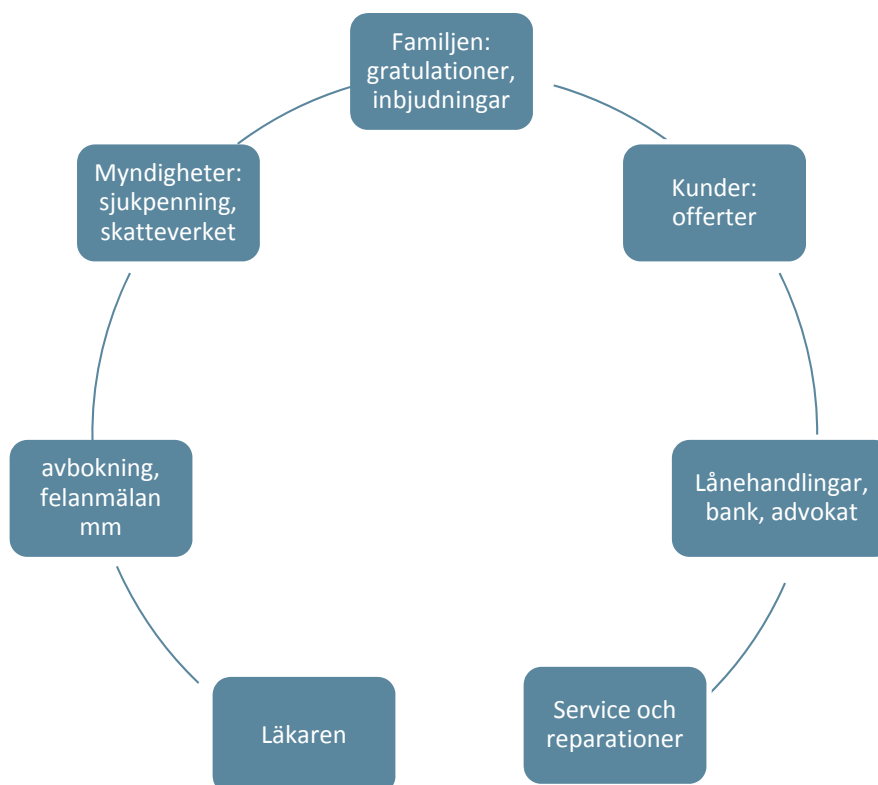
När privatpersoner skickar brev, behöver de ofta inte komma fram till mottagaren vardagen därpå. I nedanstående figur visas att de flesta respondenter skickar sådana brev en eller flera gånger om året eller ännu mer sällan. När frågan analyseras med avseende på kön eller tillgänglighetsindex återfinns inga systematiska skillnader i svar. Därför redovisas svar frågan "Hur ofta postar du brev som måste komma fram till mottagaren vardagen därpå" på totalnivå (Figur 29):

Figur 29: "Hur ofta postar du brev som måste komma fram till mottagaren vardagen därpå?" (Fråga 13, Bilaga 1).



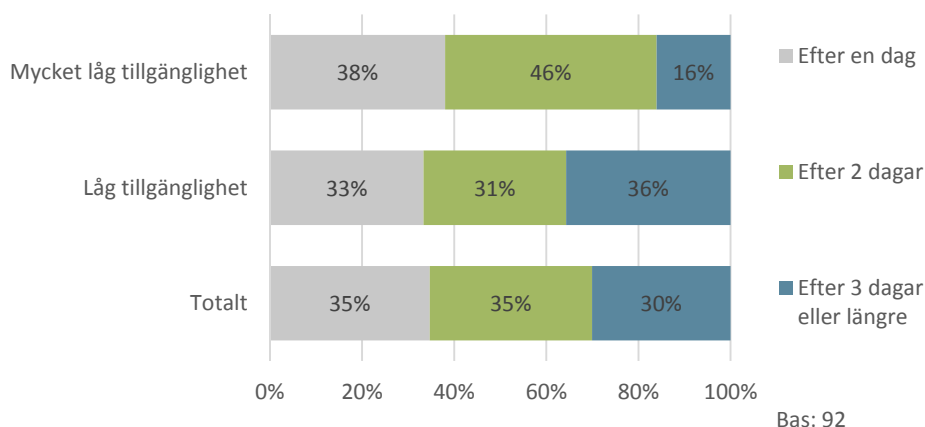
Enligt svar i fritext anser privatpersoner (1 409 respondenter) ofta att gratulationskort, korrespondens med sjukvården eller myndighetspost komma fram till mottagaren vardagen därpå (Figur 30):

Figur 30: "Varför och vid vilka tillfällen är det viktigt för dig att brev kommer fram nästkommande vardag?" (Fråga 13a, Bilaga 1)



Av 200 svarande företag anser 46 procent att det är viktigast att brev som skickas kommer fram till mottagaren så snabbt som verksamheten behöver (se Figur 49). Snabbt betyder dock inte alltid ett behov av utdelning vardagen därpå. Ungefär en tredjedel av företagen som anser att snabbhet är viktigast (de som prioriterar att *inrikes brev med skriftligt innehåll ska komma fram till mottagaren så snabbt som verksamheten behöver*) har behov av att utdelning till mottagaren görs efter en vardag och två tredjedelar anser att behovet är utdelning efter två respektive tre vardagar (Figur 31):

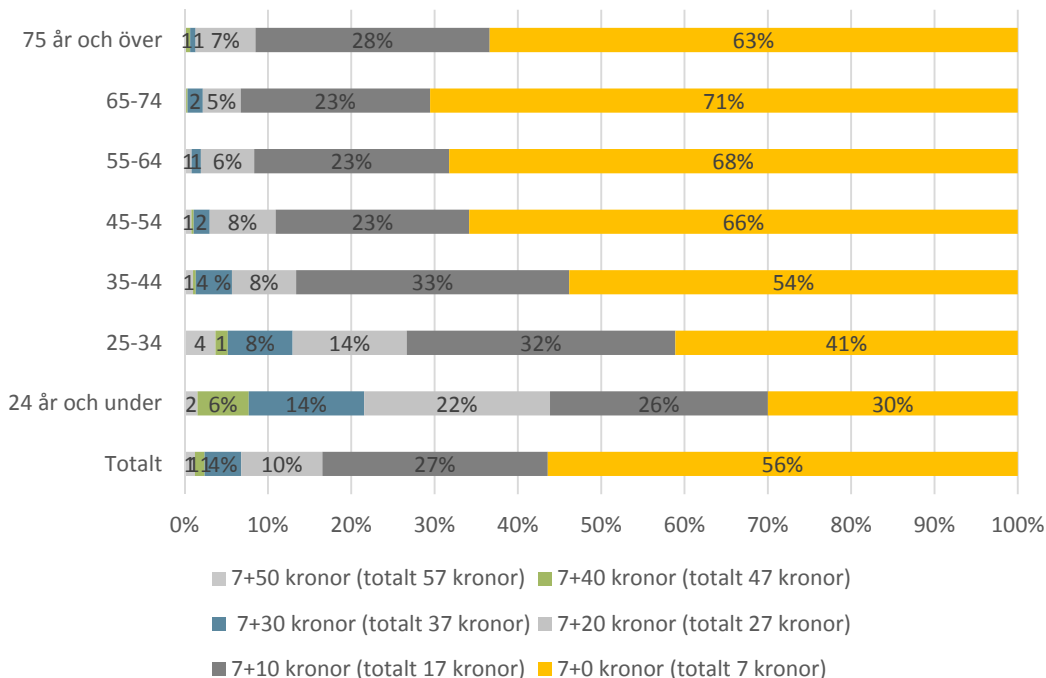
Figur 31: "Hur lång tid bör det ta för ett brev som skickas att nå mottagaren?" (Fråga 23b, Bilaga 2).



3.4.2. Det finns positiv betalningsvilja för övernattsbefordran

Privatpersoner tillfrågades "Hur mycket skulle du som mest kunna tänka dig att betala extra för en tjänst som ser till att brevet ska nå mottagaren vardagen efter att det har postats?" (Porto 7 kr+ extra tjänst)". När svaren analyseras med avseende på tillgänglighetsindex framkommer att det inte finns systematiska skillnader i betalningsvilja beroende av var i landet respondenten befinner sig. Det finns inte heller någon tydlig uppdelning i betalningsvilja med avseende på kön. Betydligt mer intressant är när svar istället relateras till respondentens ålder. En majoritet av respondenter under 34 år har en positiv betalningsvilja (+10 kronor eller mer). Hos respondenter 35 år eller äldre har mellan 30 och 40 procent en positiv betalningsvilja (Figur 32). Intressant i sammanhanget är att tidigare resultat visar att personer 45 år och äldre skickar brev mer frekvent, så troligtvis påverkas betalningsviljan också av hur ofta brev skickas.

Figur 32: Hur mycket skulle du som mest kunna tänka dig att betala extra för en tjänst som er till att brevet ska nå mottagaren vardagen efter det har postats (porto 7kr+extra tjänst)?” (Fråga 14, Bilaga 1).

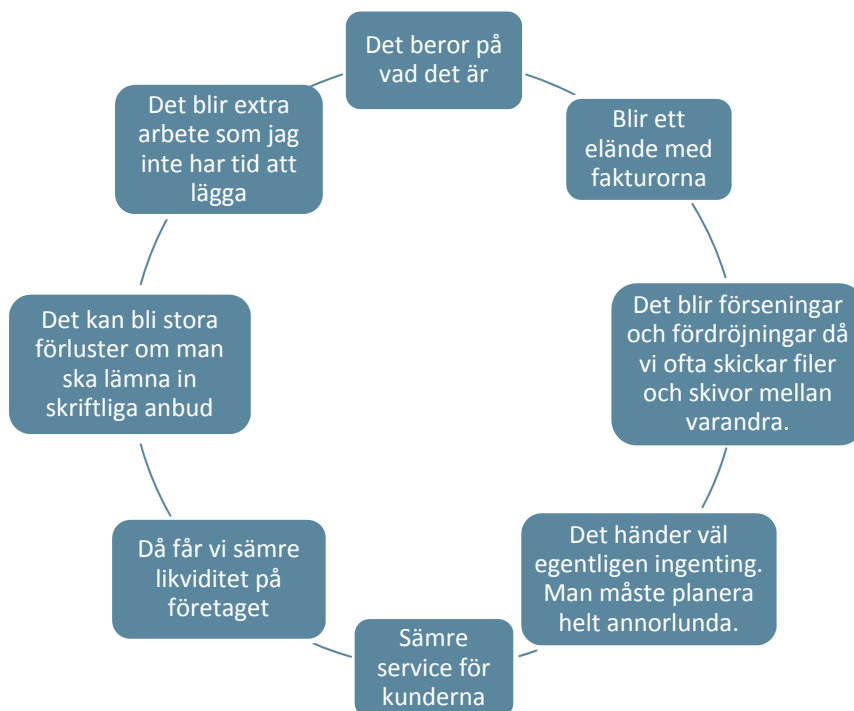


Sett till respondenternas svar i fritext om varför de inte är intresserade att betala mer, anser många att priset 7 kronor är tillräckligt högt för tjänsten. En vanlig åsikt är att övernattsbefordran borde ingå med dagens prissättning.

3.4.3. När brev inte kommer fram så snabbt som det behövs blir det vissa konsekvenser för företag

Vad får då reducerad snabbhet för konsekvenser för företag? De företag som anser att snabbhet är viktigt när brev skickas (*"Ska komma fram till mottagaren så snabbt som verksamheten behöver"*), tillfrågas om konsekvenserna när posttjänsten inte förmår att tillhandahålla behovet av snabbhet. Då svar i fritext (76 stycken) ibland innehåller fler än en anledning eller formuleras olika, är det inte möjligt att rangordna konsekvenser efter betydelse. Det framkommer att konsekvenserna bland annat är att företagets kunder förväntar sig en snabb service, att verksamheten är planerad utifrån att allt ska ske snabbt, att förseningar ger merarbete eller att det ger negativa ekonomiska konsekvenser om brev inte delas ut så snabbt som det behövs (Figur 33):

Figur 33: Konsekvenser för verksamheten om inte brev delas ut så snabbt som det behövs: "Vad blir konsekvenserna för din verksamhet om posttjänsten inte kan tillhandahålla detta?" (Fråga 22 c, Bilaga 2).



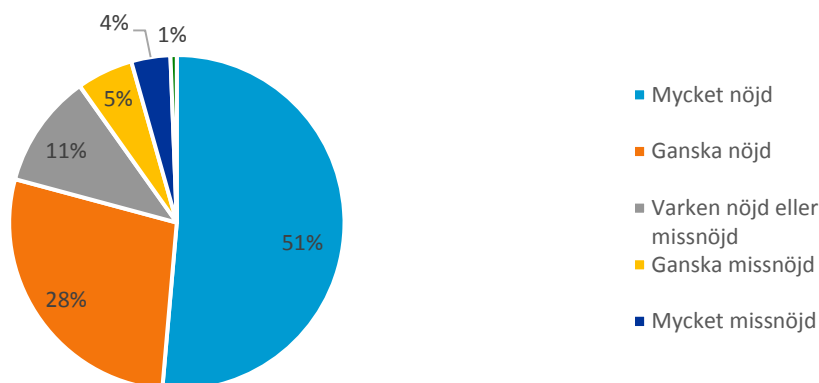
3.5. Skicka och ta emot försändelser med varor

Enligt postlagen ska det finnas ett rikstäckande servicenät. Servicenätet utgörs idag av postombud och företagscenter. Hos postombudet finns möjlighet till in- och utlämning av postförsändelser som är för skrymmande att delas ut eller samlas in via postlådor respektive brevlådor och företag kan bland annat skicka större volymer brevörsändelser via företagscenter. I detta kapitel redogörs för behov och hur det befintliga servicenätet används idag.

3.5.1. Servicenätet upplevs som bra av de allra flesta privatpersoner och företag

Privatpersoner har som regel ett tilldelat postombud, varifrån större försändelser med varor tas emot. Analys av svaren på frågan "hur nöjd är du med lokalisering av ombudet där du vanligen hämtar ut paket eller brev med varor i?", framkommer att de flesta privatpersoner är nöjda med det nuvarande ombudets lokalisering. Det finns inga större skillnader i nöjdhet mellan tillgänglighetsindex eller med avseende på om respondenten är kvinna eller man. I Figur 34 visas att totalt är närmare 80 procent Mycket nöjda eller Ganska nöjda med nuvarande postombuds lokalisering:

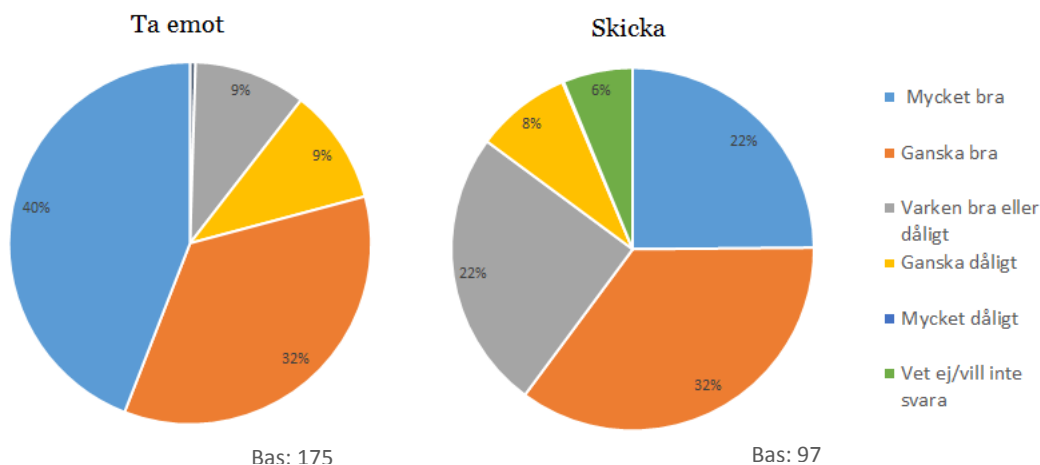
Figur 34: "Hur nöjd är du med lokaliseringen av ombudet där du vanligen hämtar ut paket eller brev med varor i?" (Fråga 19, Bilaga 1).



Bas: 2127

Företag är överlag också positivt inställda till hur det i dagsläget fungerar att skicka och ta emot försändelser med varor. En övervägande andel anser att det generellt fungerar Mycket bra eller Ganska bra (Figur 35):

Figur 35: "Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att ta emot in- eller utrikes försändelser med varor?" "Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att skicka in- eller utrikes försändelser med varor?" (Fråga 16 & 21, Bilaga 2).



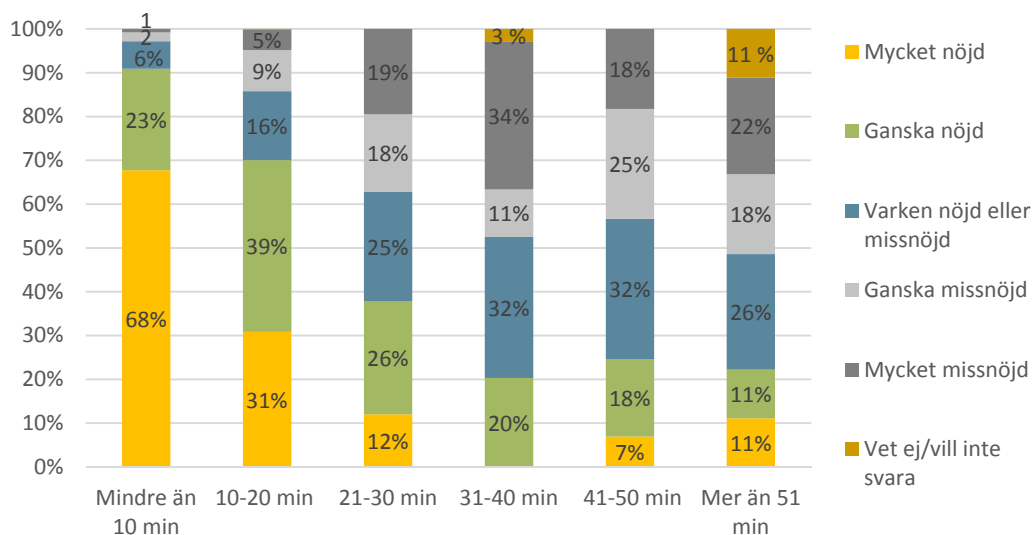
Bas: 175

Bas: 97

3.5.2. Hur servicenätet upplevs beror av avstånd och vilken typ av service som erbjuds

Grad av nöjdhet bland privatpersoner återspeglas tydligt av hur långt användaren har till sitt ombud. De personer som har nära till ombudet är mycket mer nöjda än de som har längre till ombudet (Figur 36):

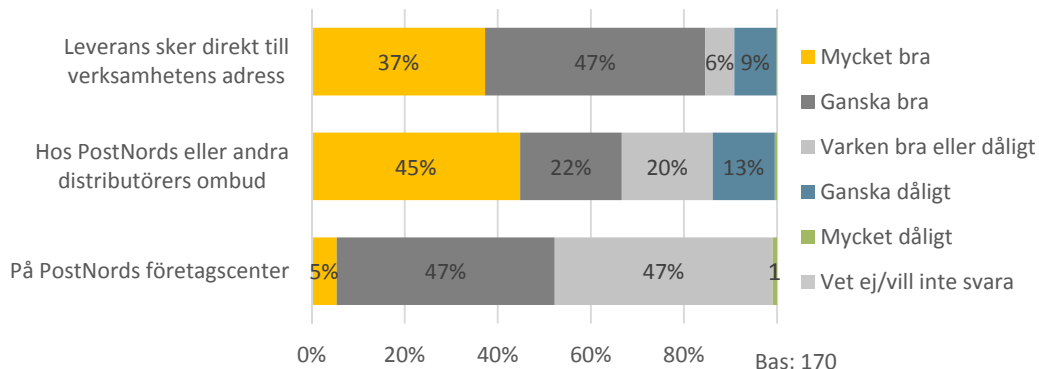
Figur 36: "Hur nöjd är du med lokaliseringen av ombudet där du vanligen hämtar ut paket eller brev med varor i?" analyseras mot "Ungefär hur lång tid tar det att med det valda färdmedlet komma fram till ombudet?" (Fråga 19 & 18, Bilaga 1).



Bas: 2127

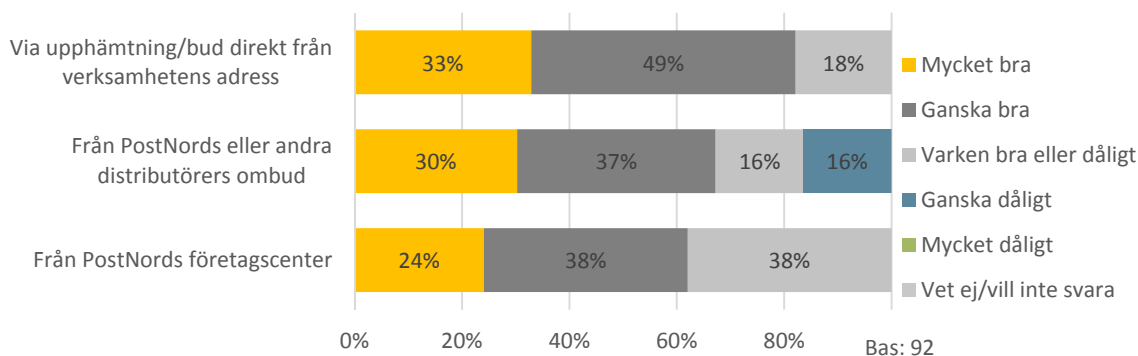
Hur företagen svarar på "Generellt sett, hur upplever du att det fungerar för verksamheten att ta emot in- eller utrikes försändelser med varor", analyseras med avseende på vilken typ av servicenät de förlitar sig på: om de får direkt leverans/upphämtning, använder ombud eller företagscenter. Både när företag tar emot och skickar försändelser anses det oftare fungera Mycket eller Ganska bra med direkt leverans/upphämtning direkt vid adressen. De företag som använder företagscenter uppger i nästan samtliga fall att det fungerar Mycket bra, Ganska bra eller Varken bra eller dåligt. Eftersom antal respondenter som använder företagscenter för att ta emot och skicka försändelser med varor är få (färre än 10) bör inga vidare slutsatser dras från svaret. Andelen som anser att det fungerar Ganska dåligt är störst bland de som skickar och tar emot via PostNords eller andra distributörers ombud. Samtidigt kan det noteras att ombudsalternativet är det alternativ som flest ger omdömet "mycket bra" när det gäller att ta emot försändelser med varor (se **Fel! Ogiltig självreferens i bokmärke.** och Figur 38).

Figur 37: "Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att ta emot in- eller utrikes försändelser med varor?" analyseras mot "Var tar verksamheten vanligen emot inrikes eller utrikes försändelser med varor?" (Fråga 16 & 14, Bilaga 2).



De företag som anger att det fungerar "Varken bra eller dåligt", "Ganska dåligt" eller "Mycket dåligt" tillfrågades om vad som skulle behöva förändras för att posttjänsten att ta emot in- eller utrikes försändelser med varor ska fungera bättre. Förslag på önskade förändringar är bland annat att försändelserna ska köras ut till företagsadressen per automatik, att utkörning ska göras fler dagar per vecka och att tidpunkten för beräknad leverans ska hållas bättre.

Figur 38: "Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att skicka in- eller utrikes försändelser med varor?" analyseras mot "Varifrån skickar verksamheten vanligen inrikes eller utrikes försändelser med varor?" (Fråga 21 & 19, Bilaga 2).

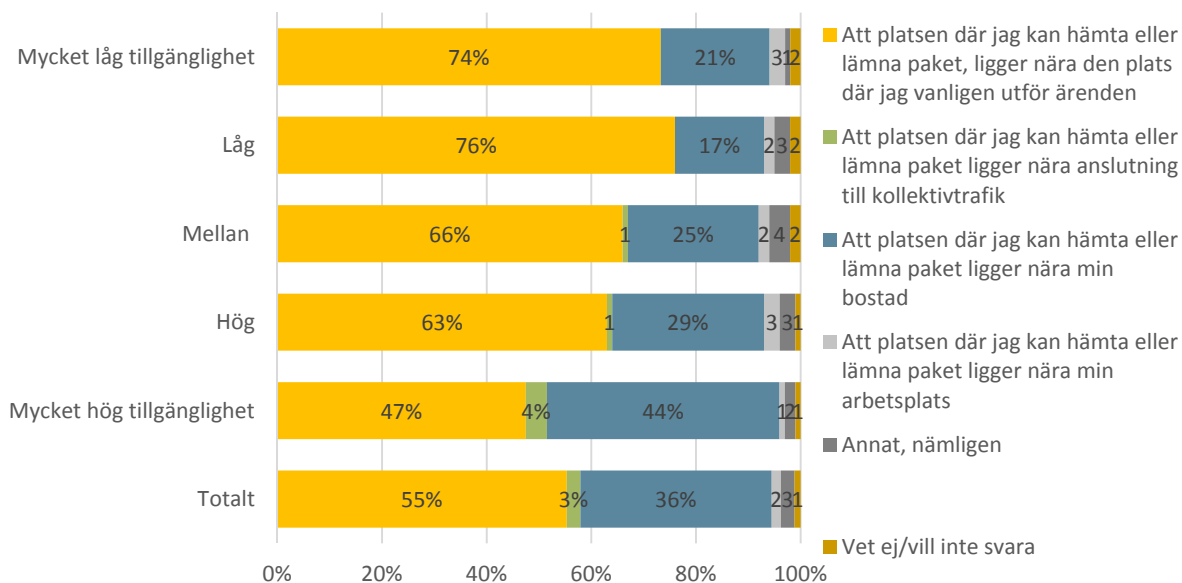


De företag som anger att det fungerar "Varken bra eller dåligt", "Ganska dåligt" eller "Mycket dåligt" tillfrågades om vad som skulle behöva förändras för att posttjänsten att skicka in- eller utrikes försändelser med varor ska fungera bättre. Förslag på önskade förändringar är bland annat ökad frekvens, det vill säga att utleveranser ska gå oftare, att det ska vara närmare till platsen där försändelser lämnas in eller att det ska vara mindre krångligt att boka frakt eller kommunicera med distributören vid fel i försändelser.

3.6. Olika preferenser för servicenät

Privatpersoner tillfrågades om "Vilket av följande påståenden om ombudets lokalisering är mest viktig för dig". När respondenter inom segmentet privatpersoner delas upp efter tillgänglighetsindex, framkommer något olika preferenser hos användare beroende av område (Figur 39):

Figur 39: Vilket av följande påståenden om ombudets lokalisering, är mest viktigt för dig? (Fråga 20, Bilaga 1).

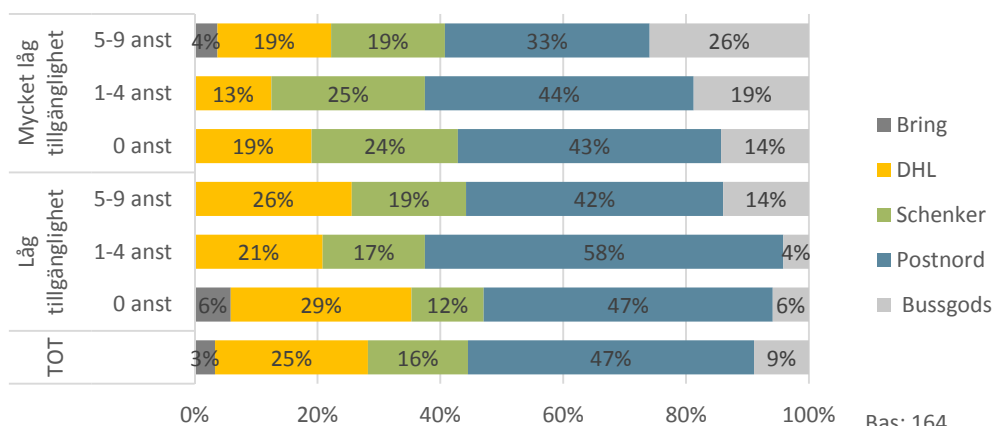


Bas: 2127

Privatpersoner i områden med sämre tillgänglighet (Mycket låg och låg) värderar platsens funktionalitet i hög utsträckning: "att det ska vara möjligt att utföra andra typer av ärenden på platsen". I områden med bättre tillgänglighet värderas snarare närheten till ombudet från bostaden i mycket högre utsträckning.

Av företagen i undersökningen är det 164 stycken som uppger att de brukar ta emot in- eller utrikes försändelser med varor. Företagen tillfrågas om "vilken av följande postdistributörer använder din verksamhet oftast när ni tar emot in- eller utrikes försändelser med varor?". Alternativ som presenterades var Bring, DHL, Schenker, PostNord och Bussgods. Resultatet presenteras med avseende på företagsstorlek och tillgänglighetsindex. Den största andelen av företagen tar oftast emot försändelser med varor från PostNord och därefter följer DHL och Schenker som vanliga alternativ (Figur 40):

Figur 40: "Vilken av följande postdistributörer använder din verksamhet oftast när ni tar emot in- eller utrikes försändelser med varor?" (Fråga 15c, Bilaga 2).

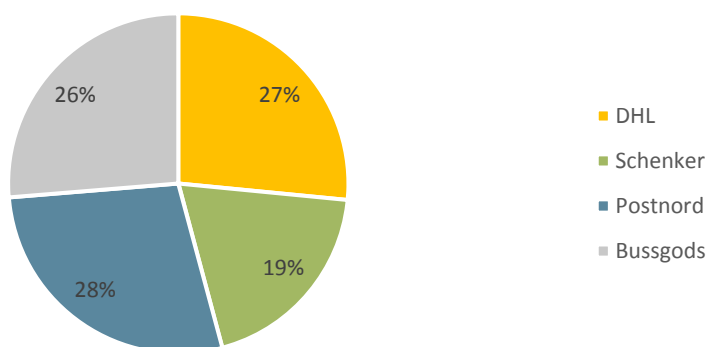


Bas: 164

Företagen tillfrågas om "vilken av följande postdistributörer använder din verksamhet oftast när ni skickar försändelser med varor?" Totalt är det 77 företag som uppger att de skickar försändelser med varor, varför resultatet endast presenteras på totalnivå. Resultaten visar att när företagen skickar försändelser är det är vanligast att anlita Bussgods eller PostNord (

Figur 41):

Figur 41: "Vilken av följande postdistributörer använder din verksamhet oftast när ni skickar försändelser med varor?" (Fråga 20 c, Bilaga 2).

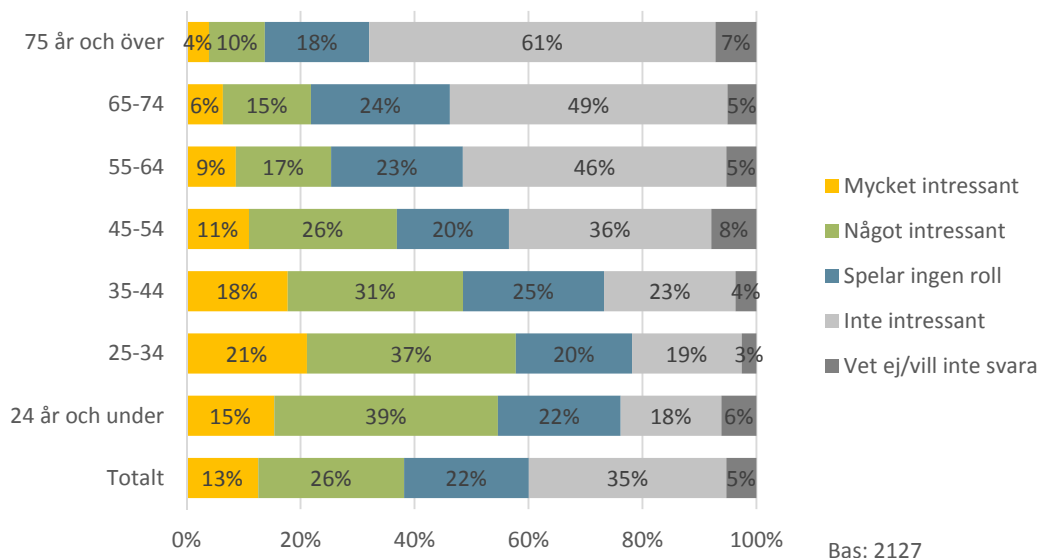


Bas: 77

3.6.1. Det finns intresse för automatiska paketstationer som ersätter postombudets funktion, framför allt hos yngre användare

Privatpersonerna har tillfrågats om intresse för automatiska och digitala posttjänster. Intresset för digitalt postmottande redovisas i avsnitt om digitala postförsändelser i 3.1.5. Dessutom tillfrågas privatpersonerna om de kan tänka sig att automatiska paketstationer till viss del ersätter ombuden i framtiden. På samma sätt som för digitala tjänster, kan det konstateras även här att intresset avspeglas av ålder snarare än av vilket område av tillgänglighet som respondenten tillhör. Intresset för automatiska paketstationer är som högst i åldersgrupperna 25-44 år och som lägst bland 75 år och uppåt.

Figur 42: "Hur intressant är det för dig med automatiserade paketstationer, ifrån vilka det är möjligt att skicka och ta emot paket dygnet runt?" (Fråga 23, Bilaga 1).



På följdfrågan om varför man inte anser sig vara intresserad, anger många att det inte är intressant med digitalt format eller automatisk service på grund av bristande tillit till säkerheten. De anger också rädsla för att det ska bli fel eller vara för krångligt att genomföra tjänster på egen hand och föredrar ett personligt bemötande.

4. Prioritering av posttjänster inför framtiden

I utformningen av en funktionell framtida posttjänst är det väsentligt att tillgodose så många olika behov hos användare som möjligt. Det är inte möjligt att tillgodose samtligas användares behov, utan utmaningen ligger snarare i att utforma framtidens posttjänster så bra som det är möjligt i praktiken. En viktig del i detta arbete är att ta reda på hur de flesta individer värderar och prioriterar mellan olika posttjänster och dessas egenskaper. Vad användare anser vara en väsentlig service beror rimligen av många olika faktorer i den miljö som individen befinner sig i. Exempelvis av individuella behov, hur -och var individen befinner sig i landet eller hur ofta en specifik posttjänst används.

I undersökningen med privatpersoner respektive företag har respondenterna tillfrågats om prioriteringar med avseende på egenskaper i post- eller brevtjänster när brev tas emot, skickas, beföringstider och servicenätet när försändelser med varor tas emot och skickas. Privatpersoner har rangordnat flera egenskaper efter betydelse medan företag har fått välja det mest viktiga alternativet utifrån verksamhetens behov. Undersökningarna är inte helt jämförbara, men resultaten i sin helhet ger indikation på hur de postanvändare anser att den framtida posttjänsten bör vara utformad och visar också på vissa skillnader mellan hur privatpersoner och företag och hur användare i olika delar av landet värderar posttjänster. I analys av resultat har det också testats om huruvida kön påverkar värderingen. Det framkommer inga systematiska skillnader mellan hur män och kvinnor prioriterar framtida posttjänster.

4.1. När brev tas emot

Här redogörs för hur privatpersoner och företag prioriterar och värderar posttjänster när brev ska tas emot.

4.1.1. När brev tas emot är det oftast mest viktigt att platsen passar och i andra hand kommer utdelningsfrekvens

De egenskaper som privatpersoner i undersökningen har fått värdera för mottagning av brev är relaterade dels till själva **platsen** där brev tas emot, **frekvensen** av utdelning och **snabbhet** i befordran. På samma sätt har företagen fått värdera **platsen** där brev tas emot, **frekvensen** av utdelning och **tidpunkten** för utdelning (Tabell 12):

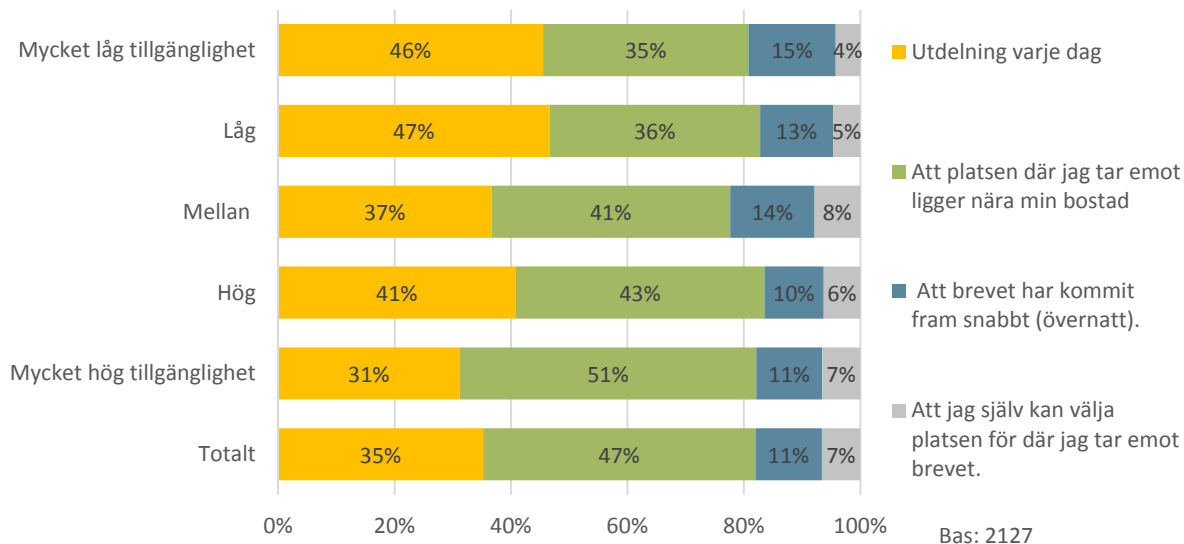
Privatpersoner fick ta ställning till ovanstående egenskaper med avseende på brev med skriftligt innehåll samt för brev med varuinnehåll. De gjorda prioriteringarna analyserades med avseende på brevets innehåll; om försändelsen avsåg skriftligt innehåll eller varuinnehåll. Resultaten visar att privatpersonerna inte gör åtskillnad mellan de två olika typerna av försändelser, samma egenskaper prioriteras oavsett innehåll. Av denna anledning presenteras prioriteringar enbart med avseende på brev med skriftligt innehåll.

Tabell 12: Egenskaper som privatpersoner respektive företag värderar när brev tas emot (för privatpersoner avses brev med skriftligt innehåll).

	Privatpersoner	Företag
<i>Påstående:</i>	<i>Vad är viktigast för dig när du tar emot brev med skriftligt innehåll:</i>	<i>Brev ska tas emot:</i>
Platsen	Att platsen där jag tar emot ligger nära min bostad Att jag själv kan välja platsen för där jag tar emot brevet	På en plats som passar verksamheten
Frekvens	Utdelning varje dag	Så många dagar i veckan som vi behöver
Snabbhet	Att brevet har kommit fram snabbt (övernatt)	
Tidpunkten		Vid en tidpunkt som passar verksamheten

Privatpersoner har rangordnat de olika egenskaperna från mest viktig till minst viktig. Nedan presenteras hur privatpersonerna har prioriterat egenskaper, med avseende på förstahandsval. Den egenskap som ofta anses vara mest viktig är utdelning nära bostaden och därefter utdelning varje dag. Det finns ingen större skillnad i hur kvinnor och män har prioriterat utdelning varje dag vs. platsen. Däremot har respondenter i högre åldrar prioriterat utdelning varje dag i första hand i mycket i större omfattning än de yngre. Respondenter väljer oftare övernattningsbefordran framför möjlighet att själv få välja utdelningsplats. Resultatet redovisas per tillgänglighetsindex och på totalnivå Privatpersoner prioriterar oftast att platsen för där brev tas emot ska ligga nära bostaden. (Figur 43):

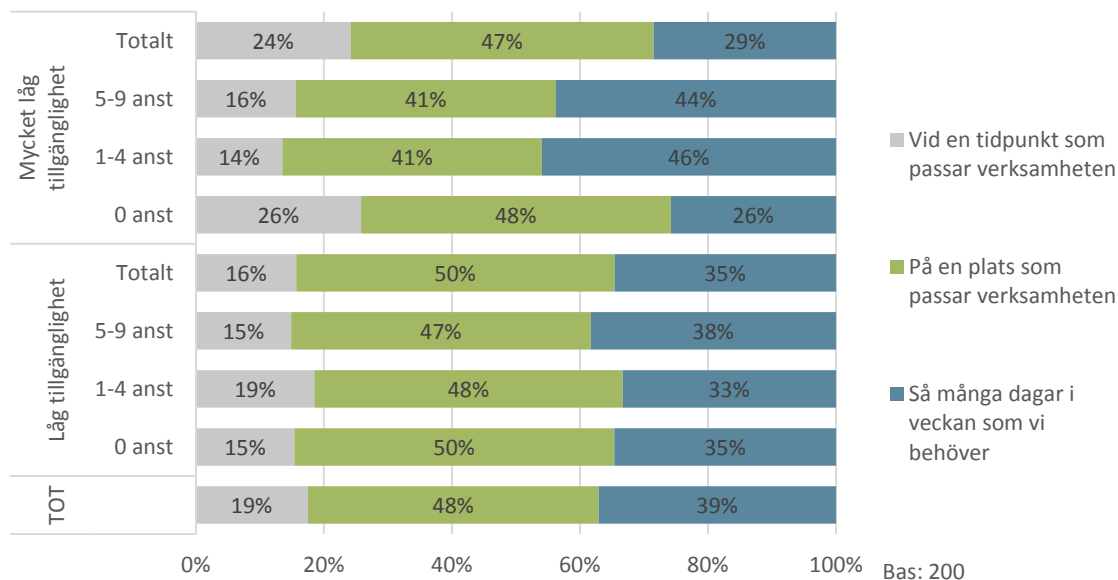
Figur 43: "Hur viktiga är följande egenskaper för dig- rangordna påståenden nedan efter betydelse för dig, när du tar emot brev med skriftligt innehåll (delas ut till din postadress)?" (Fråga 24a, Bilaga 1).



Av ovanstående resultat antyds att med sämre tillgänglighet prioriteras oftare utdelning varje dag framför "att platsen där jag tar emot ligger nära min bostad". Felmarginerna i andelarna ökar dock ju sämre tillgängligheten är. Resultaten påvisar inga skillnader mellan hur olika områden prioriterar "overnatt" och "valfrihet att själv välja platsen".

I undersökningen mot företag har endast det viktigaste behovet efterfrågats varför företags prioriteringsordning inte framkommer på samma sätt som för privatpersoner. Vidare har företagen inte fått ta ställning till snabbhet (overnattsbefordran) i samband med att brev tas emot. Resultaten av företagens behov överensstämmer till viss del ändå med privatpersoners prioriteringar. På totalnivå anser sig den högsta andelen (48 procent) av företagen ha behov av en plats som passar verksamheten när brev tas emot (och på andra plats med 39 procent kommer frekvensen; att utdelningen ska göras så många dagar i veckan som behövs (Figur 44):

Figur 44: "Vi skulle nu vilja få reda på vad just din verksamhet har för specifika behov av posttjänster nu och i framtiden. Jag kommer därför be dig att välja det alternativ som är viktigast för din verksamhet. Brev med skriftligt innehåll ska tas emot." (Fråga 22a, Bilaga 2).



Resultat med avseende på antal anställda och tillgänglighetsindex visar att företag med fler anställda i områden med *Mycket låg tillgänglighet* tenderar att värdesätta frekvensen för utdelningen mer än platsen jämfört med företag med 0 anställda. Många företag som anger att platsen är viktigast anser att konsekvenserna om posttjänsten inte kan tillhandahålla en bra plats, skulle bli långa resor att det skulle ta mer tid och resurser i anspråk att ta emot brev. De företag som prioriterar frekvensen anser att om utdelning inte görs så många så många dagar i veckan som det behövs, föranleds förseningar, försämrad service och negativa ekonomiska konsekvenser. I samtliga områden och för samtliga företag värdesätts tidpunkten för utdelning i lägst omfattning. Resultaten för de specifika företagssegmenten ska dock tolkas med stor försiktighet på grund av höga felmarginaler (vid 30 respondenter kan felmarginalen av en skattning uppgå till ca 15-20 procentenheter). Därför presenteras även totalandelar per tillgänglighetsindex. I skattning per tillgänglighetsindex uppgår felmarginalerna till ca 8-10 procentenheter.

4.1.2. Scenarioanalys med privatpersoner visar på skillnader i värdering mellan olika områden av tillgänglighet

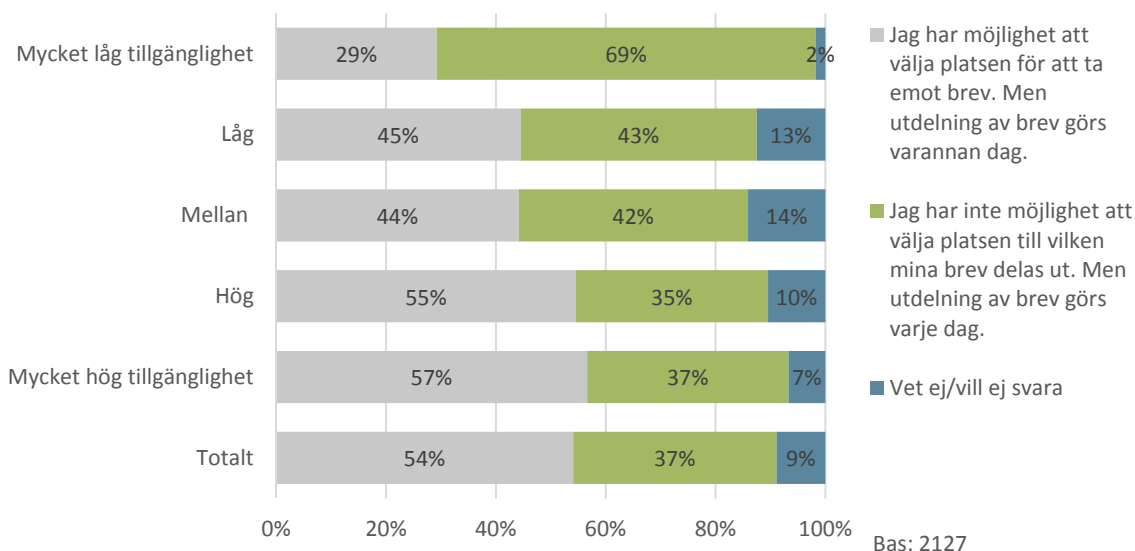
I undersökningen med privatpersoner ställdes respondenterna inför parvisa framtidsscenarioer, där varje scenario innehåller en förbättring och en försämring med avseende på servicenivå. Scenarierna som presenterades bygger på samma egenskaper som ovanstående prioriteringar. Scenarierna är dock mer specifikt formulerade eftersom de avser att spegla hur den framtida posttjänsten verkligen kan komma att se ut. Exempelvis frågas inte om hur värdefullt det är med en senaste tidpunkt för utdelning utan tidpunkten specificeras ytterligare med ett klockslag.

Följande scenarier presenterades med avseende på mottagande av brev:

Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du när du tar emot brev?			
	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3
Scenario 1 Figur 45	Jag har möjlighet att välja platsen för att ta emot brev. Men utdelning av brev görs varannan dag.	Jag har inte möjlighet att välja platsen till vilken mina brev delas ut. Men utdelning av brev görs varje dag.	Vet ej/vill ej svara
Scenario 2 Figur 46	Jag har möjlighet att välja platsen där mina brev delas ut. Men utdelning av brev görs varje dag senast kl. 21.	Jag har inte möjlighet att välja platsen där mina brev delas ut. Men utdelning av brev görs varje dag senast kl.12.	Vet ej/vill ej svara
Scenario 3 Figur 47	Posten delas ut till mig varje dag och senast kl. 21.	Posten delas ut till mig varannan dag och senast kl. 12.	Vet ej/vill ej svara

Vid analys av hur respondenter med avseende på tillgänglighetsindex har gjort sina val i **scenario 1** framkommer att valfrihet ofta väljs framför ökad frekvens av utdelning. Vid *Mycket låg tillgänglighet* föredras oftare, även med beaktande av statistisk felmarginal, alternativ 2 med högre frekvens av utdelning framför valfrihet (Figur 45).

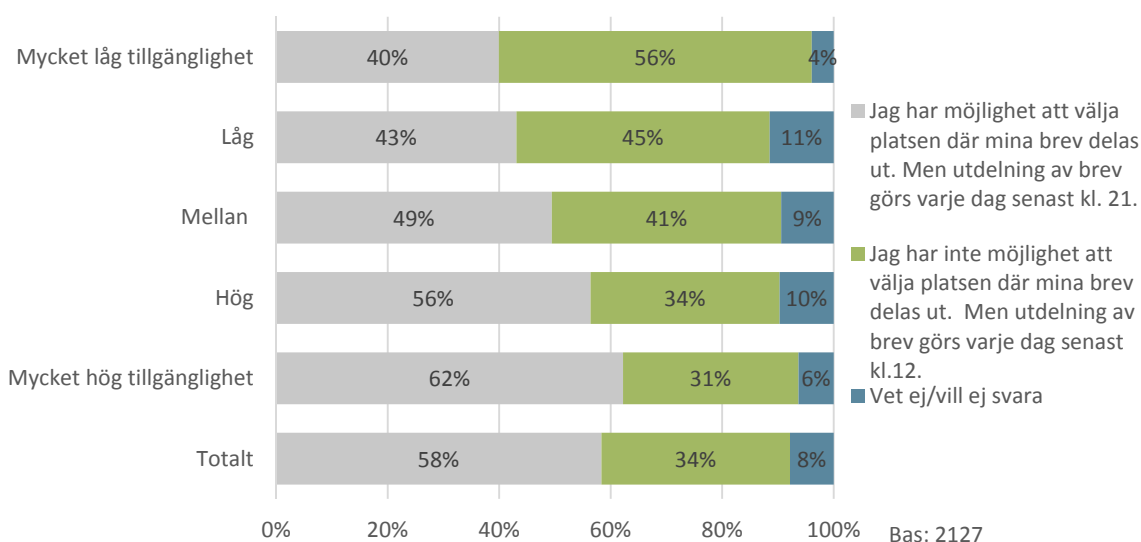
Figur 45: "Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du när du tar emot brev?"(Fråga 25a, Bilaga 1).



Det finns ingen tydlig åldersfördelning i hur valfrihet att välja platsen värderas mot frekvens. Däremot väljs alternativet Vet ej/vill ej svara betydligt mer med högre ålder. Kvinnor väljer alternativet med valfrihet i högre utsträckning än män (58 procent jämfört med 48 procent för män).

Det läggs ett större värde vid valfrihet att själv få besluta om placering av postlådan än att få utdelning vid en tidigare tidpunkt, klockan 12 på dagen (Figur 46). Respondenter i områden med *Mycket låg tillgänglighet* tillför dock ett högre värde för utdelning senast klockan 12 framför valfrihet att bestämma placering (56 procent), men tillförlitligheten är lägre än för resterande segment eftersom den statistiska felmarginalen uppgår till 12 procentenheter. När resultatet analyseras med avseende på kön och ålder framkommer återigen att kvinnor värderar valfriheten i något högre än män (63 procent jämfört med 52 procent hos män). Respondenter i högre åldersgrupper tenderar att välja alternativet Vet ej/vill inte svara i högre utsträckning.

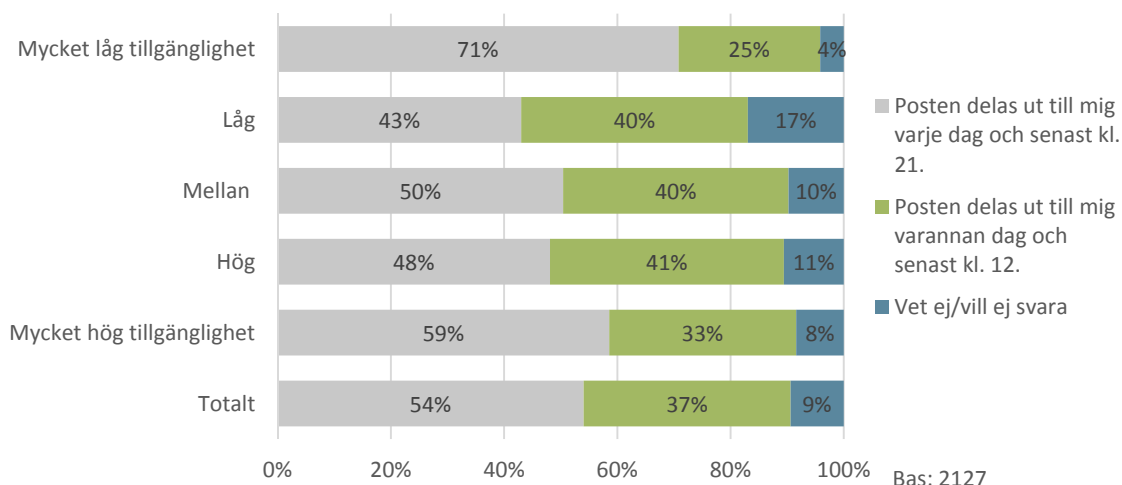
Figur 46: "Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du när du tar emot brev?" (Fråga 25b, bilaga 1).



I **scenario 3** värdesätts oftast hög frekvens av utdelning men vid senare tidpunkt och det finns inga större skillnader hur respondenter har svarat med avseende på kön eller ålder. Preferenserna för hög frekvens är särskilt höga i områden med *Mycket låg tillgänglighet* (

Figur 47).

Figur 47: "Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du när du tar emot brev?" (Fråga 25c, Bilaga 1).



När svaren från ovanstående scenario (

Figur 47) analyseras mot preferenserna/konsekvenserna av utdelning vid senarelagt tidpunkt (Figur 22) visar resultatet att de respondenter som anser att en senare tidpunkt är "Mycket negativt" mestadels (44 procent) ändå väljer alternativet "varje dag senast kl. 21" framför "varannan dag kl. 12" (31 procent). Detta tyder på att frekvensen för utdelning alltid är viktigare än tidpunkten.

4.2. Skicka brev och befordringshastighet

I denna del redogörs för viktiga egenskaper med avseende på när brev skickas.

4.2.1. Privatpersoner vill inte ha prisförändringar och företag vill ha snabbhet

De egenskaper som privatpersoner i undersökningen har fått rangordna för att skicka enkla brev har relaterats till dels **prissättning** av tjänsten, olika **prisklasser**, **snabbhet** i befordran och **platsen** från vilken brev skickas (gul brevlåda). Företag har fått ta ställning till **snabbhet** i befordran, **tidpunkten** för när försändelser kan skickas, **platsen** från vilken brev skickas samt **frekvensen** av utdelning (Tabell 13):

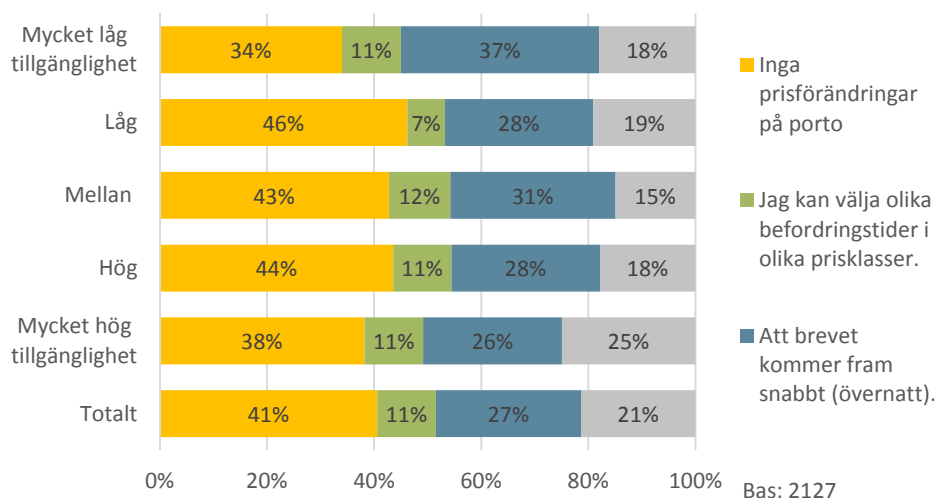
Tabell 13: Egenskaper som privatpersoner respektive företag värderar med avseende på när brev skickas.

	Privatpersoner	Företag
<i>Påstående:</i>	<i>Vad är viktigast för dig när du skickar brev:</i>	<i>Brev ska skickas:</i>
Prissättning	Inga prisförändringar på porto	
Prisklasser	Jag kan välja olika befordringstider i olika prisklasser	
Snabbhet	Att brevet kommer fram snabbt (övernatt)	Ska komma fram till mottagaren så snabbt som verksamheten behöver

Tidpunkten		Ska skickas vid en tidpunkt som passar verksamheten
Platsen	Jag har nära till (många utplacerade) gula brevlådor	Ska skickas från en plats som passar verksamheten
Frekvensen		Ska delas ut så många dagar i veckan som verksamheten behöver

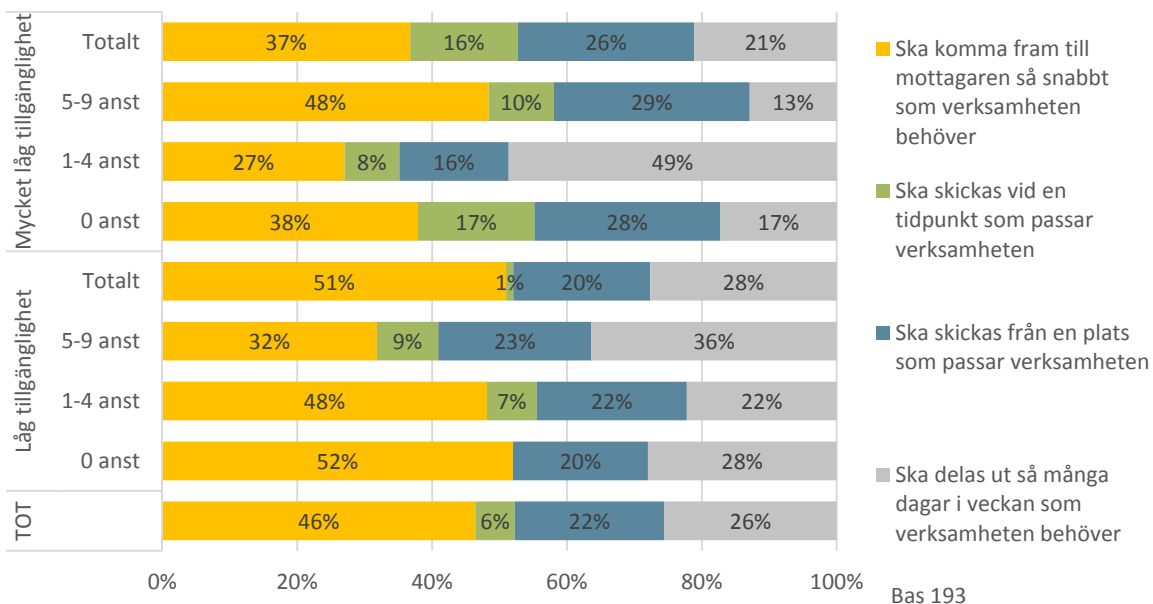
För privatpersoner är ”inga prisförändringar” en högt prioriterad egenskap när brev skickas. Ett stabilt pris är betydelsefullt, oavsett respondentens ålder eller kön. I områden med *Mycket låg tillgänglighet* prioriteras ”övernatt” något oftare än ”inga prisförändringar” (Figur 48). Resultatet bör dock tolkas med försiktighet eftersom antal respondenter i segmentet uppgår till 65 och att den statistiska felmarginalen för övernatt uppgår med 95 procents sannolikhet till 12 procentenheter. Tidigare resultat (Figur 29) visar att det är relativt sällan som privatpersonerna skickar brev som måste komma fram till mottagaren dagen därpå. Att brevtjänster används sällan bidrar troligtvis till relativt låga andelar av respondenter som föredrar ”befordringstider i olika prisklasser”, ”övernatt” och ”närhet till gula brevlådor”.

Figur 48: ”Hur viktiga är följande egenskaper för dig- rangordna påståenden nedan efter betydelse för dig, när du skickar brev? (postas på gul brevlåda, ett brev som väger mindre än 50 gram frankeras med porto som kostar 7 kronor)(Fråga 24 c, Bilaga 1).



Företagen har tillfrågats om den viktigaste egenskapen för verksamheten när brev skickas. Resultaten visar inte på några systematiska skillnader mellan företag, med avseende på antal anställda. Företag med mycket låg tillgänglighet tenderar att välja andra egenskaper framför snabbhet i befordran. På totalnivå värdesätter företag oftast att brev ska skickas och komma fram till mottagaren så snabbt som verksamheten behöver. I andra hand prioriteras frekvensen; att utdelningen görs så många dagar i veckan som behövs (Figur 49):

Figur 49 "Vi skulle nu vilja få reda på vad just din verksamhet har för specifika behov av posttjänster nu och i framtiden. Jag kommer därför be dig att välja det alternativ som är viktigast för din verksamhet. Inrikes brev med skriftligt innehåll som skickas" (Fråga 23a, Bilaga 2).



Vilka slutsatser kan dras om företags behov av övernattsbefordran utifrån ovanstående resultat? En andel motsvarande 46 procent av företag i områden med låg och *Mycket låg tillgänglighet* (av totalt 200 företag) föredrar att brev som skickas ska komma fram så snabbt som verksamheten behöver. Enligt tidigare resultat (Figur 31) är behovet hos den gruppen av företag utdelning efter en (35 procent), två (35 procent) eller tre dagar eller fler (30 procent). Utifrån dessa resultat konstateras att andelen företag som har ett behov av övernattsbefordran motsvarar ca 16 procent av samtliga företag i undersökningen.¹⁰ En vanlig uppfattning när posttjänsten inte kan tillhandahålla snabbhet i befordran är att kunderna blir lidande på grund av förseningar. Många anger dock att konsekvenser beror av vad brevet innehåller eller att det inte ger några specifika konsekvenser om det inte går så snabbt som det behövs.

¹⁰ 46 procent anger snabbhet som viktigast för verksamheten och av dessa anser 35 procent att verksamhetens behov är "overnatt". Behovet av övernatt motsvarar totalt sett en andel ($0,46 \cdot 0,35 = 0,16$) ca 16% av alla företag i enkäten.

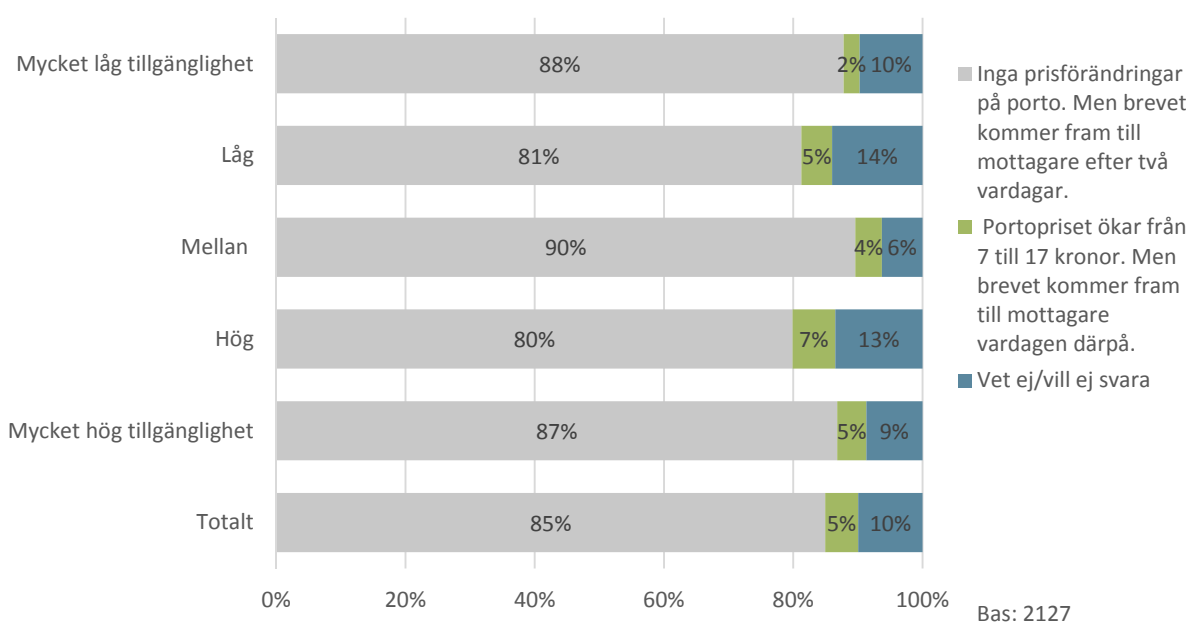
4.2.2. Scenarioanalys med privatpersoner visar att stabilt pris oftare prioriteras och föredras framför utdelning varje dag och flera gula brevlådor

Följande alternativa framtidsscenarioer med avseende på att skicka brev presenterades i frågeunderlaget till privatpersoner:

Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du när du skickar brev?			
	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3
Scenario 1 Figur 50	Inga prisförändringar på porto. Men brevet kommer fram till mottagare efter två vardagar.	Portopriset ökar från 7 till 17 kronor. Men brevet kommer fram till mottagare vardagen därpå.	Vet ej/vill ej svara
Scenario 2 Figur 51	Inga prisförändringar på porto. Gula brevlådor är utplacerade som idag.	Portopriset ökar från 7 till 17 kronor. Men det finns fler gula brevlådor vilket kan innebära att jag får närmare till gul brevlåda jämfört med idag.	Vet ej/vill ej svara

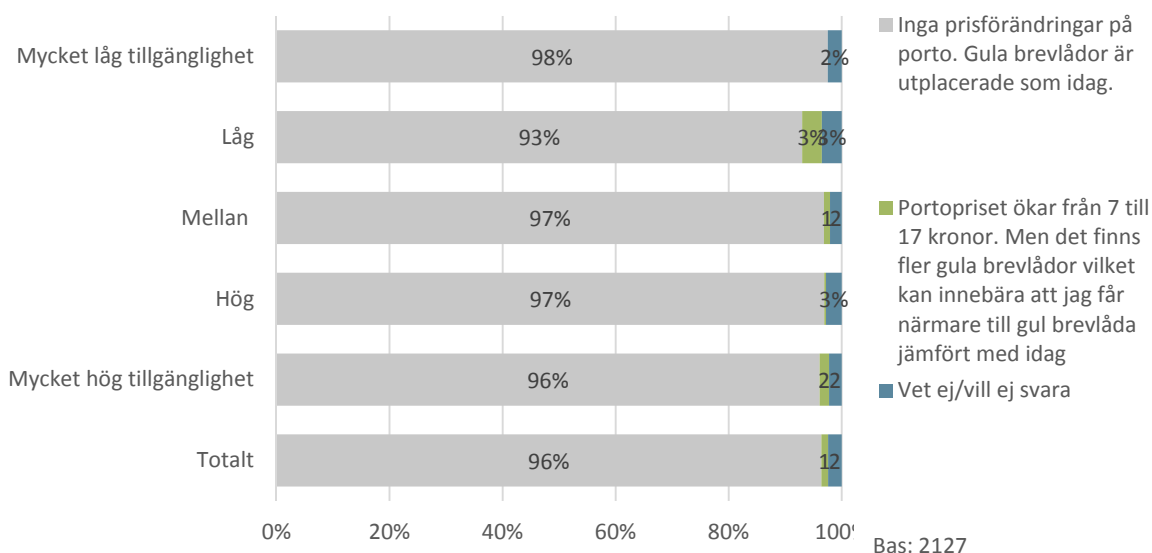
En oförändrad prisnivå föredras inom samtliga områden av tillgänglighet. I Figur 50 illustreras hur värdering av alternativ fördelas mellan respektive tillgänglighetsindex. Troligtvis speglar värderingen av en stabil prisnivå också det faktum att det är relativt sällan (en eller flera gånger om året eller ännu mer sällan) som privatpersonerna skickar brev som måste komma fram till mottagaren vardagen därpå (se tidigare redovisning i Figur 29).

Figur 50: "Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du mest när du skickar brev?" (Fråga 25d, Bilaga 1).



När respondenternas svar från scenario 1 analyseras mot hur ofta brev skickas (Figur 24) visar resultatet att de användare som skickar brev en eller flera gånger i veckan (14 procent) oftare väljer alternativ 2 med befordran över natt jämfört med de som aldrig skickar brev där 8 procent väljer alternativ 2. Dock är det en relativt hög andel av de som skickar brev varje vecka som inte har valt något alternativ "Vet ej/vill ej svara" (20 procent). Resultaten tyder ändå på att de som skickar brev mer frekvent till viss del är villiga att betala extra för befordran över natt. På samma sätt analyseras svaren i scenario 1 mot betalningsviljan för ett nytt porto som skulle garantera att brevet kommer fram över en natt (Figur 32). Respondenterna med positiv betalningsvilja har i högre utsträckning också valt ett ökat portopris enligt alternativ 2 ovan. Ett oförändrat pris på porto för att vanligt brev väljs i högre utsträckning framför fler antal utplacerade gula brevlådor (Figur 51):

Figur 51: "Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du mest när du skickar vanliga brev med skriftligt innehåll eller med varuinnehåll?" (Fråga 25 e, Bilaga 1).



4.3. Skicka och ta emot försändelser med varor

I denna del redogörs för hur privatpersoner och företag prioriterar och värderar egenskaper med avseende på när försändelser skickas och tas emot via servicenätet.

4.3.1. Viktigt att platsen anpassas efter behov

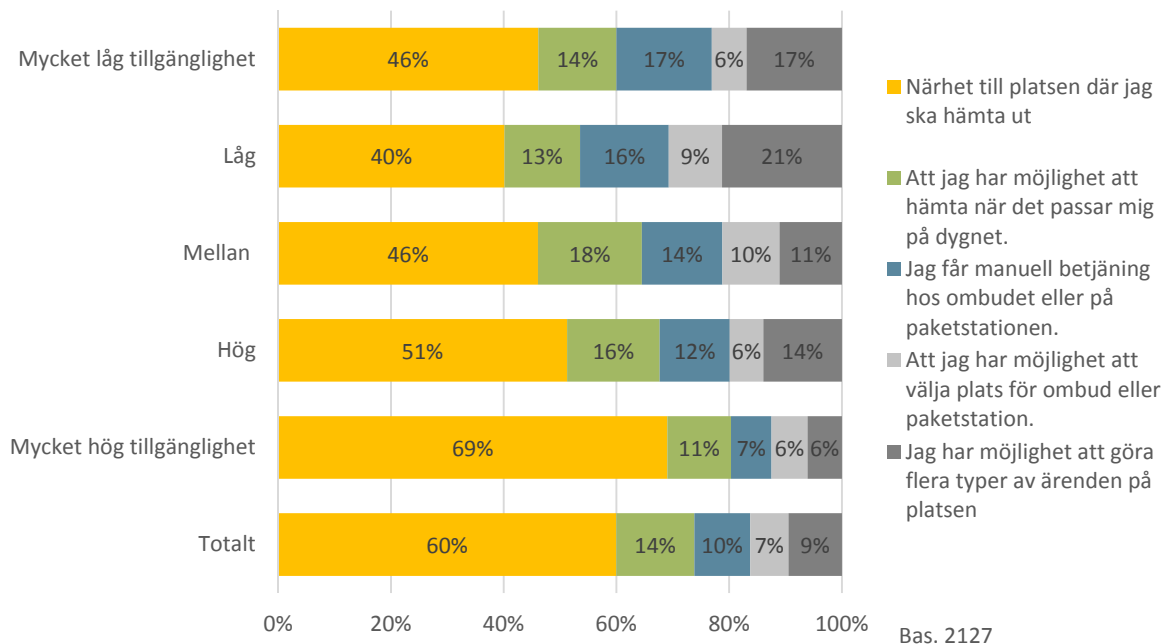
De egenskaper som privatpersoner i undersökningen har fått rangordna avseende att skicka och ta emot försändelser med varor rör **service** med manuell betjäning och möjlighet att göra andra typer av ärenden, **tidpunkten** för in- och utlämning, valfrihet att välja och närhet till **platsen**. Företag värderar **snabbhet** i befordran, tidpunkten för in- och utlämning, om **platsen** passar verksamheten och möjlig **frekvens** för in- och utlämning av försändelser (Tabell 14):

Tabell 14: Egenskaper som privatpersoner respektive företag värderar med avseende på när försändelser med varor ska skickas eller tas emot.

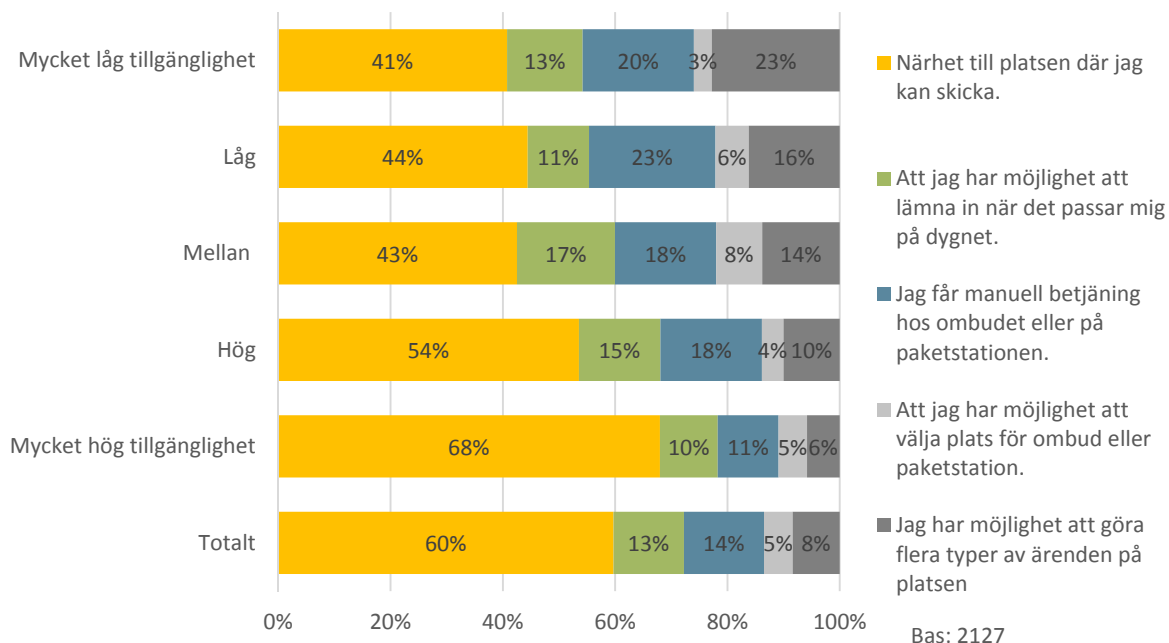
	Privatpersoner	Företag
	<i>Vad är viktigast för dig när du skickar eller tar emot försändelser med varor:</i>	<i>Försändelser med varor ska tas emot och skickas:</i>
Service	Jag får manuell betjäning hos ombudet eller på paketstationen Jag har möjlighet att göra flera typer av ärenden på platsen	
Snabbhet		Så snabbt som verksamheten behöver/ Och komma fram till mottagaren så snabbt som verksamheten behöver
Tidpunkt	Att jag har möjlighet att hämta/eller lämna när det passar mig på dygnet	Vid en tidpunkt som passar verksamheten
Plats	Närhet till platsen där jag ska hämta ut/eller skicka försändelser Att jag har möjlighet att välja plats för ombud eller paketstation	Vid/från en plats som passar verksamheten
Frekvens		och lämnas ut så många dagar i veckan som vi behöver/så utdelning görs så många dagar i veckan som verksamheten behöver

För privatpersoner är det oftast mest betydelsefullt med närhet till platsen, oavsett kön och ålder. Närhet värderas också mest inom samtliga tillgänglighetsindex och med avseende på att både ta emot och skicka försändelser via ombud (Figur 52 och Figur 53).

Figur 52: "Hur viktiga är följande egenskaper för dig- rangordna påståenden nedan efter betydelse för dig, när du tar emot paket eller stora brev med varor via ett ombud eller paketstation?" (Fråga 24 d, Bilaga 1).



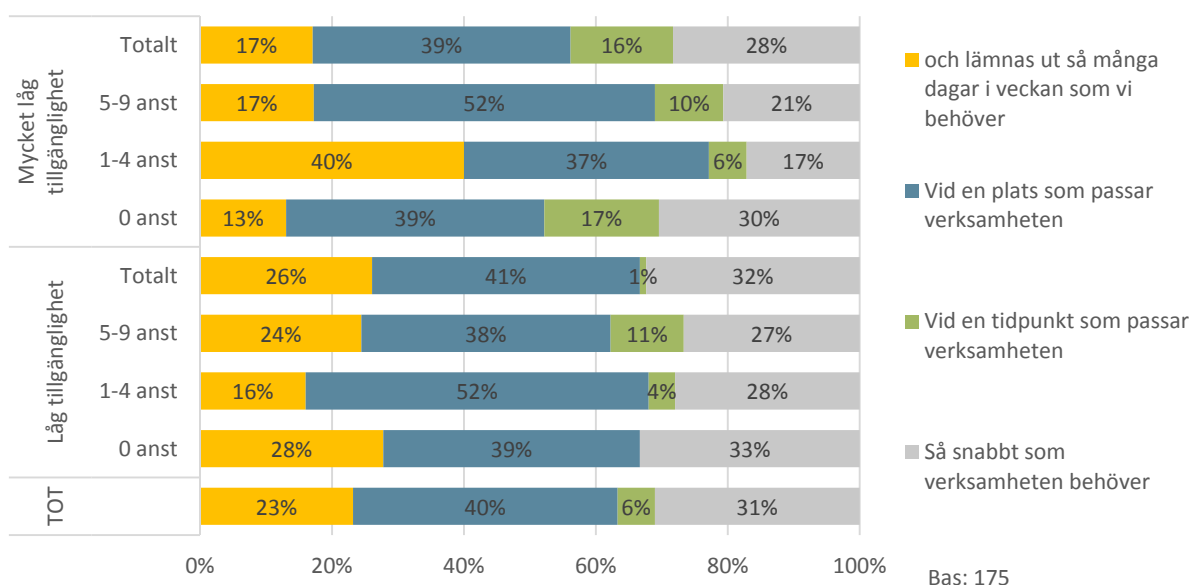
Figur 53: "Hur viktiga är följande egenskaper för dig- rangordna påståenden nedan efter betydelse för dig, när du skickar stora paket eller stora brev med varor via ett ombud eller paketstation?". (Fråga 24 e, Bilaga 1).



Prioritering av närhet avtar med sämre nivå av tillgänglighet och istället ökar preferenser för manuell betjäning och möjlighet till att uträtta olika typer av ärenden på platsen. Respondenter i högre åldrar föredrar gärna manuell betjäning medan yngre personer oftare prioriterar alternativet om möjlighet att hämta och lämna när det passar på dygnet.

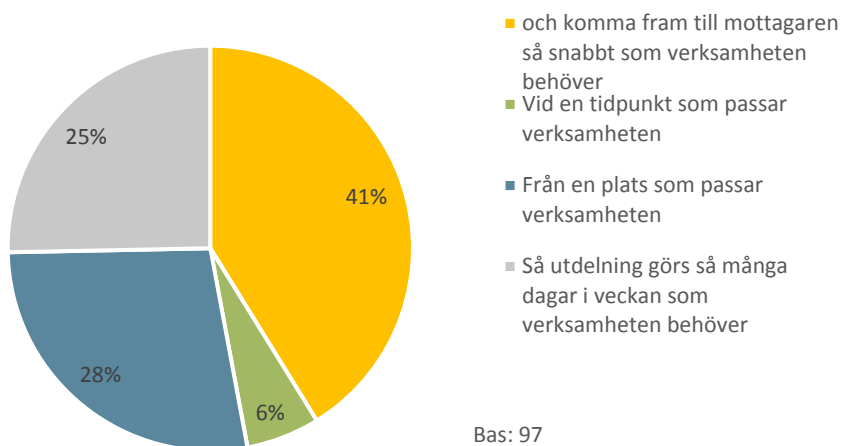
Företag värderar något olika beroende på om försändelser med varor tas emot eller om de ska skickas. Vid mottagande av varor är det vanligast att företagen värdesätter att utdelning ska göras vid en plats som passar verksamheten, därefter värdesätts ofta snabbhet i leveransen. Många företag anser att det blir krångligare för dem, till exempel på grund av fler resor, eller att det blir ekonomiska konsekvenser om inte posttjänsten kan tillhandahålla utdelning vid verksamhetsstället eller inom tre dagar. Det finns inga systematiska skillnader hur värdering görs med avseende på företagsstorlek eller tillgänglighetsindex (Figur 54):

Figur 54: "Vi skulle nu vilja få reda på vad just din verksamhet har för specifika behov av posttjänster nu och i framtiden. Jag kommer därför be dig att välja det alternativ som är viktigast för din verksamhet. In- och utrikes försändelser med varor ska tas emot:" (Fråga 24, Bilaga 2).



När försändelser ska skickas är det på totalnivå mest viktigt att försändelsen kommer fram så snabbt som verksamheten behöver och många anger mellan en till tre dagar som förväntad leveranstid. Redovisningen görs endast på totalnivå eftersom basen uppgår till 97 respondenter. Många företag anger missnöjda kunder ifall posttjänsten inte kan tillhandahålla denna service. (Figur 55):

Figur 55: "Vi skulle nu vilja få reda på vad just din verksamhet har för specifika behov av posttjänster nu och i framtiden. Jag kommer därför be dig att välja det alternativ som är viktigast för din verksamhet. In- och utrikes försändelser med varor ska skickas." (Fråga 25a, Bilaga 2).



4.3.2. Privatpersoner vill ofta ha möjlighet att själv få välja ombud samt få manuell service

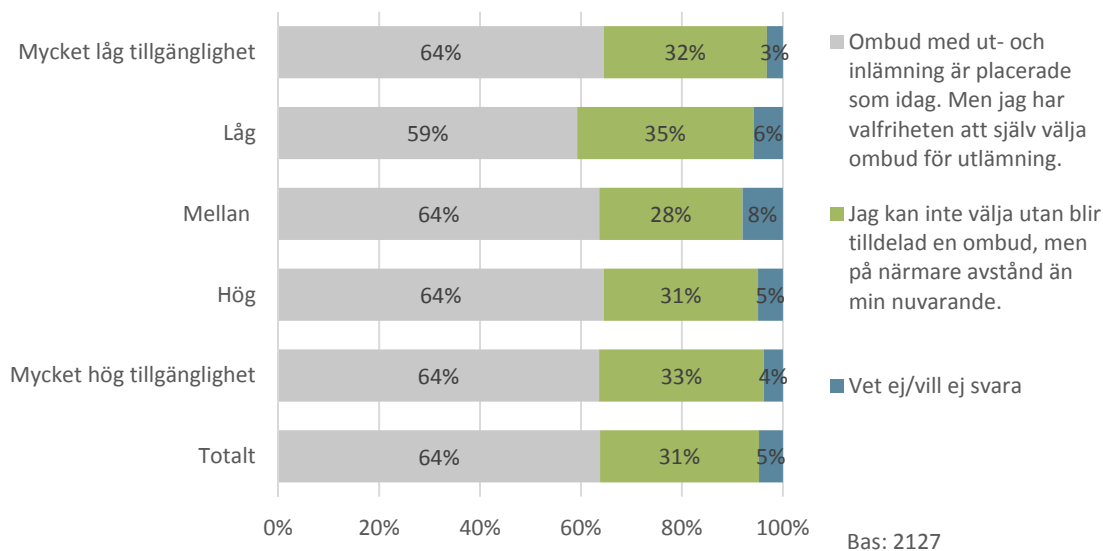
Följande alternativa framtidsscenarioer med avseende på att skicka eller ta emot stora försändelser presenterades i frågeunderlaget till privatpersoner:

Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du när du skickar eller tar emot stora paket eller försändelser med varor?			
	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3
Scenario 1 Figur 56	Ombud med ut- och inlämning är placerade som idag. Men jag har valfriheten att själv välja ombud för utlämning.	Jag kan inte välja utan blir tilldelad en ombud, men på närmare avstånd än min nuvarande	Vet ej/vill ej svara
Scenario 2 Figur 57	Ombud med möjlighet till manuell ut- och inlämning finns kvar i sin nuvarande form. Men öppettiderna för ombud är samma som idag.	Det finns fler ombud, exempelvis i området där jag bor eller arbetar. Men ett antal ombud med manuell betjäning ersätts med automatiska paketstationer som är öppna dygnet runt.	Vet ej/vill ej svara

Att ha valfriheten att välja ombudet för utlämning av paket vid mottagande är mest värdefullt för en majoritet av respondenterna. Kvinnor tenderar att föredra valfrihet oftare än män och

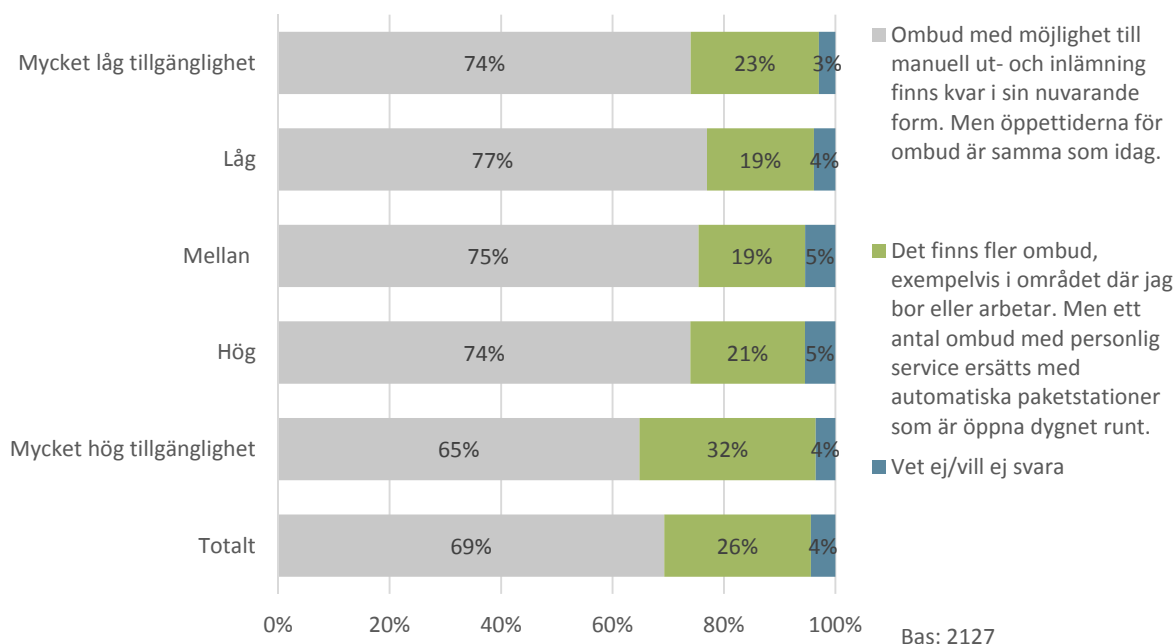
ju högre ålder på respondenten, desto mer intressant är alternativet att få ett tilldelat ombud som ligger närmare än det idag. Fortfarande är valfriheten viktigast inom samtliga åldersgrupper. Sammanfattningsvis kan därför konstateras att en flexibilitet i servicenätet efterfrågas. Det finns heller inga påtagliga skillnader i värdering mellan olika områden av tillgänglighetsindex (Figur 56):

Figur 56: "Om du måste välja – vilket av följande alternativ föredrar du mest när du ska ta emot paket eller stora brev med varor?" (Fråga 25f, Bilaga 1).



Automatiserad service har tidigare konstaterats vara mer positivt värderad av yngre respondenter (Figur 42). Samma skillnad mellan preferenser beroende av ålder för manuell service vs automatik återfinns också när valet står mellan manuell service med begränsade öppettider eller fler ombud men med automatiserad service. Äldre personer är betydligt mer intresserade av ombud med manuell service och med samma öppettider som idag. De flesta respondenter vill ha kvar nuvarande ombud med manuell service (Figur 57):

Figur 57: "När du skickar eller tar emot paket eller stora brev med varor: Vilket av följande alternativ föredrar du?" (Fråga 25g, Bilaga 1).



4.4. Privatpersoner kan tänka sig att betala för vissa tjänster

Privatpersonerna ställdes inför ett antal hypotetiska frågeställningar, där den nuvarande servicen försvinner eller reduceras i omfång. Respondenterna tillfrågades i följande steg om eventuell betalningsvilja för att bevara tjänsten på dagens nivå eller på en tänkt framtida nivå. Privatpersonerna tar ställning till följande frågeställningar:

- Att erhålla utdelning av brev på en valfri plats,
- Att få posten utdelad så många dagar i veckan som behövs,
- Att utdelning sker vid önskad tidpunkt,
- Ett nytt porto som tillser att brevet ska nå mottagaren vardagen efter att det har postats,
- Ha möjligheten att välja ombud när paket ska hämtas ut,
- En ny postlåda/fastighetsbox som möjliggör mottagning av vissa paket och större brev.

Generellt är betalningsviljan liten för tjänsterna eller de varor som har erbjudits. I Tabell 15 visas hur betalningsviljan procentuellt sett fördelar sig mellan olika nivåer, där 0 utgör basen och innebär 0 kronor i betalningsvilja och Nivå 1-6 i första kolumnen visar ökat pris. I tabellen visas andel av respondenter på respektive nivå. Eftersom prisvektorer varierar beroende av vad som ska värderas, presenteras inte de monetära måtten.

Det som kan konstateras utifrån nedanstående redovisning är att positiv betalningsvilja i de flesta fall utgör en andel om ca 10 -20 procent (som vanligen ligger på de två lägsta nivåerna 1 och 2):

Tabell 15: Betalningsviljan för tjänster i postservicen.

	Postlåda på valfri plats (%)	Antal utdelningsdagar (%)	Tidpunkt (%)	Vardagen efter (%)	Välja ombud (%)	Ny postlåda/fastighetsbox (%)
0 (bas – ingen betalningsvilja)	76	84	88	56	69	58
1 (lägst nivå)	21	10	10	27	12	24
2	3	2	2	10	10	10
3	0	0	0	4	6	4
4	0	0	0	1	1	2
5				1	1	1
6 (högst nivå)						1

Det är förväntat att det finns ett litet intresse för att betala för en tjänst som redan existerar på marknaden och som kanske till och med anses fungera tillfredsställande i dagsläget. Det som emellertid kan vara värt att kommentera här är att andelen med positiv betalningsvilja ökar något när respondenter ställs inför en nytt erbjudande, till exempel valfriheten att själv få välja plats för brevlåda (Postlåda på valfri plats), att köpa ett frimärke med högre nivå av service (Vardagagen efter) eller en ny postlåda/fastighetsbox. Tidigare resultat visar också att privatpersoner relativt sällan skickar brev som måste komma fram till mottagaren vardagen därpå. Det kan också vara en trolig förklaring till att andel med positiv betalningsvilja är relativt stor. Om det i genomsnitt skickas brev som måste komma fram övernatt en eller ett par gånger om året, blir den årliga kostnaden för ett specifikt porto av marginell betydelse för individen.

5. Slutsatser

Fungerande posttjänster är viktiga för både privatpersoner och företag, trots att användarvanor och kommunikationsmönster har förändrats över tid. Användare skickar allt färre fysiska brev, men beställer fler varor på internet som levereras som försändelser via servicenätet till exempel ombud. För att kunna fullfölja de förpliktelser som innefattas i den samhällsomfattande posttjänsten, har PostNord behövt göra vissa andra rationaliseringar av sin service.

5.1. Placering av postlådor fungerar bra för användare

De flesta användare är idag nöjda med postlådors placering och vill inte ha några förändringar från hur utdelning görs idag. Hur nöjd användaren är med hur posten tas emot, beror till stor del av utdelningsform. Privatpersoner med fastighetsbox är betydligt mindre nöjda än företag med fastighetsbox. Till stor del verkar en nyligen förändrad utdelningsform hos privatpersonerna (vissa respondenter har tidigare haft utdelning i brevinkast) och begränsat utrymme i fastighetsbox vanliga anledningar till missnöje.

5.2. Utdelning fem vardagar i veckan är betydelsefullt för många men närheten till platsen är viktigast

De flesta användare, både företag och privatpersoner, värdesätter mest att platsen för utdelning fungerar och i andra hand frekvensen för utdelning. Att posten delas ut ofta är dock viktigt, speciellt för boende och verksamma i områden med sämre tillgänglighet och för privatpersoner i högre åldrar. De flesta användare vill ha utdelning 5 vardagar i veckan, men resultaten visar att många anser att tre dagar i veckan skulle fungera. Mot den bakgrunden kan det vara motiverat att fortsätta dela ut fem vardagar i veckan på platser där det förekommer idag. På de platser där femdagarsutdelning inte sker idag kan det vara mer betydelsefullt att prioritera att utdelningen görs på samma plats som idag.

5.3. Utdelningstiden är inte avgörande och privatpersoner och företag har olika preferenser

Föredragen tidpunkt för utdelning skiljer mellan privatpersoner och företag. Privatpersoner vill ofta ha posten under sen eftermiddag. Det alternativ som föredras av flest privatpersoner är utdelning mellan klockan 15-16. Ju yngre respondenterna är desto senare tidpunkt fungerar. Företag och många äldre personer vill däremot ha tidig utdelning och anser att utdelning bör ske mitt på dagen. Förändrad tidpunkt för utdelning verkar dock inte leda till omfattande negativa konsekvenser, utan för de flesta användare är det mest väsentligt att posten delas ut någon gång under dagen. Resultaten ger inte något stöd för att det skulle vara motiverat att reglera senaste tid för utdelning.

5.4. Inte alla brev behöver komma fram vardagen därpå

Äldre personer skickar brev mer frekvent än yngre personer och företag med fler anställda skickar oftare brev än företag med färre anställda. De flesta avsändare skickar brev som enstaka försändelser som postas på de gula brevlådorna. Av svaren framgår att de gula brevlådorna bör vara lokaliserade där andra ärenden utförs, till exempel i köpcentrum. Äldre användare föredrar dock ofta lokalisering nära bostaden. När användare skickar brev ska befordran vara snabb, men snabbhet behöver inte alltid betyda att försändelsen ska komma

fram över en natt. Ofta fungerar det ändå om brevet kommer fram inom två till tre vardagar. Övernattbefordran värderas inte lika högt som ett stabilt pris. Övernattbefordran har större betydelse för äldre och respondenter i områden med sämre tillgänglighet. Resultaten indikerar också att privatpersoner som skickar brev mer frekvent, i högre utsträckning är villiga att betala extra för övernattbefordran. Det borde därför finnas utrymme för en prisdifferentiering av porto för övernattsbefordran.

5.5. Servicenätet fungerar bra idag

För de flesta användare fungerar det befintliga servicenätet med manuell service bra. Det finns dock olika preferenser för vad som ska prioriteras med avseende på ombuden. Privatpersoner i områden med bättre tillgänglighet, tenderar att föredra att ombud är lokaliserade nära bostaden. Privatpersoner i områden med sämre tillgänglighet föredrar att det finns ett brett utbud av övrig service på platsen där ombuden finns. För företag är det viktigt att ombud kan erbjuda den service som passar verksamheten.

5.6. Intresse för digital postlåda och automatiska paketstationer återspeglar ålder och nivå av tillgänglighet

Det finns idag ett intresse bland privatpersoner för digitala postlådor, men intresset ligger främst hos användare i yngre åldrar upp till 45 år. Automatiska paketstationer som ersätter dagens ombud är också betydligt mer intressant för yngre personer, men manuell service föredras i områden med sämre tillgänglighet.

5.7. Kvinnor och män har ofta samma preferenser

Det finns ingenting i undersökningarnas resultat som antyder att kvinnor och män har olika behov eller värderar posttjänster olika. Kvinnor tenderar dock att värdera valfriheten i något högre utsträckning än män, exempelvis valfriheten att själv få bestämma plats på postlådans placering och valfriheten att själv få välja ombud.

5.8. Rättighet till service i samtliga delar av landet

Överlag har privatpersoner och företag samma preferenser oavsett var i landet de befinner sig. Det finns dock resultat som indikerar att användare i områden med sämre tillgänglighet värderar frekvens i högre än användare i områden med bättre tillgänglighet. Olikheterna kan vara ett uttryck för att denna typ av service ofta betraktas som en rättighet, att alla användare har rätt till samma servicenivå oavsett var i landet man befinner sig. Om servicenivån försämras på vissa platser kan känslan av utanförskap förstärkas. Resultaten visar att det finns en högre acceptans för längre avstånd på mindre tillgängliga platser, men att det finns en förväntan om att servicen som erbjuds här ska vara samma som på övriga platser.

Sammanfattningsvis konstateras att privatpersoner och mindre företag överlag har liknande behov av posttjänster och önskemål om hur den framtida postservicen ska vara utformad.

6. Bilaga 1: Enkät privatpersoner

Kontrollfråga: Adressen till bostaden, där du bor mer än 6 månader om året?

Gata: _____

Postnummer: _____

Ort: _____

Var du tar emot brev

De gula brevlådorna i Sverige tillhör PostNord (tidigare Posten). De brev som lämnas i gula brevlådan sorteras och vidarebefordras till mottagaren. Mottagaren tar emot brev på avsedd plats i exempelvis **postlåda, brevkast, fastighetsbox, samhällsbox** eller **postväska**.

Vi kommer att ställa några frågor om hur du tar emot eller skickar dina brev!



1 Hur delas brev ut som är adresserade till dig?

- Brevkast i lägenhetsdörren
- Fastighetsbox (vanligen placerad i entrén i flerbostadshus)
- Fristående postlåda vid tomtgränsen
- Postlåda vid lådsamling (flera postlådor som sitter samlade i ett lådställ)
- Samhällsbox
- Via postväska
- Annat, i så fall hur? _____

(2 besvaras ej av de respondenter som har angett brevinkast och fastighetsbox)

2 Ungefär hur långt avstånd har du från ytterdörr till platsen där du hämtar dina brev?

- 0-500 meter
- 500 meter – 1 km
- 1 km – 2 km
- 2 km och uppåt

3 Hur nöjd är du med lokaliseringen av den plats där du idag tar emot dina brev?

- Mycket nöjd
- Ganska nöjd
- Varken nöjd eller missnöjd
- Ganska missnöjd
- Mycket missnöjd
- Vet ej/vill inte svara

Om ganska missnöjd eller mycket missnöjd:

3 a Varför är du missnöjd med platsen där du tar emot brev?

Ett sätt att ta reda på betydelsen eller värde av något, är att fråga om betalningsvilja. I följande fråga ber vi dig därför att uppskatta hur mycket du anser det vara rimligt att betala för att få brev utdelade till en plats som du själv väljer. Valfriheten att själv få bestämma plats kan exempelvis medföra att utdelningen görs närmare din bostad än idag.

Var så realistisk som möjligt: Ta hänsyn till hur viktig placeringen är för dig och hur mycket som du vill eller har förmåga att betala.

4 a Hur mycket skulle du som mest kunna tänka dig att betala per månad för att få brev utdelade till en plats som du själv har valt?

- 600 kronor per månad
- 400 kronor per månad
- 200 kronor per månad
- 100 kronor per månad
- 0 kr per månad

Om 0 kronor per månad på 4a:

4b Vad är den främsta förklaringen till att det inte är intressant för dig att betala extra för att flytta platsen där du tar emot brev?

- Dagens placering fungerar för mig
- Jag anser inte att man ska behöva betala extra för att få välja plats för mottagande
- Jag har inte råd att betala
- Annat, nämligen _____
- Vet ej/vill inte svara

När du tar emot brev

I dag delas posten på de flesta platser i Sverige ut **varje vardag** senast **klockan 17**.

Vi kommer nu ställa några frågor om vad du har för behov av utdelning!



5 Hur ofta anser du att du har behov av utdelning i din postlåda?

- 5 vardagar i veckan
- 4 vardagar per vecka
- 3 vardagar per vecka
- 2 vardagar per vecka
- 1 vardag per vecka
- Vet ej/vill inte svara

y=respondentens svar

OM: Exempel: Respondenten svarar $y=5$ dagar blir $x=y-1=4$ nedan

6 Om posten istället för y dagar i veckan delas ut x dagar i veckan – vad får det för konsekvenser för dig i din vardag?

- Mycket negativt, ger omfattande konsekvenser för min vardag
- Något negativt, ger vissa konsekvenser i min vardag
- Inga konsekvenser för mig, spelar ingen roll
- Vet ej/vill inte svara

Om mycket negativt eller något negativt:

6a På vilket sätt skulle förändrad utdelning få negativa konsekvenser för dig? _____

6b Om samtliga hushåll i Sverige i framtiden får utdelning i postlådan x dagar i veckan- hur mycket skulle du kunna tänka dig att betala per månad för tjänsten att få posten utdelad y (om $y=4,3,2,1$: eller fler) dagar i veckan?

- 600 kronor per månad
- 400 kronor per månad
- 200 kronor per månad
- 100 kronor per månad
- 0 kr per månad

Om 0 kronor per månad på 6c:

6c Varför är det inte intressant för dig att betala extra för tjänsten?

- Utdelning x dagar i veckan fungerar för mig

- Jag anser att man inte ska behöva betala extra för att få utdelning av post
- Jag har inte råd att betala
- Annat, nämligen _____
- Vet ej/vill inte svara

7 Generellt sett, hur viktigt anser du det vara att det finns en senaste tidpunkt på dagen när post ska vara utdelad till mottagare?

- Mycket viktigt
- Ganska viktigt
- Varken viktigt eller oviktigt
- Ganska oviktigt
- Helt oviktigt
- Vet ej/vill inte svara

OM Mycket viktigt Ganska viktigt Varken viktigt eller oviktigt Ganska oviktigt:

8 När på dygnet anser du att du senast behöver få posten (obs ej dagstidningar) utdelad?

Senast klockan: _____

x= respondentens valda klockslag

8a Om posten istället delas ut klockan (x+5) - vad får det för konsekvenser för dig i din vardag?

- Mycket negativt, ger omfattande konsekvenser för min vardag
- Något negativt, ger vissa konsekvenser i min vardag
- Inga konsekvenser för mig, vid närmare eftertanke spelar det ingen roll
- Vet ej/vill inte svara

Om mycket negativt eller något negativt på 8a:

8b Vilka är de negativa konsekvenserna av att få posten utdelad vid annan tidpunkt?

SAMTLIGA:

I följande fråga ber vi dig att uppskatta hur mycket du anser det vara rimligt att betala för att få brev utdelade vid en tidpunkt som du själv väljer.

Var så realistisk som möjligt: Ta hänsyn till hur viktig tidpunkten för utdelning är för dig och hur mycket du vill eller har förmåga att betala.

9 Om tidpunkt för utdelning i framtiden blir vid annan tidpunkt än idag– Hur mycket skulle du som mest kunna tänka dig att betala per månad för tjänsten att få utdelning till dig när du önskar?

- 600 kronor per månad
- 400 kronor per månad
- 200 kronor per månad
- 100 kronor per månad
- 0 kr per månad

Om 0 kr per månad:

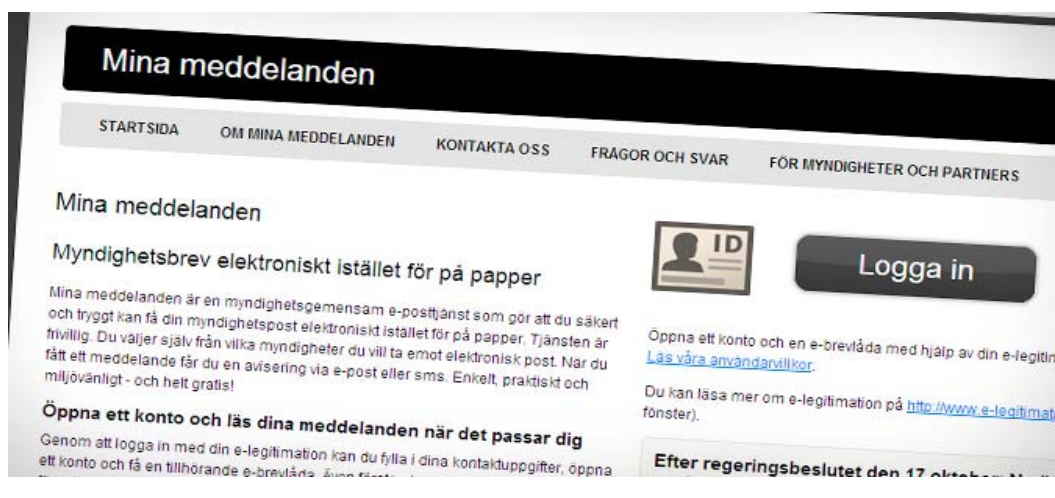
9 a Vad är den främsta förklaringen till att du inte tänka dig att betala för att få utdelning vid den tid som du önskar?

- Det fungerar för mig ändå
- Jag anser inte att man ska behöva betala extra för att få utdelning vid en viss tidpunkt
- Jag har inte råd att betala
- Annat, nämligen _____
- Vet ej/vill inte svara

Alternativ till postutdelning

Det blir allt vanligare att företag och myndigheter ger kunder och medborgare möjlighet att kommunicera digitalt, med hjälp av så kallad "**digital brevlåda**" som alternativ till fysisk post.

En digital brevlåda är ett sätt att säkert hantera skriftliga meddelanden i digital form så att bara den som är behörig har tillgång till innehållet och ingen känslig information sprids till obehöriga. Användare kan med hjälp av t ex ett BankID kopplat till personnummer, logga in i sin digitala brevlåda och kommunicera med myndigheter och företag via exempelvis "Mina meddelanden" eller "Min myndighetspost".



10 Skulle du kunna tänka dig att använda säkra digitala brevlådor som helt eller delvis ersätter fysisk post innehållande skriftliga meddelanden från myndigheter och företag?

- Ja, definitivt
- För det mesta, men i enstaka fall föredrar jag att få fysisk post
- Jag vill huvudsakligen kommunicera via fysisk post, men i enstaka fall är det acceptabelt med kommunikation via digitala brevlådor.
- Jag vill enbart kommunicera med fysisk post
- Vet ej/vill inte svara

Om alternativ 3 eller 2-

10a Vilken typ av information vill du inte få via digitala brevlådor utan som fysiska brev?

11 Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på dagstidning?

- Ja
- Nej

Samtliga:

11a Hur intressant är det för dig att få dagstidningen levererad nattetid digitalt och sedan, med viss försening - i samband med ordinarie postutdelning - ta emot en pappersversion?

- Mycket intressant
- Spelar ingen roll
- Inte intressant
- Vet ej/vill ej svara

Om "Inte intressant"

11b Vad är den främsta orsaken till att det inte är intressant för dig att få en digital leverans med en försenad utdelning av pappersversion?

- Jag vill inte läsa tidningen digitalt
- Jag föredrar enbart digital prenumeration
- Jag kan tänka mig en tidigare digital leverans av tidningen, men den ordinarie utdelningen idag görs för sent för att det ska vara intressant av få en pappersversion
- Jag är positivt inställd, men i dagsläget har jag för långsam hastighet på mitt bredband för att det ska fungera för mig
- Annat: _____

Brev som skickas till rimliga priser och som kommer fram över en natt

Idag kostar ett vanligt frimärke till A-brev 7 kr. Brev postas vanligen på gula brevlådor. I de allra flesta fall delas sådana brev ut till mottagaren nästkommande vardag.



12 Ungefär hur ofta skickar du brev?

- En eller flera gånger i veckan
- En eller flera gånger i månaden
- En eller flera gånger om året
- Mer sällan än en gång om året
- Aldrig
- Vet ej/vill inte svara

13 Hur ofta postar du brev som måste komma fram till mottagaren vardagen därpå?

- En eller flera gånger i veckan
- En eller flera gånger i månaden
- En eller flera gånger om året
- Mer sällan än en gång om året
- Aldrig
- Vet ej/vill inte svara

Om En eller flera gånger i veckan, En eller flera gånger i månaden, En eller flera gånger om året, Mer sällan än en gång om året

13 a Varför och vid vilka tillfällen är det viktigt för dig att brev kommer fram nästkommande vardag?

Brev som är adresserade till _____ angående ärenden om _____

Tänk dig en framtid där de allra flesta brev når mottagaren på **tre vardagar**, istället för vardagen efter som idag. I följande fråga ber vi dig att uppskatta hur mycket du anser det vara rimligt att betala för att skicka ett brev som postas i god tid, med ett viktigt – men inte värdefullt innehåll, och veta att brevet delas ut **till mottagaren vardagen därpå**.

Var så realistisk som möjligt: Ta hänsyn till vad du anser att tidsåtgången för brev att nå fram till mottagare bör vara och vad extra dagar har för konsekvenser för dig och hur mycket som du vill eller har förmåga att betala.

14 Hur mycket skulle du som mest kunna tänka dig att betala extra för en tjänst som ser till att brevet ska nå mottagaren vardagen efter att det har postats? (Porto 7 kr+ extra tjänst)

- 7+50 kronor (totalt 57 kronor)
- 7+40 kronor (totalt 47 kronor)
- 7+30 kronor (totalt 37 kronor)
- 7+20 kronor (totalt 27 kronor)
- 7+10 kronor (totalt 17 kronor)
- 7+0 kronor (totalt 7 kronor)

Om 0 kr extra för porto:

14 a Varför är det inte intressant att betala extra för en sådan tjänst?

- Tre dagar är tillräckligt för mina behov
- Jag vill inte betala extra för tjänsten
- Jag har inte råd att betala
- Annat, nämligen _____
- Vet ej/vill inte svara

15 Vilket påstående om "gula brevlådor" (som brev postas i) är mest viktigt för dig och dina behov?

- Att gula brevlådor är placerade nära den plats där jag vanligen utför ärenden, till exempel i köpcenter
- Att gula brevlådor ligger nära min bostad
- Att gula brevlådor ligger nära min arbetsplats
- Annat, nämligen _____
- Vet ej/vill inte svara

Ombud för post och pakettjänster

I dag kan man skicka och ta emot **brev med varor** som är för stora för att rymmas i vanliga post- och brevlådor samt skicka och ta emot **paket** hos ombud.

Ombuden är ofta placerade i nära anslutning till- eller i -mataffärer och bensinmackar och servicen utförs av ombudets ordinarie personal.



16 Ungefär hur ofta skickar du/tar emot **brev med varor** eller **paket** via ombud?

- En eller flera gånger i veckan
- En eller flera gånger i månaden
- En eller flera gånger om året
- Mer sällan än en gång om året
- Aldrig
- Vet ej/vill inte svara

17 Hur tar du dig i regel till det ombud där du vanligen hämtar eller skickar paket eller brev med varor (huvudsakligt färd sätt)?

- Jag går
- Med cykel/moped
- Med MC/bil
- Med kollektivt färdmedel (buss, tåg, spårväg etc)
- Egen båt/båt i linjetrafik
- Vet ej/vill inte svara
- Annat, nämligen? _____

18 Ungefär hur lång tid tar det att med det valda färdmedlet komma fram till ombudet?

- <10 min
- 10-20 min
- 21-30 min
- 31-40 min
- 41-50 min
- >51 min
- Vet ej/vill ej svara

19 Hur nöjd är du med lokaliseringen av ombudet där du vanligen hämtar ut paket eller brev med varor i?

- Mycket nöjd
- Ganska nöjd
- Varken nöjd eller missnöjd
- Ganska missnöjd
- Mycket missnöjd
- Vet ej/vill inte svara

Om mycket eller ganska missnöjd:

19 a Varför är du inte nöjd med lokaliseringen av ombudet?

20 Vilket av följande påståenden om ombudets lokalisering, är mest viktigt för dig?

- Att platsen där jag kan hämta eller lämna paket, ligger nära den plats där jag vanligen utför ärenden, till exempel i köpcenter
- Att platsen där jag kan hämta eller lämna paket ligger nära anslutning kollektivtrafik
- Att platsen där jag kan hämta eller lämna paket ligger nära min bostad
- Att platsen där jag kan hämta eller lämna paket ligger nära min arbetsplats
- Annat, nämligen _____
- Vet ej/vill inte svara

I följande fråga ber vi dig att uppskatta hur mycket du anser det vara rimligt att betala för att själv **välja platsen** där du ska hämta paket eller brev med varor.

Var så realistisk som möjligt: Ta hänsyn till hur betydelsefull valfriheten att själv kunna välja ombud är för dig och hur mycket som du vill eller har förmåga att betala.

21 Hur mycket skulle du kunna som mest kunna tänka dig att betala för att ha möjlighet att välja ombud där du ska hämta ut paket?

- 50 kronor per tillfälle
- 40 kronor per tillfälle
- 20 kronor per tillfälle
- 10 kronor per tillfälle
- 5 kronor per tillfälle
- 0 kr

Om 0 kronor:

21 a Vad är den främsta förklaringen till att det inte är intressant för dig att betala extra för möjligheten att kunna välja ombud?

- Utlämning hos ombud fungerar bra för mig
- Jag tycker inte man ska behöva betala för att ha möjlighet att välja
- Jag har inte råd att betala för att ha tillgång till den tjänsten
- Annat, nämligen _____
- Vet ej/vill inte svara

Alternativ till ombudet

Alt 1: Idag finns det postlådor med tillräckligt utrymme för att ta emot paket och större brev.

En möjlighet i framtiden är att **samtliga postmottagare** har tillgång till en sådan lösning och att stora paket eller brev med varor då kan delas ut direkt, istället för att delas ut via postombud.



Alt 2: Idag finns det fastighetsboxar med tillräckligt utrymme för att ta emot paket och större brev.

En möjlighet i framtiden är att **samtliga postmottagare** har tillgång till en sådan lösning och att stora paket eller brev med varor då kan delas ut direkt, istället för att delas ut via postombud.



I följande fråga ber vi dig att uppskatta hur mycket du anser vara en rimlig kostnad per hushåll för **en ny låsbar postlåda** som möjliggör att du säkert kan ta emot vissa paket och större brev.

Var så realistisk som möjligt: Ta hänsyn till hur viktig tjänsten är för dig och hur mycket som du vill eller har förmåga att betala.

I följande fråga ber vi dig att uppskatta hur mycket du anser vara en rimlig kostnad per hushåll för **en ny fastighetsbox** som möjliggör att du säkert kan ta emot vissa paket och större brev. Bor du i flerfamiljshus skulle en sådan kostnad troligtvis fördelas ut på dina och dina grannars månadsavgift.

Var så realistisk som möjligt: Ta hänsyn till hur viktig tjänsten är för dig och hur mycket som du vill eller har förmåga att betala.

22 Vad anser du vara en rimlig kostnad per hushåll för en ny postlåda (fastighetsbox) som möjliggör att du kan ta emot vissa paket och större brev där du bor, istället för hos ombud?

Jag har redan tillgång till en postlåda (fastighetsbox) som ger mig möjlighet att ta emot vissa paket och större brev.

Jag har inte tillgång till en sådan postlåda (fastighetsbox) idag men skulle kunna tänka mig att betala:

3 000 kronor

2 500 kronor

2 000 kronor

1 500 kronor

1 000 kronor

500 kronor

0 kr –

Om 0 kr gå till fråga 26 a

22 a Vad är den främsta förklaringen till att det inte är intressant för dig att köpa en postlåda (fastighetsbox) som ger möjlighet att ta emot vissa paket och större brev där du bor?

Utlämning hos ombud fungerar bra för mig

- Jag tycker inte man ska behöva betala för en ny postlåda (fastighetsbox) för att ha tillgång till den tjänsten
- Jag har inte råd att betala för en ny postlåda (fastighetsbox)
- Annat, nämligen _____
- Vet ej/vill inte svara

Idag använder sig vissa distributörer även av **automatiserade paketstationer**. Från sådana är det möjligt att skicka och ta emot paket dygnet runt.



23 Hur intressant är det för dig med automatiserade paketstationer, ifrån vilka det är möjligt att skicka och ta emot paket dygnet runt?

- Mycket intressant
- Något intressant
- Spelar ingen roll
- Inte intressant
- Vet ej/vill inte svara

Om inte intressant:

23 a Vad är det som gör att automatiserad service inte är intressant för dig?

Postservice i framtiden- vad är viktigast för dig?

24 Hur viktiga är följande egenskaper för dig- Rangordna påståenden nedan efter betydelse för dig, där:

24a -När du tar emot brev med skriftligt innehåll (delas ut till din postadress)?

	Mest viktig	Viktig	Mindre viktig	Minst viktig	
Utdelning varje dag.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att platsen där jag tar emot ligger nära min bostad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att brevet har kommit fram snabbt (övernatt).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att jag själv kan välja platsen för där jag tar emot brevet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej

24b – När du tar emot brev med varor (delas ut till din postadress)?

	Mest viktig	Viktig	Mindre viktig	Minst viktig	
Utdelning varje dag.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att platsen där jag tar emot ligger nära min bostad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att brevet har kommit fram snabbt (övernatt).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att jag själv kan välja platsen för där jag tar emot brevet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej

24 c – När du skickar brev? (postas på gul brevlåda, ett brev som väger mindre än 50 gram frankeras med porto som kostar 7 kronor)?

	Mest viktig	Viktig	Mindre viktig	Minst viktig	
Inga prisförändringar på porto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Jag kan välja olika befordringstider i olika prisklasser.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att brevet kommer fram snabbt (övernatt).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Jag har nära till (många utplacerade) gula brevlådor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej

24 d - När du tar emot paket eller stora brev med varor via ett ombud eller paketstation?

	Mest viktig	Viktig	Mindre viktig	Minst viktig	
Närhet till platsen där jag ska hämta ut.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att jag har möjlighet att hämta när det passar mig på dygnet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Jag får manuell betjäning hos ombudet eller på paketstationen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att jag har möjlighet att välja plats för ombud eller paketstation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Jag har möjlighet att göra flera typer av ärenden på platsen (till exempel handla mat eller bränsle).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej

24 e - När du skickar paket eller stora brev med varor via ett ombud eller paketstation?

	Mest viktig	Viktig	Mindre viktig	Minst viktig	
Närhet till platsen där jag kan skicka.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att jag har möjlighet att lämna in när det passar mig på dygnet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Jag får manuell betjäning hos ombudet eller på paketstationen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Att jag har möjlighet att välja plats för ombud eller paketstation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej
Jag har möjlighet att göra flera typer av ärenden på platsen (till exempel handla mat eller bränsle).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1	2	3	4	Vet ej

25 Vilket av följande scenarier väljer du i första hand?

Observera att du endast kan välja ett av följande alternativ!

25 a Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du när du tar emot brev?

	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3
Beskrivning	Jag har möjlighet att välja platsen för att ta emot brev. Men utdelning av brev görs varannan dag.	Jag inte möjlighet att välja platsen till vilken mina brev delas ut. Men utdelning av brev görs varje dag .	Vet ej/vill ej svara
Jag väljer alternativ: (X)			

25 b Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du när du tar emot brev?

	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3
Beskrivning	Jag har möjlighet att välja platsen där mina brev delas ut. Men utdelning av brev görs varje dag senast kl. 21 .	Jag har inte möjlighet att välja platsen där mina brev delas ut. Men utdelning av brev görs varje dag senast kl. 12 .	Vet ej/vill ej svara
Jag väljer alternativ: (X)			

25 c Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du när du tar emot brev?

	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3
Beskrivning	Posten delas ut till mig varje dag och senast kl. 21.	Posten delas ut till mig varannan dag och senast kl. 12.	Vet ej/vill ej svara
Jag väljer alternativ: (X)			

25 d Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du när du skickar brev?

	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3
Beskrivning	Inga prisförändringar på porto. Men brevet kommer fram till mottagare efter två vardagar.	Portopriset ökar från 7 till 17 kronor. Men brevet kommer fram till mottagare vardagen därpå.	Vet ej/vill ej svara
Jag väljer alternativ: (X)			

25 e Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du mest när du skickar vanliga brev med skriftligt innehåll eller med varuinnehåll?

	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3
Beskrivning	Inga prisförändringar på porto. Gula brevlådor är utplacerade som idag.	Portopriset ökar från 7 till 17 kronor. Men det finns fler gula brevlådor vilket kan innebära att jag får närmare till gul brevlåda jämfört med idag.	Vet ej/vill ej svara
Jag väljer alternativ: (X)			

25 f Om du måste välja – Vilket av följande alternativ föredrar du mest när du ska ta emot paket eller stora brev med varor?

	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3
Beskrivning	Ombud med ut- och inlämning är placerade som idag. Men jag har valfriheten att själv välja ombud för utlämning.	Jag kan inte välja utan blir tilldelad en ombud, men på närmare avstånd än min nuvarande	Vet ej/vill ej svara
Jag väljer alternativ:			

25 g När du skickar eller tar emot paket eller stora brev med varor: Vilket av följande alternativ föredrar du?

	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3
Beskrivning	Ombud med möjlighet till manuell ut- och inlämning finns kvar i sin nuvarande form. Men öppettiderna för ombud är samma som idag.	Det finns fler ombud, exempelvis i området där jag bor eller arbetar. Men ett antal ombud med manuell betjäning ersätts med automatiska paketstationer som är öppna dygnet runt.	Vet ej/vill ej svara
Jag väljer alternativ: (X)			

Avslutande frågor

26 Har du några andra förslag eller synpunkter som du anser är viktiga att ta hänsyn till vid utformandet av framtidens posttjänster? _____

27 Är du i behov av särskilt stöd med posttjänster på grund av sjukdom/funktionsnedsättning/diagnos? (till exempel personlig assistans eller särskilda hjälpmedel)

Ja, särskilt stöd på grund av sjukdom/funktionsnedsättning/diagnos _____

Nej

Vill inte svara

27a Om ja, kan vi kontakta dig för djupintervju i ett senare skede?

Ja, på telefonnummer _____

Nej

7. Bilaga 2: Enkät företag

1 Vad är ditt företags huvudsakliga verksamhet?

2 Hur många anställda har ni?

3 Ungefär hur stor är verksamhetens årliga omsättning?

4 Generellt sett, vilket av följande påståenden stämmer bäst in på posttjänster och din verksamhet?

- Posttjänster är bra att ha. Om dessa inte fungerar på några dagar är det ändå okej
- Posttjänster är väldigt viktigt. Om de inte fungerar under en dag är det inga problem
- Posttjänster är otroligt viktigt, de måste fungera jämt, utan posttjänsterna fungerar inte min verksamhet
- Annat svar _____
- Vet ej/Vill ej svara

Ev hjälp:

”Posttjänster omfattar allt från utdelning, insamling och befordran av brev, brev eller paket med varor till upprätthållandet av serviceställen som ombudsnät, företagscenter och gula brevlådor.”

Nu kommer jag ställa några frågor om vilka posttjänster ni använder i verksamheten. Jag börjar med att fråga om hur ni tar emot brev. Med brev avses försändelse med skriftligt innehåll som väger max 2 kg.

5 Hur delas brev ut som är adresserade till verksamheten?

- Brevinkast i dörren på verksamhetsstället
- Fastighetsbox (vanligen placerad i entrén)
- Fristående postlåda vid tomtgränsen
- Postlåda vid lådsamling (flera postlådor som sitter samlade i ett lådställ)
- I hyrd postbox hos PostNord
- Via postväska
- Annat, i så fall hur? _____
- Vet ej/vill ej svara

6 Ungefär hur långt avstånd är det från verksamhetens ytterdörr till platsen där brev tas emot/hämtas?

- Vid verksamhetsstället eller inom 0-50 meter
- 50-500 meter
- 500 meter – 1 km
- 1 km – 2 km
- 2 km och uppåt

7 Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att ta emot brev? Gradera ditt svar från ”Mycket dåligt” till ”Mycket bra”.

- 5 Mycket bra
- 4 Ganska bra
- 3 Varken bra eller dåligt
- 2 Ganska dåligt
- 1 Mycket dåligt
- 0 Vet ej/vill inte svara

OM 3 2 el 1: **Vad skulle enligt dig behöva förändras för att posttjänsten att ta emot brev ska fungera 'Mycket bra' eller 'Ganska bra'?**

Nu följer ett antal frågor om hur ni skickar inrikes brev. Med detta avses inrikes försändelse med skriftligt innehåll som väger max 2 kg.

8 Hur ofta skickar verksamheten inrikes brev?

- Varje dag
- En eller flera gånger i veckan
- En eller några gånger i månaden
- En eller några gånger om året
- Mer sällan än en gång om året
- Aldrig
- Vet ej/vill inte svara

OM inrikes brev skickas

9 Hur skickar verksamheten vanligen inrikes brev? (Instruktion: flera alternativ kan väljas)

- brev skickas genom att de lämnas in hos PostNords företagscenter eller hos annan distributör

OM varje dag eller en eller flera gånger i vecka på 8: -Antal ggr per vecka?

OM en eller några gånger i månaden på 8: -Antal ggr per månad?

OM en eller flera gånger om året på 8: -Antal ggr per år?

- brev skickas med porto från frankeringsmaskin eller att porto är betalt och postas på gul brevlåda

OM varje dag eller en eller flera gånger i vecka på 8: -Antal ggr per vecka?

OM en eller några gånger i månaden på 8: -Antal ggr per månad?

OM en eller flera gånger om året på 8: -Antal ggr per år?

brev skickas genom upphämtning/bud direkt från verksamhetens adress

OM en flera gånger i veckan på 10(?): Antal ggr per vecka?

OM en flera gånger i månaden på 10(?): Antal ggr per månad?

OM en eller några gånger om året på 10(?) Antal ggr per år?

OM upphämtning/bud från verksamhetens adress: På vilket sätt hämtas försändelser med varor?

Genom lantbrevbäring i PostNords regi

Genom annan tjänst, nämligen _____

Vet ej/vill ej svara

Inget av ovanstående sätt, nämligen: _____

OM varje dag eller en eller flera gånger i vecka på 10: -Antal ggr per vecka?

OM en eller några gånger i månaden på 10: -Antal ggr per månad?

OM en eller flera gånger om året på 10: -Antal ggr per år?

10 Hur lång tid tar det för er att komma fram till den plats där verksamheten oftast lämnar brev som ska skickas inrikes?

_____ min med transportmedel _____

11 Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att skicka inrikes brev? Gradera ditt svar från "Mycket dåligt" till "Mycket bra".

5 Mycket bra

4 Ganska bra

3 Varken bra eller dåligt

2 Ganska dåligt

1 Mycket dåligt

0 Vet ej/vill inte svara

OM 3 2 el 1: **Vad skulle enligt dig behöva förändras för att posttjänsten att skicka inrikes brev ska fungera 'Mycket bra' eller 'Ganska bra'?**

Nu följer några frågor rörande om och i så fall hur verksamheten tar emot försändelser med varor. Det vill säga brev med varor upp till 2 kg eller paket med varor 2-20 kg.

12 Ungefär hur ofta tar verksamheten emot inrikes försändelser med varor?

En eller flera gånger i veckan

- En eller några gånger i månaden
- En eller några gånger om året
- Mer sällan än en gång om året
- Aldrig
- Vet ej/vill inte svara

13 Ungefär hur ofta tar verksamheten emot utrikes försändelser med varor?

- En eller flera gånger i veckan
- En eller några gånger i månaden
- En eller några gånger om året
- Mer sällan än en gång om året
- Aldrig
- Vet ej/vill inte svara

OM *inrikes/utrikes* försändelser med varor tas emot

14 Var tar verksamheten vanligen emot inrikes eller utrikes försändelser med varor?

Instruktion till intervjuare: Flera alternativ kan väljas

- på PostNords företagscenter

OM en eller flera per vecka på 12 eller 13: Antal ggr per vecka?

OM en eller flera per månad på 12 eller 13: Antal ggr per månad?

OM en eller flera per år på 12 eller 13: Antal ggr per år?

- hos PostNords eller andra distributörers ombud

OM en eller flera per vecka på 12 eller 13 Antal ggr per vecka?

OM en eller flera per månad på 12 eller 13: Antal ggr per månad?

OM en eller flera per år på 12 eller 13: Antal ggr per år?

- leverans sker direkt till verksamhetens adress

OM en eller flera per vecka på 12 eller 13Antal ggr per vecka?

OM en eller flera per månad på 12 eller 13: Antal ggr per månad?

OM en eller flera per år på 12 eller 13: Antal ggr per år?

OM leverans till verksamhetens adress: På vilket sätt levereras försändelser med varor?

- Genom lantbrevbäring i PostNords regi
- Genom annan tjänst, nämligen _____
- Vet ej/vill ej svara

Inget av ovanstående sätt, nämligen: _____

OM en eller flera per vecka på 12 eller 13: Antal ggr per vecka?

OM en eller flera per månad på 12 eller 13: Antal ggr per månad?

OM en eller flera per år på 12 eller 13: Antal ggr per år?

Vet ej/vill inte svara

Nu kommer jag läsa upp ett antal postdistributörer som verkar på den svenska och internationella marknaden. Vi skulle vilja veta mer om hur verksamheten använder dessa när försändelser tas emot.

15 Vilka av följande distributörer har din verksamhet erfarenhet av när ni tar emot in- eller utrikes försändelser med varor?

- a. Ange "ja", "nej" eller "vet ej/kommer inte ihåg" beroende på hur ni nyttjar dessa:
- | | | | |
|----------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------|
| Bring | Ja <input type="checkbox"/> | Nej <input type="checkbox"/> | Vet ej/kommer inte ihåg <input type="checkbox"/> |
| DHL | Ja <input type="checkbox"/> | Nej <input type="checkbox"/> | Vet ej/kommer inte ihåg <input type="checkbox"/> |
| Schenker | Ja <input type="checkbox"/> | Nej <input type="checkbox"/> | Vet ej/kommer inte ihåg <input type="checkbox"/> |
| Postnord | Ja <input type="checkbox"/> | Nej <input type="checkbox"/> | Vet ej/kommer inte ihåg <input type="checkbox"/> |
| Bussgods | Ja <input type="checkbox"/> | Nej <input type="checkbox"/> | Vet ej/kommer inte ihåg <input type="checkbox"/> |

OM Ja:

- b. Vilken av följande ovanstående postdistributörer använder verksamheten oftast?

Bring <input type="checkbox"/>	DHL <input type="checkbox"/>	Schenker <input type="checkbox"/>	Postnord <input type="checkbox"/>	Bussgods <input type="checkbox"/>
--------------------------------	------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

16 Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att ta emot in- eller utrikes försändelser med varor?

Gradera ditt svar från "Mycket dåligt" till "Mycket bra".

- 5 Mycket bra
- 4 Ganska bra
- 3 Varken bra eller dåligt
- 2 Ganska dåligt
- 1 Mycket dåligt
- 0 Vet ej/vill inte svara

OM 3 2 el 1: Vad skulle enligt dig behöva förändras för att posttjänsten att ta emot in- eller utrikes försändelser med varor ska fungera 'Mycket bra' eller 'Ganska bra'?

Nu följer frågor om och i så fall hur verksamheten skickar inrikes eller utrikes försändelser med varor? Det vill säga brev med varor upp till 2 kg eller paket med varor 2-20 kg.

17 Ungefär hur ofta skickar verksamheten inrikes försändelser med varor?

- En eller flera gånger i veckan
- En eller några gånger i månaden
- En eller några gånger om året
- Mer sällan än en gång om året
- Aldrig
- Vet ej/vill inte svara

18 Ungefär hur ofta skickar verksamheten utrikes försändelser med varor?

- En eller flera gånger i veckan
- En eller några gånger i månaden
- En eller några gånger om året
- Mer sällan än en gång om året
- Aldrig
- Vet ej/vill inte svara

OM inrikes/utrikes försändelser med varor skickas:

19 Varifrån skickar verksamheten vanligen inrikes eller utrikes försändelser med varor?

- från PostNords företagscenter

OM en flera gånger i veckan på 17 eller 18: Antal ggr per vecka?

OM en flera gånger i månaden på 17 eller 18: Antal ggr per månad?

OM en eller några gånger om året på 17 eller 18: Antal ggr per år?

- från PostNords eller andra distributörers ombud

OM en flera gånger i veckan på 17 eller 18: Antal ggr per vecka?

OM en flera gånger i månaden på 17 eller 18: Antal ggr per månad?

OM en eller några gånger om året på 17 eller 18: Antal ggr per år?

via upphämtning/bud direkt från verksamhetens adress

OM en flera gånger i veckan på 17 eller 18: Antal ggr per vecka?

OM en flera gånger i månaden på 17 eller 18: Antal ggr per månad?

OM en eller några gånger om året på 17 eller 18: Antal ggr per år?

OM upphämtning/bud från verksamhetens adress: På vilket sätt hämtas försändelser med varor?

- Genom lantbrevbäring i PostNords regi
- Genom annan tjänst, nämligen _____
- Vet ej/vill ej svara

Inget av ovanstående sätt, nämligen: _____

OM en flera gånger i veckan på 8 eller 9: Antal ggr per vecka?

OM en flera gånger i månaden på 8 eller 9: Antal ggr per månad?

OM en eller några gånger om året på 8 eller 9: Antal ggr per år?

Vet ej/vill inte svara

Nu kommer jag läsa upp ett antal postdistributörer som verkar på den svenska marknaden. Vi skulle vilja veta mer om hur verksamheten använder dessa när försändelser skickas.

20 Vilka av följande distributörer har din verksamhet erfarenhet av när ni skickar försändelser med varor?

a. Ange "ja", "nej" eller "vet ej/kommer inte ihåg" beroende på hur ni nyttjar dessa:

Bring	Ja <input type="checkbox"/>	Nej <input type="checkbox"/>	Vet ej/kommer inte ihåg <input type="checkbox"/>
DHL	Ja <input type="checkbox"/>	Nej <input type="checkbox"/>	Vet ej/kommer inte ihåg <input type="checkbox"/>
Schenker	Ja <input type="checkbox"/>	Nej <input type="checkbox"/>	Vet ej/kommer inte ihåg <input type="checkbox"/>
Postnord	Ja <input type="checkbox"/>	Nej <input type="checkbox"/>	Vet ej/kommer inte ihåg <input type="checkbox"/>
Bussgods	Ja <input type="checkbox"/>	Nej <input type="checkbox"/>	Vet ej/kommer inte ihåg <input type="checkbox"/>

OM ja:

b. Vilken av följande ovanstående postdistributörer använder verksamheten oftast?

Bring <input type="checkbox"/>	DHL <input type="checkbox"/>	Schenker <input type="checkbox"/>	Postnord <input type="checkbox"/>	Bussgods <input type="checkbox"/>
--------------------------------	------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

21 Generellt sett, hur väl anser du att det fungerar för verksamheten att skicka in- eller utrikes försändelser med varor?

Gradera ditt svar från "Mycket dåligt" till "Mycket bra".

- 5 Mycket bra
- 4 Ganska bra
- 3 Varken bra eller dåligt
- 2 Ganska dåligt
- 1 Mycket dåligt
- 0 Vet ej/vill inte svara

OM 3 2 el 1: **Vad skulle enligt dig behöva förändras för att posttjänsten att skicka in- eller utrikes försändelser med varor ska fungera 'Mycket bra' eller 'Ganska bra'?**

Vi skulle nu vilja få reda på vad just din verksamhet har för specifika behov av posttjänster nu och i framtiden. Jag kommer därför be dig välja det alternativ som är viktigast för din verksamhet.

OM Brev med skriftligt innehåll tas emot (SAMTLIGA)

22 Brev ska tas emot.....

a

-Vid en tidpunkt som passar verksamheten	-På en plats som passar verksamheten	-Så många dagar i veckan som vi behöver

b

OM =1	OM =1	OM =1
När på dagen behöver brev senast delas ut?	Vilken plats passar er verksamhet bäst?	Hur många dagar i veckan behöver brev delas ut?
	Förklaring: Tex verksamhetsstället, Köpcenter, Lanthandel, Skola, Hållplats/station, ...	

c Vad blir konsekvenserna för din verksamhet om posttjänsten inte kan tillhandahålla detta?

OM=1	OM =1	OM =1
_____	_____	_____

OM brev med skriftligt innehåll skickas inrikes:

23 Inrikes brev med skriftligt innehåll...

a

Ska komma fram till mottagaren så snabbt som verksamheten behöver	Ska skickas vid en tidpunkt som passar verksamheten	Ska skickas från en plats som passar verksamheten	Ska delas ut så många dagar i veckan som verksamheten behöver

b

OM=1	OM=1	OM =1	OM =1
Hur lång tid bör det ta för ett brev som skickas att nå mottagaren?	Vid vilken tidpunkt och när är det speciellt viktigt att denna tid hålls?	Vilken plats passar er verksamhet bäst?	Hur många dagar i veckan behöver brev delas ut?
		Se förklaring ovan	

c Vad blir konsekvenserna för din verksamhet om posttjänsten inte kan tillhandahålla detta?

OM=1	OM=1	OM=1	OM=1
_____	_____	_____	_____

OM inrikes eller utrikes försändelser med varor tas emot:

24 In- och utrikes försändelser med varor ska tas emot....

a

Så snabbt som verksamheten behöver	Vid en tidpunkt som passar verksamheten	-Vid en plats som passar verksamheten	-och lämnas ut så många dagar i veckan som vi behöver

b

OM =1	OM =1	OM =1	OM =1
Hur snabbt ska det gå och när efterfrågas sådan leveranshastighet?	När finns sådant behov och vilka tjänster och tidpunkter efterfrågas?	Vilken plats passar er verksamhet bäst?	Hur många dagar i veckan behöver brev eller paket med varor delas ut?
		Se förklaring ovan	

c Vad blir konsekvenserna för din verksamhet om posttjänsten inte kan tillhandahålla detta?

OM =1	OM =1	OM =1	OM =1
_____	_____	_____	_____

OM försändelser med varor skickas in eller utrikes:

25 In- och utrikes försändelser med varor ska skickas.....

a

och komma fram till mottagaren så snabbt som verksamheten behöver	Vid en tidpunkt som passar verksamheten	Från en plats som passar verksamheten	Så utdelning görs så många dagar i veckan som verksamheten behöver

b

OM =1	OM =1	OM =1	OM =1
När finns sådant behov och vilka tjänster och vilken leveranshastighet efterfrågas?	När finns sådant behov och vilka tjänster och tidpunkter efterfrågas?	Vilken plats passar er verksamhet bäst?	Hur många dagar i veckan behöver brev eller paket med varor delas ut?
		Se förklaring ovan	

c Vad blir konsekvenserna för din verksamhet om posttjänsten inte kan tillhandahålla detta?

OM =1	OM =1	OM =1	OM =1

Nu har jag ställt alla frågor till dig. Men innan vi avslutar skulle jag bara vilja veta om:

26 Du har några andra förslag eller synpunkter som du anser är viktiga att ta hänsyn till vid utformandet av framtidens posttjänster? _____

Då får jag tacka så mycket för ditt deltagande. Dina synpunkter är mycket värdefulla för Post och telestyrelsen.