



Tisková konference
11. září 2017

Jak se osvědčuje pošta Partner v malých obcích
Představení výsledků průzkumu

POŠTA PARTNER

SPOLEČNĚ PRO BUDOUCNOST
NAŠICH OBCÍ

Ing. Jan Foubík
Ředitel divize obchodu a marketingu

 **Česká pošta**



Česká pošta

Co je pošta Partner

Pošta Partner je pošta provozovaná třetí osobou.
Rozsah poskytovaných poštovních služeb odpovídá klasické poště.

Pošta Partner, to je především:

- Efektivní zachování standardních poštovních služeb v obci
- Stejný či ještě vyšší komfort pro občany
- Řada výhod pro provozovatele pošty

Převod pošt na pošty Partner je v souladu s platnou legislativou ČR a s programovým prohlášením vlády.

Jaké služby zajišťuje pošta Partner



Příjem a výdej zásilek



Peněžní služby



Základní bankovní služby



Prodej poštovních cenin a dalšího zboží

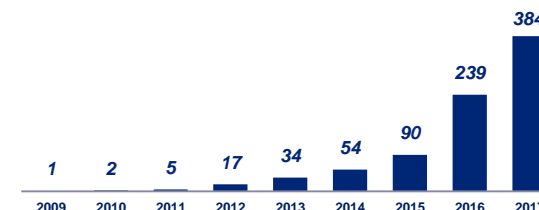
Pošta Partner nezajišťuje roznášku a dodávku zásilek koncovým adresátům.

Pobočková síť k 1. 9. 2017

2 849 vlastních pošt

384 pošt Partner

Vývoj počtu pošt Partner v provozu



Struktura provozovatelů pošt Partner

54% obcí

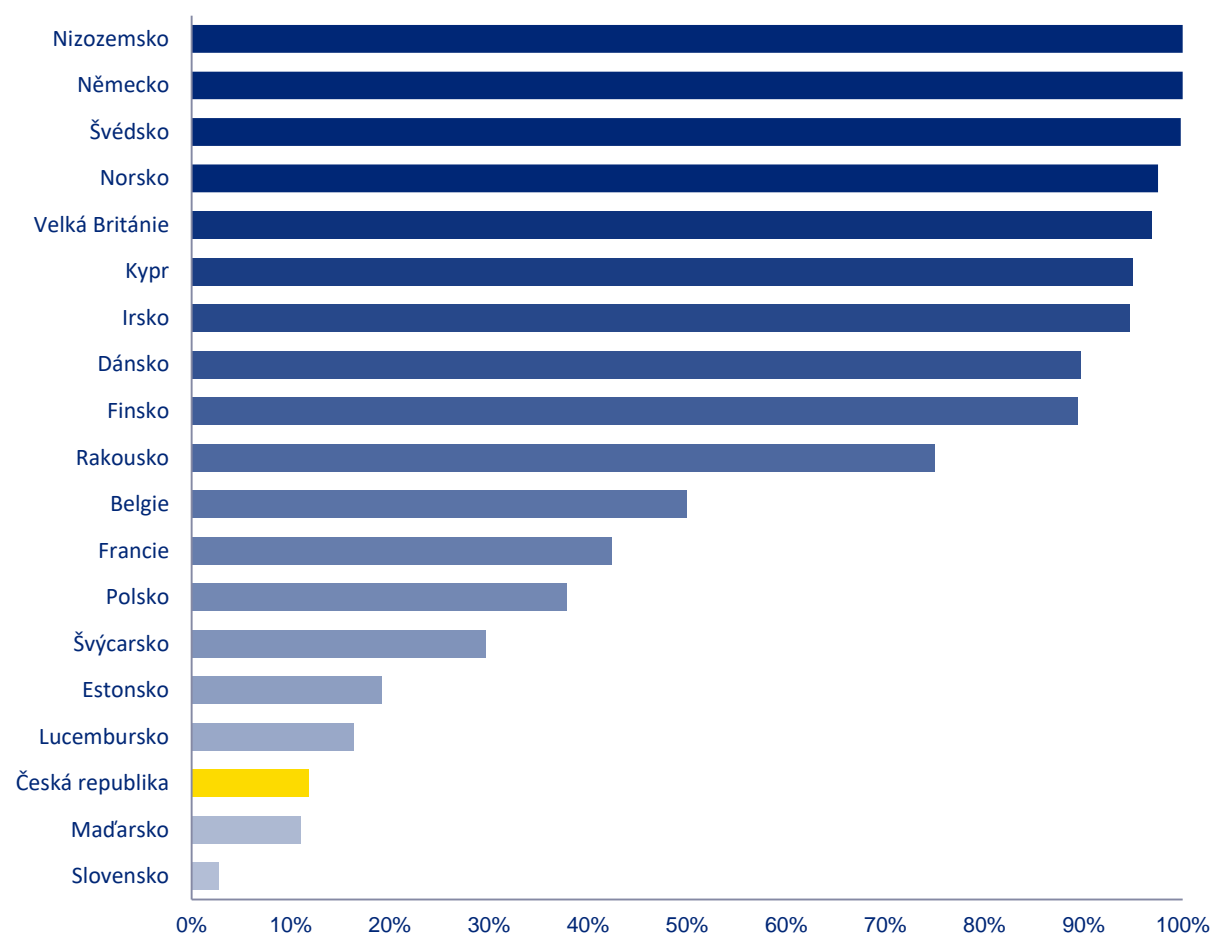
21% fyzických osob podnikajících

18% spotřebních družstev

7% právnických osob

Jak to funguje v zahraničí

Podíl pošt Partner na celkovém počtu obchodních míst vybraných národních operátorů v Evropě



Jak to funguje v zahraničí



Německo - Deutsche Post

Deutsche Post provozuje pouze 2 vlastní pošty v Berlíně a Bonnu. Dalších **13 000 poboček provozují smluvní partneři** a některé **pobočky Postbank**.

Zajímavosti:

- Zvýšení průměrné otevírací doby z **18 na 47 hodin týdně**
- Redukce míst s **průměrnou čekací dobou delší než 3 minuty o 19 %**
- Služby pošty pomáhají **navýšit obrat** smluvních partnerů v jejich hlavním odvětví **v průměru o 10–20 %** dle typu podnikání partnera

(vlastní průzkum Deutsche Post)



Rakousko - Österreichische Post

Základní poštovní služby zajišťuje kolem **1 350 pošt Partner** a **450 klasických pošt**.

Zajímavosti:

- V segmentu ochodu a služeb je umístěno **65% pošt Partner**
- **20% pošt Partner** je provozováno na úřadech místních samospráv



www.partnercp.cz

Společně pro lepší život v našich obcích!



JAK SE OSVĚDČUJE POŠTA PARTNER V MALÝCH OBCÍCH?

Závěrečná zpráva

Srpen 2017

© 2017 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

AMSP ČR sdružuje na otevřené, nepolitické platformě malé a střední podniky a živnostníky i jejich organizace z celé České republiky.

Ve spolupráci se svými partnery AMSP ČR průběžně realizuje projekty cílené na aktuální otázky ve své oblasti působení, podporované výzkumy trhu. Cílem je získání obrazu o dané problematice a možnost další práce s těmito výstupy.



Hlavním cílem výzkumu bylo zmapovat **postoje české populace a potenciálních provozoven k projektu zapojení podnikatelů do poštovních služeb v projektu Pošta Partner.**



Metoda výzkumu

Výzkum populace: CASI online panelové dotazování
Výzkum potenciálních provozoven: CATI telefonické dotazování
Sběr probíhal ve dnech 2.-10.8.2017



Cílová skupina

Výzkum občanů: občané obcí s 250 – 5000 obyvateli, kde zatím nefunguje Pošta Partner
Výzkum potenciálních provozoven: Potenciální provozovny z obcí 250 – 5000 obyvatel, kde zatím nefunguje Pošta Partner



Velikost vzorku

Výzkum populace: 260 občanů
Výzkum potenciálních provozoven: 300 subjektů



Výzkumný nástroj

Strukturovaný dotazník o délce 10 minut

Hlavní závěry



Občané se staví k možnému zavedení Pošty Partner ve své obci spíše pozitivně. 50 % by to uvítalo, naopak jen 18 % odmítalo. Zbytek má neutrální postoj.



70 % občanů preferuje možnost zajít si na Poštu Partner ve své obci oproti dojíždění do klasické poštovní pobočky do jiné obce.



Nejčastěji pak lidé považují za nejvhodnější typ provozovny pro Poštu Partner **obecní úřad** (45 %) nebo **obchod** (38 %).



Ve výzkumu mezi potenciálními subjekty vhodnými pro provoz Pošty Partner se ukázalo, že přibližně **každý 10. z nich by měl zájem se tohoto projektu aktivně účastnit.** Většině z těchto zájemců by stačil dodatečný příjem 10 000 Kč měsíčně.



V případě zájmu by je pak nejvíce zajímaly **obecné i finanční podmínky provozování** Pošty Partner.

A woman in a red shirt is seated at a desk, working on a computer. She is looking towards a woman standing behind the counter. The woman behind the counter is wearing a blue jacket and a striped top. The background shows shelves stocked with various goods, including bottles and boxes. A blue banner with white text is overlaid on the image.

VÝZKUM OBČANŮ MENŠÍCH OBCÍ

Přibližně 15 % lidí je schopno správně popsat, co je projekt Pošta Partner. Nejčastěji jej znají z internetu.

14 % lidí ví, co je projekt Pošta Partner

Další **3 %** jsou schopná uvést alespoň částečnou definici

Odkud se lidé o projektu dozvěděli? v %, lidé, co uvedli alespoň částečnou definici



Internet
36 %



Tisk
17 %



Ústní informace
10 %



Zkušenost s PP
10 %



Leták/Výzva od ČP
10 %

Jiné 15 %
Nevím 6 %

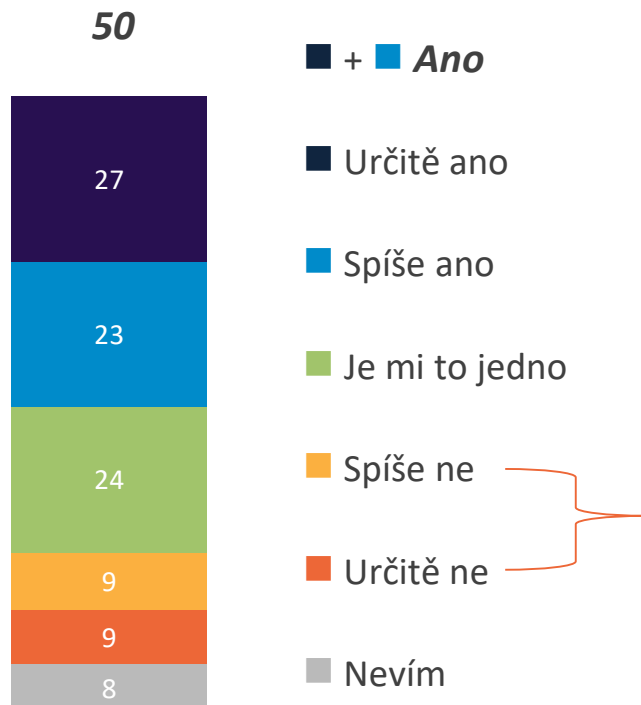
Komentář AMSP ČR:
Pro běžného spotřebitele není zásadní vědět, jak se projekt nazývá, ale jestli je poštovní služba v jeho obci kvalitní. Pokud i tak 14 % obyvatel na venkově udává, že Pošta Partner znají, pak je to poměrně vysoké číslo.

Q1. Víte, co je to Pošta Partner? Q2. A mohl/a byste vlastními slovy popsat, co podle Vás je Pošta Partner? Q3. Odkud jste se o Poště Partner dozvěděli?
Báze: 260/42 (pro otázku odkud se lidé o projektu dozvěděli)

Polovina lidí by uvítala provoz Pošty Partner v obci, naopak nesouhlas s tím vyslovuje jen 18 % občanů.

Uvítali by lidé provoz Pošty Partner v obci? v %

Před dotazováním na tyto otázky byl lidem představen koncept Pošty Partner.



Ženy se staví k projektu Pošta Partner vstřícněji.
58 % z nich by uvítalo provoz Pošty Partner v obci, oproti 43 % u mužů.

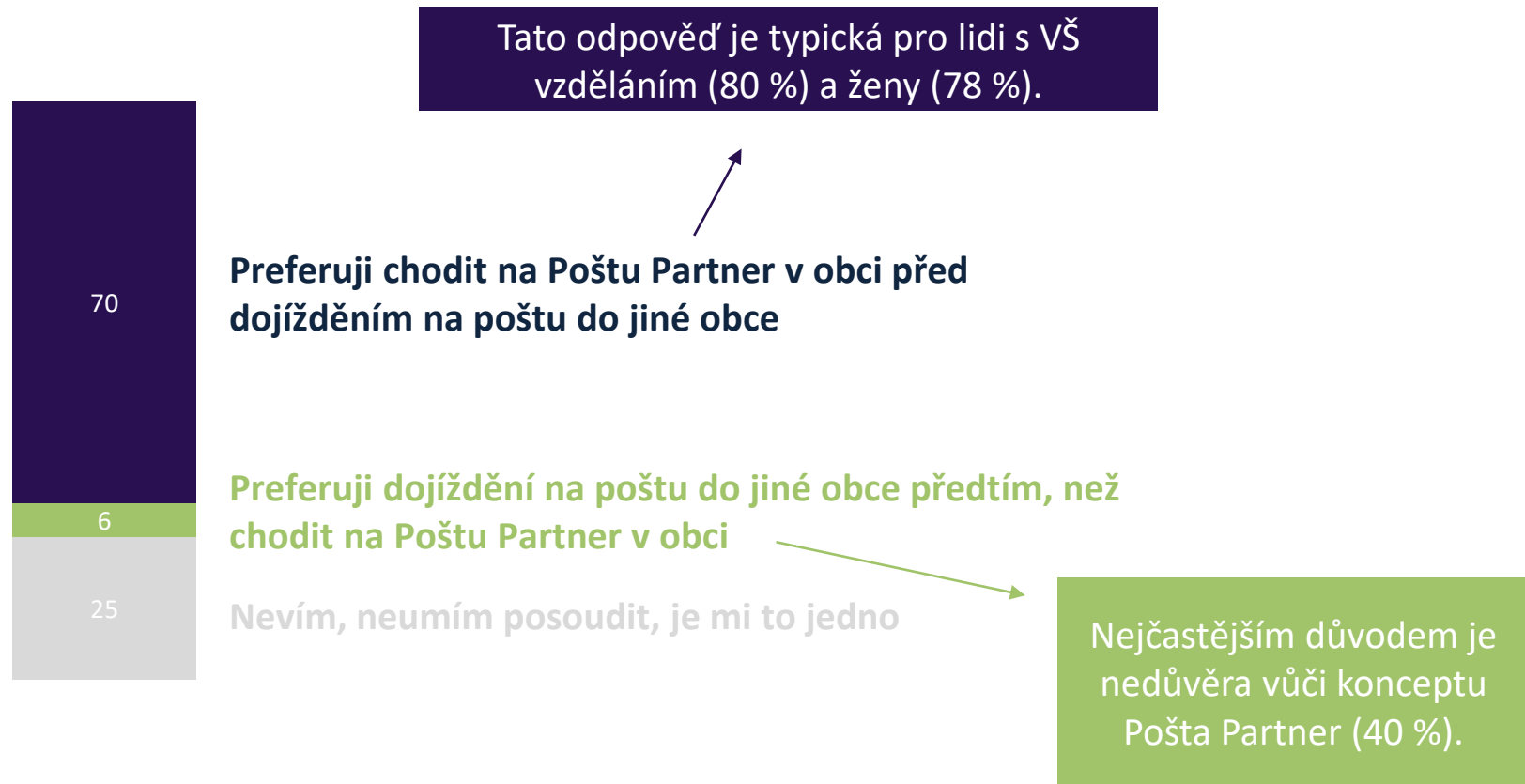
PROČ NE?	
Vyhovují mi stávající služby pošty	23
Obavy z nekompetentnosti pracovníků	19
Pošta je pošta / poštovní služby patří na poštu / nikdo by neměl přebírat její povinnosti	19
Byly by tam dlouhé fronty	11
Koncept Pošty Partner mi nevyhovuje	2
Jiné	38

Komentář AMSP ČR:
Je zřejmé, že provozování poštovních služeb podnikateli není pro většinu místních obyvatel bariérou.

Q4. Uvítali byste, kdyby místo pošty ve Vaší obci fungovala Pošta Partner? Q5. A co by Vám na tom vadilo? Proč byste to neuvítali?
Báze: 260/47

7 z 10 lidí preferuje chodit na Poštu Partner v obci oproti dojíždění na Poštu do jiné obce.

Který postoj lidí více vystihuje?
v %



Komentář AMSP ČR:
Je patrné, že veřejnost upřednostňuje poštovní služby v místě bydliště a varianta obslužnosti přes podnikatelský subjekt je pro ně přijatelné řešení.

Q7. Který z následujících výroků vás více vystihuje?
Báze: 260

Za nejvhodnější typ provozovny pro Poštu Partner lidé obvykle považují obecní úřad nebo obchod.

Nejvhodnější typ provozovny pro Poštu Partner v %



Obecní úřad: 45 %



Obchod: 38 %



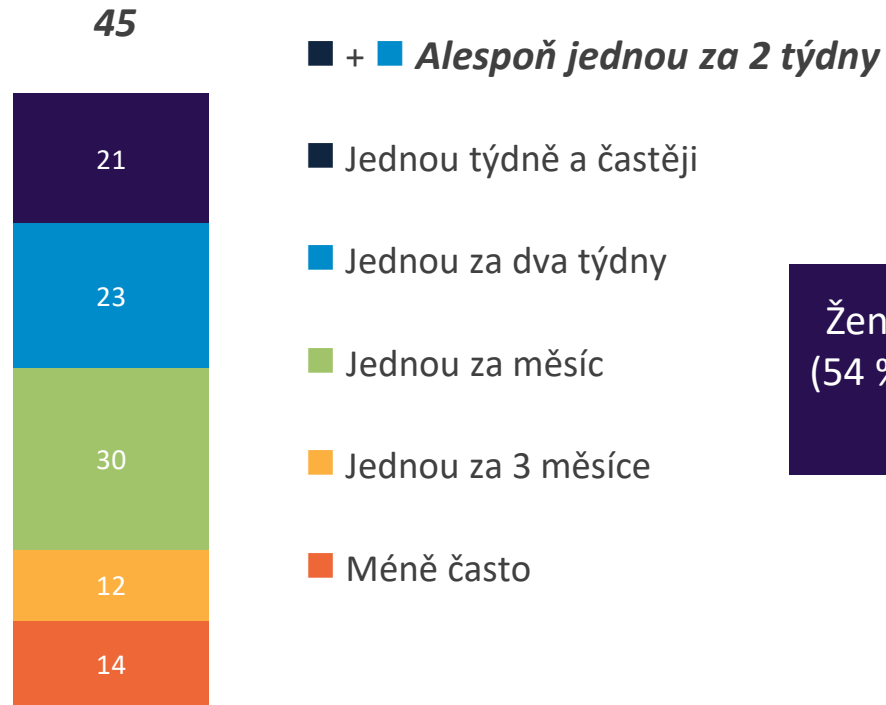
Kavárna 3 %, Hotel/penzion 2 %, Jiné 3 %, Nevím 7 %

Komentář AMSP ČR:
Je patrné, že veřejnost upřednostňuje stabilní místo poštovních služeb, důležité je ale i to, že téměř čtyři lidé z deseti požadují poštu v obci ve spojení s malým obchodem. To je slušná šance pro spojení obchodu a veřejných služeb.

Q9. Jaký z následujících typů provozoven, kde by mohla být umístěna Pošta Partner, je podle Vás nejvhodnější?
Báze: 260

Pětina lidí chodí na poštu alespoň jednou týdně. Na druhou stranu 55 % chodí jednou za měsíc nebo méně často.

Jak často lidé chodí na poštu? v %



Ženy chodí na poštu výrazně častěji než muži (54 % alespoň jednou za dva týdny oproti 35 % u mužů).

Q0. Jak často chodíte na poštu?

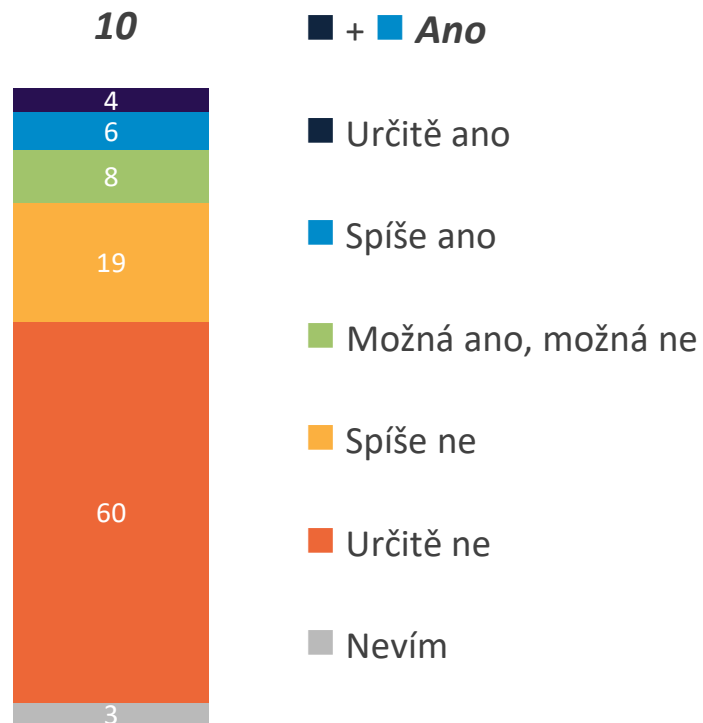
Báze: 260



VÝZKUM POTENCIÁLNÍCH PROVOZOVEN PP

Každý 10. podnikatel by měl zájem provozovat Poštu Partner

Měli by podnikatelé zájem provozovat Poštu Partner? v %



PROČ ANO?	
Finanční důvody: více tržeb, více zákazníků	41
Pomoc lidem a obcím	41
Jiné	10
Nevím	7

ZÁJEM PODLE OBORU	
Obchody	12
Obecní úřady	7
Ubytování	4

Před dotazováním na tyto otázky byl provozovatelům představen koncept Pošty Partner.

PROČ NE?	
Máme zde poštu	17
Nedostatek času	14
Nelíbí se mi koncept Pošty Partner	13
Pracovní zátěž	12
Nedostatek kapacit	9
Nemám zájem / nechci se tím zabývat (i pracuji v jiném oboru)	9
Nemáme na to prostory	8
Malá obec, málo obyvatel, nebyl by o to zájem	5
Nevyužívám poštu / nepotřebuji poštu	5
Jsem v důchodu / brzy půjdu do důchodu / vysoký věk	4
Nehodí se to k provozovně	4
Nespokojenost se službami pošty, není to ideální partner	3
Moc starostí	3
Jsme špatně umístěni	3
Náklady / nevyplatilo by se to	3
Jiné	8

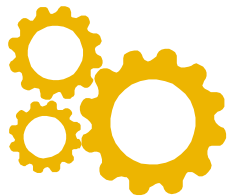
Komentář AMSP ČR:
Deset procent zájemců se zájmem a dalších osm procent váhajících podnikatelů znamená, že je reálná šance zapojit malé podnikatele do poštovních služeb.

Q4. Měli byste zájem provozovat Poštu Partner? Q5. Z jakého důvodu byste měli zájem Poštu Partner provozovat, co se Vám na tomto nápadu líbí?
Q6. Z jakého důvodu byste neměli zájem Poštu Partner provozovat, co se Vám na tomto nápadu nelíbí?

Báze: 300/29/236

Provozovatele by v případě zájmu o provoz Pošty Partner nejvíce zajímaly podmínky provozování a finanční podmínky.

Co by podnikatele nejvíce zajímalo v případě zájmu o provoz Pošty Partner?
v %



Podmínky
provozování: 22 %



Obecné informace: 7 %



Finanční podmínky: 19 %



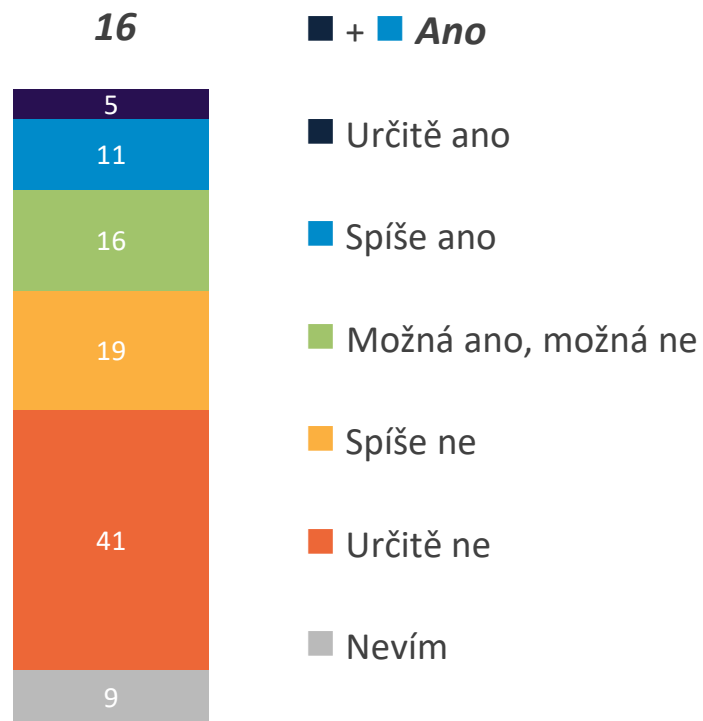
Legislativa: 6 %

Jiné 13 %, Nevím 34 %

Q7. Co by Vás nejvíce zajímalo v případě zájmu o provozování pošty Partner?
Báze: 300

Každý 5. podnikatel se domnívá, že by provoz Pošty Partner pomohl přivést nové zákazníky a zvýšit tak tržby.

Pomohl by podle firem provoz Pošty Partner přivést nové zákazníky?
v %, z báze vyloučeny obecní úřady



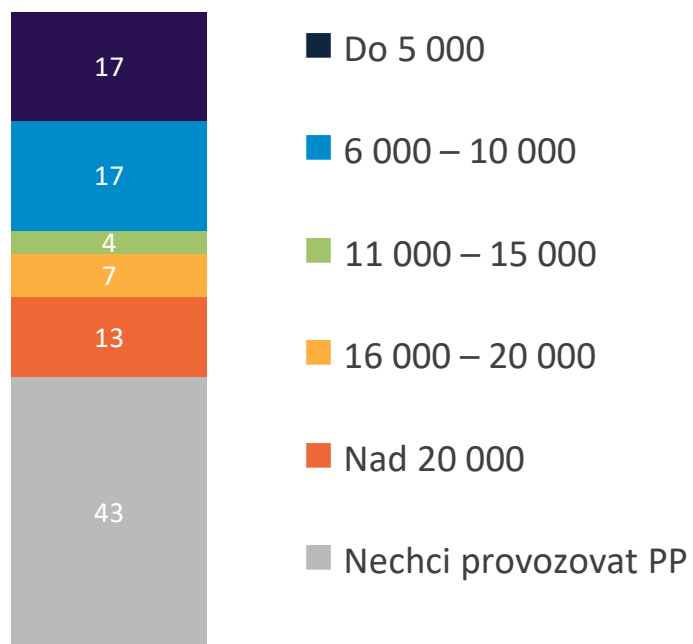
Typicky nové zákazníky očekávají spíš zástupci maloobchodu (20 %), naopak jen minimálně ubytovací firmy (2 %).

Komentář AMSP ČR:
To, že každý pátý maloobchodník vidí v poštovních službách na své provozovně šanci pro zvýšení tržeb ze stávajícího sortimentu, dává smysl. Odpovídá to i zkušenostem ze zahraničí, kde spojení poštovních a obchodních služeb zvýšilo zájem o nákupy v existující maloobchodní prodejně v obci.

Q8. Domníváte se, že by Vám provozování Pošty Partner při Vašem podnikání mohlo pomoci přivést nové klienty\zákazníky, nebo zvýšit tržby?
Báze: 240 (z báze vyřazeny obecní úřady)

Přibližně třetina provozovatelů by byla motivována k provozu Pošta Partner, pokud by dodatečný příjem činil alespoň 10 000 Kč měsíčně.

Jaký měsíční příjem v Kč za poštovní služby by podnikatele motivoval k provozu PP?
v %



Firmy s 5 a více zaměstnanci by častěji byli motivováni příjmem nad 20 000 Kč (31 %), menším subjektům by stačili nižší částky.

Pro provozovatele, co mají zájem o provoz PP by byla většinou dostatečná motivace 10 000 Kč (62 %).

Ubytovací subjekty se staví k provozování PP více skepticky, 62 % z nich by žádná z částek nemotivovala k zájmu o provoz.

Komentář AMSP ČR:

Je patrné, že zatímco u malých živnostníků by se jednalo o vítaný přivýdělek k jejich další činnosti a obchodníci očekávají synergický efekt s jejich dosavadní činností, tak pro firmy se zaměstnanci nebo podnikatele v jiném odvětví, než obchod, finanční motivace provozovat poštovní služby klesá. Zůstává však motivace pro obchodní synergie. Firmy neřeší finanční příspěvek, ale podporu svého podnikání ve smyslu nových klientů a zákazníků.

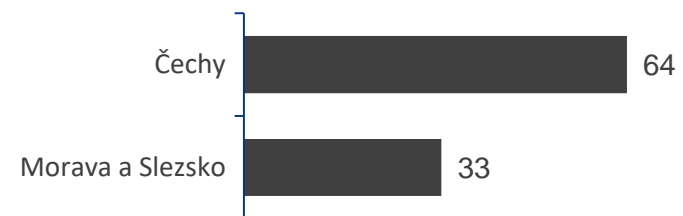
Q9. Jak vysoký by podle Vás měl být minimální dodatečný měsíční příjem z poštovních služeb ve Vaší provozovně, aby pro Vás bylo zajímavé poшту Partner provozovat?

Báze: 300

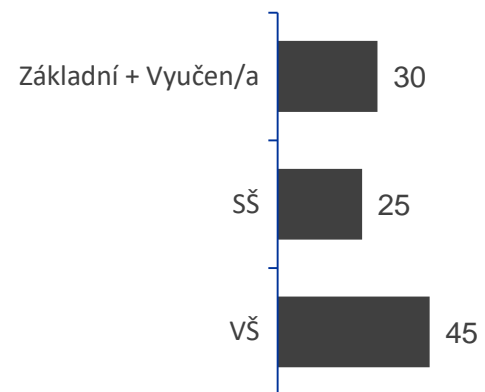
STRUKTURA VZORKU



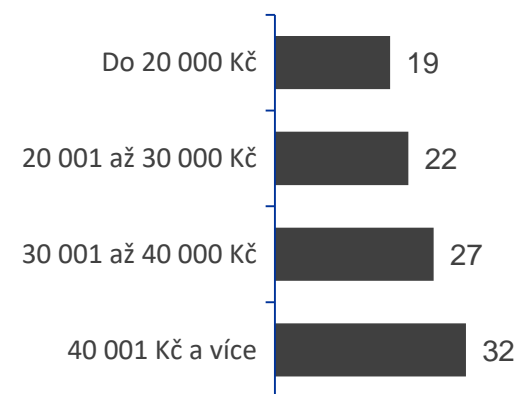
Region



Vzdělání



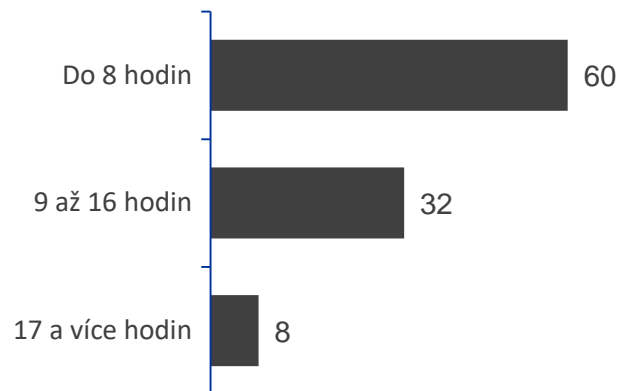
Příjem domácnosti



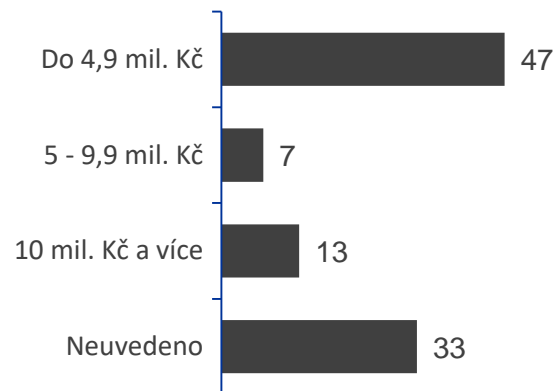
Báze: 260

Potenciální provozovny

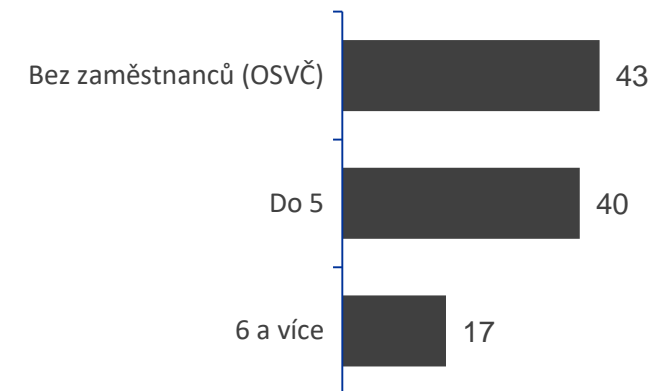
Délka průměrné otevírací doby provozovny



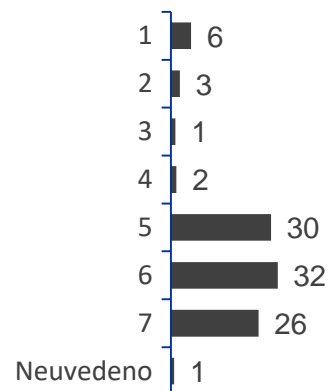
Obrat



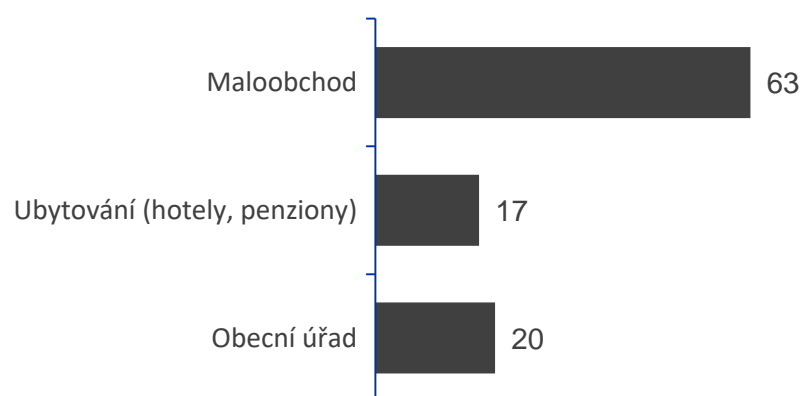
Počet zaměstnanců



Počet dní v týdnu, kdy má provozovna otevřeno



Typ provozovny



Báze: 300

Děkujeme za pozornost

Dotazy?