



Liikenne- ja  
viestintäministeriö

# Postipalvelu- tutkimus 2010

## Liikenne- ja viestintäministeriön

### toiminta-ajatus

Liikenne- ja viestintäministeriö edistää yhteiskunnan toimivuutta ja väestön hyvinvointia huolehtimalla siitä, että kansalaisten ja elinkeinoelämän käytössä on laadukkaat, turvalliset ja edulliset liikenne- ja viestintäyhteydet sekä alan yrityksillä kilpailukykyiset toimintamahdollisuudet.

### visio

Suomi on eturivin maa liikenteen ja viestinnän laadussa, tehokkuudessa ja kansainvälisessä osaamisessa.

### arvot

Rohkeus

Oikeudenmukaisuus

Yhteistyö



Julkaisun päivämäärä  
9.6.2011

Julkaisun nimi  
Postipalvelututkimus 2010

Tekijät  
Taloustutkimus Oy  
Pauliina Aho  
Lotta Engdahl

Toimeksiantaja ja asettamispäivämäärä  
Liikenne- ja viestintäministeriö

Julkaisusarjan nimi ja numero

Liikenne- ja viestintäministeriön  
julkaisu 18/2011

ISSN (verkkojulkaisu) 1795-4045  
ISBN (verkkojulkaisu) 978-952-243-243-8  
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-243-8>  
HARE-numero

Asiasanat  
posti, postipalvelut

Yhteyshenkilö  
Elina Normo

Muut tiedot

Tiivistelmä

Tutkimuksessa selvitettiin maamme postipalvelujen tasoa ja toimivuutta käyttäjien keskuudessa. Vastaajina olivat niin yksityishenkilöt kuin yritysten ja julkisen sektorin postipalveluiden käytöstä vastaavat henkilöt. Tutkimus on seurantatutkimus, joka toistetaan kahden vuoden välein, ottamalla mukaan ajankohtaisia asioita käsitteleviä kysymyksiä. Edellinen tutkimus tehtiin vuonna 2008.

Tutkimus toteutettiin marras-joulukuussa 2010. Siinä oli kaksi kohderyhmää: yritykset ja yksityishenkilöt. Tutkimuksessa haastateltiin 503 liikeyrityksen ja julkisen hallinnon toimipaikkojen postipalveluista päättävässä asemassa olevaa henkilöä ja 1000 yksityishenkilöä.

Yritykset ja kuluttajat pitivät postitoimintaa, postinjakelua ja kirje- ja pakettiliikennettä yleisesti ottaen hyvänä.

Vuonna 2010 uutena asiana selvitettiin, mikä on tärkein valintakriteeri kirjeen lähetystavan valinnassa. Niin yrityksille kuin yksityishenkilöille on tärkeää, että kirje on nopeasti perillä. Tämä korostuu erityisesti yrityksissä. Kuluttajille kulkunopeuden lisäksi tärkeää on varmistaa kirjeen perillemeno. Kirjeen hinta ei niinkään ole ratkaiseva tekijä.

Sähköisen viestinnän yleistymisellä on ollut selvästi vuodesta 2008 lähtien supistava vaikutus yritysten perinteiseen kirjeliikenteeseen. Yli puolet yrityksistä on sitä mieltä, että sähköpostin ja matkapuhelimen käyttö on vähentänyt paljon kirjeiden lähettämistä ja vastaanottamista.



Publikationsdatum  
9.6.2011

Publikation  
Undersökning av posttjänster 2010

Författare  
Taloustutkimus Oy  
Pauliina Aho  
Lotta Engdahl

Tillsatt av och datum  
Kommunikationsministeriet

Publikationsseriens namn och nummer  
  
Kommunikationsministeriets  
publikationer 18/2011

ISSN (webbpublikation) 1795-4045  
ISBN (webbpublikation) 978-952-243-243-8  
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-243-8>  
HARE-nummer

Ämnesord  
posten, posttjänster

Kontaktperson  
Elina Normo

Rapportens språk  
finska

Övriga uppgifter

#### Sammandrag

I studien undersöktes användarnas syn på posttjänsternas kvalitet och funktionsduglighet. Undersökningen riktades dels till privatpersoner, dels till personer som använder posttjänster i företag och inom den offentliga sektorn. Det är fråga om en uppföljningsstudie som utförs vartannat år och som uppdateras med frågor om aktuella ärenden. Den föregående undersökningen gjordes år 2008.

Undersökningen utfördes i november-december 2010. Den hade två målgrupper: företag och privatpersoner. Totalt utfördes 503 intervjuer bland beslutsfattare med ansvar för posttjänster i företag och inom den offentliga förvaltningen och 1 000 intervjuer bland enskilda konsumenter.

Både företagen och konsumenterna ansåg att postverksamheten, postutdelningen samt brev- och pakettrafiken i allmänhet höll god standard.

Som ny fråga i undersökningen för år 2010 utreddes vilket är det viktigaste kriteriet vid val av sändningssätt av brev. För såväl företag som privatpersoner är det viktigt att ett brev når adressaten följande arbetsdag. Detta är särskilt viktigt för företagen. Också privatpersoner uppskattar snabbhet och dessutom värdesätter de tillförlitlighet, dvs. att brevets leverans är garanterad. Priset på brevet är inte en lika avgörande faktor.

Användningen av elektroniska kommunikationsmedel har haft en klart avtagande effekt på företagens traditionella brevtrafik sedan 2008. Över hälften av företagen anser att e-post och mobiltelefoner har avsevärt minskat sändningen och mottagningen av brev.

Date  
9 June 2011

Title of publication  
Survey of Postal Services 2010

Author(s)  
Taloustutkimus Oy  
Pauliina Aho  
Lotta Engdahl

Commissioned by, date  
Ministry of Transport and Communications

Publication series and number

Publications of the Ministry of  
Transport and Communications  
18/2011

ISSN (online) 1795-4045  
ISBN (online) 978-952-243-243-8  
URN <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-243-243-8>  
Reference number

Keywords

post, postal services

Contact person

Ms Elina Normo

Language of the report

Finnish

Other information

Abstract

This survey looks into the quality of Finland's postal services and their functionality among users. The respondents of the survey were either private citizens, or personnel in companies and in the public sector responsible for the use of postal services. The survey is a follow-up study which is conducted every two years, each time including questions that deal with current issues. The previous survey was performed in 2008.

The present survey was carried out in November-December 2010. It focused on two target groups: companies and private citizens. 503 people in charge of the use of postal services in companies and in public administration as well as 1,000 private citizens were interviewed.

Companies and consumers both consider postal services, distribution and letter and package deliveries generally good.

A new topic in the 2010 survey was finding out the most important criterion for choosing how to send a letter. Both companies and private citizens deem it important that letters arrive quickly at their destination. Companies, in particular, emphasise this. In the consumers' opinion, in addition to fast delivery, it is important that letters reach the right person. The price of sending letters was not considered a significant factor.

Since 2008, increased use of electronic communications has clearly had a diminishing effect on the companies' use of traditional postal services. Over half of the companies were of the opinion that the use of e-mail and mobile phones has significantly reduced the sending and receiving of letters.

## ESIPUHE

Postipalvelujen tasoa ja toimivuutta käyttäjien keskuudessa on seurattu vuodesta 1996 lähtien joka toinen vuosi tehtävällä kyselytutkimuksella. Tutkimuksen kohderyhminä ovat yritykset ja yksityishenkilöt. Tutkimuksen peruskysymykset on pyritty säilyttämään ennallaan, mutta niitä on kuitenkin täydennetty vaihtuvilla ajankohtaisilla kysymyksillä. Vuoden 2010 tilannetta luotaava kysely toteutettiin loppuvuodesta 2010. Tutkimuksen toteutuksesta on vastannut Taloustutkimus Oy.

Yleisesti ottaen voidaan sanoa, että yleisarvosana postitoiminnan hoitamiselle on edelleen lähtökohtaisesti varsin myönteinen, joskin annetut arviot ovat aiempaa kriittisempiä. Nyt uutena asiana selvitettiin, mikä on tärkein valintakriteeri kirjeen lähetystavan valinnassa. Toimitusnopeus ja –varmuus koetaan hintaa merkittävimiksi tekijöiksi.

Teknologinen kehitys muuttaa postipalveluiden asiakkaiden käyttötottumuksia ja vaikuttaa luonnollisesti myös postipalveluiden tarjonnan kehittämiseen. Sähköisen viestinnän yleistyminen ja sen vaikutus postipalvelujen käyttöön on tässä tutkimuksessa selkeästi nähtävissä verrattuna vuoden 2008 tehtyyn edelliseen kartoitukseen. Tämä tutkimus tuottaa seurantatietoa siitä, miten asiakkaiden näkemykset postipalvelujen tarjonnasta kehittyvät tässä murrosvaiheessa. Tutkimus tarjoaa omalta osaltaan taustatietoa lainsäädännön kehittämistä ja toimialan muuta yleistä ohjausta varten.

Helsingissä 9. päivänä kesäkuuta 2011



Elina Normo  
viestintäneuvos

## Sisällysluettelo

1.	Johdanto .....	<u>2</u>
2.	Postitoimintaa koskevat arviot .....	<u>3</u>
2.1	Yleisarviot postitoiminnasta yhä korkeaa tasoa .....	<u>3</u>
2.2	Postitoiminta koetaan luotettavaksi ja yleiseltä laadultaan ja ammattitaidoltaan korkeatasoiseksi .....	<u>4</u>
3.	Mielipiteet kirje- ja pakettiliikenteestä.....	<u>5</u>
3.1	Arviot Itellan kirje- ja pakettiliikenteelle hyvää tasoa .....	<u>5</u>
3.2	Lähetysten toimitusvarmuuteen ollaan aiempaa kriittisempiä, hintojen sopivuus aiempaa parempaa .....	<u>6</u>
4.	Mielipiteet postinjakelusta .....	<u>11</u>
4.1	Yritykset postinjakeluun yhtä tyytyväisiä kuin aiemminkin, kuluttajat tyytymättömämpiä .....	<u>11</u>
4.2	Postinjakelussa arvostetaan täsmällisyyttä ja jakajien ammattitaitoa .....	<u>12</u>
5.	Mielipiteet postitoimipisteiden palvelusta .....	<u>15</u>
5.1	Palvelu tyydyttää selvää enemmistöä, yritykset hieman kriittisempiä.....	<u>15</u>
5.2	Itellan toimipisteille henkilöstön toiminnasta paremmat arviot kuin asiamiesposteille .....	<u>16</u>
6.	Postitoimintaa koskevia mielipiteitä .....	<u>20</u>
6.1	Postitoimipisteen tulee sijaita siellä missä muutkin usein käytetyt palvelut .....	<u>20</u>
6.2	Edullisempi hinta mahdollistaisi Itella Oyj:n kilpailijan käyttämisen.....	<u>22</u>
7.	Postipalvelujen käyttäminen .....	<u>24</u>
7.1	Ykkös- ja kakkosluokan kirjeitä lähetetään yrityksissä edelleen, muiden lähetyslajien yleisyys vähenemässä .....	<u>24</u>
7.2	Sähköinen viestintä suomalaisten nykypäivää .....	<u>25</u>
7.3	Yrityksillä kuluttajia enemmän valmiutta ottaa vastaan postilähetykset sähköisesti.....	<u>27</u>
7.4	Arviot postipalvelujen käytöstä yksityishenkilöillä vakiintuneet, yrityksissä lisäystä sekä enemmän että vähemmän käyttävissä.....	<u>33</u>

## 1. Johdanto

Tämä raportti sisältää keskeiset tulokset maamme postipalvelujen tasoa käyttäjien näkökulmasta (sekä yksityishenkilöt että yritykset ja julkinen sektori) mittaavasta tutkimuksesta. Raportissa valotetaan postipalvelujen käyttäjien näkemyksiä nykytilanteesta ja ennakoiteja tulevaisuuden postipalvelutarpeista.

Tutkimukseen on vastannut 1000 suomalaista yksityishenkilöä, joiden vastaukset edustavat 15 vuotta täyttäneiden suomalaisten mielipiteitä.

Yrityshaastatteluja (sekä yritykset että julkinen sektori) tehtiin yhteensä 503. Otokseen valikoituneita työntekijämäärältään suuria ja pieniä sekä eri toimialoilla vaikuttavia toimipaikkoja haastateltiin niin, että pienten yritysten osuus jätettiin niiden tilastollista osuutta pienemmäksi ja suurempien yritysten osuutta vastaavasti kasvatettiin (jotta tulosten vertailtavuus aikaisempiin tutkimuksiin säilyisi). Yrityksissä haastateltiin henkilöitä, jotka ovat omassa organisaatiossaan vastaamassa postipalveluiden käyttöä koskevista suunnitelmista ja päätöksistä.

Tutkimuksen pääpaino on yksityisten ja yritysten antamissa arvioissa postitoiminnalle. Arvioinnin kohteena ovat sekä postitoimintaan yleisemmin liittyvät asiat että yksityiskohtaisemmat, mm. postinjakelua, kirje- ja pakettiliikennettä sekä postitoimipisteissä saatavaa palvelua koskevat tekijät. Lisäksi vastaajat ottivat kantaa muihin postipalvelua kartoittaviin kysymyksiin, joilla kartoitettiin mm. valmiutta käyttää uusia ja olemassa olevia sähköisiä palveluja ja postipalvelujen saatavuutta.

Raportissa verrataan tämän tutkimuksen arvosanoja aikaisemmissa tutkimuksissa saatuihin tuloksiin. Lisäksi tuodaan esille yksityishenkilöiden ja yritysten edustajien mahdollisia mielipide-eroja.

Tutkimuksen raportointi on jaettu kahteen osaan. Tämä on tutkimuksen peruseräraportti, jossa sanallisesti ja kuvioin esitetään tutkimuksen keskeisiä tuloksia. Kuvioiden osuus on suuri, koska tutkittavat asiat ovat varsin konkreettisia ja kuvioin hyvin havainnollisia.

Peruseräraportin lisäksi tutkimuksen toimeksiantajalle, liikenne- ja viestintäministeriölle, on toimitettu erillinen liiteraportti, jossa tutkimustulokset esitetään yksityiskohtaisessa taulukkomuodossa.

Haastattelut tehtiin puhelimitse Taloustutkimuksen Helsingissä sijaitsevasta puhelinhaastattelukeskuksesta marras-joulukuussa 2010.



## 2. Postitoimintaa koskevat arviot

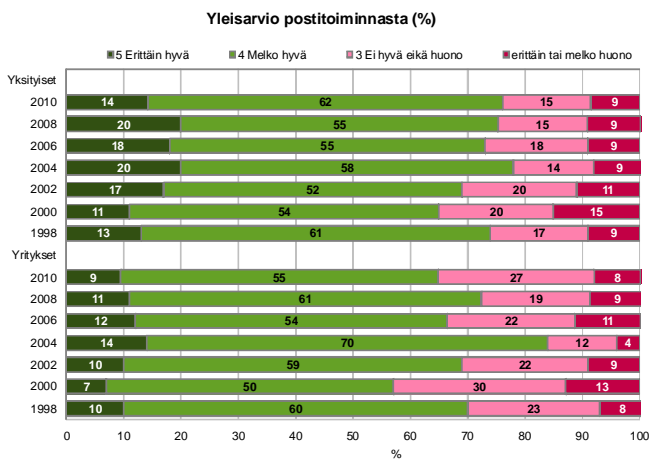
### 2.1 Yleisarviot postitoiminnasta yhä korkeaa tasoa

Valtaosa suomalaisista pitää edelleen maamme postitoimintaa korkeatasoisena. Joka seitsemäs suomalainen arvioi postitoiminnan erittäin hyväksi ja kuusi kymmenestä melko hyväksi. Positiivisen yleisarvion antaneita kolme neljäsosaa eli tämä osuus suomalaisista on hyvin tyytyväinen postitoimintaan yleisesti. Erittäin tai melko heikkona postitoimintaa pitää noin joka kymmenes suomalainen, mikä on hyvin vakiintunut osuus.

Lähes kaksi kolmasosaa yritysten edustajista antaa myönteisen arvion postitoiminnalle. Yrityksissä on yksityishenkilöihin verrattuna enemmän niitä, jotka eivät pidä asiaa huonona eivätkä hyvänä. Tyytymättömiä on vajaa kymmenes.

Pitkän aikajakson tarkastelussa voidaan havaita suomalaisten tyytyväisyyden olevan kohtuullisen vakiintunutta. Tyytyväisten osuudessa kokonaisuutena ei ole suuria muutoksia. Erot näkyvät lähinnä tyytyväisyyden määrässä eli aiempiin vuosiin verrattuna erittäin hyvänä postipalvelua pitävien osuus on pienentynyt ja melko hyvänä puolestaan kasvanut.

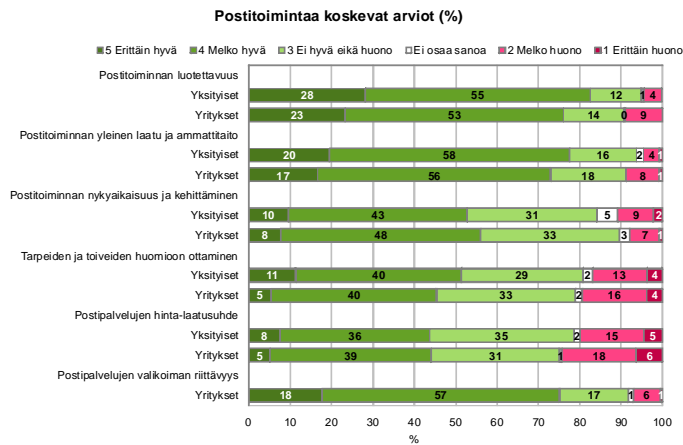
Yritysten osalta tyytyväisyydessä on yksityishenkilöihin verrattuna enemmän vaihtelua. Tyytyväisten osuus on vaihdellut tutkimuskerroittain. Huomattavaa kuitenkin on, että erittäin hyvänä palvelua pitävien tai sitä kritisoivien määrät ovat kohtuullisen vakiintuneet.



## 2.2 Postitoiminta koetaan luotettavaksi ja yleiseltä laadultaan ja ammattitaidoltaan korkeatasoiseksi

Sekä yksityishenkilöt että yrityksissä toimivat pitävät postitoiminnan luotettavuutta ja sen yleistä laatua ja ammattitaitoa hyvänä. Yrityksissä koetaan postipalvelujen valikoiman olevan riittävää.

Postipalvelujen hinta-laatusuhteeseen ja tarpeiden ja toiveiden huomioon ottamiseen suhtaudutaan muita tekijöitä kriittisemmin, erityisesti yrityksissä. Toki näissäkin tekijöissä valtaosa vastanneista on niihin tyytyväisiä. Asiakastyytyväisyyden mittaamisen tuloksista voidaan yleisenä havaintona todeta, että tarpeiden huomioon ottamisesta ja hinta-laatusuhteesta annetaan usein asiakaskunnasta ja toimialasta riippumatta kriittisempiä arvioita.



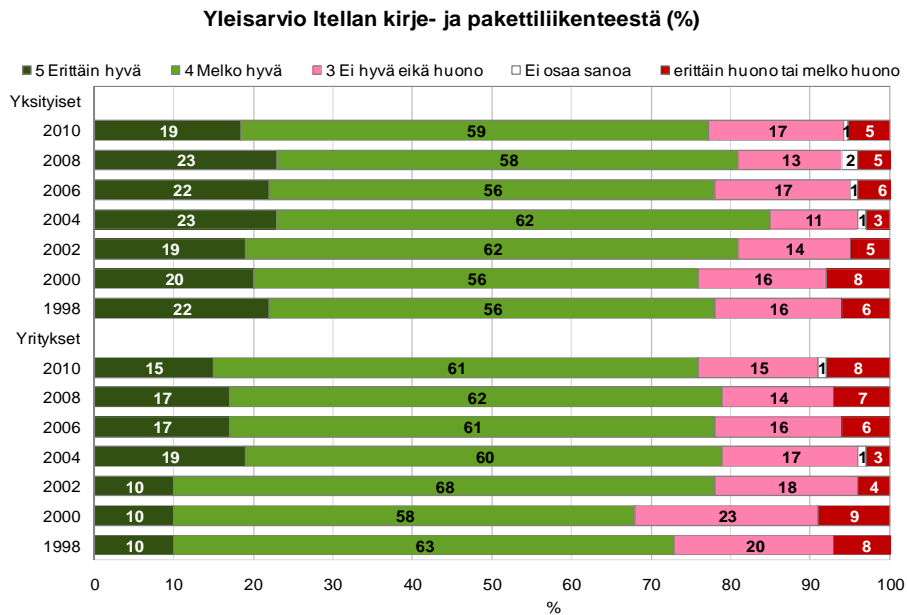
Postitoimintaa koskevat erityisarviot ovat heikenneet hinta-laatusuhdetta lukuun ottamatta sekä yksityishenkilöiden että yritysten osalta (graafiset esitykset raportin liitteenä).

### 3. Mielenpiteet kirje- ja pakettiliikenteestä

#### 3.1 Arviot Itellan kirje- ja pakettiliikenteelle hyvää tasoa

Yksityisten ja yritysten arviot Itellan kirje- ja pakettiliikenteestä ovat hyvät. Kahdeksan suomalaista kymmenestä pitää kirje- ja pakettiliikennettä vähintäänkin melko hyvänä. Osuus on kuitenkin pienempi kuin vuonna 2008. Ero tulee lähinnä erittäin hyvän arvioin antaneiden aiempaa pienemmästä osuudesta.

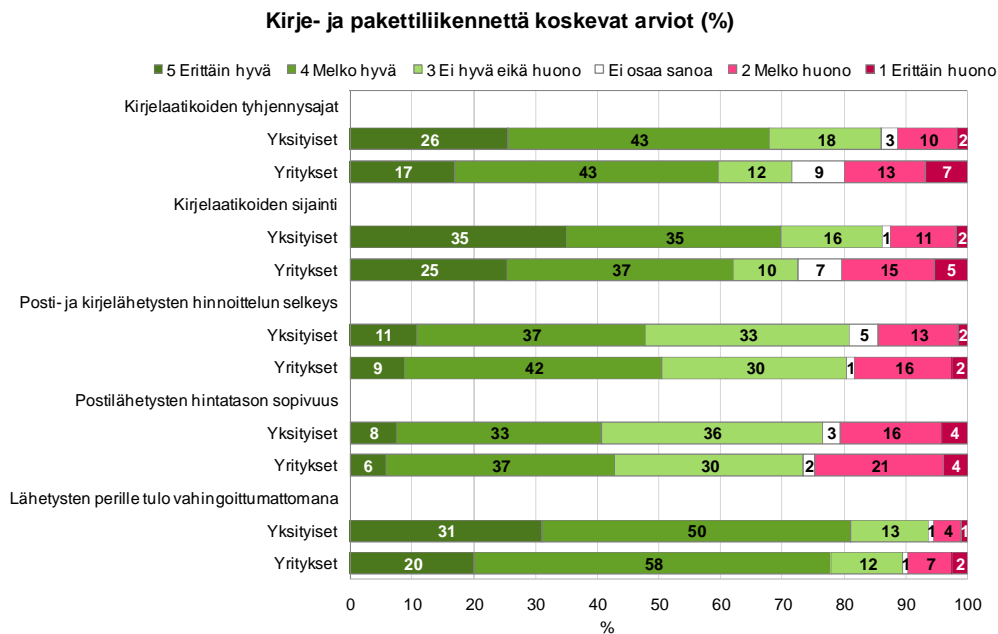
Yrityksissä arviot ovat myös hyvät. Tosin erittäin hyvänä kirje- ja pakettiliikennettä pitävien osuus on pienempi kuin yksityishenkilöiden. Yrityksissä kokonaistulos on heikentynyt tutkimuskerroittain vuodesta 2004. Erittäin hyvänä pitävien osuus on pienentynyt ja kriittisten osuus kasvanut. Osuuksien muutokset eivät ole isoja, mutta tuovat esille muutostrendin.



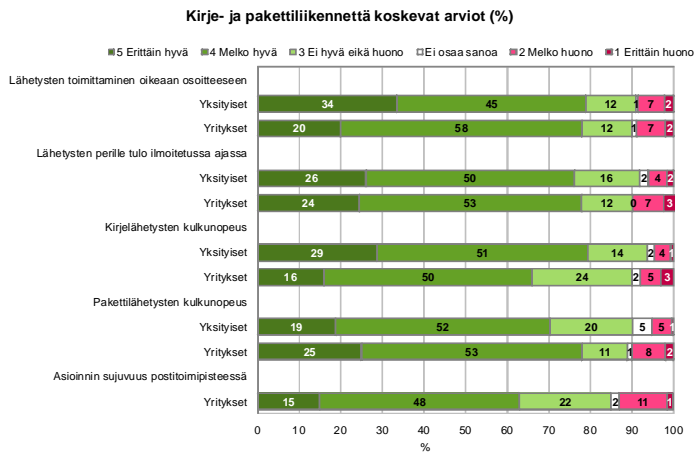
### 3.2 Lähetyksen toimitusvarmuuteen ollaan aiempaa kriittisempiä, hintojen sopivuus aiempaa parempaa

Kirje- ja pakettiliikenteeseen ollaan pääosin tyytyväisiä. Yksityishenkilöt ovat tyytyväisempiä toimintaan kuin mitä yrityksissä ollaan. Erittäin hyvä tulos on lähetyksen perille tulossa vahingoittumattomana. Myös lähetyksen toimitusaikojen pitävyyteen, kulkunopeuteen ja toimitukseen oikeaan osoitteeseen ollaan tyytyväisiä. Kriittistä palautetta kirje- ja pakettiliikenne saa hintatason sopivuudesta, hinnoittelun selkeydestä sekä kirjelaatikoiden sijainnista ja tyhjennysajoista. Näitä huonona tai erittäin huonona pidetään erityisesti yrityksissä <sup>1</sup>.

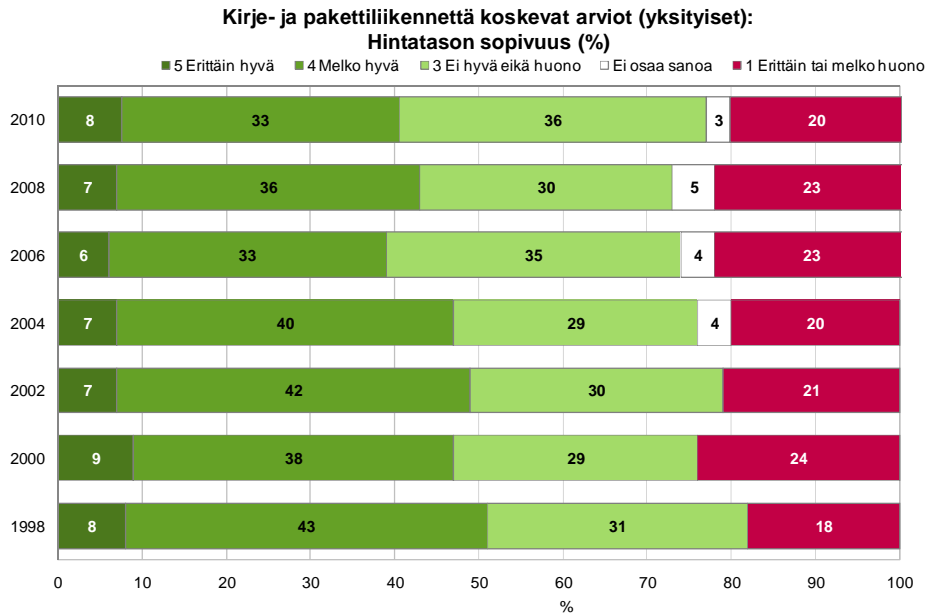
Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat mielipiteet kirjelaatikoiden tyhjennysajoissa, sijainnissa, hinnoittelun selkeydessä ja lähetyksen perille tulossa ilmoitetussa ajassa sekä kulkunopeudessa ovat kriittisempiä kuin vuonna 2008 (graafiset esitykset aiheittain raportin liitteenä).

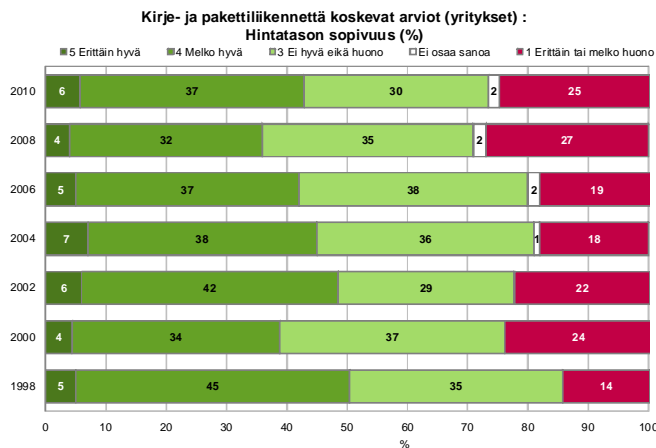


<sup>1</sup> Kirjelaatikoista kysyttiin vain niiltä yrityksiltä, jotka kertoivat, että heidän postinsa ainakin viedään itse päivittäin postitoimipisteeseen.



Hintatasoon ollaan vähintäänkin yhtä tyytyväisiä kuin aiemmin, yrityksissä jopa aiempaa myönteisemmin. Hintatasossa näyttää yksityishenkilöiden mielipiteessä olleen murrosvaihe vuonna 2006, jolloin tyytyväisten osuus on selkeästi aiempaa pienempi. Nyt saatu tulos on edelliskertojen kaltainen tyytyväisten osalta. Neutraalisti suhtautuvien määrä on lisääntynyt ja kielteisen arvion antaneiden vähentynyt vuoteen 2008 verrattuna.





Sekä yksityishenkilöiltä että kuluttajilta selvitettiin tarkemmin mielipiteitä ensimmäisen luokan kirjeen kulusta. Enemmistö sekä suomalaisista että yrityksistä olettaa kirjeen olevan perillä lähettämistä seuraavana päivänä. Molemmissa vastaajaryhmissä kuitenkin luottamus siihen, että lähetys on perillä seuraavana päivänä, on heikentynyt.

Taulukko 1. Ensimmäisen luokan kirjettä koskevia käsityksiä (%).

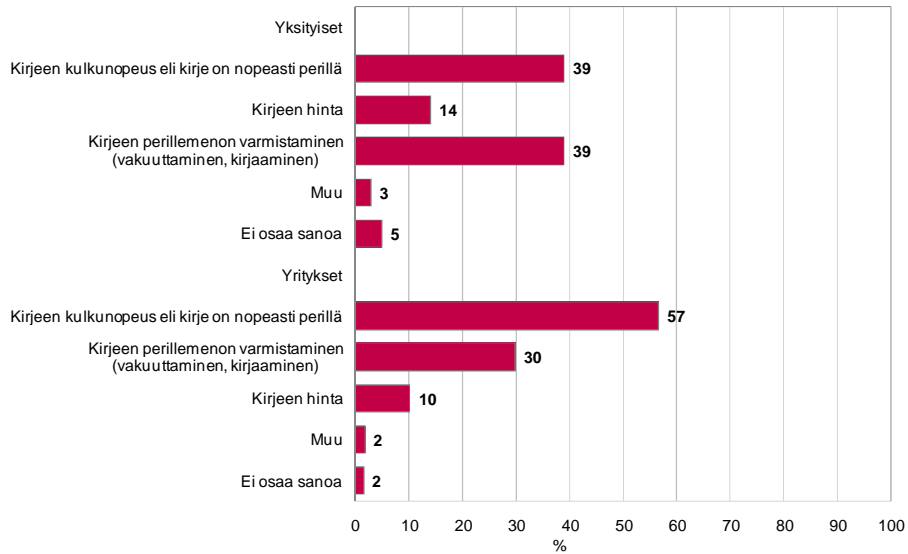
Maanantaina lähteneen kirjeen tulee olla perillä seuraavana...

	Yksityiset				Yritykset			
	2004	2006	2008	2010	2004	2006	2008	2010
Tiistaina	72	72	69	64	90	87	94	86
Keskiviikkona	23	25	28	31	9	12	5	14
Myöhemmin	1	1	1	3	--	--	--	0

Vuonna 2010 uutena asiana selvitettiin, mikä on tärkein valintakriteeri kirjeen lähetystavan valinnassa. Tässä asiassa yritysten ja yksityishenkilöiden näkemykset eroavat toisistaan. Molemmille ryhmille on tärkeää, että kirje on nopeasti perillä. Tämä korostuu erityisesti yrityksissä. Kuluttajille kulkunopeuden lisäksi tärkeää on varmistaa kirjeen perillemeno. Kirjeen hinta ei niinkään ole ratkaiseva tekijä.

### Mikä on tärkein valintakriteeri kirjeen lähetystavan valinnassa?

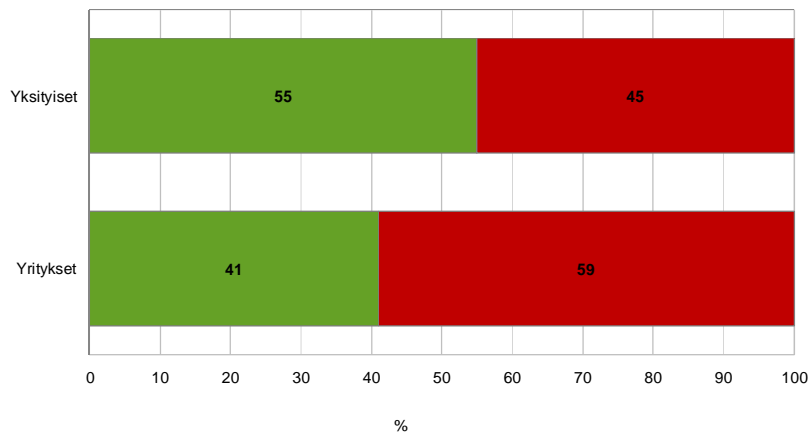
Kaikki vastaajat



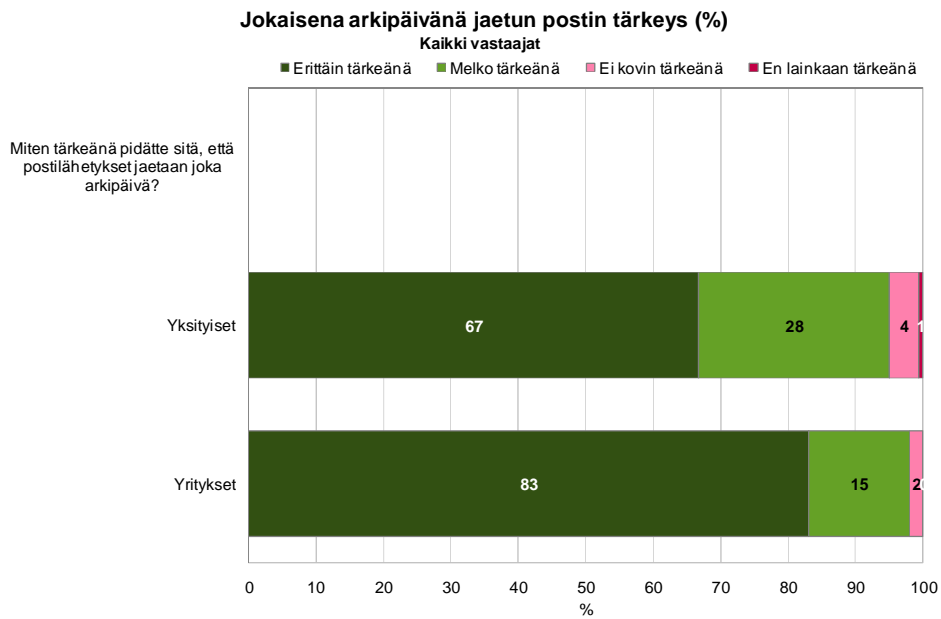
Kirjeen kulkunopeuden merkitys korostuu myös tarkasteltaessa sitä, oltaisiinko valmiita tinkimään nopeudesta, jos hinta vastaavasti olisi halvempi. Kuluttajilla, joille kulkunopeus ei ole niin tärkeä kuin yrityksillä, on enemmän valmiutta tinkiä kulkunopeudesta ja maksaa vähemmän. Yrityksille nopeus on hintaa tärkeämpi.

### Olisitteko valmis tinkimään kirjeen nopeasta perillemenosta, jos vastaavasti hinta olisi halvempi?

■ Kyllä ■ En



Erityisesti yrityksissä toimivat pitävät erittäin tärkeänä sitä, että postilähetykset jaetaan joka arkipäivä. Myös kuluttajille tämä asia on tärkeä.



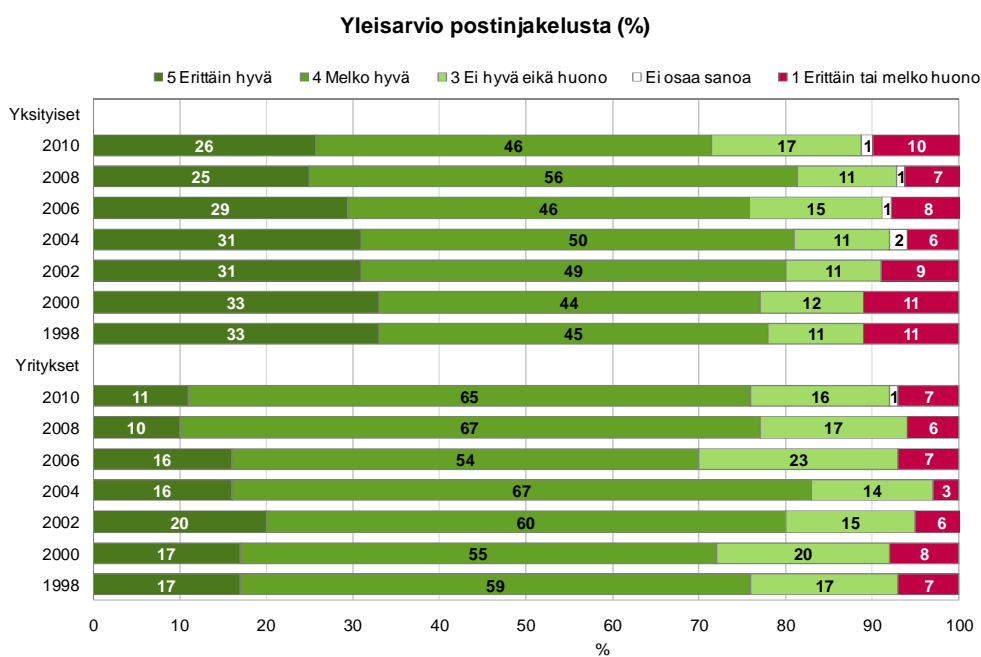


## 4. Mielenpiteet postinjakelusta

### 4.1 Yritykset postinjakeluun yhtä tyytyväisiä kuin aiemminkin, kuluttajat tyytymättömpiä

Yleisarvio postinjakeluun on myönteinen. Yksityishenkilöt ovat yritys vastaajia tyytyväisempiä, mutta annetut arviot ovat aiempaa kriittisemmät. Erittäin hyvänä postinjakelua suomalaisista pitää noin neljännes, mikä on vuoden 2008 tasoa. Melko hyvänä pitävien osuus on pienentynyt ja erittäin tai melko huonona pitävien osuus puolestaan lisääntynyt.

Yrityksistä noin joka kymmenes pitää postinjakelua erittäin hyvänä. Melko hyväksi sen arvioi kaksi kolmannesta. Tyytymättömiä on selvästi alle kymmenes. Tuloksessa ei ole muutosta vuoteen 2008.



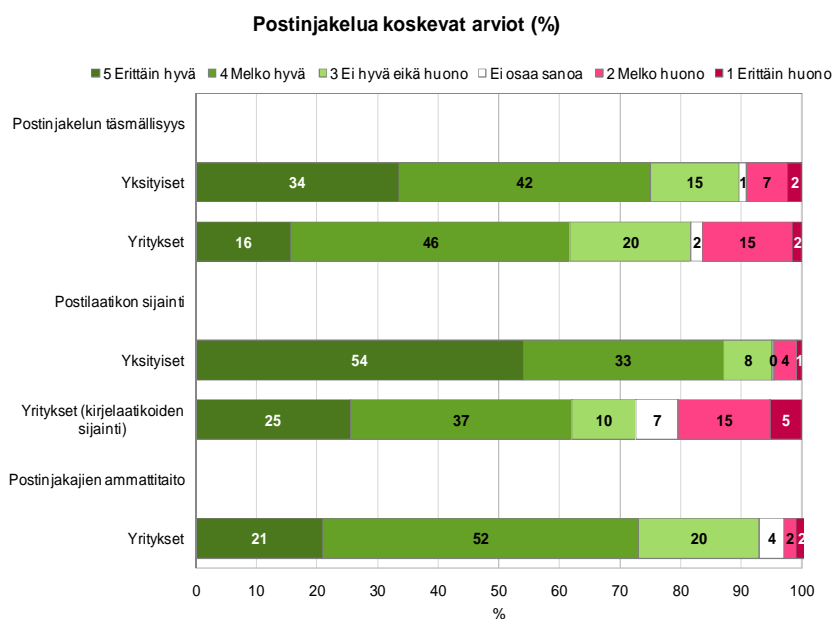
Vastaajista valtaosa saa postinsa postilaatikkoon (71 %). Kolmelle kymmenestä vastanneesta posti jaetaan postiluukkuun. Postiluukkuun jaettu posti saa laatikkokantoa paremman arvion. Tässä voitaneen spekuloida, johtuuko asiaan tyytymättömyys siitä, että postilaatikosta joutuu itse hakemaan postin eikä se putoa "jalkojen juureen" kuten luukkuun jaettaessa vai siitä, että jakelu laatikkoon tai luukkuun olisi tehty jotenkin toisin.

Taulukko 2. Tyytyväisyys postinjakeluun (yksityiset) (%).

Jaetaan...	laatikkoon			luukkuun		
	2006	2008	2010	2006	2008	2010
Erittäin hyvä	27	24	24	36	29	31
Melko hyvä	46	54	45	47	60	48
Erittäin tai melko hyvä yhteensä	73	78	69	83	89	79
Ei hyvä eikä huono	16	12	18	12	9	15
Melko huono	7	6	7	4	2	4
Erittäin huono	3	2	4	2	*	1
Melko tai erittäin huono yhteensä	10	8	11	4	2	5
Ei osaa sanoa	1	1	1	--	*	1

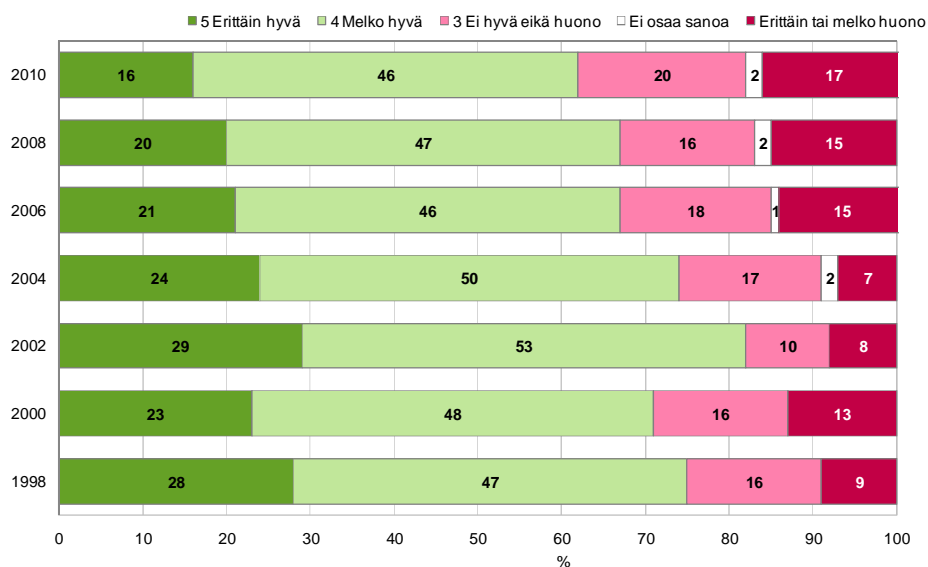
#### 4.2 Postinjakelussa arvostetaan täsmällisyyttä ja jakajien ammattitaitoa

Postilaatikon sijaintiin ja jakelun täsmällisyyteen ollaan tyytyväisiä. Yksityishenkilöt ovat näihin tekijöihin yritys vastaajia tyytyväisempiä. Postinjakajien ammattitaito saa kiitosta yrityksissä.



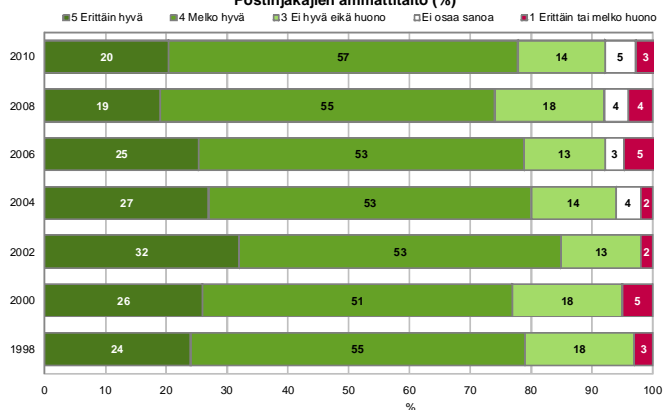
Yritysten arviot postinjakelun täsmällisyydestä ovat edelleen positiiviset, mutta vuodesta 2002 alkaen tulokset tässä ovat heikentyneet. Tyytyväisten osuus on edelleen vähentynyt ja vastaavasti neutraalina ja heikkona pitävien osuus on kasvanut.

Postinjakelua koskevat arviot (yritykset) postinjakelun täsmällisyys (%)

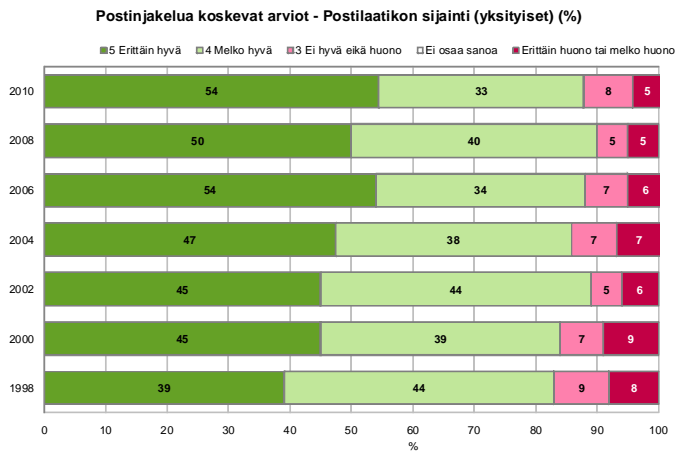


Yritysvastaajien käsitys postinjakajien ammattitaidosta on ollut tutkimuskerrasta toiseen hyvät. Pitkän aikajakson tarkastelu osoittaa, että jakajien ammattitaitoa erittäin hyvänä pitävien osuus on vähentynyt tasaantuen noin viidesosaa vastanneista vuosina 2008 ja 2010. Positiivista kuitenkin on, että kriittisten osuus ei ole kasvanut, vaan siirtymä on tapahtunut lähinnä asiaa melko hyvänä pitäviin.

Postinjakelua koskevat arviot (yritykset) :  
Postinjakajien ammattitaito (%)



Postilaatikon sijaintiin erittäin tyytyväisten määrä on lisääntynyt. Neutraalisti asiaan suhtautuvien osuus on aiempaa pienempi.

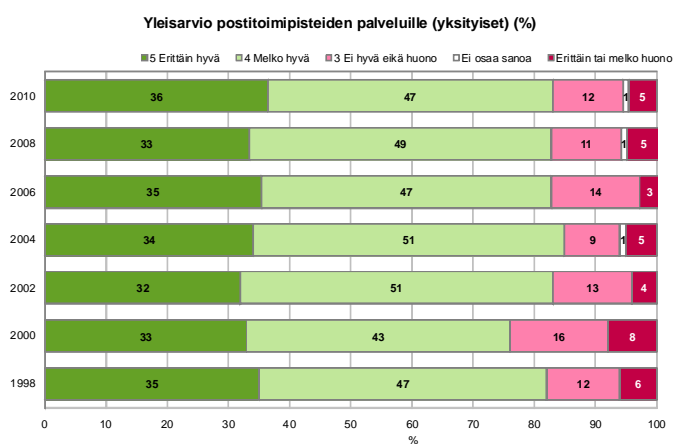


## 5. Mielipiteet postitoimipisteiden palvelusta

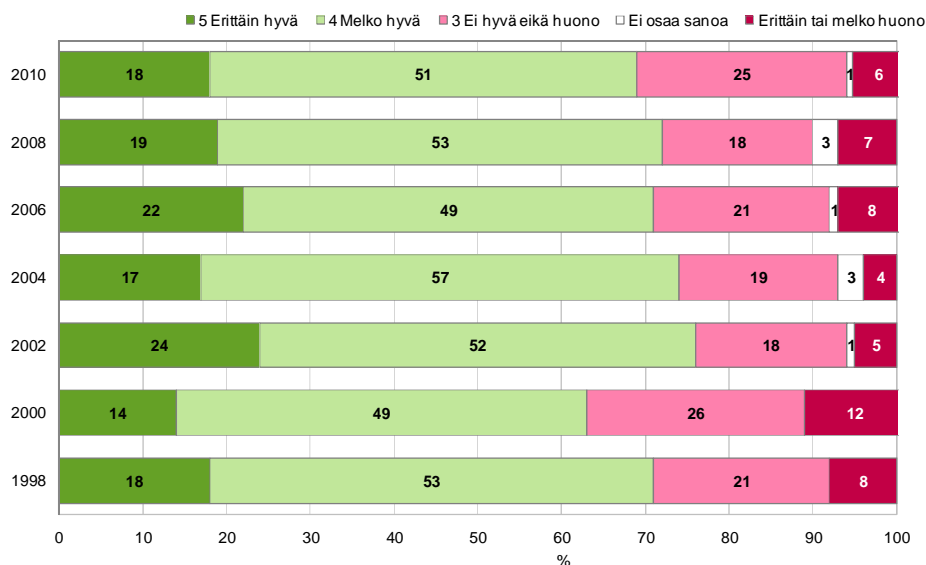
### 5.1 Palvelu tyydyttää selvää enemmistöä, yritykset hieman kriittisempiä

Yli kolmannes suomalaisista pitää postitoimipisteiden palvelua erittäin hyvänä. Lähes puolet arvioi sen olevan melko hyvää. Kriittisesti asiaan suhtautuvia on vajaa viidennes. Tyytyväisyys on pysynyt vakaalla tasolla koko tarkastelujakson ajan.

Yritykset suhtautuvat postitoimipisteiden palveluun yksityishenkilöitä kriittisemmin. Tosin tässäkin ryhmässä näkemys on myönteinen, vaikka erittäin hyvänä asiaa pitävien osuudessa on hienoista vähenemistä vuodesta 2006.



### Yleisarvio postitoimipisteiden palveluille (yritykset) (%)

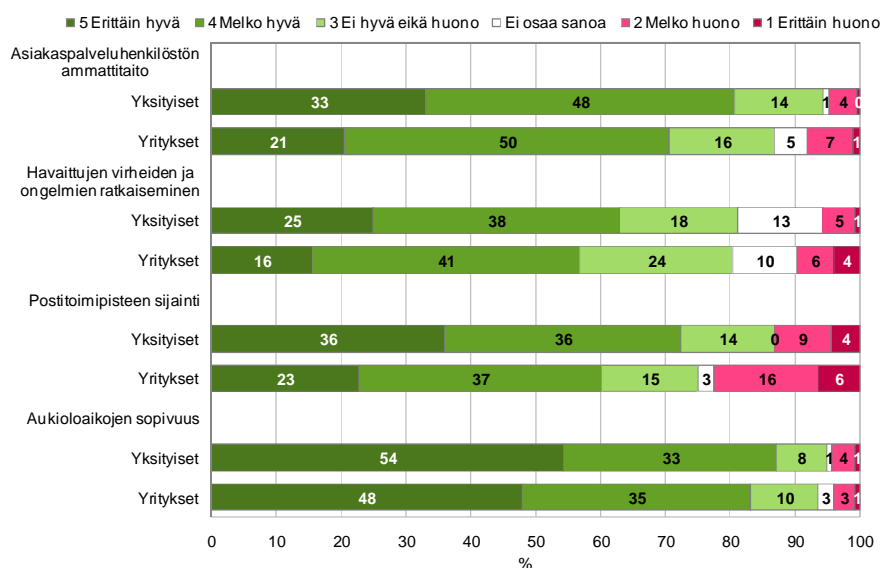


## 5.2 I tellan toimipisteille henkilöstön toiminnasta paremmat arviot kuin asiamiesposteille

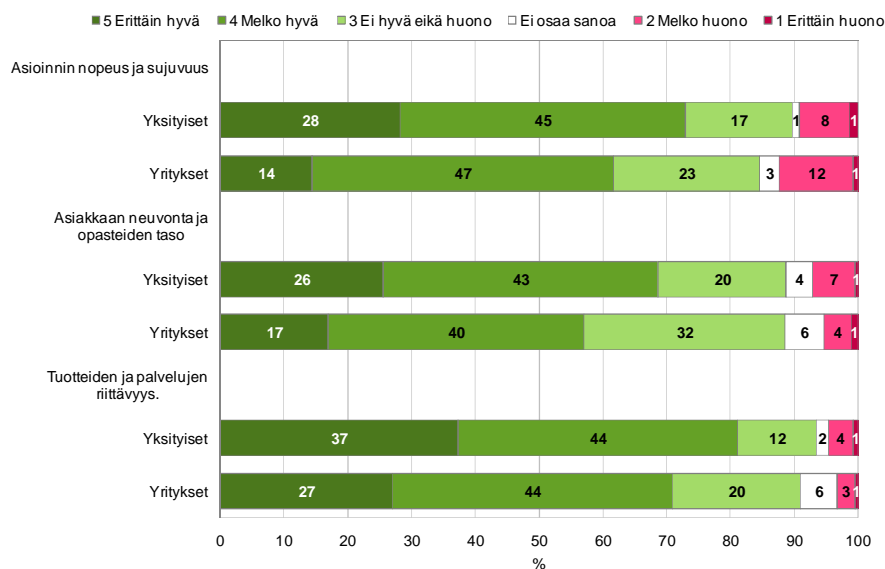
Postitoimipisteiden aukioloaikoihin ollaan pääsääntöisesti tyytyväisiä. Myös tuotteita ja palveluita koetaan olevan riittävästi. Myös muut postitoimipisteiden palvelua mittaavat tekijät saivat pääosin myönteistä palautetta.

Kriittisempiä arvioita annetaan postitoimipisteen sijainnille, asiointin sujuvuudelle sekä havaittujen virheiden ja ongelmien ratkaisulle. Ylipäätään yrityksissä annetaan palvelua kartoittaville tekijöille heikompia arvioita kuin mitä yksityishenkilöt antavat.

### Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (%)

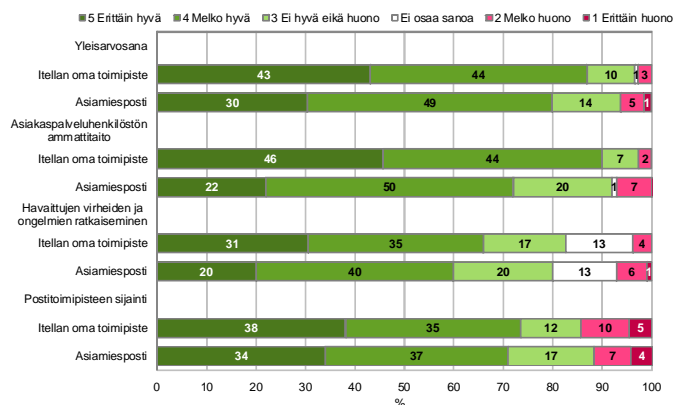


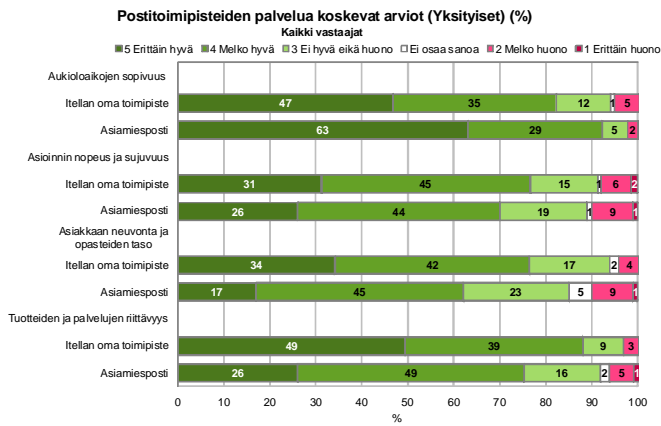
### Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (%)



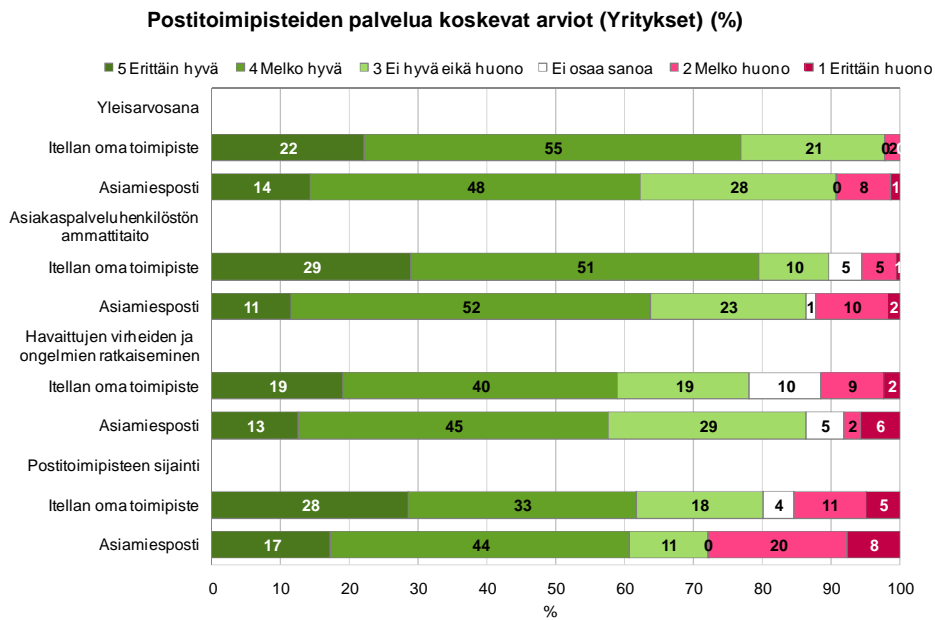
Itellan toimipisteet saavat useammin parempia arvioita yksityishenkilöiltä kuin asiamiespostit. Eroja on eniten asiakaspalveluhenkilöstön ammattitaidossa, asiakkaan neuvonnassa ja opasteissa sekä tuotteiden ja palvelujen riittävydessä. Aukioloaikojen sopivuudessa asiamiespostit saavat paremman tuloksen. Sijainnista annetut arviot ovat yhteneväiset.

### Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (Yksityiset) (%)

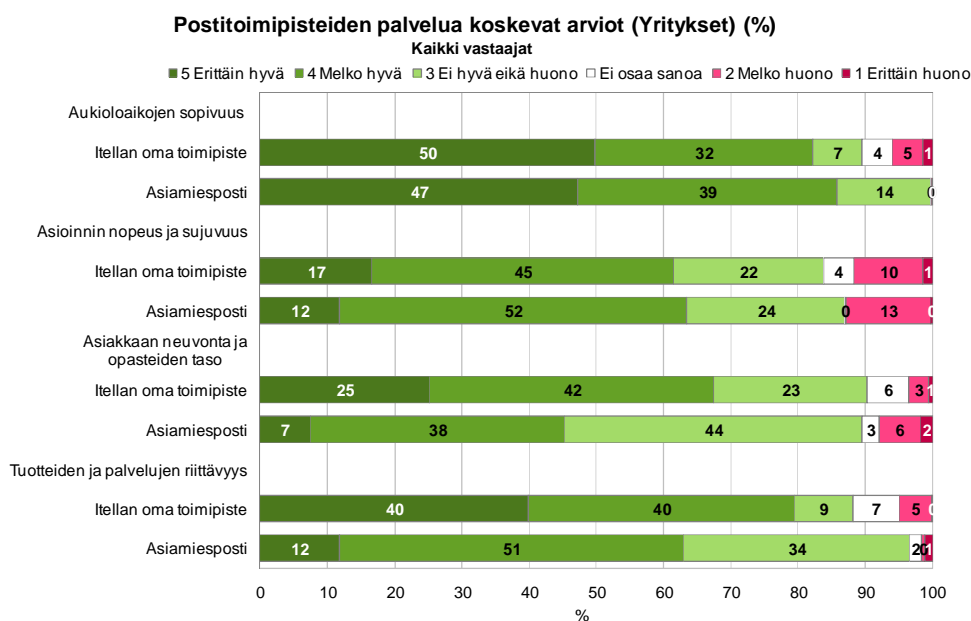




Yritykset arvioivat asiamiespostit ja Itellan omat toimipisteet virheiden ja ongelmien ratkaisussa, sijainnissa, aukioloajoissa ja asiainnin nopeudessa ja sujuvuudessa yhtä hyvin. Henkilöstön ammattitaitoa, opasteiden tasoa ja tuotteiden ja palveluiden riittävyttä yrittäjät arvostavat enemmän Itellan toimipisteissä kuin asiamiesposteissa.







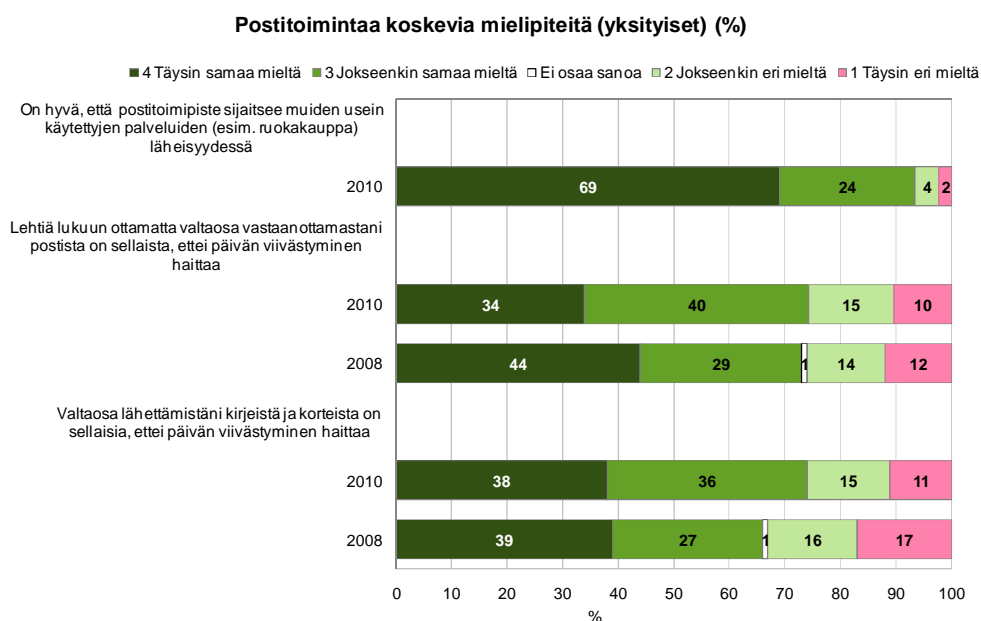
Tarkasteltaessa kehityssuuntia voidaan todeta yksityishenkilöiden tyytyväisyyden virheiden ja ongelmia ratkaisuun kasvaneen ja yritysten vähentyneen (graafiset esitykset liitteenä). Yritykset suhtautuvat myös postitoimipisteen sijaintiin nyt huomattavasti kriittisemmin kuin aiempina vuosina. Asiainnin nopeus ja sujuvuus sekä neuvonnan ja opasteiden taso koetaan molemmissa asiakasryhmissä aiempaa heikompana. Kuluttajien näkemyksissä tuotteiden ja palvelujen riittävydestä ei ole muutoksia. Yritysten tuloksissa on vaihtelua tutkimuskerroittain, muttei selkeää kehityssuuntaa. Positiivinen kehitys on aukioloaikojen sopivuudessa.

## 6. Postitoimintaa koskevia mielipiteitä

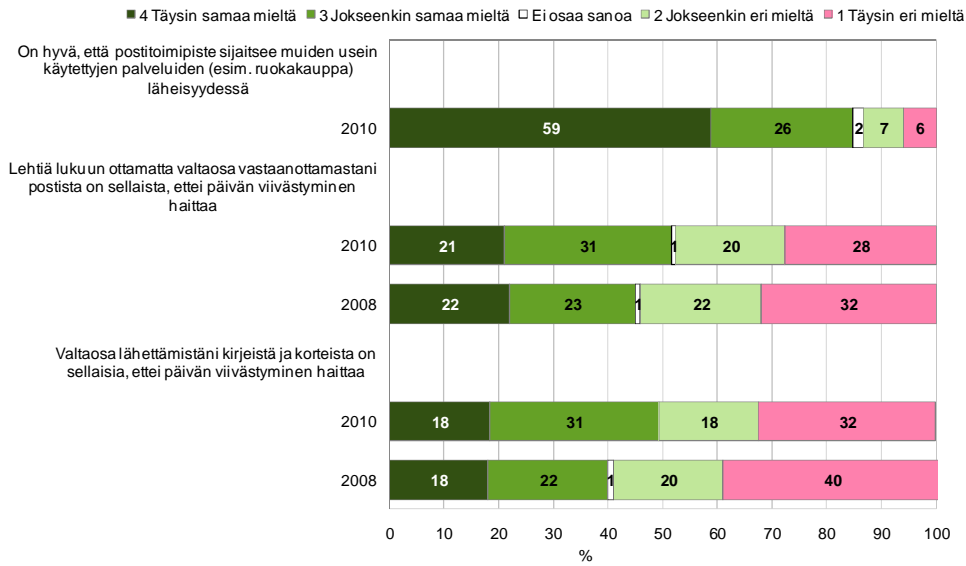
### 6.1 Postitoimipisteen tulee sijaita siellä missä muutkin usein käytetyt palvelut

Lähes kaikki kuluttajat ovat sitä mieltä, että on hyvä, että postitoimipiste sijaitsee muiden usein käytettyjen palvelujen läheisyydessä. Tulos on hyvin looginen ja oletettu, sillä miksi postipalvelut haluttaisiin hoitaa jossakin muualla kuin missä muutoin asioidaan. Myös yrityksille on tärkeää, että postitoimipiste on lähellä muita käytettäviä palveluja.

Valtaosa yksityishenkilöiden vastaanottamasta muusta postista kuin lehdistä on sellaista, ettei päivän viivästyminen haittaa. Myöskään lähetetylle postille päivän viivästyminen ei ole haitta. Yritykselle päivän viivästyminen sekä vastaanotettavissa että erityisesti lähetettävissä posteissa on suurempi haitta kuin yksityishenkilöille. Vuoteen 2008 verrattuna niiden osuus, joita asia haittaa, on pienentynyt.

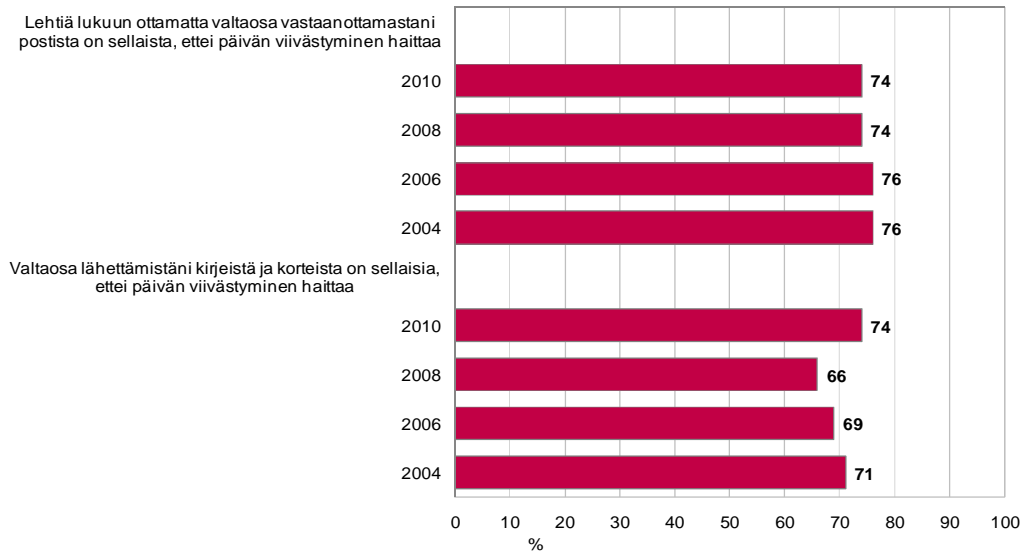


### Postitoimintaa koskevia mielipiteitä (yritykset) (%)

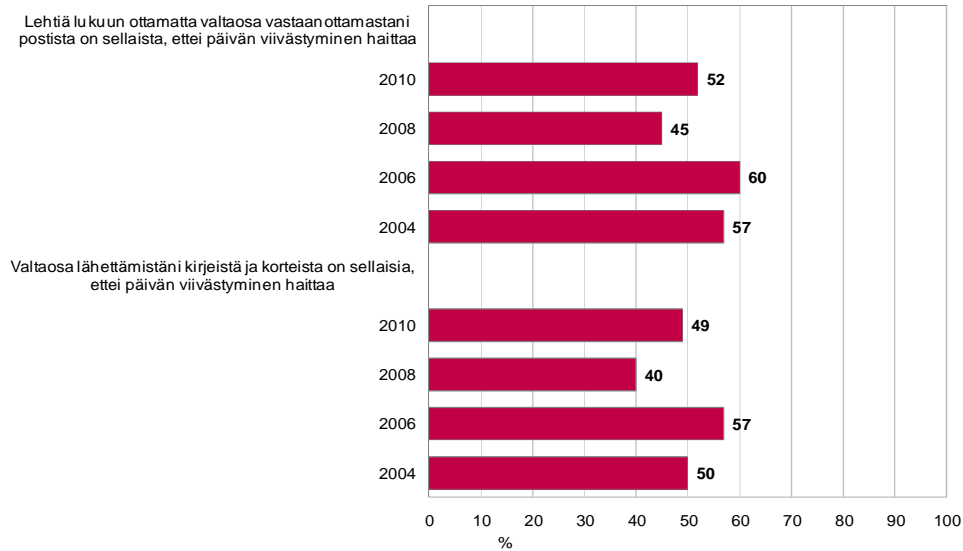


Seuraavissa kuvioissa on esitetty väittämien kanssa täysin tai samaa mieltä olleiden osuudet eri tutkimusajankohtina.

### Postitoimintaa koskevia mielipiteitä (täysin + jokseenkin samaa mieltä olevat) (yksityiset) (%)



**Postitoimintaa koskevia mielipiteitä (täysin + jokseenkin samaa mieltä olevat) (yritykset) (%)**



## 6.2 Edullisempi hinta mahdollistaisi Itella Oyj:n kilpailijan käyttämisen

Sekä yksityishenkilöiltä että yrityksiltä selvitettiin niitä edellytyksiä, joilla he olisivat valmiita käyttämään Itellan sijaan muun postitoimijan palveluita, jos sellainen olisi tarjolla.

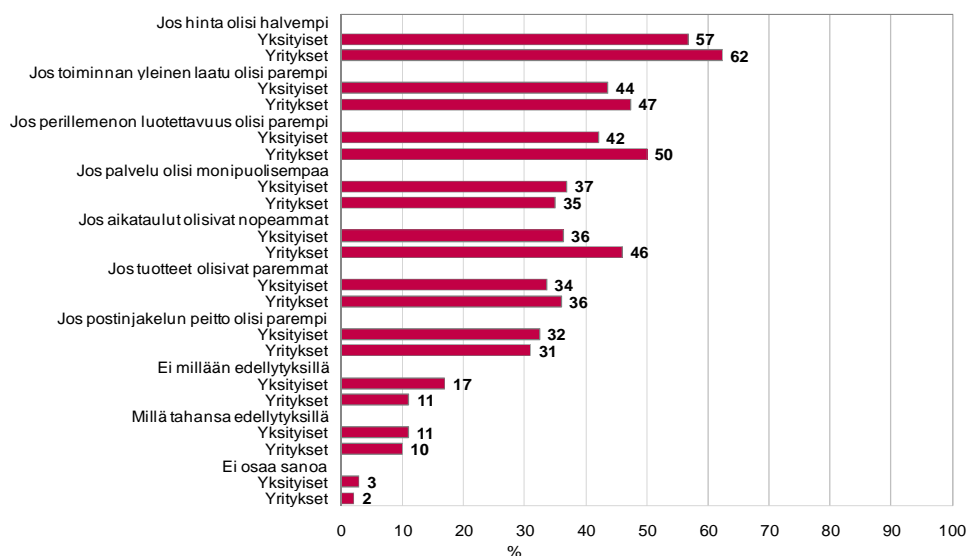
Selvin vaihtamisen motiivi sekä yksityishenkilöillä että yrityksillä on halvempi hinta. Yksityishenkilöt tuovat esille lisäksi yleisen laadun. Hinnan lisäksi yrityksissä korostuvat parempi luotettavuus, yleinen laatu ja nopeammat aikataulut.

Nämä tulokset eivät automaattisesti tarkoita sitä, että kuitenkaan vaihdettaisiin toimittajaa. Ne kertovat lähinnä enemmän asioista, joihin nykyisessä toimittajassa ollaan tyytymättömiä.

Millä tahansa edellytyksillä vaihtavia on noin kymmenesosa. Tästä ryhmästä löytyneet todennäköisimmin palveluntarjoajaa tilaisuuden tullen vaihtavat tai ainakin uutta toimijaa kokeilevat.

Yksityishenkilöistä yrityksiä suurempi osuus on vakaasti sitä mieltä, etteivät vaihtaisi millään edellytyksillä.

**Jos tarjolla olisi muu kuin Itella Oyj, millä edellytyksillä käyttäisi sen palveluita (%)**



Yksityishenkilöitä pyydettiin kertomaan spontaanisti, mitkä ovat sellaisia postitoimintaan liittyviä asioita, joista he haluaisivat huomauttaa tai valittaa.

Noin kahdella kolmasosalla suomalaisista ei näyttäisi olevan huomautettavaa postitoiminnasta. Yleisimmin valituksen kohteet liittyvät jakeluun. Yleisin jakeluun liittyvä harmin aihe on liian myöhäinen jakelu. Toimipisteeseen liittyvistä asioista yleisin on toimipisteen tai kirjelaatikon kaukainen sijainti. Palvelu tuntuu toimivan muutoin, mutta hintoja pidetään kalliina.

Taulukko 3. Tyytymättömyyden aiheita (%).

Jakeluun liittyvät asiat	24
Toimipisteeseen liittyvät asiat	13
Palveluun liittyvät asiat	7
Ei huomauttamisen aihetta	61

## 7. Postipalvelujen käyttäminen

### 7.1 Ykkös- ja kakkosluokan kirjeitä lähetetään yrityksissä edelleen, muiden lähetyksilajien yleisyys vähenemässä

Yritysten edustajilta mitoitettiin kirje-, paketti- ja lehtiliikenteen suuruutta eli miten paljon eri lähetyksilajeja yrityksistä lähetetään.

Alla olevasta taulukosta puolestaan selviää eri lähetyksilajien käyttö yrityksissä vuodesta 2002 lähtien. Tämän perusteella näyttäisi siltä, että ykkös- ja kakkosluokan kirjeitä lukuun ottamatta muiden lähetyksilajien osuudet ovat vähenemässä. Selvimmin muutos näkyy pakettien ja kappaleavaran lähettämässä. Tuloksia arvioidessa tulee huomioida, että kyseessä on vastaajan muistiin perustuva arvio siitä, mitä yrityksestä on tavanomaisen viikon aikana postitettu.

Taulukko 4. Eri lähetyksilajien käyttö yrityksissä (%).

	2002	2004	2006	2008	2010
Ykkös- tai kakkosluokan kirjeitä	98	99	97	98	96
Paketteja, kappaleavaraa	65	64	63	67	50
Pikakirjeitä, pikalähetyksiä	43	42	39	37	26
Kirjattuja tai vakuutettuja lähetyksiä	35	41	36	25	19
Postiennakkolähetyksiä	30	22	27	21	17
Kuriiri- tai lähettikirjeitä (ei Itellan kautta)	15	19	15	21	14
Osoitteellisia joukkokirjeitä	22	15	13	18	12
Multikirjeitä, e-kirjeitä	2	5	5	7	5
Osoitteettomia lähetyksiä	7	6	4	4	2
Lehtiä	8	5	3	7	3

Valtaosassa yrityksistä saapuva posti tulee normaalikannossa ja lähtevä posti viedään itse postiin. Vajaalla kymmenesosalla haastatteluista yrityksistä on käytössä nouto- ja vientipalvelusopimus Itellan kanssa. Tulos on vuosien 2002–2006 tapainen.

Taulukko 5. Postin noudon ja viennin järjestäminen yrityksissä (%).

	2002	2004	2006	2008	2010
Nouto- ja vientipalvelusopimus Itellan kanssa	11	13	13	24	9
Nouto- ja vientipalvelusopimus muun kanssa	1	2	1	5	2
Saapuva posti normaalissa kannossa, lähtevä viedään itse	76	71	73	50	78
Saapuva posti noudetaan itse postilokerosta, lähtevä viedään itse	10	11	7	17	10
Muu tapa	3	3	4	2	2

Yritysten ja toimipaikkojen vastaajilta tiedusteltiin lisäksi muiden kuin Itellan palveluiden käyttämistä. Neljässä yrityksessä kymmenestä käytetään vain Itellan palveluja.

Tärkeimmät yhteistyökumppanit löytyvät linja-auto ja kuorma-autopalveluja tarjoavista yrityksistä (esim. Matkahuolto, Transpoint) sekä kuriiriyrityksistä kuten aikaisempinakin vuosina. Erilaisten kuriiriyritysten käyttö näyttäisi yleistyneen, samoin kuorma-autopalveluita tarjoavien yritysten käyttö.

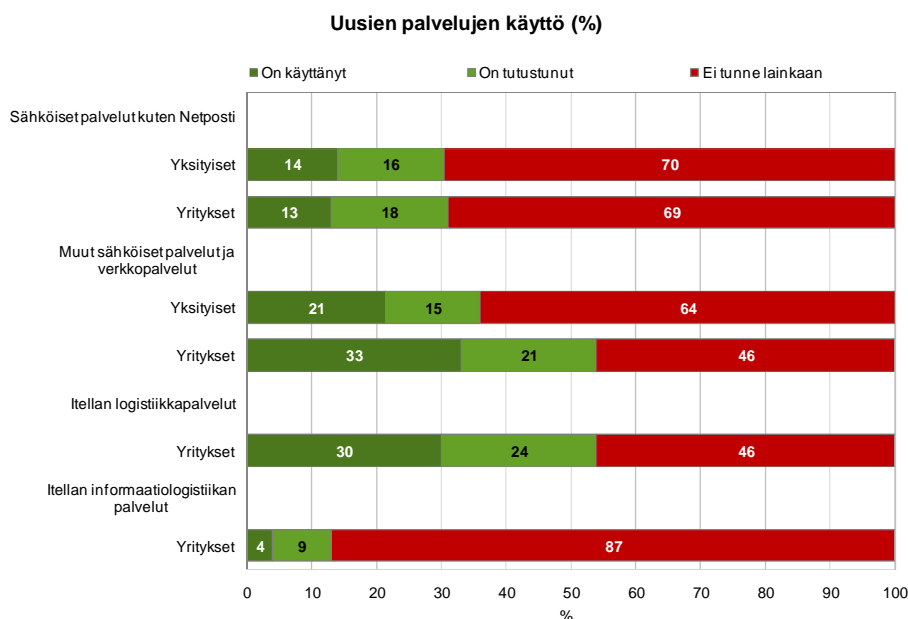
Taulukko 6. Muiden kuljetusorganisaatioiden kuin Itellan käyttäminen (%).

	2002	2004	2006	2008	2010
Matkahuolto, linja-autot	46	31	40	32	35
Transpoint, Kiitolinja, Cargo Express, kuorma-autot	32	25	43	21	33
DHL, TNT, USB, Citymail, muu kuriiriyritys	20	20	43	11	29
Lähettyyritys	17	10	22	8	8
Muu kuljetusorganisaatio	8	9	10	5	8
VR, rautatiet	7	4	7	3	4
Ei käytetä muuta kuin Itellaa	36	42	28	49	43

## 7.2 Sähköinen viestintä suomalaisten nykypäivää

Sekä yrityksistä että yksityishenkilöistä noin joka seitsemäs on käyttänyt Netpostia. Hieman suurempi osuus on tutustunut siihen, mutta valtaosalle Netposti on vielä tuntematon palvelu. Muut Itellan tarjoamat sähköiset ja verkkopalvelut ovat Netpostia käytetympiä ja tunnetumpia. Käytetyin muu sähköinen ja verkkopalvelu on lähetyksen seuranta verkkopalvelussa.

Yritysten palveluista Itellan logistiikkapalvelut ovat selvästi käytetympiä kuin informaatiologiikan palvelut.



Sähköisen viestinnän yleistymisellä on selvästi ollut yritysten perinteistä kirjeliikennettä supistava vaikutus. Joka tutkimuskierroksella yhä useampi on todennut, että uudet tavat vähentävät perinteistä paljon. Tilanne on muuttunut selkeästi vuodesta 2008. Yli puolet yrityksistä on sitä mieltä, että sähköpostin ja matkapuhelimen käyttö on vähentänyt paljon kirjeiden lähettämistä ja vastaanottamista ja vain vajaa kymmenes arvioi, ettei asialla ole ollut vaikutusta.

Taulukko 7. Yritykset ja sähköinen viestintä (%).

Sähköpostin ja matkapuhelimen käytön vaikutus perinteisten kirjeiden lähettämiseen ja vastaanottamiseen

	2002	2004	2006	2008	2010
Vähentänyt paljon	23	31	39	20	51
Vähentänyt jonkin verran	36	34	37	35	27
Vähentänyt vain vähän	16	12	11	14	13
Ei ole vähentänyt	25	23	13	30	9

Sähköinen viestintä on vakiintunut suomalaisten käyttöön. Yhdeksällä kymmenestä on käytössään tietokone, samoin sähköpostiyhteys niillä, joilla on käytössään tietokone. Laajakaistayhteys on kahdeksalla kymmenestä tietokoneen käyttäjästä. Matkapuhelin on käytössä lähes kaikilla.

Sähköpostin ja matkapuhelimen käyttö on vähentänyt perinteisten kirjeiden lähettämistä ja vastaanottamista puolella suomalaisista ja puolella asia ei ole vaikuttanut. Se, ettei asialla ole vaikutusta, voi kertoa myös siitä, ettei lähetä ja vastaanota perinteisiä kirjeitä.



Taulukko 8. Yksityishenkilöt ja sähköinen viestintä (%).

	2004	2006	2008	2010
Käytössä...				
Tietokone	77	84	88	89
..kotona				87
..työ/opiskelupaikalla				58
Laajakaistayhteys				82
...kotona				77
..työ/opiskelupaikalla				52
Sähköposti	88	92	93	92
Matkapuhelin	95	97	99	99
Sähköpostin ja matkapuhelimen käytön vaikutus perinteisten kirjeiden lähettämiseen ja vastaanottamiseen				
On vähentänyt	48	58	53	50
Ei ole vaikuttanut	50	42	46	49

### 7.3 Yrityksillä kuluttajia enemmän valmiutta ottaa vastaan postilähetykset sähköisesti

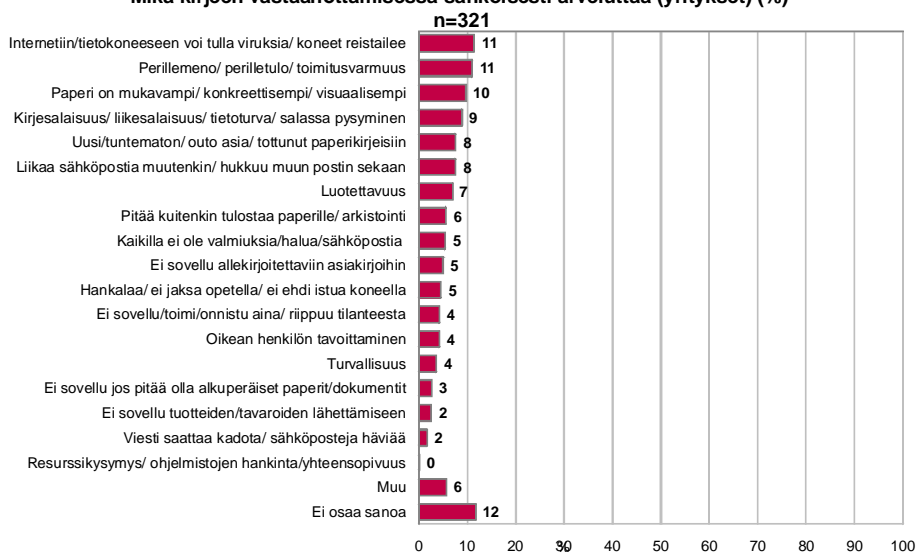
Yksityishenkilöistä lähes kaksi viidestä ja yrityksistä reilu kolmannes olisi valmis vastaanottamaan postilähetykset sähköpostiin tai muulla sähköisellä tavalla. Näin katsottuna näyttäisi siltä, että yksityishenkilöt suhtautuisivat asiaan yrityksiä myönteisemmin. Kun tarkastellaan asiaa kielteisten kannalta, on kuluttajista selvä enemmistö sitä mieltä, etteivät he ole valmiita vastaanottamaan sähköisiä postilähetyksiä. Yrityksissä on selvästi yksityishenkilöitä enemmän niitä, jotka eivät vielä ole muodostaneet kantaansa.”



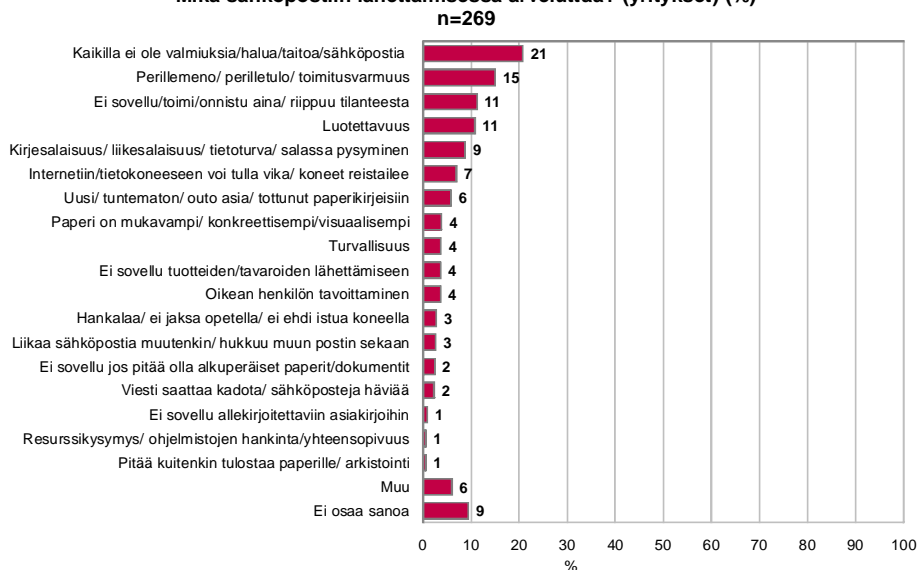
Yksityishenkilöiden kielteistä valmiutta selittää pääosin se, ettei käytä tai käytää hyvin harvoin tietokonetta tai sähköpostia. Näitä pitävät käytön esteenä myös yritykset ajateltaessa sitä, miksi eivät lähettäisi postia sähköisesti. Yrityksissä vastaanottamisen esteenä korostuvat epäilykset teknisistä ongelmista ja toimitusvarmuudesta sekä tietosuojakysymykset. Sekä kuluttajat että yritykset arvostavat nykyisen paperimuotoisen postilähetyksen luotettavuutta ja konkreettisuutta.



### Mikä kirjeen vastaanottamisessa sähköisesti arveluttaa (yritykset) (%)

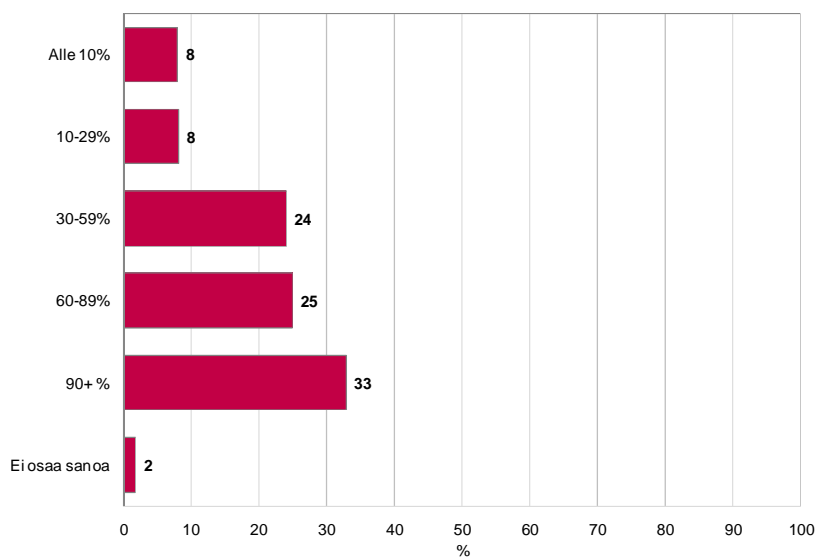


### Mikä sähköpostiin lähettämisessä arveluttaa? (yritykset) (%)



Kolmanneksessa suomalaisyrityksistä sähköisten viestin osuus on vähintään 90 prosenttia. Valtaosassa yrityksissä sähköistä viestintää on edes jonkin verran. Alle 30 prosenttia sähköistä viestintää on vajaassa viidesosassa yrityksiä.

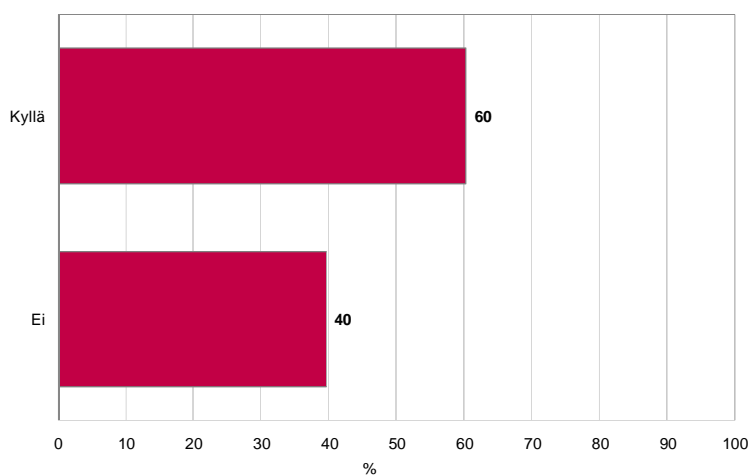
### Sähköisessä muodossa kirjoitettujen viestien osuus (yritykset) (%)



Yksityishenkilöistä 60 prosenttia on ostanut sähköisesti hyödykkeen, joka on toimitettu kotiin tai noutopisteeseen. Yleisimmin hyödyke toimitettiin noudettavaksi postitoimipisteestä tai Itella toimitti suoraan kotiin.

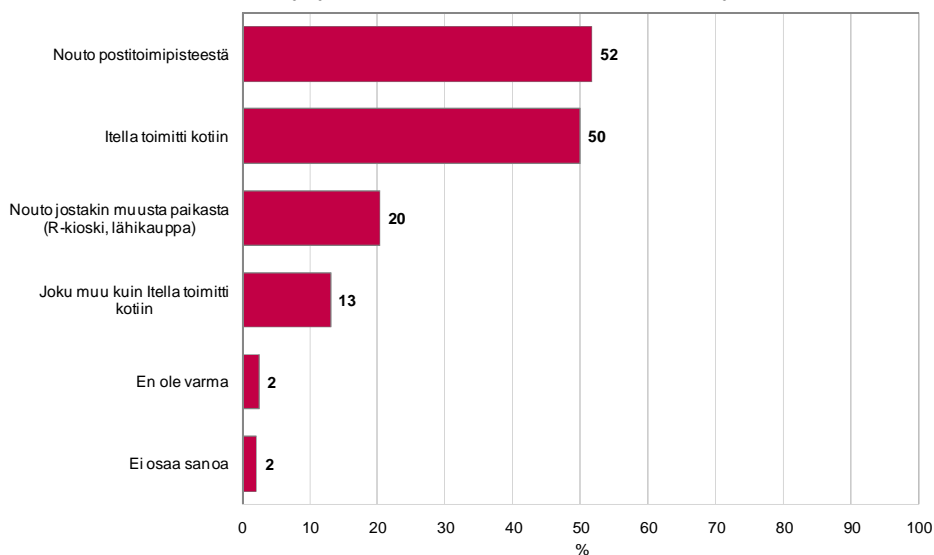
Internetin kautta ostaneista kuluttajista yli puolet arvioi ostavansa jatkossa enemmän netin kautta. Neljällä kymmenestä ostokset pysyvät ennallaan. Vain marginaalinen joukko ennakoii netistä tekemiensä ostosten vähenevän.

### Onko tehnyt ostoksia Internetin kautta kahden viimeisen vuoden aikana (yksityiset) (%)



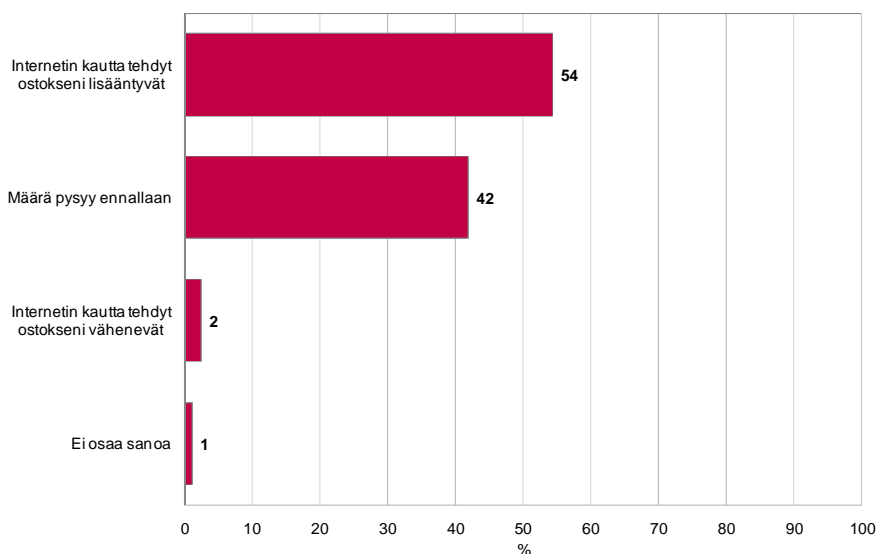
### Mitä kautta ostettu hyödyke toimitettiin perille (yksityiset) (%) n=603

Vastaajat, jotka olivat viimeisen kahden vuoden aikana ostaneet jotain Internetistä



### Ostokset Internetin kautta tulevaisuudessa (%) n=603

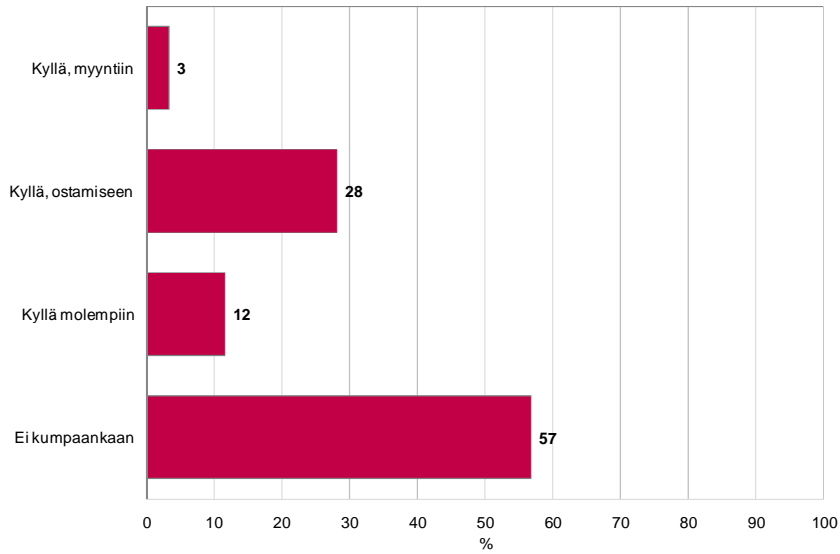
Vastaajat, jotka olivat viimeisen kahden vuoden aikana ostaneet jotain Internetistä



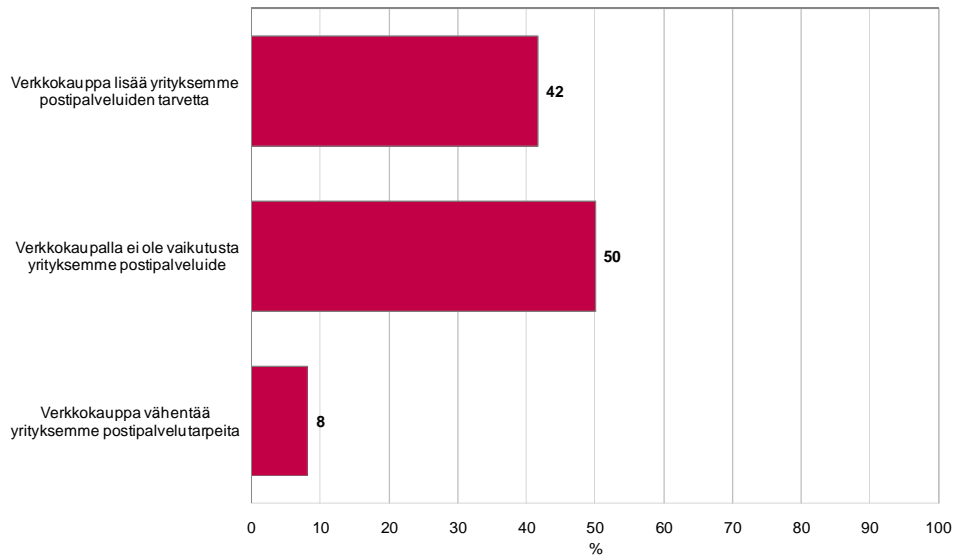
Yrityksissä verkkokauppaa käytetään lähinnä tuotteiden ostamiseen. Valtaosassa yrityksiä verkkokaupan käyttäminen ei kuulu toimintatapoihin, sillä yli puolessa haastatteluista yrityksistä verkkokauppa ei käytetä myyntiin eikä ostamiseen.

Puolessa yrityksistä ei arvella verkkokaupan vaikuttavan millään lailla yrityksen postipalvelutarpeisiin. Verkkokaupan uskotaan kuitenkin vaikuttavan enemmän lisäävästi kuin vähentävästi yrityksen postipalvelutarpeille, jos jotain muutosta verkkokauppa aiheuttaa.

**Käytättekö yrityksessänne verkkokauppaa tuotteiden myyntiin tai ostamiseen? (%)**

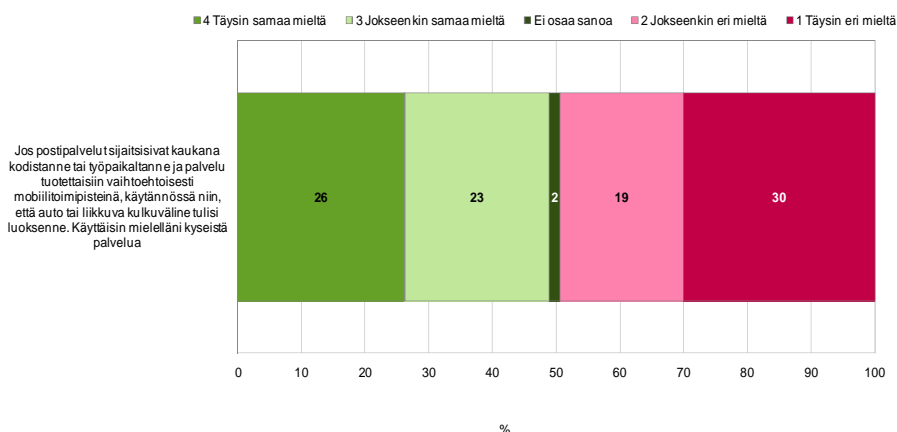


**Millä tavalla luulette, että tavaroiden verkkokauppa vaikuttaa yrityksenne postipalvelutarpeisiin? (%)**



Valmius käyttää mobiilia postitoimipistettä jakaa suomalaiset. Asialle valmiita on noin puolet ja puolelle käyttökynnys on vielä suuri. Asialle myönteisesti suhtautuvien osuus on yleensä uusia palveluja ja toimintatapoja kohtaan liittyvään vastarinta huomioiden suurehko.

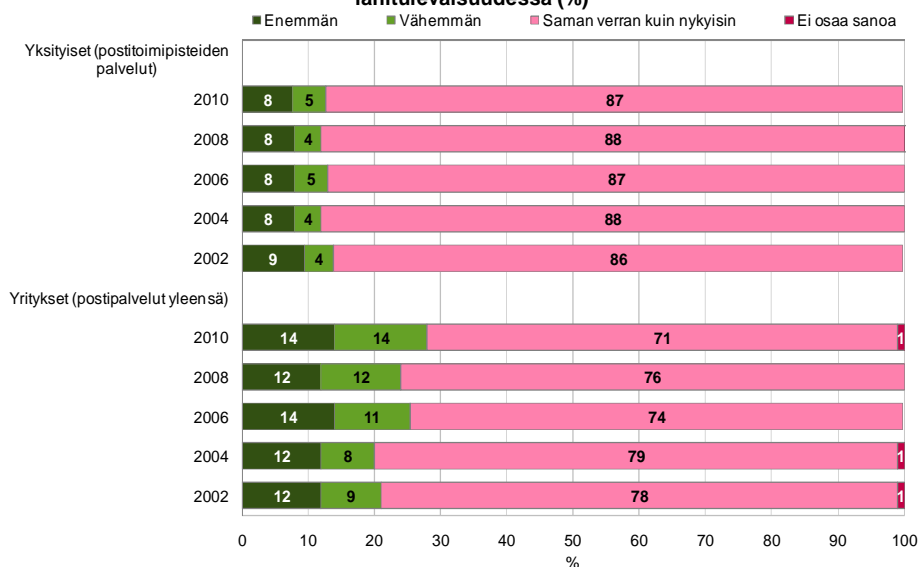
### Valmius käyttää mobiilin postitoimipisteen palveluja (%)



### 7.4 Arviot postipalvelujen käytöstä yksityishenkilöillä vakiintuneet, yrityksissä lisäystä sekä enemmän että vähemmän käyttävissä

Postipalvelujen käyttäminen jatkuu jatkossakin. Lähes kaikki kuluttajat ja lähes yhdeksän yritystä kymmenestä käyttävät postipalveluja edelleen vähintään saman verran kuin nykyisin. Yksityishenkilöistä käyttöä lisääviä on vajaa kymmenes. Joka seitsemännessä yrityksessä arvioidaan tarpeiden lisääntyvän ja samoin joka seitsemännessä puolesta vähenevän. Nämä osuudet ovat vuoteen 2008 verrattuna hieman suuremmat.

### Arviot postitoimipisteiden postipalvelujen käyttämisestä lähitulevaisuudessa (%)

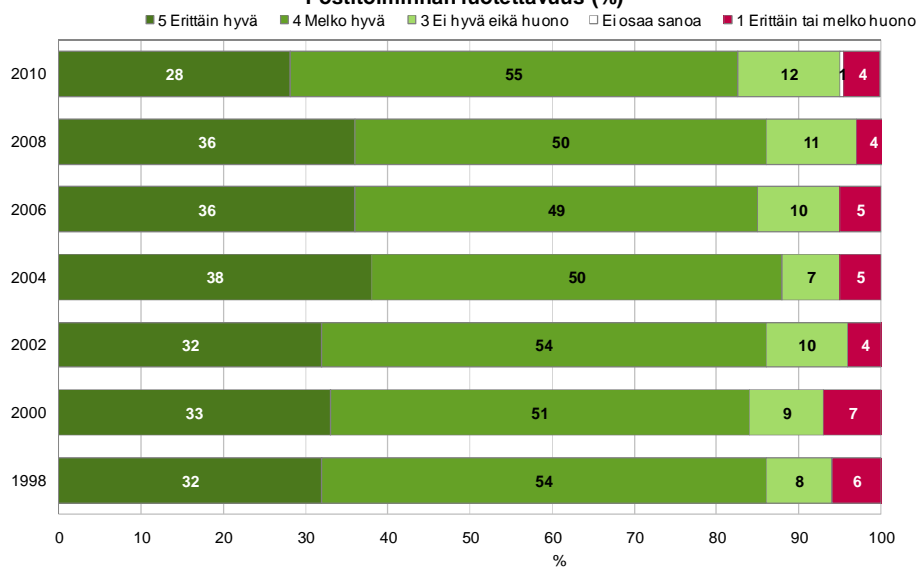




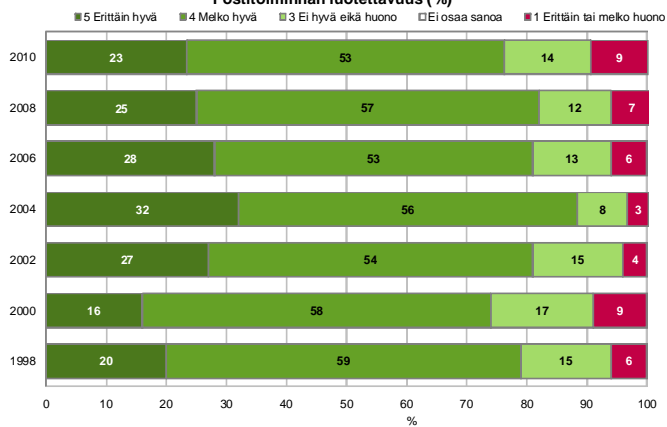


LIITEKUVAT

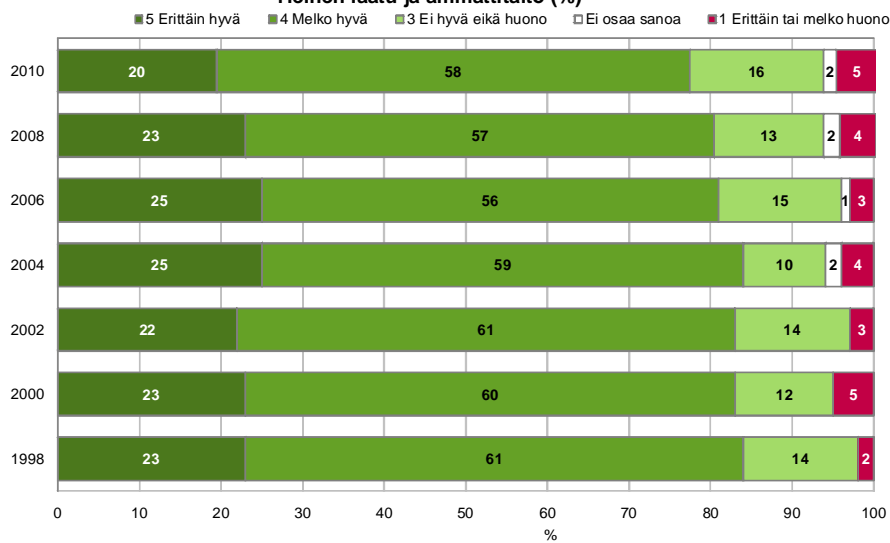
**Postitoimintaa koskevat arviot (yksityiset) :**  
**Postitoiminnan luotettavuus (%)**



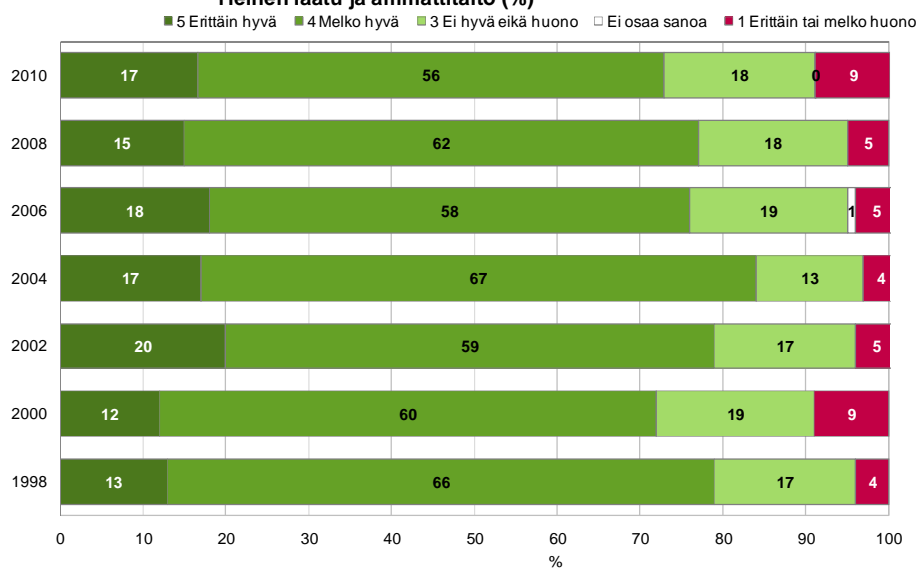
**Postitoimintaa koskevat arviot (yritykset) :**  
**Postitoiminnan luotettavuus (%)**



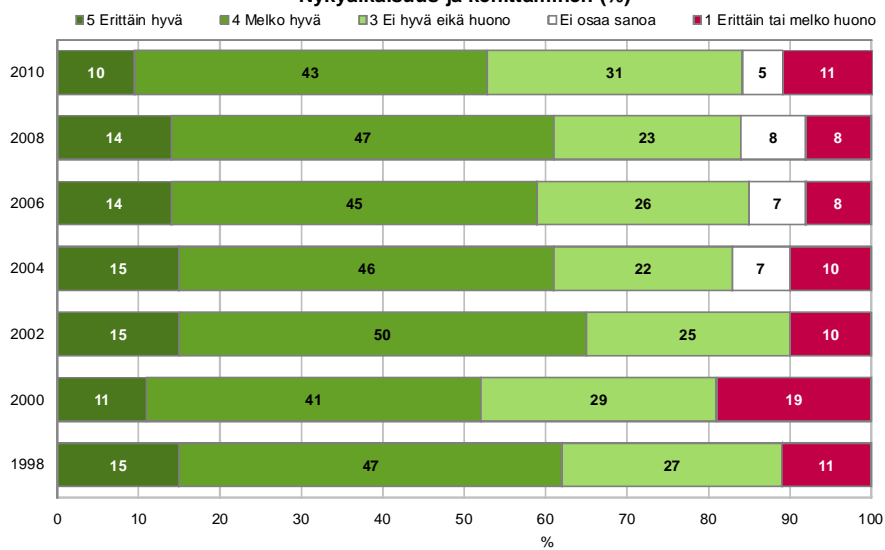
**Postitoimintaa koskevat arviot (yksityiset) :**  
**Yleinen laatu ja ammattitaito (%)**



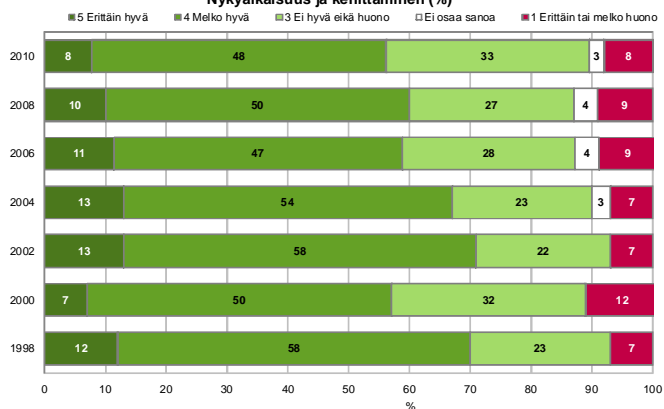
**Postitoimintaa koskevat arviot (yritykset) :**  
**Yleinen laatu ja ammattitaito (%)**



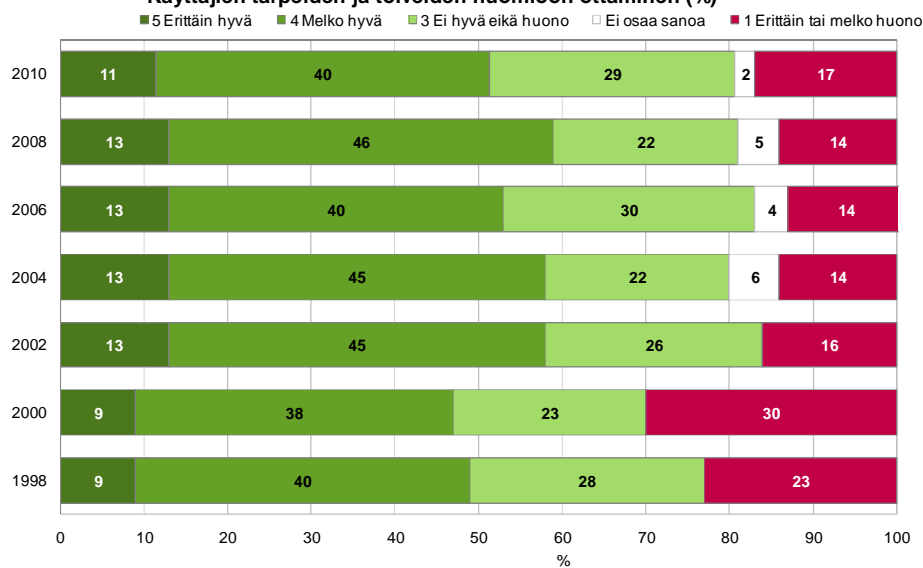
**Postitoimintaa koskevat arviot (yksityiset) :  
Nykyaikaisuus ja kehittäminen (%)**



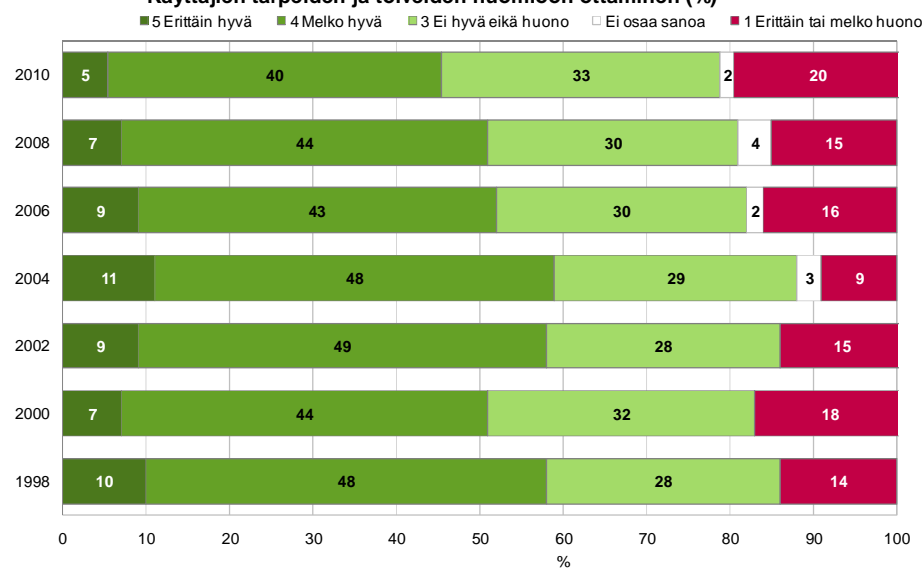
**Postitoimintaa koskevat arviot (yritykset) :  
Nykyaikaisuus ja kehittäminen (%)**



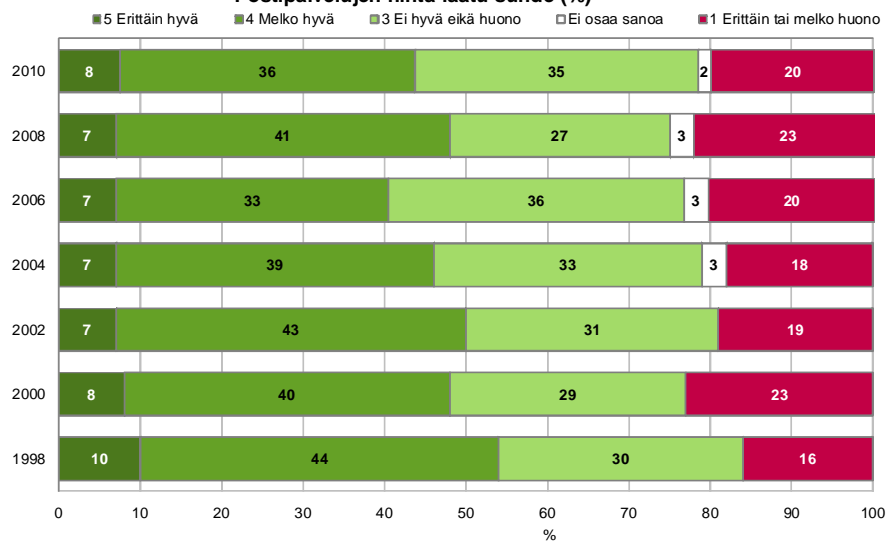
**Postitoimintaa koskevat arviot (yksityiset) :**  
**Käyttäjien tarpeiden ja toiveiden huomioon ottaminen (%)**



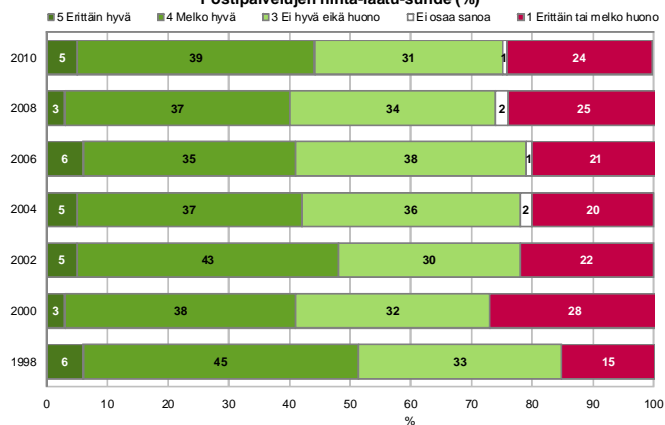
**Postitoimintaa koskevat arviot (yritykset) :**  
**Käyttäjien tarpeiden ja toiveiden huomioon ottaminen (%)**

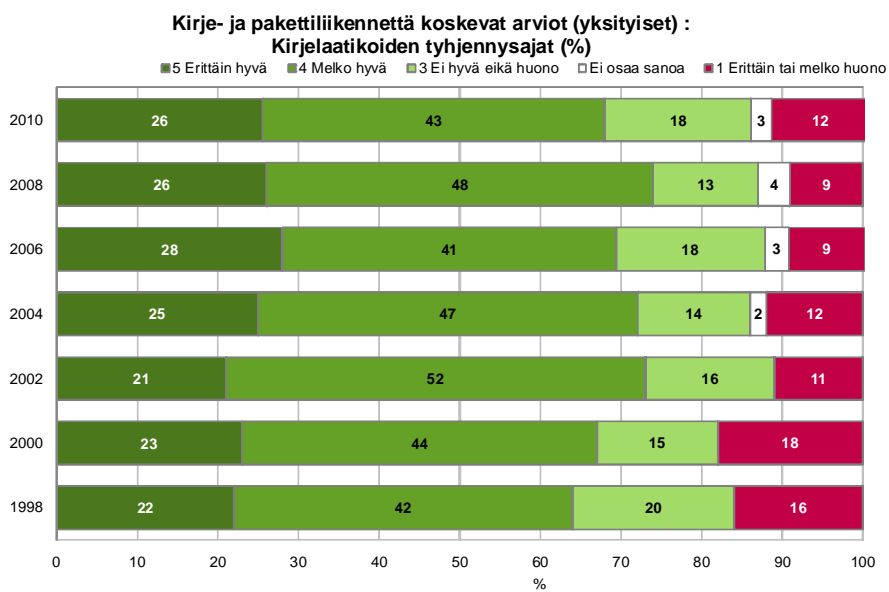
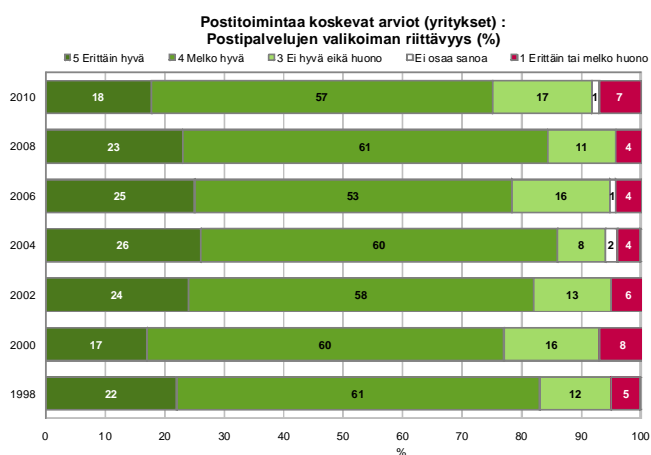


**Postitoimintaa koskevat arviot (yksityiset) :  
Postipalvelujen hinta-laatu-suhde (%)**



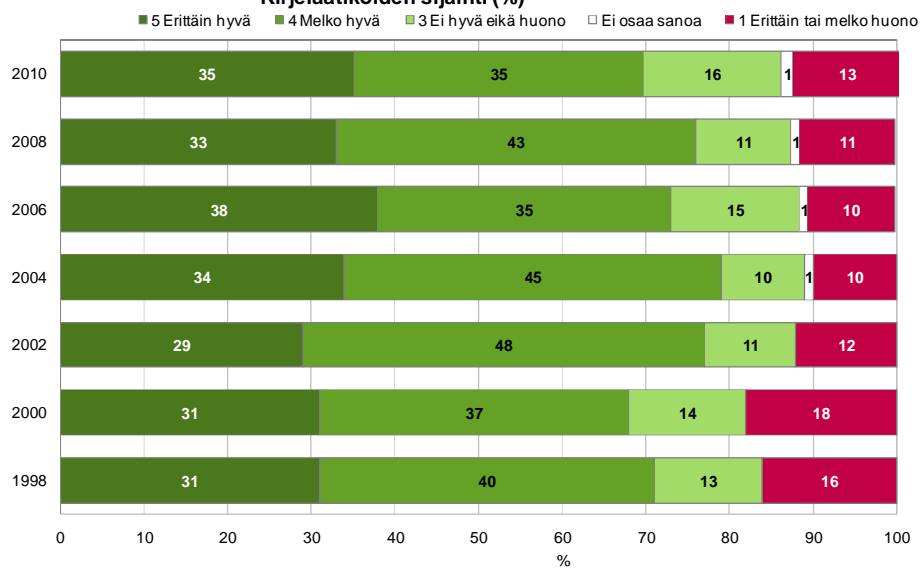
**Postitoimintaa koskevat arviot (yritykset) :  
Postipalvelujen hinta-laatu-suhde (%)**





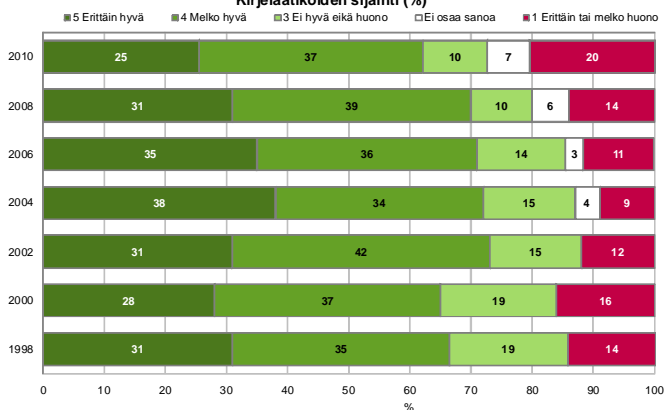
## Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yksityiset) :

## Kirjelaatikoiden sijainti (%)



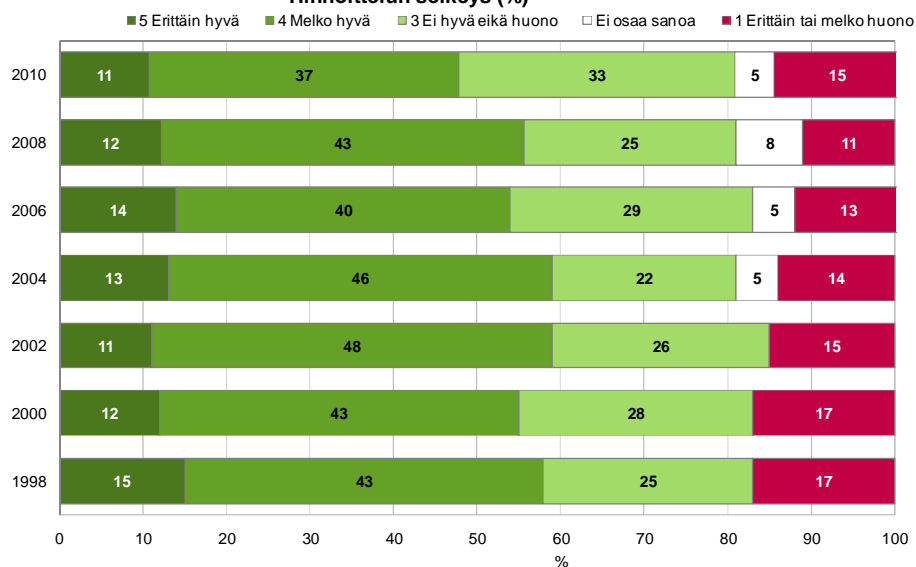
## Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yritykset) :

## Kirjelaatikoiden sijainti (%)



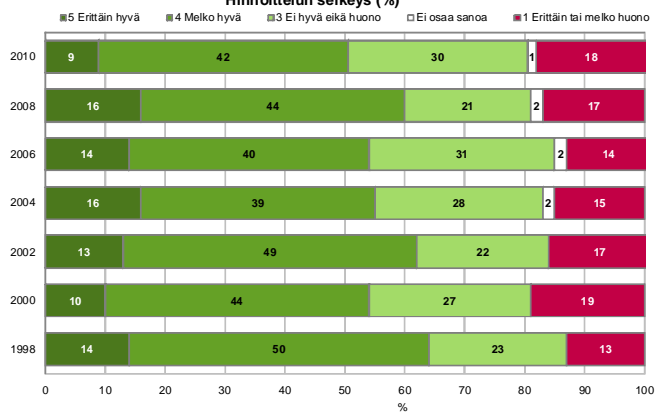


**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yksityiset) :  
Hinnittelun selkeys (%)**

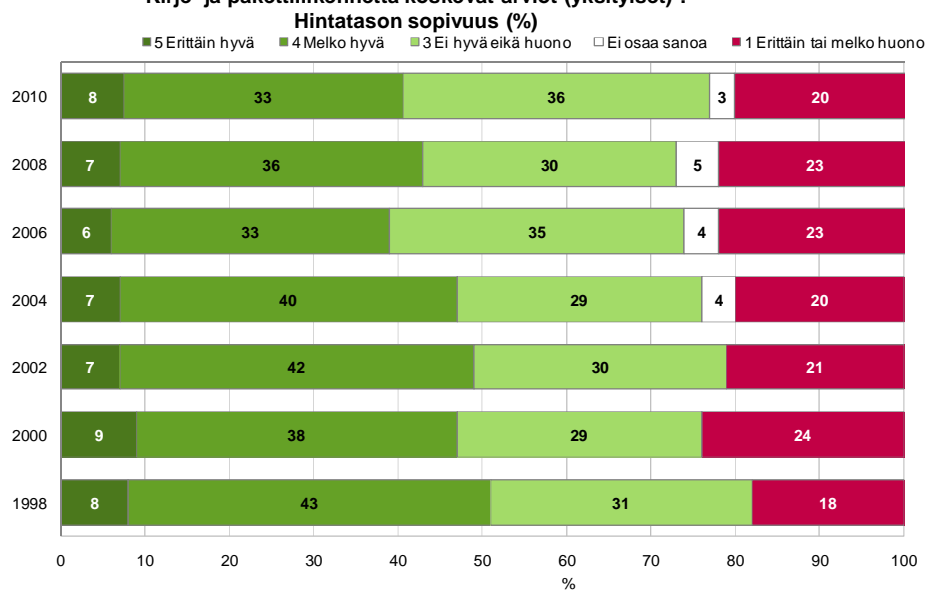


**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yritykset) :**

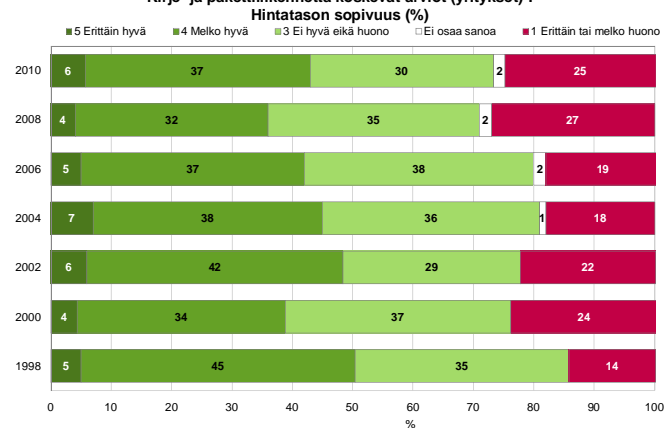
**Hinnittelun selkeys (%)**



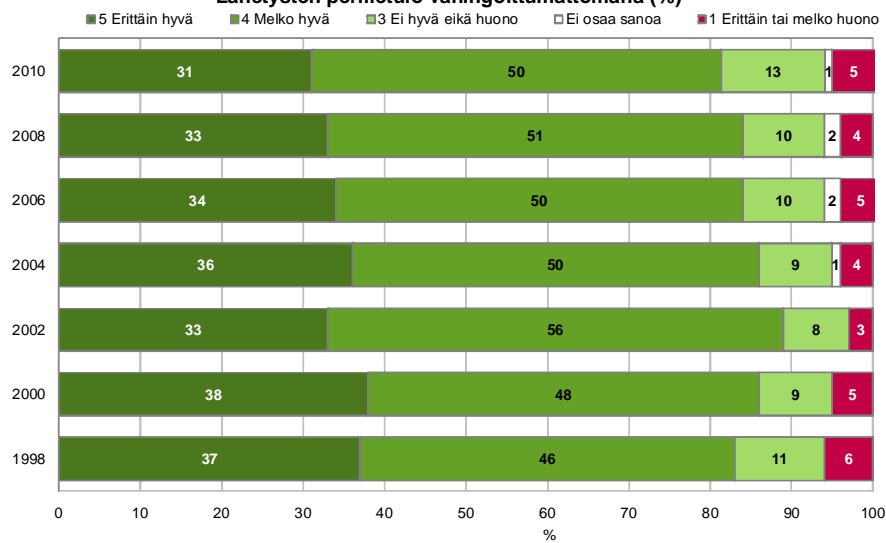
## Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yksityiset) :



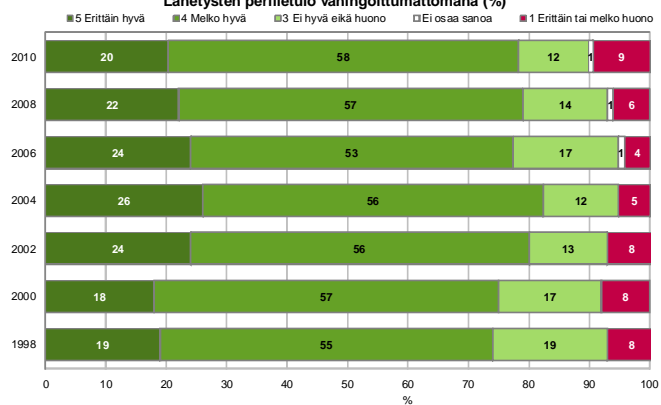
## Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yritykset) :



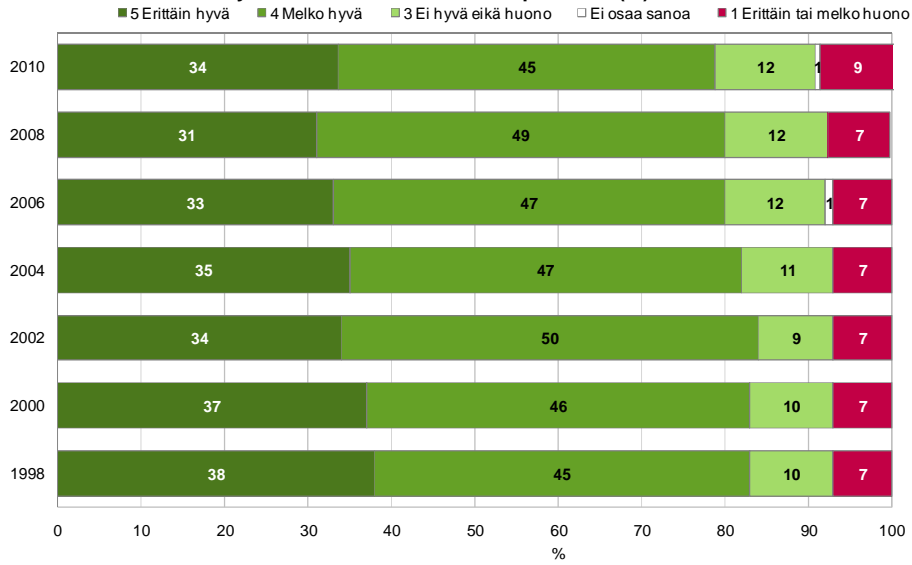
**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yksityiset) :**  
**Lähetysten perilletoivo vahingoittumattomana (%)**



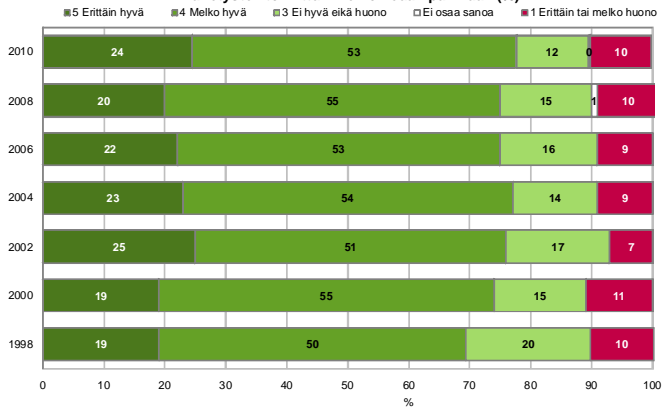
**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yritykset) :**  
**Lähetysten perilletoivo vahingoittumattomana (%)**



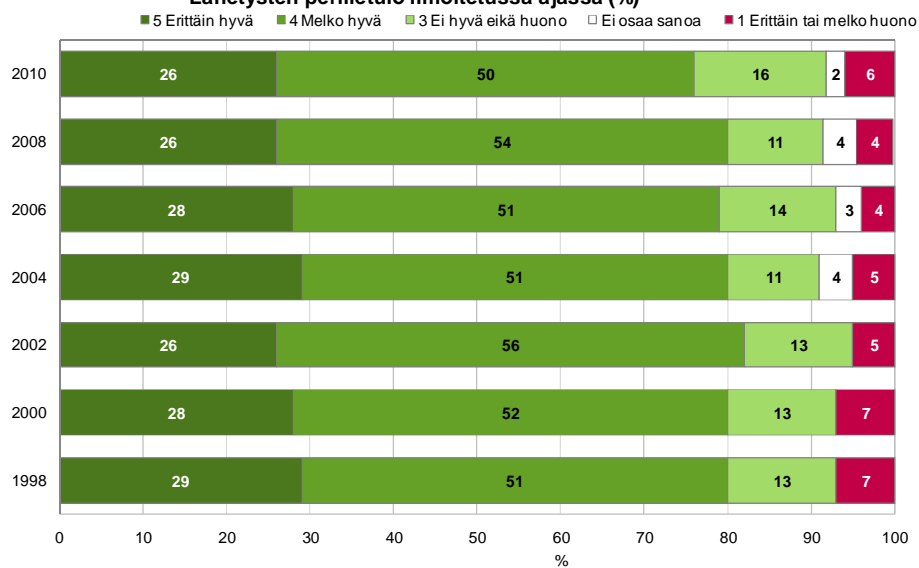
**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yksityiset) :  
Lähetysten toimittaminen oikeaan paikkaan (%)**



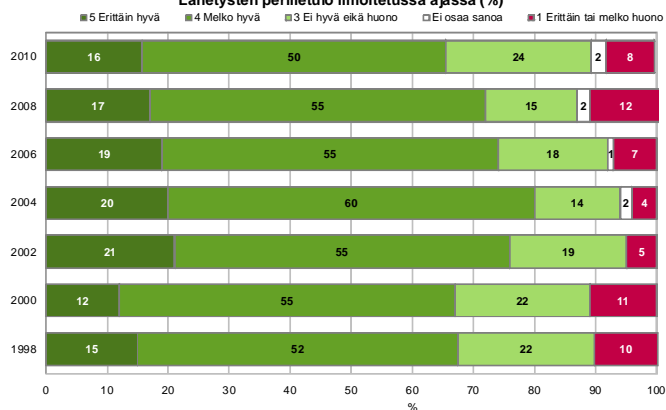
**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yritykset) :  
Lähetysten toimittaminen oikeaan paikkaan (%)**



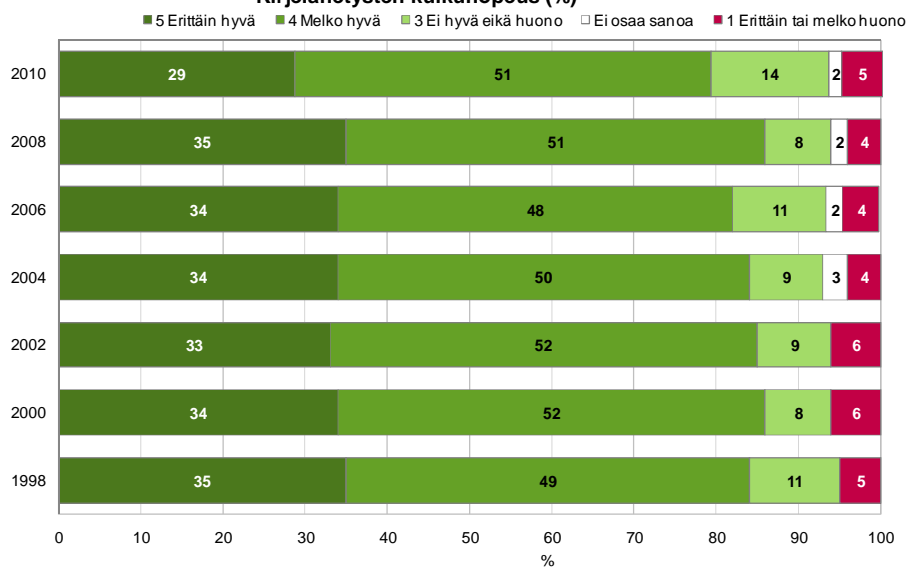
**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yksityiset) :  
Lähetysten perille-tulo ilmoitetussa ajassa (%)**



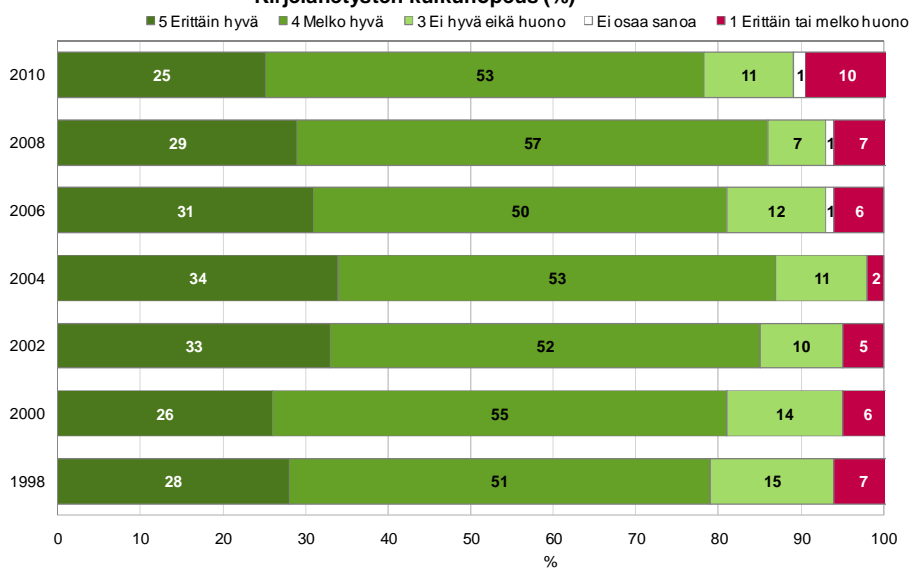
**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yritykset) :  
Lähetysten perille-tulo ilmoitetussa ajassa (%)**



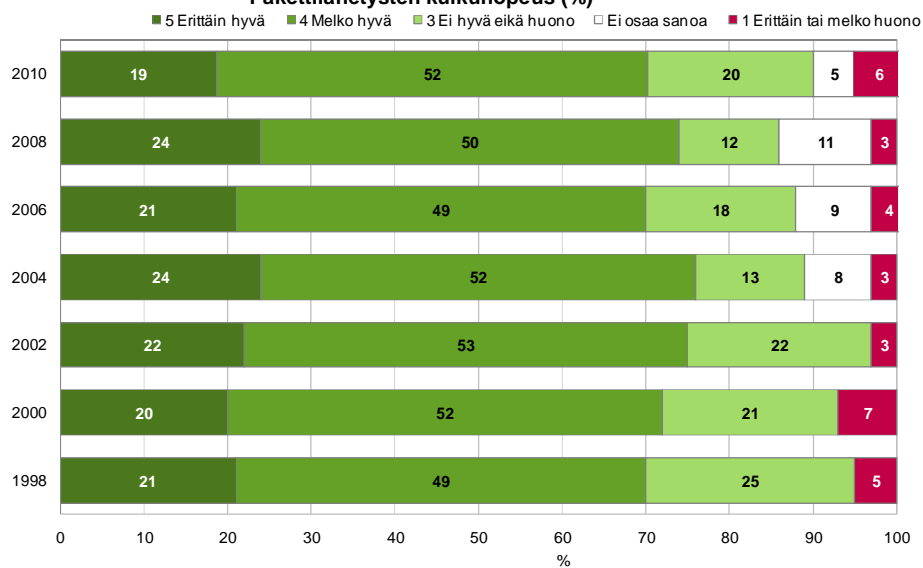
**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yksityiset) :**  
**Kirjelähetysten kulkunopeus (%)**



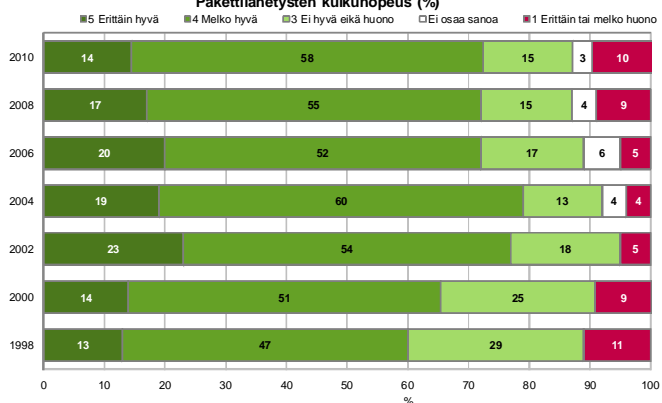
**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yritykset) :**  
**Kirjelähetysten kulkunopeus (%)**

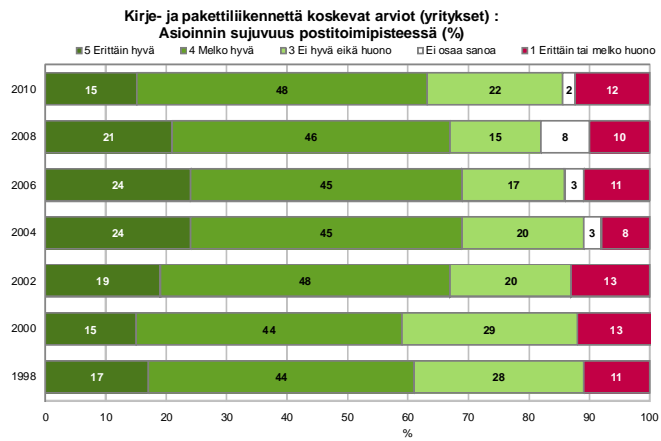


**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yksityiset) :  
Pakettilähetysten kulkunopeus (%)**

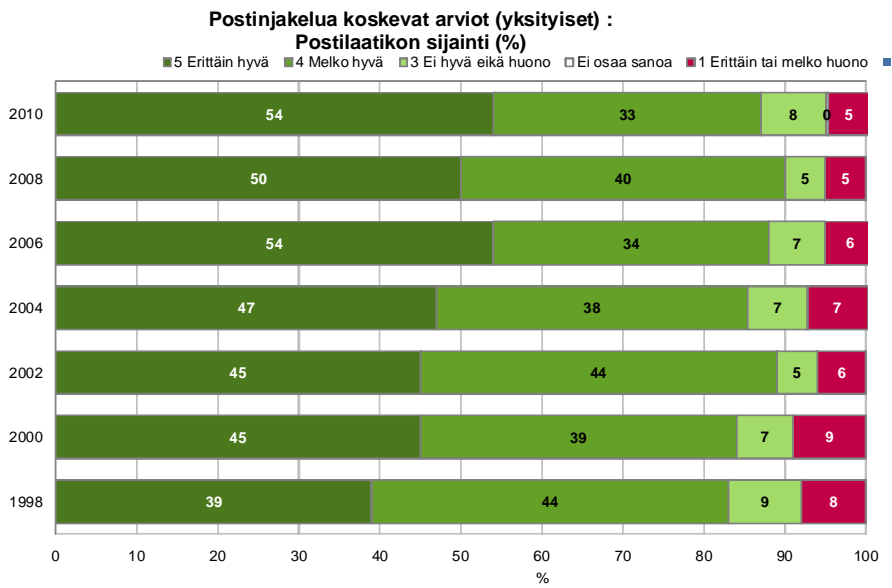
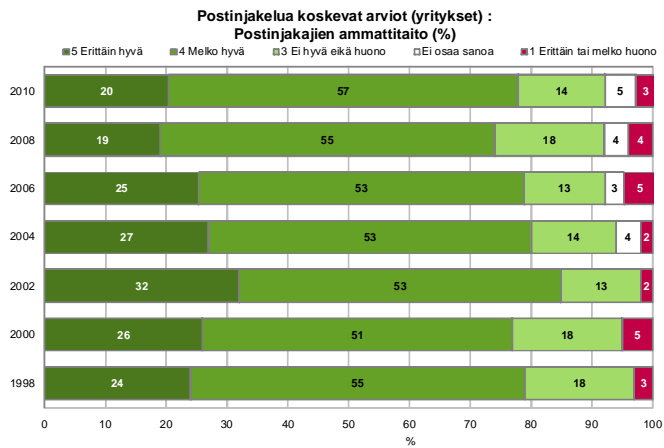


**Kirje- ja pakettiliikennettä koskevat arviot (yritykset) :  
Pakettilähetysten kulkunopeus (%)**

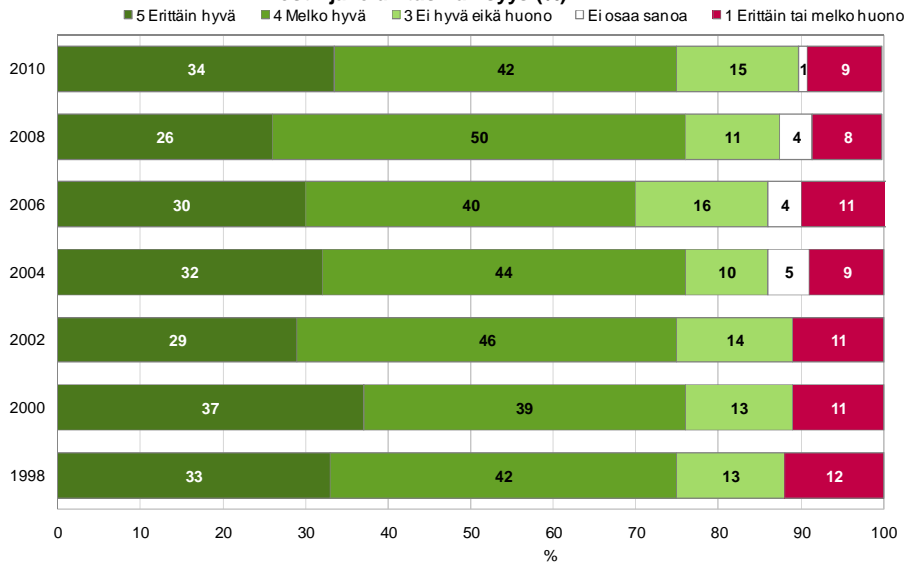




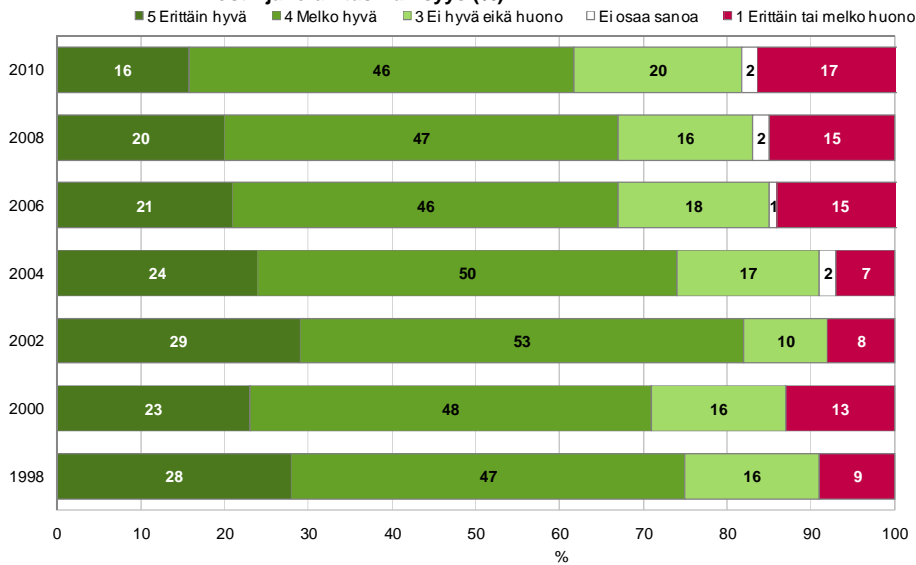




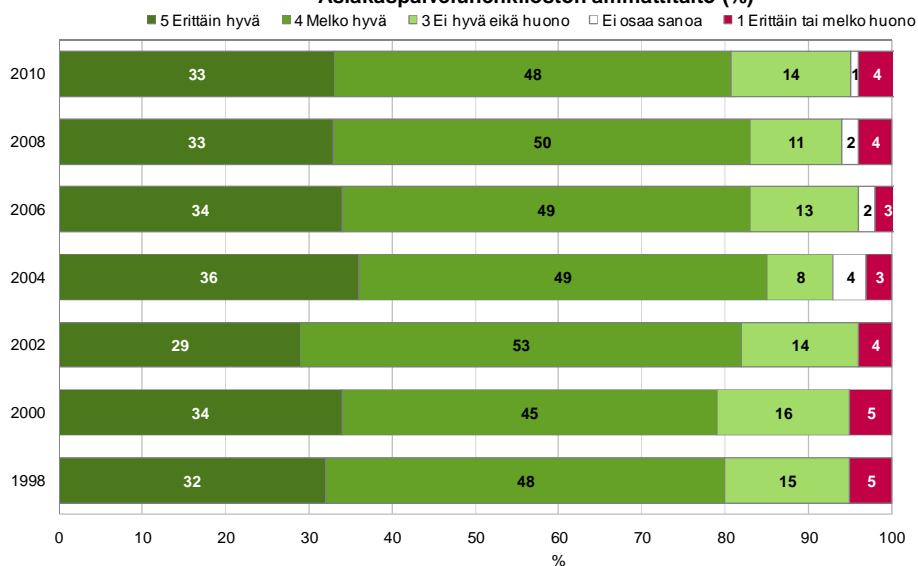
**Postinjakelua koskevat arviot (yksityiset) :**  
**Postinjakelun täsmällisyys (%)**



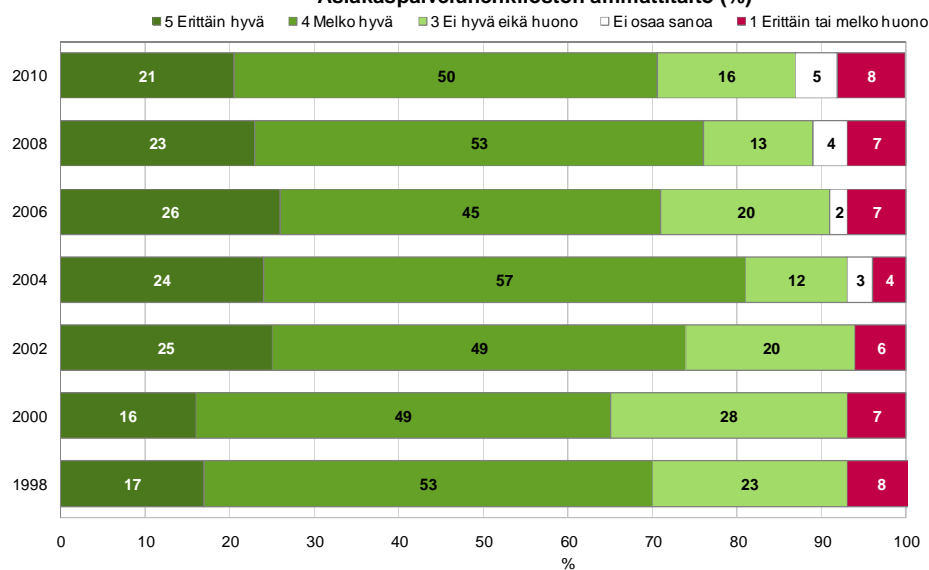
**Postinjakelua koskevat arviot (yritykset) :**  
**Postinjakelun täsmällisyys (%)**



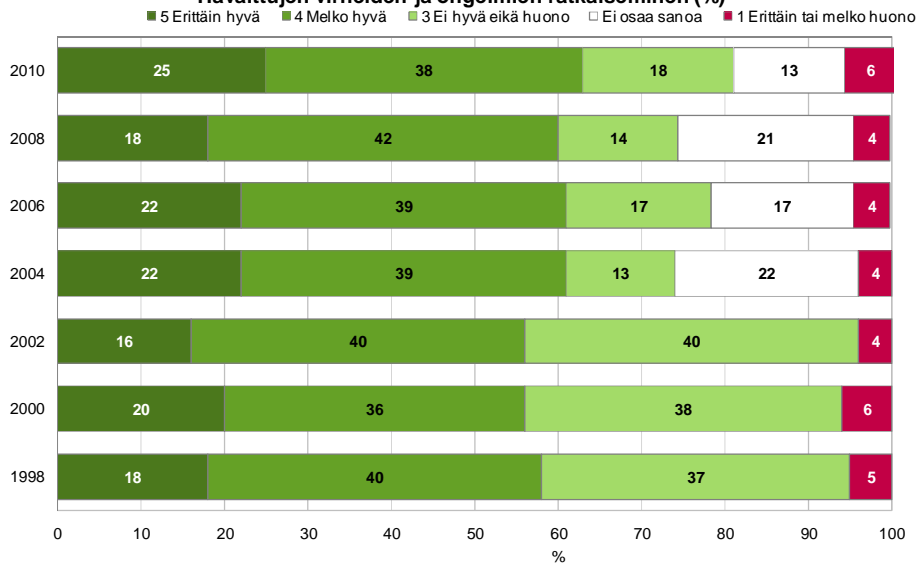
**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yksityiset) :  
Asiakaspalveluhenkilöstön ammattitaito (%)**



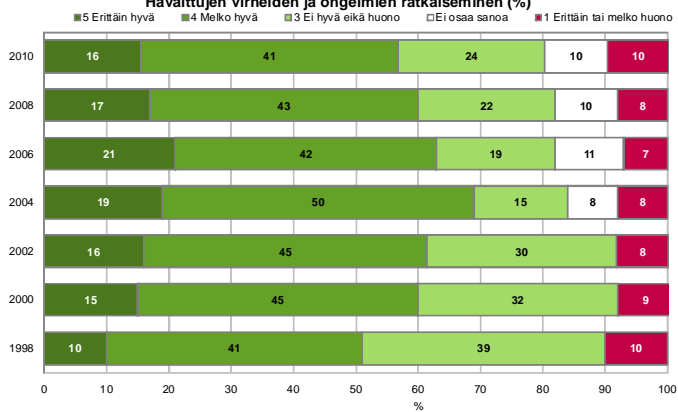
**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yritykset) :  
Asiakaspalveluhenkilöstön ammattitaito (%)**



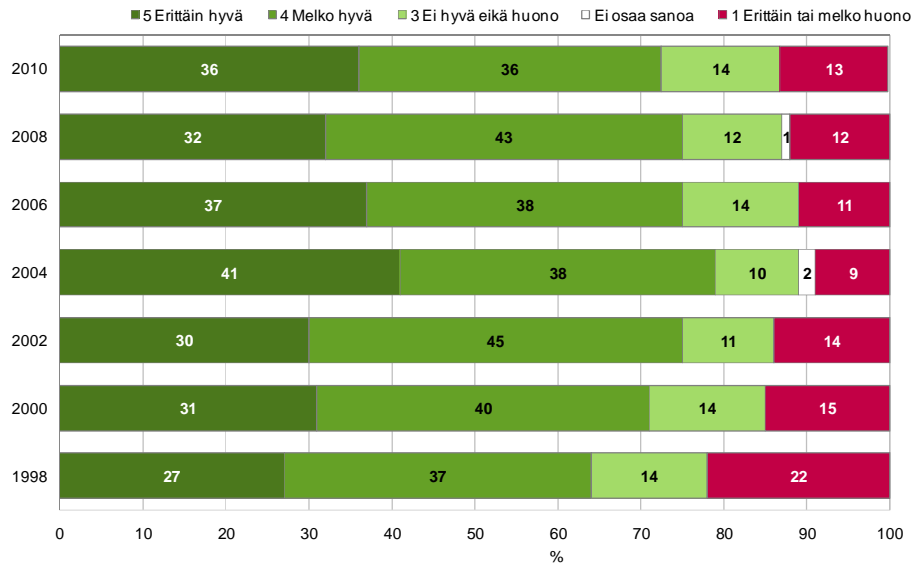
**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yksityiset) :**  
**Havaittujen virheiden ja ongelmien ratkaiseminen (%)**



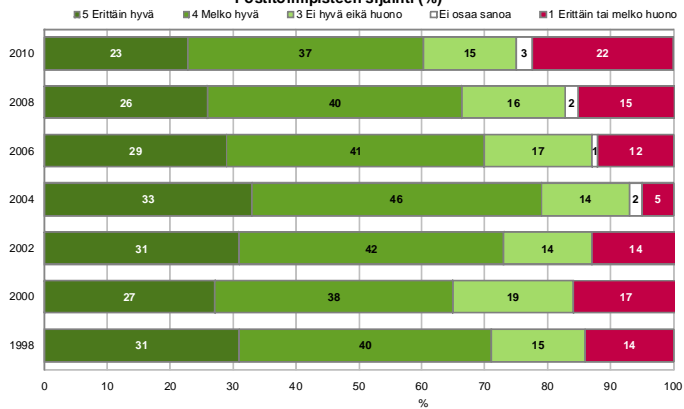
**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yritykset) :**  
**Havaittujen virheiden ja ongelmien ratkaiseminen (%)**



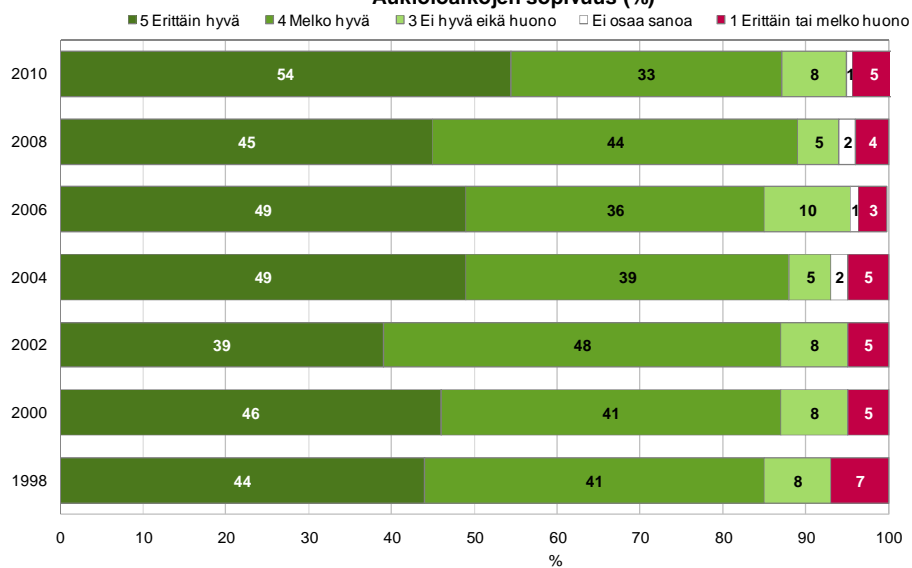
**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yksityiset) :  
Postitoimipisteen sijainti (%)**



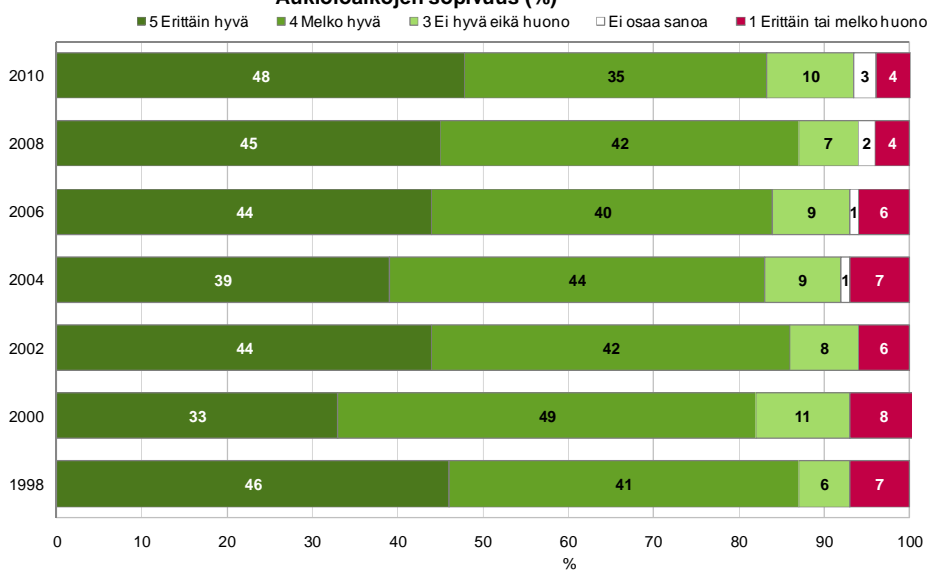
**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yritykset) :  
Postitoimipisteen sijainti (%)**



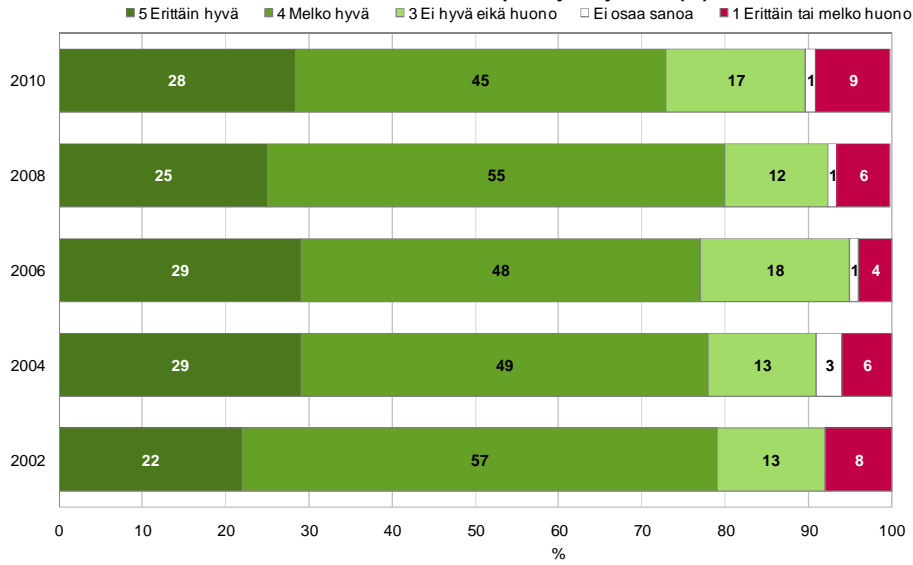
**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yksityiset) :  
Aukioloaikojen sopivuus (%)**



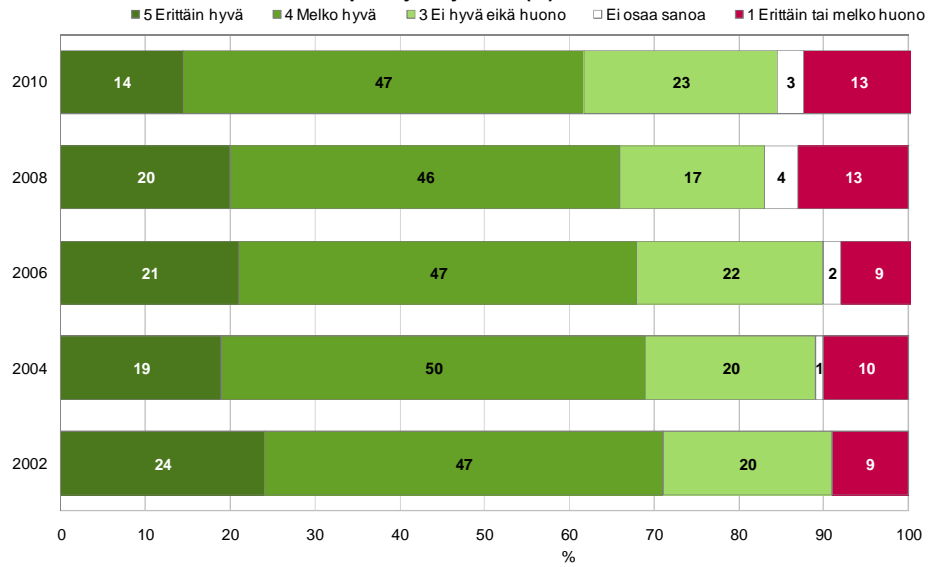
**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yritykset) :  
Aukioloaikojen sopivuus (%)**



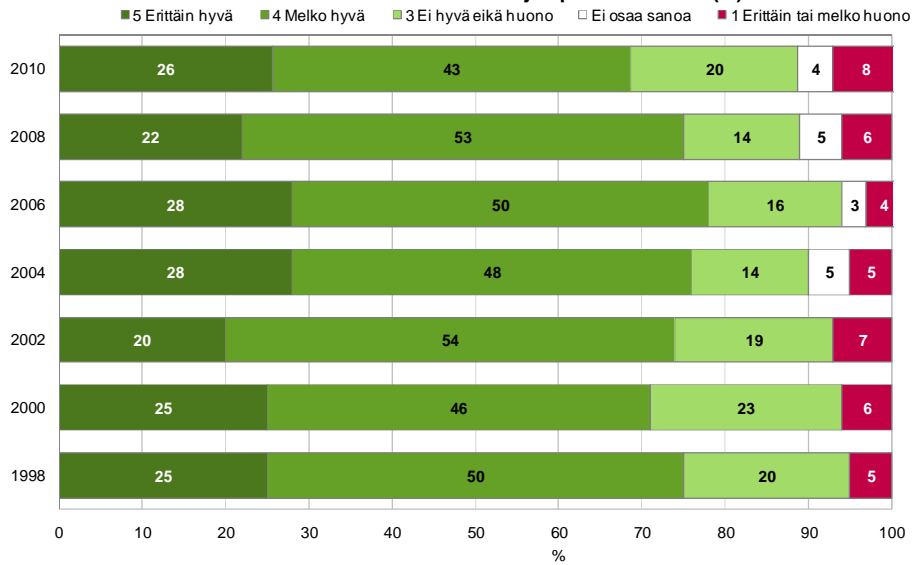
**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yksityiset) :**  
**Asiointin nopeus ja sujuvuus (%)**



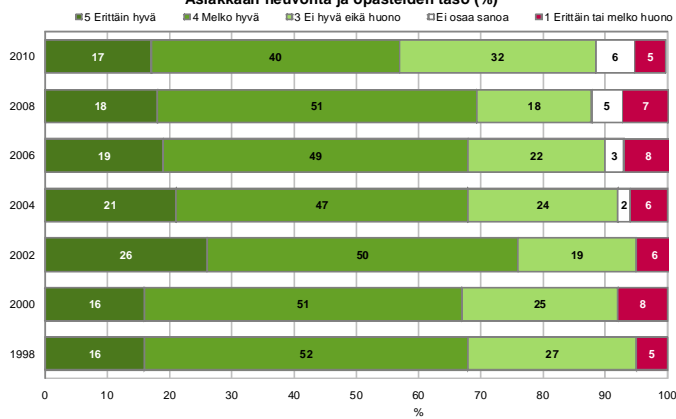
**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yritykset) :**  
**Asiointin nopeus ja sujuvuus (%)**



**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yksityiset) :  
Asiakkaan neuvonta ja opasteiden taso (%)**

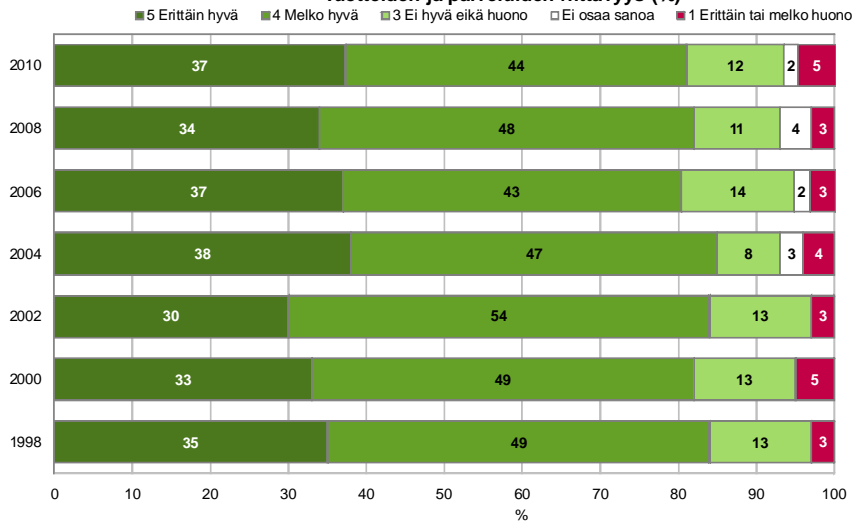


**Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yritykset) :  
Asiakkaan neuvonta ja opasteiden taso (%)**





Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yksityiset):  
Tuotteiden ja palveluiden riittävyys (%)



Postitoimipisteiden palvelua koskevat arviot (yritykset):  
Tuotteiden ja palveluiden riittävyys (%)

